

富奥汽车零部件股份有限公司

投资者关系活动记录表

编号：2026-03

投资者关系活动类别	<input type="checkbox"/> 特定对象调研 <input checked="" type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 路演活动 <input type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 其他
活动参与人员	中银国际证券股份有限公司、上海勤辰私募基金、华安基金管理有限公司、阳光资产管理股份有限公司、成都锦天成资产管理有限公司、太平洋证券、创金合信基金管理有限公司、大湾区发展基金管理有限公司、国盛汽车、光大证券研究所、国泰海通汽车、深圳亘泰投资管理有限公司、明亚基金管理有限责任公司、青骊资产、中邮汽车、财通证券、富安达基金、深圳市尚诚资产管理有限责任公司、东吴汽车、上海天貌投资管理有限公司、深圳市前海夷吾资产管理有限公司、中金汽车、国金汽车、华鑫汽车、国联民生、沅盈投资、西部汽车、国盛证券、华源证券、华福机械
时间	2026年4月22日 15:30-16:30
地点	富奥汽车零部件股份有限公司
形式	电话会议
上市公司接待人员姓名	富奥汽车零部件股份有限公司： 董事、党委书记、总经理：李俊新 财务总监：李志勇 副总经理兼董事会秘书：张宁 规划发展部部长：何旭 研发中心副主任：肖亭 财务控制部（董事会办公室）副部长：刘畅

	<p>证券事务代表：刘岩</p> <p>财务控制部（董事会办公室）综合事务主管：沈相君</p> <p>财务控制部（董事会办公室）综合事务管理员：赵金玲</p>
<p>交流内容及具体问答记录</p>	<p>1、问：公司一季度合并口径新增订单共 85 项，全生命周期收入总额预计 168 亿元。全年订单、收入及利润增长如何展望？</p> <p>答：2026 年第一季度，公司合并口径新增订单共 85 项，按客户规划产量计算，订单生命周期收入总额预计约 167.5 亿元，订单结构持续优化，其中新能源类订单占比 66.3%、传统市场以外订单占比 52.5%，随着订单陆续投产，为公司中长期经营奠定良好基础。（项目平均生命周期约为 4-5 年，生命周期内总收入为按照客户规划产量测算的预计数，实际销售金额受行业周期、下游客户产量、市场环境变化等因素影响，项目后续实施及实现效益存在不确定性）。</p> <p>展望全年订单获取，公司将持续把握汽车行业电动化、智能化转型机遇，深化与赛力斯、吉利、奇瑞、小鹏、蔚来等主流车企的战略合作，持续拓展智能底盘、智能网联、热管理等核心产品的市场份额。</p> <p>关于全年收入及利润表现，受宏观经济环境、汽车行业景气度、市场竞争、原材料价格波动等多重因素影响，仍存在一定不确定性。2026 年作为“十五五”开局之年，公司将扎实推进各项经营工作，全力以赴提升经营业绩。</p> <p>2、问：小鹏汇天业务贡献的业绩增量？目前新兴业务除了小鹏外还有哪些客户？其他客户的进展？</p> <p>答：目前主要客户为小鹏汇天，并且已成功获取小鹏汇天空调箱、电池冷却器、电控减振器等产品订单。相关产品已完成性能及可靠性验证，即将进入量产供货阶段。</p> <p>尽管相关项目即将量产，但鉴于该领域仍处于发展初期，预计相关业务在 2026 年度及未来一段时期内对公司营业收入</p>

贡献相对有限，不会对公司经营成果构成重大影响。公司布局该新兴领域，核心在于培育长期增长动力，抢占未来产业发展先机。随着市场逐步成熟及公司后续订单持续落地，相关业务对经营业绩的贡献有望逐步显现。具体财务影响请以公司后续正式披露的定期报告为准。

除小鹏汇天外，公司正依托在汽车热管理、轻量化底盘等领域的技术积累，积极研究与其他客户的协同机会。目前，其他客户合作仍处于前期接洽与技术交流阶段，公司将根据后续进展，依法依规履行信息披露义务。

3、问：“大底盘”整合后，系统集成能力提升对毛利率的具体影响如何？

答：截至目前，公司已完成对底盘系统、悬架系统、转向系统等产品线的整合，形成智能底盘业务板块，旨在强化系统集成能力，向 Tier0.5 级系统供应商迈进。整合有助于实现研发、市场与制造资源的协同共享，通过模块化、系统化供货提升产品附加值及客户黏性。同时，整合也能优化供应链管理，发挥规模效应，对降低综合成本、提升整体盈利水平具有积极推动作用。

毛利率受产品结构、原材料价格、客户定价等多重因素动态影响，公司“大底盘”战略整合对毛利率的提升将是一个持续释放的过程。2026 年，公司将以低成本战略为牵引，通过研发成本门管理、集中采购等超常规举措，全力提升盈利能力。

