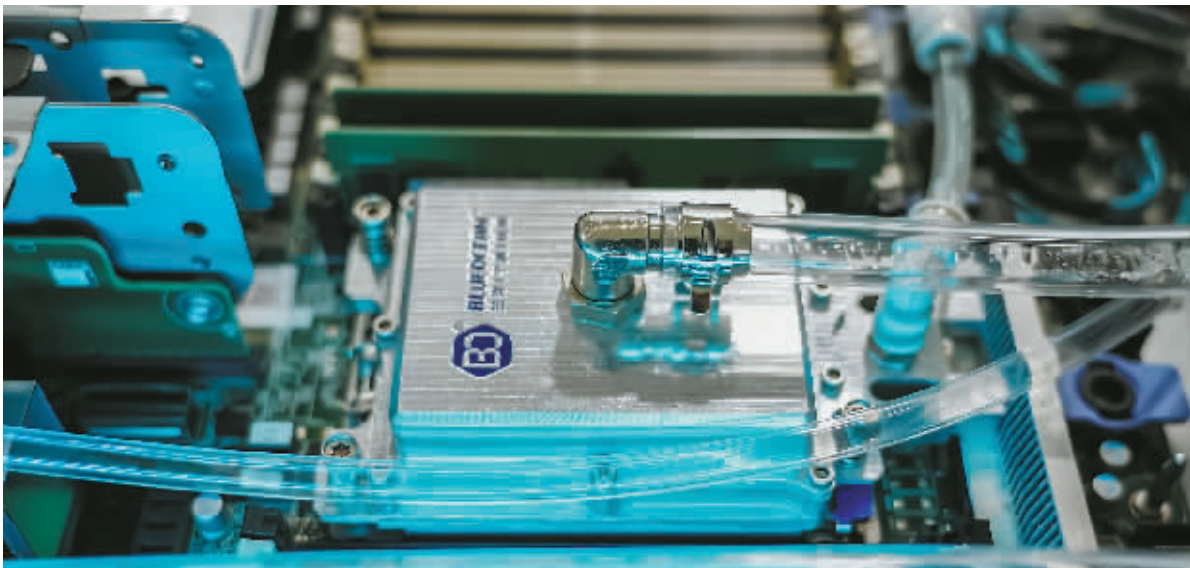


AI时代催生“散热革命” 宁波水泵龙头将如何“分一杯羹”？

8月22日，君禾股份(603617.SH)与兰洋(宁波)科技有限公司(以下简称兰洋科技)签署战略合作协议，旨在共同开发单款或系列满足液冷系统特定高性能要求的专用型合作产品。

“本次与兰洋科技达成战略合作，意味着公司对液冷泵产品的开发从单打独斗转向并肩破局，有望进一步加速推动公司该领域产品开发进展与商业化落地进程。”君禾股份董秘陈佳伟说。



兰洋科技新型智驱自循环液冷温控服务器。

1 联手国内液冷“第一梯队”企业

8月20日晚，君禾股份发布2025年业绩中报，公司实现营收5.78亿元，同比增长5.53%；归母净利润3099.93万元，同比下降19.53%。净利润下降主要因泰国生产基地投资建设及跨境电商平台开拓带来的阶段性投入增加所致。

业绩报告披露，君禾股份已密切关注液冷行业爆发式增长趋势，针对液冷泵等品类启动了系统性开发工作，成立了专项研发小组，并计划联合下游客户共同开发新产品。

液冷泵好比是液冷系统的“心脏”，其驱动冷却液经水冷板、内存

散热模组等末端换热装置后，携带服务器产生的热负荷返回室外冷却终端，形成完整的“冷却液—热源—冷却塔”能量传递链路。

而君禾股份的下游客户中就包含兰洋科技。作为国内单相浸没式液冷技术的领跑者，兰洋科技成立于2019年，由白瑞晨、林子杰等归国博士联合创立，是宁波市“甬江引才工程”重点引进的高科技企业，申请专利超260项，位列国内液冷“第一梯队”。该公司已构建成熟的液态散热技术及产品体系，可应用于数据中心、通信基站、新能源汽车、人工智能等领域，并已与国内三大通信运营商、互联网厂商、地方国央

企等开展业务合作。

凭借技术硬实力，兰洋科技颇受资本青睐——2020年至2023年，该公司完成3轮融资，投资方为洪泰基金、大米创投、蔚领时代、永鑫方舟等。

“液冷技术不仅是散热方式的革新，更是算力基础设施的底层重构。”兰洋科技联合创始人、副总经理莫景杰告诉记者，在AI算力爆炸性增长与全球“双碳”目标双重推动下，公司液冷业务增量非常可观——2024年，兰洋科技实现液冷业务营收1.8亿元，净利润约2000万元。近年来，该公司液冷业务业绩增速保持50%以上。

