杭州鸿泉物联网技术股份有限公司

投资者关系活动记录表（2026 年 10-11 月）

股票简称：鸿泉技术　　股票代码：688288

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（电话会议）
参与单位名称	1、IDG资本、安联保险、北京颐和久富投资、财通证券资管、创金合信基金、德邦基金、东方阿尔法基金、东方基金、东方证券、富安达基金、富国基金、广东正圆私募基金、国金基金、国联安基金、国寿安保基金、国新投资、海通证券、韩国投资（上海代表处）、华安基金、华宝基金、华泰保兴基金、华泰证券（上海）资管、华泰证券、华夏基金、汇丰晋信基金、嘉实基金、建信基金、建信理财、江信基金、蓝藤资本、摩根士丹利华鑫基金、南方基金、鹏华基金、平安基金、浦银理财、前海开源基金、三峡人寿保险、上海东方证券资管、上海国泰君安证券资管、上海宁泉资管、申万菱信基金、太平资管、泰康基金、泰信基金、新华基金、新思哲投资、信达澳银基金、信银理财、兴业证券、兴银基金、阳光资产管理、野村东方国际证券、易方达基金、银河基金、银华基金、圆信永丰基金、长城基金、长江养老保险、长信基金、招银理财、中金公司、中国太平洋人寿保险、中金基金、中科沃土基金、中融基金、中银基金、中邮保险资管 2、参加公司第三季度业绩说明会的投资者	
时间	2026年10月30日、11月3日	
地点	杭州	
公司接待人员	董事长、总经理：何军强 独立董事：冯远静 董事会秘书：章旭健 财务总监：刘江镇	

投资者关系活动主要内容介绍	一、主要问答 **1.公司三季报显示第三季度实现收入和利润的快速增长，弥补了上半年的亏损，请问具体是什么原因导致业绩的大幅变化？** A：2026 年前三季度，公司实现营业收入 5.80 亿元，同比增长 17.12%，同时实现净利润的扭亏。业绩好转主要系报告期内商用车和两轮车的客户订单有所增长，尤其两轮车的业务增长较为明显，其收入占比进一步提升。其次因成本端原材料大幅涨价的影响，公司与客户重新议价且部分已获得客户的确认，因此收入有较大幅度的增长，同时也促使利润逐步好转。 **2.请问公司前三季度同比的数据有下滑主要是什么原因？有没有改善的措施？** A：公司前三季度的收入同比增长，主要系商用车和两轮车的客户拓展，以及配套的车型销量有所增长所致，尤其智能网联和智能座舱的产品和业务收入有较大幅度的增长，但同比的利润有所下滑，主要系报告期内公司产品原材料包括存储芯片、PCB、通信模组等电子物料大幅涨价导致营业成本增长，同时费用有所增加共同所致。公司已经采取了多种措施来应对原材料价格上涨的挑战，包括提前备货、调整设计方案以及重新跟客户议价等，从三季度的业绩情况分析已取得了一定的效果，未来公司将积极做好供应链管理，保持公司产品竞争优势，同时增强盈利能力。 **3.公司前三季度的业绩增长主要来自哪个业务板块？针对不同车型不同的市场，未来是怎么规划的？** A：按照公司产品应用车型的不同对前三季度的经营情况进行分析，首先商用车的收入占比最高，仍是公司最为重要的板块或收入来源，商用车行业集中度高，整体的竞争格局略好于乘用车，而公司在商用车智能网联领域处于行业龙头地位，在客户质量和供货比例方面均具有明显的优势。其次乘用车的收入占比略有下降，主要受乘用车整体销量有所下滑影响，但部分客户销售额仍有提升，结构有所优化，公司将重点扩充优势产品和客户的份额。最后，前三季度两轮车的收入占比较去年同期有较大幅度的提升，目前高端两轮车（包括中大排量的电摩和油摩等）业务已成为公司重要的业绩增长点，公司也将投入更多的资源拓展客户、开发产品以

	满足不同客户的智能化需求。 **4.请问公司对今年和未来的摩托车行业怎么看？整体情况如何？前三季度公司两轮车业务是否有大的增长，未来的业绩情况怎么看？** A：根据中国摩托车商会的数据，今年 1-9 月，我国共产销摩托车 1861.06 万辆和 1857.92 万辆，产销量同比增长 12.71%和 12.73%；燃油摩托车国内销售 405 万辆，同比增长 2.47%，国内市场逐渐企稳。其中，二轮摩托车产销 1650.81 万辆和 1648.05 万辆，产销量同比增长 14.13%和 14.25%。因此，摩托车行业呈现较高幅度增长的态势，尤其出口增速更高。 其次，从头部两轮车企业推出的新产品和目前两轮车行业的发展趋势判断，两轮车智能化将是未来的趋势，尤其是在中高端的摩托车、电动车方面，由于其作为消费品的属性，与乘用车的逻辑相似，因此司机对其智能化的需求比较明确且迫切，可以看到行业头部玩家的两轮车新品多数已具备了诸如智能仪表、导航、路线规划、防车辆侧翻控制、ABS、辅助驾驶、无钥匙启动等功能，因此智能化功能的渗透率将有望持续提升。 公司将中高端的两轮车作为目标车型，逐步提升智能化产品的装配率，提升单车价值量，随着产品不断的迭代和性价比的提升，公司也将积极与各类两轮车客户进行交流。前三季度，公司两轮车业务的收入实现了快速增长，未来也将着重发力两轮车行业，致力于打造两轮车智能网联第一品牌的定位和形象。 **5.公司海外业务拓展如何，是否有意向客户或者定点项目。** A：公司已采取了多项海外业务拓展措施，包括将公司产品配套主机厂的出口车型跟随客户出海，例如海外版 eCall、T-BOX 等产品，公司的海外网联解决方案适配多国网络和认证，具备全球化的解决能力；其次公司设立了海外子公司，已逐步开始拓展海外业务；最后公司参加了包括俄罗斯汽车展、意大利摩托车展、东南亚摩托车展等海外展会，积极推广公司产品在前后装两个维度的市场。以上措施已取得了不错的效果，也获得了部分海外客户的认可，同时公司也将海外市场作为重点工作逐步加大资源投入力度。

附件清单（如有）	无
日期	2026年10月30日、11月3日