

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：2025-07

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
活动参与人员	投资者网上提问
时间	2025 年 5 月 27 日 15:00-16:30
地点	公 司 通 过 全 景 网 “ 投 资 者 关 系 互 动 平 台 ” (https://ir.p5w.net) 采用网络远程的方式召开业绩说明会
上市公司接待人员姓名	董事会秘书张宁
交流内容及具体问答记录	公司就投资者在本次说明会中提出的问题进行了回复： 1、公司如何应对宏观经济环境的不确定性和汽车零部件行业产业升级与技术革新带来的风险与机遇？在加强现金流管理和应收账款管理方面，公司未来有哪些具体的规划和措施？ 答：您好，在宏观经济环境不确定性增加，以及汽车零部件行业产业升级与技术革新加速的大背景下，富奥股份将从以下几个关键方面积极应对风险、把握机遇，实现持续稳健发展：市场端，稳固集团内客户合作，同时积极开拓国内外优质客户资源，优化客户结构，提升市场份额。成本管控上，深化低成本战略，提升全价值链运营质量，增强成本竞争力。研发方面，聚焦“轻量化、电动化、智能及网联化”，加大投入推进产品转型升级，加快开发底盘系统、新能源热管理系统、智能驾驶产品等。

	在加强现金流管理和应收账款管理方面的规划和措施主要有以下三点：一是密切跟踪客户回款，确保应收账款能够及时收回，提高资金周转效率；二是优化供应商管理，与供应商建立良好的合作关系，争取更有利的采购付款条件，如延长信用期、加大票据支付比例等，在不影响原材料供应的前提下，合理利用应付账款的账期，增加企业自身资金的使用效率，减少经营活动现金流出；三是优化生产与采购流程，“以销定产”模式下，根据实际销售订单安排生产，精准采购原材料，避免存货增加导致的资金占用。同时，提高生产效率缩短生产周期，加快产品交付速度，进而加快货款回收速度。感谢您的关注。 2、公司的核心竞争力在 2024 年和 2025 年一季度是否发生了变化？在面对行业竞争和市场环境变化时，公司如何进一步强化和提升自身的核心竞争力，尤其是在底盘系统等核心产品领域？ 答：您好，公司核心竞争力持续强化。在客户结构优化方面，外部市场收入占比大幅提升，新能源订单储备丰富；敏捷研发，快速响应，通过强化重点研发项目管理，有效推进各项任务落地，促进自主研发能力持续提升。减振器业务优势明显，电控减振器收入大幅增长且市场占有率领先，并且提前布局了空气弹簧产品。面对行业竞争和市场变化，富奥股份公司持续推进公司重点项目，推动富奥股份公司大底盘战略落地，重点开展市场、制造、研发端资源共享，大力开拓外部市场，树立富奥股份公司提供底盘系统化解决方案的品牌形象。感谢您的关注。 3、旗下富赛公司 2024 年二期厂房竣工并逐步投入使用，预计满产后总产能将达到 60 亿元，请问目前富赛公司的产能利用率如何？在智能座舱、智能驾驶和网联服务等板块的业务开展情况如何？是否面临一些技术和市场挑战，公司计划如
--	--

