

证券代码：300735

证券简称：光弘科技

惠州光弘科技股份有限公司 投资者关系活动记录表

编号：2026-001

投资者关系活动类别	<input type="checkbox"/> 特定对象调研 <input 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 checked="" type="checkbox"/> 电话会议 <input type="checkbox"/> 其他
参与单位名称及人员姓名	华创电子、国联基金、长盛基金、上海鹏山资产管理、平安基金、睿远基金、上海玖鹏资产管理、中信期货、中航信托、CitadelInternationalEquities、兖矿资本管理、进门、国泰海通、国信证券、国投瑞银、华益资本、惠州国投、西部自营等 20 位机构及个人投资者。
时间	2026 年 4 月 28 日（周二）10:00-11:00
地点	电话会议、深圳、上海
上市公司接待人员姓名	董事会秘书：徐宇晟先生 证券事务代表：甄竞梅女士
投资者关系活动主要内容介绍	<p>一、 董秘徐宇晟先生对 2025 年年度报告、2026 年第一季度报告情况具体介绍：</p> <p>2025 年年报经营情况：实现营业收入 89.94 亿元，同比增长 30.69%，主要得益于对 AC 公司的收购并表以及公司自身业务体量的增长；归属于上市公司股东的净利润 2.89 亿元，同比增长 4.75%，归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润 2.62 亿元，同比增长 8.78%。经营活动净现金流维持增长，经营活动产生的净现金流量维持在较为正常的水平。</p> <p>纵观 2025 年全年，各季度之间呈现先抑后扬的态势，下半年表现优于上半年。一方面，公司业务在 2024 年之后持续提升，另一方面，国际形势变化促使公司部分业务重心逐步从国内转向海</p>

外。第四季度增长幅度较往年略有下降，主要受到消费电子领域内存涨价等因素的影响。此外，公司去年完成了对 AC 公司的收购及定增事项，四季度计提了一部分不能放入发行费用的并购成本和发行成本，累计约 1,300 余万元。剔除上述因素后，公司全年利润与收入水平整体健康。2025 年公司消费电子占比降至约 53%，汽车电子收入占比大幅提升至 36%，真正成为公司继消费电子以外最重要的业务支柱。汽车电子毛利率在经历此前的波动后，自 2024 年起持续修复，2025 年全年超过 9%，为公司营业利润提供了重要支撑。网络通讯、工业控制等业务也保持稳步增长。

2026 年一季度经营情况：2026 年一季度，公司实现营业收入 22.2 亿元，同比有较高的增长，其中 AC 公司贡献了约 8 亿元的营业收入，公司自身收入也有一定程度的增长。归属于上市公司股东的净利润为 1,700 余万元，同比有所下降。

一季度利润承压的主要原因在于：一、二月份受芯片内存涨价影响，消费电子市场较为低迷，公司稼动率偏低，消费电子作为人力资源消耗较大的业务板块，叠加春节因素的情况下对利润产生了较大影响。但自 3 月份起，国内某大客户的畅销机型全面启动，公司获得了较为可观的订单，消费电子业务恢复至相对正常的水平。

近期消费电子存储芯片涨价趋势有所缓解，甚至出现价格下降的情况，大部分客户已陆续开始回调其采购计划。叠加汽车电子等业务在营收和毛利率方面均呈现健康趋势，同时公司今年在 AI 算力服务器、数字能源等领域会有突破，公司在年度预算报告中给出了较为正面的全年预测，预计全年营收和利润均有望实现超过 20% 的增长。

一季度公司消费电子收入占比约 48%，汽车电子业务收入占比升至约 43%。公司未来将进一步打造网络通讯、新能源、工业控制等高附加值业务，以对冲和平衡各业务板块的波动。

二、互动交流环节具体情况如下：

1、当前消费电子各客户的拉货情况如何？客户占比结构有何变化？

答：从 2020 年之后，公司在消费电子方面的业务进行了较大的重构，过去几年主要以荣耀、小米和另一国内大客户齐头并进。进入 2026 年，整体格局发生了变化：受芯片涨价异常剧烈波动的影响，包括小米在内的部分客户需求出现一定的下滑，与此同时，某国内大客户的需求自 3 月份起有非常大的增加。全年粗略预计，某国内大客户的业务量有望超过其他品牌客户的总和。

芯片内存涨价对不同客户的影响并不相同：中低端机型占比较多的客户受影响较大，而国产替代率较高、高端机型占比较高的客户受影响较小，在市场销售和经营上反而具有更多优势。

