豪美新材 20260903

汽车轻量化一供转型与液冷机器人新赛道布局研报

摘要

- 汽车轻量化业务由二供向一供转型，已获北汽（享界）、赛力斯定点，预计 2026Q4 小批量交货，2027 年大规模放量成为核心驱动力。
- 液冷业务定位核心战略，产品覆盖铜质模组，投资额超 1 亿；目前处于设备调试及送样阶段，预计 20%~30%毛利率，2027 年有望贡献业绩。
- 芜湖、东莞、重庆新工厂合计亏损超 2000 万；芜湖预计 2026Q4 盈亏平衡，重庆 2027H1 达产，摩洛哥合资项目已进入试生产阶段。
- 机器人领域与数家企业联研人形机器人镁合金关节部件，已签框架协议；低空经济领域已小批量供货，但起量节点预计晚于机器人业务。
- 系统门窗业务 2026 年目标营收 8 亿，但受地产环境影响毛利率承压；工业铝材通过剔除低毛利产品实现盈利结构优化。
- 汽车材料采用“铝价+加工费”模式，2026H1 受铝价上涨及车企压价影响加工费略降，导致该板块出现少量亏损。

Q&A

请介绍一下公司 2026 年上半年的经营业绩以及在新兴领域的布局情况？

2026 年上半年公司实现收入 40 多亿元，同比增长约 15%；实现利润 8,000 多万元，同比下滑约 10%以内。利润下滑的主要原因是今年在新业务布局上的资本支出较多，例如芜湖、东莞、重庆的新工厂均处于亏损状态，其中芜湖亏损 1,000 多万元，东莞和重庆各亏损几百万元，合计亏损超过 2000 万元。若剔除这部分影响，利润表现会略好于去年。在新兴领域布局方面，公司在东莞自建了一家液冷工厂，目前正处于设备调试阶段，并已为部分客户提供小样，但尚未形成正式订单。预计未来一两个月内可能获得订单，但初期会以二供或三供的身份切入。

在液冷业务方面的具体产品、目标客户、市场切入策略以及技术优势是怎样的？

公司液冷业务的产品覆盖整个液冷模组，包括液冷板、快接头以及相关的连接件。主要目标客户是工业互联网领域的企业。由于该领域的一级供应商已经确定，公司计划利用现有供应商产能不足形成的市场缺口，以二供或三供的身份切入。在技术方面，公司拥有铝制风冷和水冷的长期经验，认为液冷技术与此相通，核心变化是从铝板转向铜板，技术上不存在障碍。行业内现有厂家也多是从铝制品起家，再转向铜制品。

公司液冷业务目前的订单情况、未来的业绩节奏、战略定位以及预期的毛利率水平如何？

目前液冷业务尚未获得正式订单，尽管客户方面曾多次表示订单即将落地，但具体时间尚不确定，因此难以判断未来的业绩节奏。公司将液冷业务视为核心战略方向，期望将其做大，主要因为该市场未来空间广阔，且毛利率高于公司传统业务。关于毛利率，目前尚难确定，预计可能在 20%至 30%多之间，具体将根据市场及客户情况而定。

公司在机器人和低空经济领域的业务布局有何新进展？

在机器人领域，公司近期正与数家企业联合开发部分组件，主要是针对人形机器人大腿与小腿关节的镁合金压铸部件。目前项目处于开发阶段，能否实现量产尚不确定。这是根据客户需求进行的开发，双方已签订框架协议，若产品验证成功，客户后续的人形机器人产品将可能采用公司的方案。

公司在机器人产业链中的角色、与中坚公司的关系、相关技术来源以及产线投资情况是怎样的？

公司在产业链中直接为机器人厂商提供大腿、小腿等关节部件。公司投资了中坚公司（一家机器人企业）的部分股权，主要目的是为了向其供应材料及辅料。技术方面，部分强度要求高的地方会沿用汽车挤压材技术，但公司目前主要推广的是镁合金材料，因其更轻且成本更低。生产镁合金部件需要新建产线，但由于初期部件尺寸和需求量较小，所需压铸机也较小，投资额不大，计划先采购两三台设备满足当前需求，待未来大规模放量后再追加投资。