	何应对？ 答：您好，富赛公司当前产能利用率较高。富赛公司深耕智能座舱、智能驾驶及网联服务三大业务板块，2024 年成功获取智能座舱域控制器、辅助驾驶域控制器等项目，自主研发能力加速构建。下一步，富赛公司将以创新为引擎，深度洞察行业趋势与客户潜在需求，通过技术迭代与产品升级，打造差异化竞争优势。同时，富赛公司也将以更加专业的团队更好的服务客户，以满足市场和客户需求。感谢您的关注。 4、2025 年公司业绩增长的主要看点有哪些？在汽车零部件行业竞争加剧的背景下，公司如何抓住机遇实现业绩的持续增长？ 答：您好，2025 年公司业务增长主要看点包括电控减振器、智能网联、大底盘协同等。在行业竞争加剧的背景下，公司将在市场拓展、自主研发、全价值链降成本等方面持续发力，推动核心竞争力不断强化。感谢您的关注。 5、公司在 2024 年进行了哪些降本增效的具体举措？这些举措在当年实施后效果如何，是否对成本控制和效率提升产生了积极影响？ 答：您好，公司 2024 年公司深入开展低成本战略，强化两级公司协同，促进低成本战略向全价值链业务展开。在研发方面，以项目为支撑，持续开展研发创收与降本，加强研发资源共享与研发费用管控；在投资方面，注重投资效率效果，充分考虑资产利用情况，分清主次、轻重缓急，控制投资成本；在采购方面，统筹制定采购降本立项方案，开展采购体系深度对标，构建有竞争力的优质采购体系；在运营方面，推动运营体系保障能力持续提升，运用精益及数字化的方法优化生产过程、提升运营效率；在营销方面，积极获取优质订单。保障产品价格水平，保证收入稳步增长并持续优
--	--

	化市场结构；在人资方面，进一步推进人员配置精细化管理，人工成本精细化管理，持续推进人员效率提升工作。感谢您的关注。 6、公司在市场拓展方面制定了哪些策略？2024 年新增订单 307 项，其中外部市场订单 142 项，外部订单收入占比达到 48%，新能源类订单占比超过 80%，请问公司在市场拓展过程中，如何针对不同客户群体和市场需求制定差异化的拓展策略，以实现如此显著的订单增长？ 答：您好！公司在市场拓展方面坚持“战略引领、技术驱动、精准施策”的策略，通过系统化、差异化战略实现市场突破与订单增长。在战略层面，公司高度重视市场开发工作，构建资源协同机制，积极获取优质订单；在成本方面，推进低成本战略，全流程优化成本结构，以高性价比增强竞争力；在研发方面，技术研发是公司抢占市场先机的关键，公司以研发为导向，持续强化自主创新能力，抢占技术制高点，形成核心竞争力；采用“一企一策”的战略，结合下属各公司不同特点，制定差异化战略，如智能悬架方面，采用技术领先策略，近年来成功开发了电控减振器产品，实现在赛力斯、比亚迪等市场的配套。感谢您的关注。 7、公司所处的汽车零部件行业目前整体发展情况如何？行业竞争格局有哪些变化趋势？公司如何定位自身在行业中的发展，以应对这些变化和挑战？ 答：您好，汽车零部件产业正经历电动化、智能化、网联化、低碳化快速转型，在这一发展过程中，一是要求零部件企业具备更强的自主研发能力，掌握“四化”趋势的关键核心技术，并能提供系统化的解决方案，逐步成为“Tier0.5”级别的供应商，与整车企业共同发展。二是汽车行业处在“后合资”时代，中国零部件企业以敏捷研发、快速响应作为核
--	--

	心竞争力，构建了差异化的优势，中外合资公司的后续定位及发展需要向“技术+市场共创”转型升级。三是要求零部件企业具有更高的柔性、更强的韧性，并能聚块成链，形成相互交织的紧密连接和高效协同，实现资源快速精准的统筹调配，提升抗风险能力。 公司将紧密跟踪行业前沿动态，深度剖析产业变革趋势，科学系统谋划发展战略。在战略布局上，公司将持续加大研发投入，聚焦核心技术攻关，推动产品迭代升级，提升产品市场竞争力；深化与产业链上下游企业的合作，优化资源配置，构建协同发展生态，增强产业协同效应。同时，完善内部管理体系，加强人才梯队建设，提升运营效率与风险防控能力。面对复杂多变的市场环境，公司将保持战略定力，灵活调整经营策略，以创新驱动发展，致力于实现长期可持续增长，为股东创造更大价值。再次感谢您的支持！ 8、截至 2024 年，公司在新能源汽车零部件领域的产品市占率情况如何？与上一年度相比是提升还是下降？公司采取了哪些措施来巩固和提升在新能源领域的市场份额，尤其是在比亚迪、赛力斯、蔚来汽车、小鹏汽车等新能源优质市场领域取得大量订单的情况下？ 答：您好，得益于公司长期以来在新能源领域的战略布局与持续投入，以及市场对新能源产品需求的稳步增长，公司新能源产品收入占比持续提升。为进一步巩固并提升在新能源领域的市场份额，公司将采取稳健且积极的发展策略。一方面，针对已获取的新能源产品订单，公司将严格按照客户要求，科学规划生产流程，有序推进量产工作，确保产品按时、高质量交付；另一方面，公司将继续聚焦新能源市场发展趋势，通过优化产品结构、加强技术研发、拓展合作渠道等方式，稳步扩大在新能源市场的业务覆盖范围。感谢您的关注。
--	--