2、消费电子全年展望如何？国内大客户的增量能否对冲其他客户的下滑？

答：目前来看，公司消费电子总量相比 2025 年预计维持大体持平，但客户结构将有所调整。不同客户之间的盈利水平存在差异，其中某国内大客户的利润水平相对较高，同时订单结构从原先的多客户分散转向单一大客户明星机种的大批量生产，稼动率和效率将有所提升。因此，2026 年消费电子板块在营收方面可能变化不大，但利润端有望因效率和价格等因素呈现更好的表现。

3、公司业务以来料加工为主，存储芯片涨价是否会直接影响公司利润？

答：公司国内消费电子业务主要以来料加工模式为主，海外有部分买料加工业务，但主要采购模式为代购，即客户指定供应商、型号及合约价，公司代为采购。在此模式下，价格涨跌均会同步向客户进行收取，利润本身不受直接影响。但消费电子成本的涨跌会对终端需求产生一定程度的影响，而过去两个季度消费电子需求变化主要就源于供应链价格波动。

4、2026 年一季度消费电子业务的毛利率及稼动率变动情况？

答：一季度公司消费电子主营业务收入约 10.5 亿元，其中加工费收入约 6 亿元，该加工费部分毛利率约为 19%，而正常情况下消费电子类加工费的毛利率一般在 20%以上。毛利率下降的主要原因是稼动率下降：去年一季度公司国内消费电子手机平板类出货量约 1,300 万部，今年一季度不足 1,000 万部，消费电子本身人力资源消耗较多，叠加春节因素，对成本端的影响尤为突出。

5、二季度消费电子出货量展望如何？

答：目前二季度客户订单仍在不断调整，供应链急剧波动下客户订单不够稳定。某国内大客户方面状况非常好，畅销机型单月单机型出货量超百万部，平板业务也比较稳定，其他客户在春节后内存价格有所回调的背景下，订单有一定程度的回暖，但尚未能回到去年的水平。总体而言，二季度消费电子总量有望回到相对正常水平，预计国内手机出货量约 1,300-1,400 万部。

6、一季度管理费用和销售费用同比增加较多的原因？

答：主要原因是并表范围增加。公司原本的管理费用没有太大变化，一季度销售费用和管理费用的增长主要系纳入了法国 AC 公司的相关费用所致。预计二季度管理费用和销售费用相较于一季度不会有太大变动。

7、汽车电子业务 2026 年及后续的展望和预期？

答：2025 年公司汽车电子业务实现了较大增长。营收方面，自去年 5 月并表 AC 公司后获得了较多汽车电子收入来源；毛利率方面，随着国内大客户增长及智驾业务兴起，2023 年以来出现爆发性增长，到 2025 年公司开始沉淀梳理，汽车电子从以营收和规模为导向逐步转向利润导向，全年毛利率从上半年约 7%提升至全年约 9.7%。

2026 年一季度汽车电子业务整体保持稳定，虽然一、二月份受

国补取消的影响国内汽车销量一般，后续将进入相对稳定状态。公司新获得多项汽车电子定点：法国 AC 法雷奥业务进一步扩大，国内新增蜂巢能源等知名汽车电子方案商的批量业务，均已完成定点并将在今年陆续贡献收入。原有支柱业务如国内大客户和法雷奥也将维持健康状态。汽车电子毛利率预计将进一步小幅提升，主营业务收入在稳定基础上亦有望小幅增长。

8、汽车电子业务当前接近 10%的毛利率对应的净利率水平大概是多少？

答：大致而言，汽车电子的净利润水平约为毛利率扣除 5—6 个百分点。

9、AC 公司去年并表期间的收入和利润贡献如何？今年全年对 AC 的展望和预期？

答：尽管部分投资者对 AC 的经营状况存在担忧，AC 在 2024 年并表前因一些原因出现了较大亏损，但并表后 AC 的经营状况非常健康。年报披露显示，AC 公司在并表期内为上市公司贡献了约 23 亿元的营业收入和 3,100 多万元的净利润。公司对此次收购的效果较为满意。今年预计 AC 经营状况将维持并向上提升。一季度 AC 并表约 8 亿元收入及约 400 万元净利润。

10、公司在算力/人工智能方面有何规划和展望？

答：2026 年算力方面的业务是公司较为重要的增量来源。虽然涉及客户敏感性不便详细透露，但从 2025 年起公司已明确感受到该领域需求增长，不仅限于 AI 算力服务器直接业务，还包括诸多附属业务。

国内大客户方面，从去年起算力板卡等业务已经开始，今年将扩展至更多服务器模组、液冷卡等生产等，即便按保守估计，市场规模也非常巨大，未来有望成长为公司消费电子、汽车电子以外最重要的业务板块，且目前可预测到的利润水平较为可观。