公司液冷板产线的投资规模是多大？

液冷板产线的投资规模相对较大，约为一个多亿。

系统门窗业务高毛利率的原因及其未来趋势，以及工业用铝业务毛利率的变化情况是怎样的？

系统门窗业务的高毛利率源于该产业及公司自身较高的定价策略。未来，该业务毛利率要继续向上提升难度很大，考虑到房地产市场环境，甚至可能面临轻微下滑的压力。工业用铝业务方面，2026 年半年报显示的毛利率已有所提升，主要得益于公司主动放弃了部分低毛利产品，转而重点开发高毛利产品。

公司汽车轻量化铝材业务未来的业绩驱动力、实现路径以及预期的时间节点是什么？

汽车轻量化业务未来的主要驱动力来自于公司从二供向一供的转变。目前已获得北汽和赛力斯的部分定点项目，近期可能还会获得其他定点。从二供转向一供，意味着业务从供应材料延伸至后端部件或总成的加工，这部分业务的毛利率和净利润率更高。预计 2026 年第四季度将开始小批量交货，但真正实现大规模交付并对业绩产生明显积极影响预计要到 2027 年。从获得定点到车型量产需要较长周期，例如年初获得的定点项目，通常到第四季度才开始小批量生产。

2026 年上半年汽车轻量化业务的销售、收入和毛利率表现如何？毛利率下滑的原因是什么？

2026 年上半年，汽车轻量化业务的销售额有所增长，但毛利率略有下滑。毛利率下滑主要有两个原因：一是铝价上涨侵蚀了利润空间；二是汽车企业自身经营压力较大，对供应商存在一定的压价行为。

公司与汽车客户的谈价模式是怎样的？

通常情况下，价格协议一年一签。但当车厂面临较大经营压力时，也可能会临时要求供应商进一步降价。

汽车材料业务的定价模式是怎样的，铝价波动如何向下游客户传导？

汽车材料业务采用“铝价+加工费”的定价模式。具体而言，当月销售价格是基于上一个月的铝价均价来确定的。铝价本身会传导至下游，但如果铝价单边持续上涨，可能会对公司产生影响。不过，根据过往经验，铝价通常会有波动，一旦价格回落，之前因价格上涨造成的亏损便可以弥补回来，因此全年来看通常不会亏损。2026 年上半年情况较为特殊，确实出现了少量亏损。

2026 年以来汽车材料业务的加工费与 2025 年相比有何变化，原因是什么？

与 2025 年相比，2026 年以来的加工费略有下降。主要原因有两方面：一是下游客户面临较大的成本压力；二是行业内部竞争也日趋激烈。

芜湖和重庆基地的产能爬坡进展如何，预计何时能达到盈亏平衡？

芜湖基地目前正处于逐步试生产阶段，预计到 2026 年年底可转入正式生产，并可能在 2026 年第四季度实现盈亏平衡。重庆基地预计将于 2026 年 9 月开始试生产。整体来看，这两个基地预计在 2027 年第一季度到第二季度之间达到盈亏平衡点。关于 2026 年的具体出货量预期，目前尚不好判断，主要取决于下游客户的订单情况和产能爬坡的实际进展。

摩洛哥基地的投资节奏、产能规划及客户锁定情况是怎样的？

摩洛哥基地的业务主要分为两部分。与凌云股份合资的项目近期已开始试生产，其目标客户为凌云股份在欧洲服务的汽车制造商，这些客户均已锁定。独资项目方面，土地已购买完成，目前正准备开工建设，投产尚需时日。

公司与鸿蒙智行的合作具体情况如何？

公司与华为方面签有保密协议，不便透露相关合作细节。

液冷板业务目前处于什么阶段，订单及客户验证的进展如何？

液冷板业务尚处于比较早期的阶段，2026 年的订单量目前难以判断。当前主要进展是为一些客户提供样品进行测试和验证。如果样品测试结果符合客户要求，预计后续会开始下达一些订单。由于客户尚未最终确定，具体客户信息不便透露。

