

证券代码：301563

证券简称：云汉芯城

云汉芯城（上海）互联网科技股份有限公司

投资者关系活动记录表

编号：2026-008

投资者关系活动类别	<input type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 其他：（请文字说明其他活动内容） <input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 业绩说明会 <input checked="" type="checkbox"/> 路演活动 <input type="checkbox"/> 电话会议
参与单位名称	2026年6月15日 中金公司 2026年6月16日 西部证券、宽格投资、运舟资本、海富通基金、复需投资、永诚保险资管、景熙资产、招商信诺资管、山西证券、惠升基金、健顺投资、申万菱信基金
时间	2026年6月15日、2026年6月16日
地点	机构会议室及线上会议
上市公司接待人员姓名	首席财务官兼董事会秘书：周雪峰
投资者关系活动主要内容介绍	一、介绍公司基本情况 二、互动交流主要内容 1、公司的业务定位是什么？货源的采购和产品定价如何决定？ 答：公司是一家以数字化、人工智能为核心驱动力的电子产业互联网平台企业。公司服务客户的核心需求可概括为“小

散临急”——即“小批量、多品种、临时性、急迫性”需求，这是公司长期深耕的基本面。公司依托互联网与信息技术手段高效匹配供需，构建现货供应能力，既能高效响应传统渠道覆盖不足的中小批量现货和紧急需求，又能向批量采购延伸服务深度，这也形成了对传统经销商的核心差异化优势。

在货源采购与产品定价方面，公司拥有充分的自主决策权：采购端基于平台积累的海量交易数据与市场情报，结合智能算法进行动态寻源与比价，灵活选择最具性价比与供应稳定性的渠道；定价端则由平台根据市场供需关系、库存状况及客户需求特征等因素独立确定。

2、公司互联网平台的供应模式有哪些？

答：主要有两种供应模式：先采后销（备货模式）和先销后采。先销后采占比 60%多，先采后销占比 30%多。先销后采模式通过实时获取供应商库存信息，满足客户小批量、多品类、临时性、急迫性的需求，解决了客户需求广度和品质保障的痛点。

3、公司先销后采模式下的价差如何确定？

答：在先销后采模式下，公司收益主要来源于销售定价与采购成本之间的合理差额，该差额由公司基于市场化定价模型综合确定。定价模型的核心输入参数主要包括：当期市场现货价格水平、全球多源库存与可供货量的动态变化、对供需及价格趋势的判断，以及公司既定的市场竞争策略。同时，公司依托覆盖全球近 4,900 家供应商的网络优势与长期合作关系，通过多源比价、替代料推荐及区域货源调配等手段提升采购议价能力，并借助平台规模效应进一步优化采购成本。

4、如何看待 MLCC 等其他元器件品类的市场行情？

答：当前电子元器件行业整体处于上行周期，MLCC 等品类受 AI 算力需求增长拉动，供需偏紧，价格处于上升通道。虽然市场有一定的周期性波动，但这次由于 AI 带来的需求增量可能会持续较长时间，因此对未来市场持乐观态度。

公司作为现货供应平台，市场景气回升有助于客户获取与转化加速；价格上行阶段，自有备货部分采购成本涨幅一般滞后于销售价格，将出现阶段性毛利正向波动。在客户服务层面，公司注重将外部市场波动转化为客户粘性与服务价值。依托平台的交付能力、供应保障水平以及区域间现货资源调配能力，将优质供应链资源转化为更完善的客户服务方案，使更多客户认可公司的服务与供应能力提升。

5、公司的备货趋势是怎样的？

答：公司备货由备货模型根据市场变化、历史数据和供需关系动态调整，备货周期一般为三到四个月，行情好可能拉长到六到九个月；当模型判断价格过热时，亦会缩短备货周期以控制风险。当前市场环境下，公司将根据备货模型指引适时调整库存水位，在保障交付稳定性的同时注重库存效率与风险平衡。

6、公司的备货模型是如何建立的？

答：公司的备货模型系基于多年运营过程中积累的多维度数据构建而成，涵盖客户搜索行为、询价记录、下单及成交数据，以及市场价格与库存的动态变化信息。公司自 2022 年起开始对该模型进行探索性建设，并于 2023 年逐步形成较为体系化的备货机制，该机制的建立对提升公司整体毛利率产生了积极作用。备货模型的核心价值主要体现在两个方

面：一是通过前置储备有效提升了订单响应速度，满足了客户对快速发货的需求；二是通过规模化采购与合理库存管理，在一定程度上缓解了小批量订单面临的批零差价问题。

7、公司的增长逻辑是什么？

答：公司的增长逻辑建立在“客户规模增长—供应能力强化—数据能力迭代—服务体验提升”所形成的正向循环基础上，具体表现为：

随着平台客户规模及交易量的持续增长，公司对上游供应商的议价能力与吸引力不断增强，供应商在产品品类丰富度、价格竞争力、交付优先级及服务配合度等方面给予公司更有利的支持；供应能力的强化，进一步提升了平台在现货交付、价格优势及需求响应等方面的服务水平，从而吸引更多下游客户向平台聚集；与此同时，平台在持续运营过程中积累了海量的交易数据、供需动态及市场情况，为备货模型、精准匹配、替代推荐及风险预警等数字化能力的迭代优化提供了基础；数字化能力的提升导致公司服务能力的提升，又进一步促进了客户粘性与交易活跃度的增长，从而形成正向循环。

上述“客户增长—供应强化—数据积累—服务能力提升”之间的相互促进与持续循环，构成了公司业务增长的底层逻辑，亦是公司持续构建产业互联网平台核心竞争力的重要驱动机制。

8、公司的产品结构是怎么样的？

答：半导体（含分立器件）合计占比接近 60%，被动器件占比 15%-17%，连接器占比与被动器件类似，其余为模组和模块等。这一结构与电路板上的价值分布相似，具体比例会随

	市场环境变化而有所波动。
附件清单（如有）	无
是否涉及应披露重大信息的说明	本次活动不涉及未公开披露的重大信息。
日期	2026年6月16日