	9、截至 2025 年一季度，公司在手订单情况如何？与去年同期相比是增加还是减少？这些在手订单是否会对公司未来几个季度的业绩产生积极支撑作用，尤其是在新能源汽车市场快速发展的背景下？ 答：您好，2025 年第一季度公司新增订单仍然保持增长状态，由于项目量产需要一定准备周期，上述订单尚未转化为当期收入。随着订单的逐步交付，预计将对未来收入产生积极影响，收入结构也将持续优化。公司将持续高效推进订单履约工作，确保各项目顺利量产，充分释放订单潜力，为股东和投资者创造更大价值。感谢您的关注。 10、2025 年第一季度公司营业收入为 36.27 亿元，同比下降 3.64%，但归属于上市公司股东的净利润为 1.63 亿元，同比增长 0.26%，扣非归母净利润为 1.5 亿元，同比上升 9.35%，请问导致营收下降但净利润和扣非净利润微增的原因是什么？这一趋势是否会延续，公司拟采取何种措施应对？ 答：您好，2025 年第一季度营收下降但净利润和扣非净利润微增的原因有以下三方面：一是公司持续推进低成本战略，通过优化生产流程、降低原材料成本以及提升生产效率等方式，使毛利率同比提升 1.2 个百分点；二是公司在管理费用和研发费用合理控制方面取得一定成效，降幅 4.4%；三是信用减值损失减少 936 万元，主要为资金回笼情况改善，坏账风险减少。未来，公司将继续深化低成本战略，提高盈利能力；根据市场需求和发展趋势，调整产品结构，增加高附加值、高科技含量产品的生产和销售，提高整体利润水平。感谢您的关注。 11、公司 2024 年营业收入为 164.68 亿元，同比增长 3.95%，归母净利润为 6.76 亿元，同比增长 11.93%，扣非归母净利润为 6.17 亿元，同比增长 26.85%，请问哪些因素促成了公司业
--	--

	绩的增长？公司在市场拓展和产品销售方面采取了哪些有效措施以实现营收的增长？ 答：您好，公司业绩实现稳健增长，主要得益于外部市场的拓展与精细化的内部管理。在市场开拓方面，2024 年外部市场销售收入达到 47.5 亿元，较上年增长 13 亿元，增幅高达 37%，销售收入占比提升至近 30%。内部管理层面，公司坚定推进低成本战略，毛利率同比提升 1 个百分点，有效提升了盈利水平。同时，在期间费用管控上成果斐然，管理费用和研发费用均得到合理控制，确保资源向核心业务倾斜，为业绩增长提供了坚实保障。在市场拓展方面，公司聚焦集团内、外市场优质客户和重点项目，积极组织调度产品技术和营销资源，合理管控风险，推动销售收入进一步提升。 12、2024 年公司经营活动产生的现金流量净额同比增长 961.69%，这一显著变化背后的原因是什么？公司是如何优化现金流管理以实现如此大幅度的增长的？ 答：您好，2024 年通过多种保障方式，货币口径经营活动现金流净额同比增加 4.25 亿，同比增长 961.69%，主要是适时开展票据贴现业务及优化供应商付款比例，通过探索新付款模式，全资子公司实现独立开票，经营活动现金流净额同比增加。感谢您的关注。 13、公司在研发投入方面，2024 年研发费用同比减少 5.19%，请问公司如何在研发费用有所下降的情况下，仍保持技术创新和产品升级的动力？2025 年公司在研发投入方面又有哪些规划和重点方向？ 答：您好，2024 年，随着市场环境的变化，公司在支持研发工作的同时，采取了更为精准的控制策略，对研发费用、研发人员等研发资源持续精细管理，落实管控责任，确保研发资源精准配置。2025 年，公司仍将持续加大在轻量化、电
--	---