公司在液冷板业务中主要供应哪些产品，供货模式是怎样的？

公司主要供应纯铜材质的液冷板，产品形态包括铜板、包含快接头和分水器在内的整个模组。公司的目标是提供完整的模组，但也会根据不同客户的具体要求进行调整，供应模组内的部分组件。部分组件可能会通过外协方式完成。

对于液冷板业务，公司如何看待未来的量产良率和成本结构？

预计量产良率不会是主要问题。考虑到一些规模较小的工厂也能生产此类产品，以公司的规模和能力，在这方面应该不存在大的障碍。

在人形机器人和低空飞行器这两个新领域的业务进展和未来预期如何？

在低空飞行器领域，已有一些厂家接洽并小批量供货，为其提供飞行器上的部分部件，但由于客户本身没有形成规模，因此公司的供货量也很小。相较而言，人形机器人领域预计未来会逐步起量，因此公司也加大了在该领域相关部件的研发投入力度。整体判断，低空飞行器业务的起量时间点可能比机器人更晚一些。

公司未来一至两年的主要业绩驱动力来自哪些板块，新兴业务的业绩释放节奏如何？

未来一两年最主要的业绩驱动力仍将是汽车业务。液冷板业务如果进展顺利，凭借其较大的市场需求以及公司从零开始的基数，也有可能成为一个较好的增长点，预计在 2027 年可能会释放一部分业绩，但这部分业务的不确定性较大，取决于后续的接单情况。

公司在汽车业务领域从二供转向一供的具体情况是怎样的？

公司近期获得了一些北汽和赛力斯的新定点项目，其中北汽的项目主要涉及享界车型。这些新定点项目预计将从 2026 年第四季度到 2027 年开始，随着相关车型陆续推向市场，公司的供货量将逐步提升。通过这些新的定点项目，公司将作为一级供应商直接供货。

在定增预案中，投向研发创新中心的 2.32 亿元资金将主要分配在哪些方向？

研发资金主要投向液冷、机器人和低空飞行这几个方向。从目前的规划来看，投入最大的方向是液冷，其次是机器人，因为这两个领域的研发节奏近期较快。具体的资金分配比例尚未有非常细致的规划。

公司在液冷板业务领域的核心竞争力及客户渠道优势是什么？

液冷板业务本身的技术难度并不算特别高，很多时候是根据客户提供的图纸进行加工。在客户渠道方面，公司与一些工业互联领域的客户在风冷、水冷散热器业务上已有合作基础，未来希望在通过二级供应商验证后，寻求成为一级供应商的机会。但这个验证过程可能需要较长时间，短期内新增为一级供应商的难度较大。同时，公司也在积极寻求与国内客户（如华为）的合作机会，但目前尚不明朗。该业务自 2026 年初才开始规划，目前产线刚刚布局完成，仍处于非常早期的阶段。

公司系统门窗业务在海外市场的收入规模、目标市场及增速情况如何？

系统门窗业务的海外收入规模目前还比较小，处于千万级别。2025 年的海入为 4,000 多万元。主要目标市场是北美和澳洲，在美国和加拿大各设有



店。关于整体系统门窗业务，2025 年总收入为 6 亿多元，2026 年的目标是实现 8 亿元左右的收入，但最终能否达成尚不确定。

贝克洛品牌在海外的工程和零售端拓展模式是怎样的？

在零售端，主要针对北美市场，由于当地消费者习惯自行安装，产品主要通过大型卖场销售。目前公司在北美有两家自营店。在澳洲市场，业务则以工程项目为主，需要负责安装服务。

与凌云股份合作的摩洛哥基地项目的资本开支和目标客户情况如何？

该合作项目的资本开支规模较小，项目总投资额为 1 亿元，公司持股 49%。其目标客户是凌云股份目前正在供货的欧洲汽车制造商。