

证券代码：301193

证券简称：家联科技

宁波家联科技股份有限公司

2026 年 9 月 10 日-9 月 11 日投资者关系活动记录表

编号：2026-008

投资者关系活动类别	☒特定对象调研 ☐分析师会议 ☐媒体采访 ☐业绩说明会 ☐新闻发布会 ☐路演活动 ☒现场参观 ☒其他：券商策略会
参与单位名称及人员姓名	汐泰投资 张杰敏；君榕资产 熊晓峰；富安达基金 刘一霖；诺德基金 姜禄彦；天治基金 王娟；兴业基金 蒋丽丝；国泰基金 智健、伍雨葭；鑫元基金 张咏；国泰海通资管 张钰；交银施罗德基金 张明晓；国寿安保基金 吕安琪；富国基金 肖晶；东方红资管 刘中群；国海证券 白浪；华夏基金 周天翎、曹雅妮
时间	2026 年 9 月 10 日-9 月 11 日
地点	上海，公司会议室
上市公司接待人员姓名	董事会秘书 汪博
投资者关系活动主要内容介绍	问题一：公司在 3D 打印耗材赛道具备哪些核心竞争优势？ 答:公司作为全国生物基全降解日用塑料制品单项冠军产品的生产企业，凭借自身新材料研发与材料改性产业积淀，在 3D 打印耗材赛道构筑起核心技术壁垒。公司 3D 打印耗材使用的原材料系经过自主改性技术改性后的 PLA 材料，通过自主研发掌握对生物降解材料进行定制化改性的工艺技术和流程，使其在耐热性、抗冲

	击性、高速打印适应性及多场景应用等方面显著优于通用 PLA 材料。公司自主完成 3D 打印耗材的配方研发、工艺优化及工业化量产,实现从材料研发到成品生产的全链条自主把控,并已成功切入 3D 打印行业头部客户供应链,实现稳定批量供货。 在产业链布局方面,公司兼备生物降解材料的改性、产品制造及模具制造能力,拥有稳定可靠的产品质量、高效准时的交付能力以及个性化定制服务优势,可以快速响应客户需求。依托国内、泰国的生产基地,产线产能稳步释放,具备完善的全球交付与供应链配套能力。 问题二: 请问公司如何看待消费级 3D 打印行业未来的市场空间? 答: 全球 3D 打印行业目前正处于高速扩张周期,消费级应用正在加速渗透。特别值得关注的是, AI 技术的深度赋能正在成为推动行业增长的核心驱动力——AI 驱动的自动化建模、智能切片优化、生成式设计等能力,大幅降低了 3D 打印的使用门槛,使普通消费者无需专业建模技能即可快速完成从创意到实物的转化,从而释放出更广泛的潜在用户群体和增量需求。 从市场规模来看, 2025 年全球消费级 FDM 线材销售额已达到 81 亿元人民币, 预计到 2031 年将增长至 1,160 亿元人民币, 对应 2025 年至 2031 年的年复合增长率为 55.77%。这一高速增长背后, AI 赋能带来的“降门槛、提效率、扩场景”效应显著: 一方面, AI 智能辅助设计使内容创作效率显著提升, 加速了个性化定制、小批量生产的商业化落地; 另一方面, AI 与 3D 打印的深度融合正在催生新的应用场景和商业模式, 进一步抬高了行业天花板。 从区域格局来看, 北美、欧洲为全球核心消费市场, 消费级及工业级设备渗透率持续提升, 带动耗材需求端持续释放。从终端需求来看, 教育、文创、潮玩手办、个人定制等领域的需求持续攀升, 叠加 AI 技术对设计创作流程的革新以及政府对高科技产业的政策支持, 共同拉动市场规模不断扩大。
--	--

问题三：公司订单能见度一般为多久？

答：公司订单周期一般在 30 至 45 天左右，大部分客户会结合自身终端销售表现、安全库存周转情况实时下达采购订单，匹配下游需求灵活波动的行业特性。针对上述订单特征，公司已建立生产响应机制，可根据客户实时下单需求快速调整生产排期，持续优化运营周转效率，全力保障订单及时交付。

问题四：公司对海外市场的发展前景如何判断？

答：尽管全球贸易环境存在不确定性，但基于与核心客户的深度沟通及对行业趋势的研判，公司认为海外市场仍蕴含重要发展机遇。公司通过“总部经济、中国研发、全球智造、本地化服务”网络体系，积极开拓多元市场。面对复杂的外贸环境，公司将坚持全球化布局与创新驱动，以中国强大的“总部经济”为坚实根基，将“中国研发”作为核心引擎驱动技术、资本与标准向外辐射，通过“全球智造”高效整合利用全球生产要素，最终以“本地化服务”深度融入并服务每一个终端市场。

问题五：公司本次再融资的背景是什么？

答：在全球禁塑政策落地与增材制造产业快速发展的双重驱动下，公司顺应消费级 3D 打印耗材市场快速增长的趋势，计划通过本次再融资进一步扩大 3D 打印耗材产能，丰富产品结构，打造第二增长曲线。募集资金主要投向国内和泰国的 3D 打印线材产线建设项目，以完善全球化产能布局，提升在 3D 打印耗材领域的规模化交付能力。

问题六：公司在海外市场的销售网络是如何搭建的？

答：公司已建成覆盖浙江、广西、美国、泰国、越南等地区的智能化生产基地，并在英国、德国、新加坡、澳大利亚、日本、香港等地设立销售或贸易实体。公司通过参加国内、国际展会、网络推广、行业口碑传播等方式不断扩大影响力并开发新客户，同时积极维护存量客户关系。公司通过成熟的销售策略、高质量的产品品

	质与服务水平，与众多国内外知名企业形成了长期稳定的合作关系，形成“亚洲研发、全球智造、本地化服务”的全域销售网络。
日期	2026 年 9 月 10 日-9 月 11 日
未公开重大信息泄密的处理过程及责任追究情况（如有）	本次调研活动期间，公司不存在透露任何未公开重大信息的情形。