海外方面，算力带动了传统服务器在存储、传输等方面的业务增

长。公司在墨西哥的泰科电子连接器业务（算力服务器高速传输部件）、越南的诺基亚等客户业务（数据中心、交换机等）均因算力需求增长而发展迅速。

11、公司在算力大客户供应格局中的地位如何？竞争格局怎样看？

答：算力业务具有其特殊性：一方面具有一定保密性和政治属性，是未来各大国竞争的重要基础资源，另一方面产品尺寸等因素使其技术要求与消费电子完全不同，本身具有较大难度。公司在该领域起步较早，在 SMT 业务方面有较深的技术积累，构成了业务护城河。据了解，公司也是大客户最主要的供应商之一，未来在这一蓝海市场中，整体需求必定将向好发展。

12、除国内大客户外，算力业务是否有新客户拓展计划？

答：算力业务中真正成规模的客户较为稀缺，不同互联网厂商虽有定制化服务器需求，但归根结底仍回到 GPU 厂商的源头性需求。目前成规模的订单来源相对单一，公司接下来的目标是服务好现有的大客户，并随着客户的增长做好业务拓展。

13、AI 算力业务目前归在哪个业务板块？毛利率大概是什么水平？

答：AI 算力业务目前主要归在网络通讯板块下。该业务仍处于较早期的启动阶段，且采用来料加工模式，暂不涉及原材料和物料采购，仅收取加工费，因此营业收入体量相对不太显眼，但含金量较高，属于较高附加值的工业加工业务。

一季度整个网络通讯的毛利率约 12%左右，包含传统网络通讯业务，且受春节等因素影响并非正常月份，若单独拆分 AI 业务毛利率会比整体网络通讯高出较多，预计二、三季度后会有更清晰的统计数据。

14、数字新能源业务目前的情况和展望如何？

答：数字新能源是公司今年增长的一个潜在亮点。公司从去年开始在数字能源方面已有不错的斩获，与国内大客户及部分原有客户持续合作，产品涵盖家用充电桩、微型逆变器、商用储能及设备二次电源等。

该业务具有“小批量、多机种”的特点，产品形态丰富，同一类别产品有大量定制化需求，因此短期内收入贡献不会特别突出，但正因如此，未来在产品定价方面有望保持较好水平。此外，新能源业务与其他行业的发展存在联动效应，如充电桩随汽车电子增长而增长、服务器电源随算力需求增长而增长，这些带动因素使其具备更大的发展潜力。新能源与算力并列为公司今年重点推进的两大方向。

15、公司海外工厂整体经营情况、盈利能力及后续展望？

答：AC 公司方面：并表以来表现稳定良好，本身具备盈利能力，更换控股股东后客户信心增强。双向导流效果明显，公司向 AC 导入泰科电子等客户，AC 也向公司导入施耐德等客户，未来有望获得更多发展机会。

越南工厂：2025 年发展最好的海外工厂，得益于较低的对美关税、完善的电子供应链、与中国接壤的地理优势及成熟的电子制造体系，目前服务诺基亚、亚马逊、惠普、英特尔等众多海外客户。公司正加紧越南工厂的新建与扩建，以满足更多客户需求。

印度工厂：过去几年一直是公司海外利润最好的工厂之一，但鉴于印度地缘政治局势较为微妙，公司对印度工厂的策略为维持现状，不再追加投资，有利润即分红回国。

墨西哥工厂：为 AC 旗下工厂，受中美贸易因素影响，墨西哥产能资源非常稀缺。公司拥有墨西哥工厂为拓展美国市场提供了重要支撑，泰科电子等客户正是因此成为公司客户。近期公司将更充分地利用墨西哥工厂现有场地，承接更多订单。

	<p>此外，公司近期还将在印尼巴淡岛免税区增设工厂，为 AC 带来的施耐德等新海外客户提供服务，目前已在筹建当中。</p> <p>三、总结展望</p> <p>公司业务布局正在发生深刻变化，从消费电子为主逐步转向多领域协同发展，包括汽车电子、AI 算力和新能源等新兴业务。公司收入来源也从根植国内转变为海外收入占比超过一半，在全球四大洲均有布点。</p> <p>虽然一季度受存储芯片涨价对消费电子的冲击较大，但自 3 月份起已恢复至较为正常的水平。公司通过非消费电子业务填补波动的同时，积极拥抱大客户资源，期待消费电子领域的需求回暖带来更多斩获。公司对 2026 年全年营收和利润均实现超过 20% 增长保持较强信心，海外基地布局及算力等新兴业务将为公司未来发展打开更大的成长空间。</p>
说明	本次活动不涉及未公开披露的重大信息。
附件清单(如有)	无
日期	2026 年 4 月 28 日