4、问：电池回收业务何时能实现规模化盈利，技术壁垒在哪里？

答：公司在新能源后市场领域已开展前瞻性技术储备，成功研发“退役动力电池整包级利用储能系统”。该技术致力于解决电池包直接梯次利用中的一致性管理、安全监测等行业共性难题，其技术壁垒主要体现在整包级 BMS 再设计、

寿命预测与安全评估模型等方面。电池回收利用业务的规模化发展受政策法规、回收网络、市场规模及原材料价格等多重外部因素影响。目前该业务仍处于技术研发与模式探索阶段，尚未形成规模化收入。公司将密切关注市场动态，稳步推进技术产业化落地，实现规模化盈利的时间表尚存在不确定性，请投资者注意风险。

5、问：对一汽集团的依赖度如何？预计接下来的目标占比是多少？

答：近年来，公司持续优化客户结构，降低单一客户依赖风险，现已取得显著成效。2025年，公司来自第一大客户中国第一汽车股份有限公司的销售额占年度销售总额的25.25%，前五大客户合计销售占比为65.9%，客户集中度呈持续优化趋势。2021-2025年，公司传统客户以外收入由23.9亿元增长至52.0亿元，年复合增长率达21.5%；收入占比由19.2%提升至30.6%。客户结构持续优化，公司抗风险能力与可持续发展动力显著增强。

在2026年，公司客户结构持续优化。2026年一季度，公司合并口径新增订单共85项，按照客户规划产量计算，获取订单生命周期收入总额预计为167.5亿元。其中，传统市场以外订单52项，订单收入占比达到52.5%，预计订单生命周期收入总额88亿元。未来，公司将继续坚定推进市场化转型，大力拓展非传统客户及海外市场，目标是在巩固与中国一汽战略合作的同时，进一步提升传统市场以外客户及海外客户的收入贡献占比，为后续业务持续增长奠定坚实基础。

6、问：海外客户的拓展情况如何？

答：公司国际化战略取得积极进展，2025年成功获取多个海外项目订单，包括马来西亚宝腾的空调箱项目、墨西哥大众的EV05油泵项目等，为海外客户稳定供货。2025年，中国汽车全产业链步入高质量出海全新阶段，产业格局由产品

出口加速向全产业链出海升级，实现从“走出去”到“走进来”的战略转型。自主品牌依托三电系统、智能驾驶等核心技术优势，全球市场竞争力持续增强，在欧洲、东南亚等重点区域市场份额稳步提升，多款主力车型在细分市场实现突破。展望 2026 年，公司将围绕“贸易出口、客户伴随、海外建厂”三条出海路径，积极拓展海外市场订单，并计划结合业务板块发展，加大资源投入，加快海外市场与产能布局。

7、问：电控减振器进展及客户拓展情况如何？

答：公司电控减振器产品技术领先，市场优势显著，减振器销售额连续两年位居国内 OEM 市场首位，电控减振器市场占有率处于行业领先水平。依托悬架产品的市场拓展和技术优势，公司完成对渝安减震器的并购，实现与核心战略客户的深度绑定，进一步完善了智能悬架业务在西南地区的产能布局与市场覆盖。

目前，公司已成为问界、智界、享界等多个平台的车控减振器核心供应商。并为奇瑞旗下多个系列车型配套电控减振器软件系统及相关产品，相关技术与产品均已实现规模化量产搭载。同时，双阀电控减振器、主动减振器等高端产品相继获得多家核心车企项目定点，预计将于 2026 年完成量产上市，进一步夯实了公司在智能悬架领域的技术领先优势与市场主导地位。持续巩固公司在新能源汽车底盘、悬架系统领域的核心竞争力，为后续业务持续增长奠定坚实基础。

8、问：参股公司是否有进一步并表的规划？

答：公司对外投资及并购均以战略协同与提升核心竞争力为导向。例如，报告期内为完善公司智能悬架业务布局实现与核心战略客户的深度绑定，公司完成了对重庆渝安减震器有限公司等的并购。对于其他参股公司，公司将持续评估其业务发展与公司整体战略的协同效应。是否实施并表将基于公司整体战略、业务发展需要及监管要求审慎决策，如有

相关计划，公司将严格按照法律法规及时履行信息披露义务。

9、问：公司会围绕成本控制、效率提升做哪些举措？

答：为应对成本压力，公司已构建系统的低成本战略体系。2025年，公司持续完善低成本战略实施机制，深化两级公司业务协同与价值创造，可持续发展能力稳步提升。公司扎实推进“一把手”工程，通过专题部署、专项培训强化统筹推进，发布标准化工具与方法指引，开展负毛利产品改善、材料成本占比优化等专项工作；创新红蓝榜评价机制，强化横向对标与经验共享，有效激发经营活力。各职能条线协同发力，聚焦BOM成本优化、采购资金压降等重点领域精准施策，提升运营效率，缓解成本压力。所属单位深挖降本潜力、积极推进专项项目，有力支撑公司年度经营目标实现。2026年，公司将持续提升协同效率，致力于通过全体系协同降本增效，保障盈利水平。

