

证券代码：301488

证券简称：豪恩汽电

深圳市豪恩汽车电子装备股份有限公司

投资者关系活动记录表

编号：2025-007

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（请文字说明其他活动内容）
参与单位名称及人员姓名	建信基金管理有限责任公司 摩根士丹利基金管理（中国）有限公司 国信证券股份有限公司 宁波莲盛投资管理有限公司 长城证券股份有限公司 工银瑞信基金管理有限公司 建信理财有限责任公司 中银基金管理有限公司 天弘基金管理有限公司 光大证券股份有限公司 国联基金管理有限公司 阳光资产管理股份有限公司 深圳市尚诚资产管理有限责任公司 长江证券(上海)资产管理有限公司 景泰利豐資產管理有限公司 创金合信基金管理有限公司 西安敦成私募基金管理有限公司 华泰证券股份有限公司 国盛证券有限责任公司 海南行之私募基金(有限合伙) 宁波莲盛投资管理有限公司 西部证券股份有限公司 佛山市华潮资产管理有限公司 上海嘉世私募基金管理有限公司 西部证券股份有限公司 中邮人寿保险股份有限公司 博时基金管理有限公司 华安基金管理有限公司 交银施罗德基金管理有限公司 上海复胜资产管理合伙企业（有限合伙） 佛山市华潮资产管理有限公司 群益证券投资信托股份有限公司

	上海博笃投资管理有限公司 前海开源基金管理有限公司 佛山市华潮资产管理有限公司 广东恒阔投资管理有限公司 深圳前海君安资产管理有限公司 光大保德信基金管理有限公司 鹏华基金管理有限公司 大湾区发展基金管理有限公司 万家基金 农银汇理基金管理有限公司 金信基金管理有限公司 倍漾科技或诚迈科技 浦银安盛基金管理有限公司 国金基金管理有限公司 爱建证券有限责任公司 深圳东方合盈资产管理有限公司 上海理成资产管理有限公司 国海证券股份有限公司 上海理成资产管理有限公司 杭州汇升投资管理有限公司 开源证券 海南行之私募基金(有限合伙) 鸿运私募基金管理（海南）有限公司 广州市航长投资管理有限公司 北京汉和汉华资本管理有限公司
时间	2025 年 10 月 28 日 13：00-14：00
地点	电话会议
上市公司接待人 员姓名	董事长：陈清锋 董事会秘书：李小娟 财务总监：肖文龙
投资者关系活动 主要内容介绍	1、2025 年前三季度公司前五大客户结构是怎样的？新能源客户的收入占比情况如何？ 答：2025 年前三季度前五大客户合计收入占比超 70%，分别为马恒达、大众、吉利、小鹏、长城，以上客户的合作均在稳步推进中。 新能源客户方面，由于公司产品具有通用性，可同时适用于新能源汽车和燃油车，前三季度新能源相关收入与燃油车收入占比大致各为 50%。其中新能源范畴既包括小鹏等纯新能源品牌，也涵盖大众、吉利等品牌旗下的新能源车型，整体新能源业务与行业发展趋势同步。 2、展望 2026 年，公司客户结构会有怎样的变化？2027 年核心业绩增长的主力客户将来

自哪里？

答：2026 年公司前五大客户结构不会发生根本性变化，仅可能在名次上出现小幅调整。核心逻辑在于公司客户合作以长期稳定的战略合作为主，短期内不会出现大规模客户替换。

2027 年核心业绩增长的主力客户仍将以现有核心大客户为基础，公司整体策略是广泛布局全球客户，避免单一客户收入占比过高，确保收入结构均衡稳定，具体增长贡献将取决于客户车型的市场销售表现。

3、2025 年前三季度公司分产品的收入占比是怎样的？域控制器的收入统计范围包括哪些？

答：2025 年前三季度公司产品结构拆分清晰：智能视觉感知系统合计收入占比约 60%，是第一大产品板块；超声波雷达系统收入占比接近 30%，是核心基础产品之一；车载视频行车记录仪收入占比约 5%。其中域控制器范围涵盖一体机、行泊一体域控制器等，由于域控制器产品通常与视觉系统、雷达等产品组合供应，日常经营中不会单独统计。

