

苏州昀冢电子科技股份有限公司

投资者关系活动记录表

编号：2025-002

投资者关系活动类别	<div><div><input type="checkbox"/>特定对象调研</div><div><input type="checkbox"/>分析师会议</div><div><input type="checkbox"/>媒体采访</div><div><input checked="" type="checkbox"/>业绩说明会</div><div><input type="checkbox"/>新闻发布会</div><div><input type="checkbox"/>路演活动</div><div><input type="checkbox"/>现场参观</div><div><input type="checkbox"/>电话会议</div><div><input type="checkbox"/>其他</div></div>
参与单位名称	线上参与公司 2024 年度暨 2025 年第一季度业绩说明会的全体投资者
会议时间	2025 年 5 月 12 日 15:00-16:00
会议地点	公司会议室、通讯会议
上市公司接待人员姓名	董事长、总经理：王宾 董事会秘书、财务总监：陈艳 独立董事：刘海燕
投资者关系活动主要内容介绍	<p>问题 1：请问公司陶瓷基板业务发展怎么样？</p> <p>答：公司通过持续的研发布局，现已成功量产并批量开始向激光行业头部企业供货。公司研发的“高导热陶瓷电子线路基板”，充分利用氮化铝、碳化硅、金刚石等基材的高导热、高绝缘等特性开发了预制金锡陶瓷热沉产品，被广泛应用于激光切割、激光打标、激光钻孔、激光熔覆等多个领域。目前公司 DPC 产品工艺技术成熟，结合市场需求情况，积极推动新兴领域的市场应用。2025 年相关产品的出货量有望进一步提升。</p>

	<p>问题 2：公司在电子陶瓷领域研发的预制金锡陶瓷热沉产品，目前的市场反馈如何？</p> <p>答：公司自主开发的预制金锡陶瓷热沉产品，包括预制金锡的氮化铝、碳化硅等陶瓷热沉产品，已实现量产并顺利达成交付目标，获得市场反馈良好，赢得了客户的高度认可。</p> <p>问题 3：在 2024 年新业务量产推动营收增长的情况下，如何看待 MLCC 业务折旧及成本上升导致的子公司大额亏损？未来是否有具体措施改善子公司盈利状况？2025 年第一季度消费电子业务订单下降明显，公司认为除了新机型发布节奏延后，还有哪些深层次原因影响订单获取？</p> <p>答：2024 年度，子公司池州昀冢在建工程转固，导致折旧等相关费用大幅增加，叠加人工、材料等运营成本增加，导致公司处于亏损状态。后续伴随电子陶瓷业务产能提升、销售规模扩大，公司经营情况将得以改善。未来，公司将持续通过研发及工艺技术提升，有效降低材料成本，加速中高端及差异化产品研发和市场布局，持续提升产品市场竞争力；同时，公司将采取多元的融资手段，有效改善资本结构及现金流，推动公司稳健、健康发展。除受新机型发布节奏延后影响外，公司还对消费电子行业下游客户进行充分信用评估，调整营销策略、优化客户订单，从而导致 2025 年第一季度营业收入有所下滑。</p> <p>问题 4：公司主动收缩半导体引线框架业务投资，放弃相关子公司控制权，这一决策是否意味着未来将完全退出该领域？后续业务重心会如何调整？对于 MLCC 及 DPC 陶瓷基板等电子陶瓷业务，在</p>
--	--

	<p>市场规模逐步扩大的背景下，公司计划如何利用国产替代趋势，进一步提升市场份额？</p> <p>答：公司对非核心业务进行优化，将有利于公司聚焦资源发展消费电子、汽车电子和电子陶瓷业务。电子陶瓷业务为公司中长期战略重点发展领域，伴随电子陶瓷应用市场的不断扩大，公司将持续强化电子陶瓷领域重点产品的研发和市场拓展，并通过多元的融资手段，持续推动 MLCC 和 DPC 业务发展，进一步提升市场份额。</p> <p>问题 5：面对消费电子行业竞争激烈、新机型发布不确定的现状，公司调整营销策略优化客户订单，能否具体介绍下这些策略的实施方向和预期效果？在汽车电子领域，公司如何抓住国产化加速和行业复苏的机遇，快速实现产品的市场渗透和业务增长？</p> <p>答：公司对下游客户进行充分信用评估，调整营销策略、优化客户订单，该举措将加快公司资金周转速度、提高运营效率，同时将有效降低坏账风险、减少潜在经济损失，提升公司整体抗风险能力。此外，该举措将使得公司能集中资源深耕优质客户，推动产业链上下游健康良性发展，以更优质的服务提升客户满意度与忠诚度。综上，该举措将有利于公司长期可持续发展。在汽车电子领域，公司重点布局线控底盘制动系统领域，相关产品主要包括 ABS、ESC、ONE BOX 等。伴随国内外新能源汽车市场规模持续增长、技术不断突破、产业链日益完善，公司汽车电子业务规模有望扩大。</p> <p>问题 6：针对 MLCC 业务人工、材料成本上升的问题，公司目前采取了哪些降本增效的措施？未来</p>
--	--