2 如何“分一杯羹”？

IDC预测，2024年至2029年，中国液冷服务器市场年复合增长率将达46.8%；2029年市场规模有望突破162亿美元。面对千亿“蓝海”市场，君禾股份将如何“分一杯羹”？

莫景杰表示，兰洋科技始终将技术研发视作发展第一要义。本次与君禾股份达成战略合作，不仅因其具备坚实的细分领域专项研发实力和大规模生产制造能力，更重要的是能够同时满足公司未来对海外市场与资本市场的双重发展规划。

业绩报告显示，2024年，君禾股份研发支出2709.62万元，同比增长27.59%；今年上半年，君禾股份研发费用达1379.77万元，同比增长17.01%。

据了解，在研发创新方面，君禾

股份正持续加大投入，并于今年上半年推出具备5毫米超低水位启动能力的265号低吸潜水泵，满足极端排水需求。同时，新一代池底清污器产品迭代加速。其中，二代产品采用已申请欧美专利的“双叶轮串并联技术”，实现多工况高效运行，处于行业领先水平。

“从家用水泵到工业水泵乃至液冷泵，可谓是‘万变不离其宗’。”君禾股份技术总监杨克称，公司的核心技术如离心泵技术、电机技术、密封技术、变频技术等与液冷泵存在高度技术同源，当下要解决的核心问题是基于公司现有产品基础上提高产品耐受度，以达到在应用端的产品使用周期需求。

而海外市场则是君禾股份的

“主战场”。君禾股份家用水泵在分类上属于小型离心泵，主要市场集中于欧洲、美洲、大洋洲等，外销占比保持总营收的95%左右。

陈佳伟表示，液冷泵作为数据中心冷却系统(CDU)的核心部件，其价值占比较高，市场规模迅速增长，行业需求持续增加。君禾股份将顺应行业发展趋势，在坚守现有核心业务、保障基本盘稳中有进的战略前提下，将把液冷泵开发作为重要增长引擎，通过技术攻坚、资源倾斜与市场前瞻布局，推动新品从研发到产业化的快速突破，构建“存量稳盘、增量破局”的业务格局。同时，公司还将在外延端积极关注新质生产力的投资并购机会，实现业务多元化布局。

记者 张恒

“我是不白吃” 空降宁波 热门IP背后 有这家甬企牵线

8月23日，深受大小朋友喜爱的知名动漫IP“我是不白吃”惊喜现身宁波鄞州万达广场酷乐潮玩 MONMMA 店，“TT×我是不白吃”开学季主题见面签售会在此举行。

此次签售会，是浙江源脉文化科技有限公司(以下简称源脉文化)旗下潮玩先锋品牌“TT”联合“我是不白吃”为迎接开学季特别策划的线下活动之一。值得一提的是，源脉文化也是宁波A股上市公司创源文化旗下子公司，“TT×我是不白吃”联名系列也是作为创源股份进军潮玩“赛道”的首发产品。

活动现场，众多粉丝早早到场，当“不白吃”以其标志性的憨萌形象和幽默风格亮相与粉丝们互动时，现场气氛更加火爆。

酷乐潮玩 MONMMA 店作为本次活动的联合主办方，结合自身潮流文化与创意产品的定位，将门店布置成为“不白吃”主题快闪空间，陈列了多款“TT×我是不白吃”联名商品，包括毛绒玩具、潮玩挂件、文具本册、神秘盲盒等，吸引大量学生群体及年轻家庭参与。现场不仅设置“不白吃”图书签售环节，还为粉丝提供了专属签名和合影机会，打造了一场沉浸式的趣味体验。

近年来，“我是不白吃”凭借轻松幽默的内容和积极健康的形象，成功在短视频平台和文创领域积累了大量人气。它萌趣、呆萌甚至有点“憨憨”的形象，天然带有解压、治愈的属性，向消费者传递温暖、豁达、轻松、热爱等积极乐观的力量。此次线下活动不仅进一步拉近IP与观众之间的距离，也通过与酷乐潮玩等实体业态的合作，拓展了IP衍生生态和线下消费场景。

据悉，此次签售是“我是不白吃”全国开学季签售巡回首站，活动现场人气爆棚，未来还将在更多城市开展类似活动，为平凡日常注入轻松欢乐。

记者 史昊



活动现场。