4、2025 年单三季度公司营收同比增长 27%，增长的核心来源是什么？

答：单三季度营收同比增长 27%的核心驱动力来自“量价齐升+客户拓展”的多重共振：一是前五大客户增长强劲，这些核心客户的市场销量增量显著，配套车型的市场认可度持续提升，直接带动公司配套产品的出货量增长；

二是配套车型数量持续增多，公司不断拓展在客户车型矩阵中的覆盖范围，从单一车型配套逐步延伸至全系车型合作，出货基数持续扩大；

三是单车产品价值量大幅提升，早期单车配套价值仅几百元，随着客户对智能驾驶配置需求的升级，现在部分高配车型的单车配套价值已提升至 2000-3000 元，产品配置从单一雷达逐步升级为“视觉+雷达+域控制器”的一体化方案，价值量提升成为增长的重要支撑。

5、2025 年单三季度公司毛利率同比略有提升、环比持平，毛利率变动的原因是什么？

答：单三季度毛利率同比略有波动，环比持平，属于企业经营过程中的正常现象：

一是设备自动化效率持续提升，生产过程中的损耗减少、工时缩短，推动单位生产成本

下降；

二是产品结构的微小优化，对整体毛利率形成支撑。

6、公司如何提升毛利率？

答： 公司提升毛利率的核心策略是“销售最大化、费用成本最小化”：

一是通过扩大订单规模摊薄固定成本，提升规模效应；

二是持续推出高毛利新产品，通过产品迭代优化收入结构；

三是不断提升生产自动化水平，降低生产损耗与人工成本；

四是加强供应链管理，通过规模化采购与长期合作争取更有利的采购价格，多维度对冲毛利压力。

7、2025 年单三季度公司毛利率提升但净利润下降，主要原因是什么？研发费用率和管理费用率后续将如何展望？

答：净利润下降的核心原因是研发费用率的显著提升，管理费用率虽有增长但相对合理，未对净利润形成大幅拖累。具体来看：

管理费用增长主要是业务规模扩大带来的正常增长，随着营收从十几亿规模向更高水平迈进，管理团队、办公场地、后勤保障等方面的投入有所增加，但增长幅度与业务规模增长匹配，整体处于合理区间；

研发费用增长尤为明显，这是公司对未来竞争力的核心投资，我们正在全力投入产品研发、构建下一代技术平台、扩大研发团队以抢占新兴赛道。公司认为，在当前阶段，技术领先性是确保公司长期增长和市场份额的关键。这笔投入虽然影响了当期利润，但将为公司未来几年的产品迭代和收入多元化打下坚实基础。

8、公司在机器人业务领域的产品布局、合作客户及竞争优势是什么？

答：公司于 2024 年正式切入机器人赛道，业务拓展路径清晰：初期以感知系统供应商身份进入市场，计划将汽车领域成熟的感知技术复用至机器人领域；后与英伟达的合作，公司采用英伟达 Thor 芯片等核心产品，开发机器人“大脑”（决策控制系统），形成“感知+决策”一体化布局。

产品布局方面，目前已覆盖机器人感知与决策两大核心环节：感知端包括视觉感知（单

	个机器人搭载 6-8 个）、超声波雷达感知（6-8 个/机器人）、纯固态激光雷达；决策端为基于英伟达芯片的机器人控制器（大脑）。 合作客户方面，公司已与智元、浙江人形等头部机器人公司建立深度合作：超声波雷达已成功搭载在智元机器人上并实现量产。 竞争优势主要体现在两方面：一是与全球一流企业深度合作，依托其先进的芯片技术，确保机器人“大脑”的性能领先；二是技术复用优势，将汽车领域成熟的感知、控制技术迁移至机器人领域，大幅缩短研发周期、降低开发成本，同时生产工艺可直接复用，具备成本与交付效率优势。 9、公司海外项目定点的具体进展如何？有哪些重点海外客户及项目？ 答：公司海外项目定点进展顺利，目前已构建起覆盖全球主要汽车市场的客户体系。 公司目标未来海外客户订单占比将持续提升，不断加大海外市场开拓力度，通过与全球头部车企的深度合作，提升公司的全球市场份额与品牌影响力。
关于本次活动是否涉及应披露重大信息的说明	无
附件清单（如有）	无