	<p>是否会通过技术创新或供应链优化进一步控制成本？在电子陶瓷业务前期产能爬坡阶段，如何平衡产能扩张带来的成本增加与未来盈利预期之间的关系？</p> <p>答：在 MLCC 业务方面，公司持续通过相关可行措施实现降本增效，比如优化生产流程、提高产品良率、加强供应链管理、强化员工绩效考核等。未来公司将通过工艺改进等方式进一步控制相关成本。在电子陶瓷业务前期产能爬坡阶段，公司将依据市场需求及公司研发、生产实际情况，合理规划产能扩张节奏，有序增加相关投入。同时，通过技术创新提升产品附加值，持续提升产能利用率、产品良率。</p> <p>问题 7： 2025 年一季度研发费用占比大幅提升，这些投入主要聚焦在哪些技术领域？是否与公司当前重点发展的汽车电子、电子陶瓷业务相关？公司持续加大研发投入，在核心技术突破和新产品开发方面，预计多久能转化为实际的业务增长和市场竞争能力提升？</p> <p>答：公司 2025 年第一季度研发费用中，主要聚焦在 MLCC 领域。公司研发成果转化受技术发展、市场环境等多方面影响，公司将加快推进相应进程，持续优化流程与策略，争取在合理周期内实现成果转化，为公司带来业务增长。</p> <p>问题 8： 公司未来发展重点是什么？</p> <p>答：公司将在保持消费电子主营业务优势的基础上，积极顺应市场趋势与行业变革，稳步推进汽车电子、电子陶瓷领域的业务拓展，为公司创造新的增长点，构建更具韧性与竞争力的业务生态。</p>
--	---

	<p>问题 9：如何看待公司所处行业发展现状及前景？有何机遇与挑战？</p> <p>答：公司当前所处行业技术迭代与市场需求变化并存。公司在面临新兴技术催生新应用场景、政策利好释放发展动能等机遇时，也面临着市场竞争加剧、技术突破难度大等挑战。</p> <p>问题 10： 2024 年毛利率有所下滑，公司未来是否有提升毛利率的计划？</p> <p>答：公司将通过技术升级、产品迭代、提高生产效率等方式，维持并提升相关产品的毛利率。</p> <p>问题 11： 公司报告期内盈利水平如何？</p> <p>答： 2024 年度，公司实现营业总收入 56,076.84 万元，同比增长 6.83%；实现归属于母公司所有者的净利润-12,394.93 万元，亏损同比减少 1.74%；实现归属于母公司所有者的扣除非经常性损益的净利润 -18,552.77 万元，亏损同比扩大 41.70%。亏损主要系公司 MLCC 业务进入小批量量产阶段，子公司池州昀冢在建工程转固导致折旧等相关费用大幅增加，叠加人工、材料等运营成本增加，导致该子公司对归属于上市公司股东的净亏损影响为 13,387.63 万元，亏损同比增加 8,174.66 万元。</p> <p>问题 12： 公司未来的盈利有什么增长点？</p> <p>答：公司将在保持消费电子主营业务优势的基础上，持续推进汽车电子、电子陶瓷领域的业务拓展。伴随公司 MLCC 及 DPC 产品进入量产爬坡阶段，有望为公司贡献新的业务增长点。</p> <p>问题 13： 公司所处行业本报告期整体业绩如何？行业未来发展前景怎么样？</p>
--	---

	<p>答：2024 年度消费电子行业整体发展态势良好，呈现出回暖趋势。在技术创新驱动、消费需求释放和政策支持等因素的共同作用下，行业市场规模有望扩大、发展前景良好。</p> <p>问题 14： 公司是否有拓展海外市场的计划？</p> <p>答：公司将在立足国内市场的同时加大海外市场的拓展。</p>
关于本次活动是否涉及应当披露重大信息的说明	本次活动不涉及应当披露重大信息。
附件清单	无
上传日期	2025 年 5 月 13 日