10、问：公司未来海外布局的战略规划是怎么样的？墨西哥工厂的在手订单情况、客户和盈利能力能否为我们做一些展望？

答：公司海外布局的总体战略是聚焦客户、产品与市场区域，通过贸易出口、跟随核心客户出海、海外建厂三种模式稳步推进。2026年公司加大资源投入，集中力量加快海外市场与产能布局，全面提升国际化运营水平与全球竞争力。

墨西哥作为公司重要的海外战略支点，其工厂旨在服务北美及全球客户。目前，在供产品包括墨西哥大众串联泵、通用LS6水泵；在手订单包括墨西哥大众EV05油泵、康明斯水泵、通用LS2水泵等。后续公司将持续在海外工厂聚焦本地化经营，实现订单及项目突破，为公司长期业绩增长作出贡献。

11、问：公司25年智能底盘、智能网联、热管理业务营收占比和增速情况如何？接下来还会继续加大这些业务的研究

发和产能吗？

答：2025 年，公司三大核心业务板块均保持了稳健的增长态势。其中，智能底盘产品实现营业收入约 87.0 亿元，同比增长 5.75%，占主营业务收入的比重达 49.97%；智能网联产品实现营收约 26.6 亿元，同比增长 9.75%，占比提升至 15.26%；全域热管理产品实现营收约 12.7 亿元，同比增长 4.23%，占比 7.30%。

未来，公司将继续聚焦这些核心业务领域。在研发端，公司会持续强化电控研发团队建设、加大研发投入，全力突破智能座舱域控、线控底盘、热管理集成模块等关键核心技术。在产能端，公司将结合各业务板块的“十五五”发展规划，实施并购补链，并结合“大底盘”整合战略及海外建厂路径，稳步推进优质产能扩充与全球化布局，进一步夯实公司在细分领域的主导地位。

12、问：公司今年的分红预案是怎么考虑的？未来将如何进一步落实“质量回报双提升”？

答：公司始终高度重视对投资者的合理回报，致力于与股东共享高质量发展成果。基于公司 2025 年稳健的经营表现及经营性现金流的良好增势，经董事会审议通过，公司 2025 年度利润分配预案为：以总股本 17.19 亿股为基数，向全体股东每 10 股派发现金红利 1.5 元（含税）。

在“十五五”新征程中，公司将积极响应号召，继续深入落实“质量回报双提升”行动方案。业务层面，我们将坚持以研发创新突破技术壁垒，以低成本战略提升盈利空间，持续拓展外部多元化优质客户，公司将持续深耕质量管控，提升产品与服务品质，打造值得信赖的核心零部件供应商形象。资本市场层面，公司将坚持以规范治理为根基，严守信息披露合规底线，持续提升信息披露质量与透明度，不断强化投资者关系管理与市值管理，积极向资本市场传递公司内

在价值，切实维护投资者合法权益。

13、问：2026年是否已有新订单突破？

答：2026年，公司紧抓汽车行业发展机遇，订单获取取得良好成效。2026年第一季度，公司合并口径新增订单共85项，按照客户规划产量计算，获取订单生命周期收入总额预计为167.5亿元。其中，传统市场以外订单52项，订单收入占比达到52.5%，预计订单生命周期收入总额88亿元；新能源类订单占比达到66.3%。

另外，公司在重点战略领域也取得多项突破性进展：一是首次获得一汽丰田底盘总成产品订单，实现了底盘系统业务在日系核心客户的重大突破；二是首次获得吉利A点底盘项目订单，持续深化与头部自主品牌车企的战略合作；三是进一步拓展了赛力斯电控减振器及蔚来汽车底盘产品系列。以上新增订单的获取，体现了公司在智能底盘、智能网联、全域热管理等领域的技术实力与市场认可度。

14、问：汽车行业现在内卷严重，会不会影响公司今年的订单和盈利？

答：面对当前汽车行业日益激烈的市场竞争环境，公司通过持续深化市场化转型和产品结构优化，展现出了极强的经营韧性。从2026年第一季度的订单表现来看，公司在激烈的行业内卷中依然保持了稳健的增长势头。第一季度公司合并口径新增订单共计85项，按照客户规划产量计算，预计订单生命周期收入总额达到了167.5亿元，体现了公司在智能底盘以及全域热管理等领域的核心竞争力。

盈利方面，公司当前主要面临以下经营压力：一是整车市场竞争日趋激烈，主机厂降价效应持续向零部件产业链传导，对公司盈利水平形成一定挑战；二是钢材、铝材等主要原材料价格大幅上涨，导致公司生产成本相应增加。针对上述压力，公司将多措并举、全力以赴，积极应对整车厂商传

	导及原材料价格波动带来的影响，努力消化成本压力，力争保持公司利润率稳定。
关于本次活动是否涉及应披露重大信息的说明	否
活动过程中所使用的演示文稿、提供的文档等附件（如有，可作为附件）	无