

证券简称：威迈斯

证券代码：688612

深圳威迈斯新能源（集团）股份有限公司

投资者关系活动记录表

编号：2025-004

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 ☐一对多交流 ☐其他
参与单位及人员名称	中信证券、中信建投、开源证券、浙商证券、天风证券、华泰证券、汇添富基金、嘉实基金、建信基金、申万菱信、长城基金、浦银安盛基金、鹏华基金、信达澳亚基金等55位机构及个人投资者
时间	2025 年 10 月 28 日—11 月 4 日
地点	价值在线（www.ir-online.cn）、公司会议室及线上会议
公司接待人员姓名	董事会秘书兼财务总监：李荣华 证券事务代表：张晓旭
投资者关系活动主要内容介绍	第一部分： 公司已于2025年10月28日在上海证券交易所网站（www.sse.com.cn）披露《2025年第三季度报告》。交流会上，公司管理层对报告期内整体业绩进行解读，并介绍公司经营业绩情况、战略规划等。 第二部分：问答环节 Q1：请问公司2025年第三季度主营业务产品的销量如何？主要客户情况如何？ 答：基于新能源汽车行业整体规模的扩张趋势以及公司对主营业务产品结构的调整优化，公司2025年第三季度整体的经

营业绩情况延续了2025年第二季度的增长趋势，2025年第三季度车载电源产品销量超60万台。公司2025年第三季度主营业务收入中排名靠前的客户包括Stellantis 集团、理想汽车、长安汽车、吉利汽车、零跑汽车、上汽集团、奇瑞汽车、小鹏汽车等（排名不分先后），公司的主要客户群体并未发生重大变化，客户排名存在正常波动。

Q2：请问公司新一代车载电源集成产品在2025年第三季度的收入、销量情况怎么样？

答：公司新一代车载电源集成产品在市场上的投放正按计划正常进行。从产品结构来看，2025年第三季度，公司新一代车载电源集成产品的销售收入占集成产品的比例在20%以上，保持相对稳定；公司在新产品迭代方面仍然秉持着“生产一代、研发一代、预研一代”的整体策略，将会持续推进公司的主要产品迭代并优化销售产品结构。

Q3：请公司介绍一下目前的研发投入情况，对未来的费用率方面是否有展望？

答：2025年前三季度公司研发投入累计约3.09亿元，同比增长超过10%，占营业收入比例为6.72%，同比持续提升。在研发费用方面，公司会按照现行的产品迭代节奏与整体规划，不断进行前沿技术的研发探索与创新。

在费用率方面，从2025年前三季度整体的趋势来看，销售费用率、管理费用率环比基本持平，财务费用率持续位于低位，整体维持稳健高效的运营模式。公司将会保持投入节奏，并且随着公司业务规模的持续扩张，从全年的维度来看，整体费用率将保持稳定并逐步降低。

Q4：请问公司对境内市场份额的下滑怎么看呢？公司在海外有没有新的客户拓展情况？

答：根据部分公开数据统计，2025年前三季度，公司在中国乘用车车载充电机市场的市场份额约为16%，排名第二；在第三方供货市场，2025年前三季度公司出货量占市场份额约为24%，自2020年以来持续保持排名第一。从目前的情形以及公司销售产品结构趋势看，2025年公司有信心能够稳住境内市场份额。目前公司整体的战略重心是落地全球化战略，今年前三季度的整体业绩表现也已一定程度上反映了我们在经营策略上的调整。

市场策略层面的话，目前公司在客户中所占的份额保持相对稳定，且在境外市场正加速本地化运营，抓住全球车企电动化转型的机遇扩大份额。目前公司正在积极拓展海外客户，在现有海外客户中的供货结构和新客户定点方面都有一定进展。当下公司还是会聚焦经营层面，持续研发投入、紧跟智能化技术趋势，不断丰富产品矩阵，为股东创造长期稳定的价值回报。

Q5：请问公司是否考虑过跨行业，比如规划低空经济等相关的第二、第三增长曲线？

答：公司目前的主要战略方向仍是聚焦于新能源汽车领域，汽车领域作为当前国家发展的国之支柱，产业链条较长，具备广阔的产业空间，新能源汽车行业整体仍具备增长空间，除了境内的车型迭代外，境外较于境内的相对较低的渗透率也给了公司施展拳脚、发挥价值的空间，公司会坚持全球化战略，在稳住国内基本盘的同时，拓展更多样化的客户群体。

公司在低空领域已给小鹏汇天供货，并愿意积极与公司客

	户、供应商等一起携手拓展更多业务上的可能。公司将继续保持对新能源汽车领域的深入研究和相关新领域的积极尝试，并基于经营情况、市场情况及行业机会等多方因素综合考虑公司主营业务产品本身具备的向外兼容能力，加强加快前沿探索和前瞻布局，发掘潜在的业务发展机遇，拓宽公司产品在下游领域的应用，围绕公司主营业务进行合理布局。
附件清单 （如有）	无
日期	2025 年 11 月 4 日