	动化、智能及网联化等方面研发投入，将重点围绕底盘系统、热系统、电动系统及智能网联系统等产品开展技术突破，加快空气悬架、冗余转向等底盘核心电控产品的开发进度，并积极与整车厂商开展深度合作，为后续大规模生产和市场推广奠定坚实基础。 14、2024 年公司基本每股收益为 0.39 元，较上年增长 11.43%，公司如何平衡股东回报与自身发展需求？未来公司是否有计划通过何种方式进一步提升股东回报？ 答：您好，公司一直高度重视股东回报，在平衡股东回报与自身发展需求方面，始终秉持审慎且全面的考量。一方面，为保障公司长期稳健发展，合理规划资金用于业务拓展、技术研发以及市场布局等关键领域。2024 年公司在退役电池梯次利用业务基础上，重点谋划了电池材料再生利用业务，成立富奥天奇新能源科技有限公司，完善电池循环生态产业链布局，进一步提升电池回收服务综合能力；公司与一汽集团基于战略共识，深入开展协同合作，针对智能转向、智能悬架（含空气弹簧）产品线，分别与一汽股权公司合资设立富奥智能转向公司、富奥智能悬架公司，借助公司已有的研发基础和一汽集团的资源支持，转向和悬架两个产品线将加速实现全面电动化产品的量产落地。另一方面，我们也充分尊重股东利益，基于对公司经营状况、现金流情况以及未来持续发展的资金需求与长远利益的综合考量，确定了相应的分红方案。展望未来，公司致力于通过多种方式进一步提升股东回报。一是持续聚焦主业，强化经营管理，推动业绩稳健增长。二是根据公司实际发展情况，适时评估并优化分红政策，在确保投资计划顺利实施、保障公司稳健发展的前提下，充分考虑股东合理回报，适时优化分红政策。感谢您的关注。 15、公司在精细化管理方面采取了哪些具体措施？这些措施
--	--

	在优化内部管理流程、提高运营效率等方面发挥了怎样的作用？ 答：您好！公司始终将精细化管理作为提升公司运营管理的重要抓手，通过多维度管理举措优化内部流程、提升运营效能。在客户管理方面，建立客户分级管理体系，科学开展客户风险评级工作，实施差异化营销策略，降低市场风险；研发体系聚焦“轻量化、电动化、智能及网联化”研发目标，聚焦新能源及自动驾驶产品研发目标，聚焦关键核心总成研发目标，以战略规划为引领，通过项目全周期管理、核心人才库建设及研发能力评价机制提升自主创新效能，同时强化跨部门协同推动研发成果快速转化；成本管控上将低成本战略融入业务全流程，通过 BOM 成本优化、投资效益评估、采购体系对标等举措，实现从设计端到制造端的成本精细化管理；数字化管理方面，技术层面稳步开展数据库与操作系统国产化替代、加速业务系统上云，管理层面构建项目预评审机制，实现采购 SRM、生产 MES、财务报表管理及 ERP 系统全流程线上化，打通部门间数据壁垒。这些举措有效优化了内部流程，客户服务资源匹配更精准、研发项目转化率提升、成本压降目标达成、业务线上化覆盖率显著提高。未来，公司将持续深化精细化管理，以数字化为引擎、以成本管控为核心、以客户价值为导向，不断完善管理体系。感谢您的关注！
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

