

南京商络电子股份有限公司 投资者关系活动记录表

编号：2026-001

投资者关系活动类别	<input checked="" type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 路演活动 <input type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 其他（请文字说明其他活动内容）
参与单位名称及人员姓名	西部证券 葛立凯 西部证券 王修远 国联民生证券 方竞 国联民生证券 李少青 开源证券 陈瑜熙 平安资产 胡宇舟 平安资产 丁劲 乾平管理 郑志平 测度基金 陈飞达 九祥投资 宝幼琛 远倍投资 吴鹏飞 （排名不分先后）
时间	2026年3月24日
地点	公司会议室
上市公司接待人员姓名	董事长 沙宏志 董事、董事会秘书兼财务负责人 蔡立君 证券事务代表 杨伟婷
投资者关系活动主要内容介绍	<p>问题1：为什么会收购立功这家公司？</p> <p>答：公司的核心愿景是打造具备核心价值的综合型技术服务代理商，而非单纯追求贸易规模的分销商，收购相关资产正是考虑到这一长期战略。以标的公司为例，其配备了专业扎实的技术团队，其中涵盖了大量现场技术支持（FAE）人员与专业研发人员。该团队在汽车电子、工业控制领域积累了大量成熟解决方案，同时也聚焦机器人赛道开展深度研发，在机器人关节控制等核心技术方向均布局了多项自研方案。公司始终坚持做有技术壁垒、能为行业创造真实价值的业务，而非单纯追逐营业额、盲目扩大贸易规模。未来公司会持续以技术研发与方案服务为核心，构建差异化竞争力，实现高质量发展。</p>

问题2：公司产品线品类丰富全面，且各产品需求周期不同步，按此逻辑公司业绩表现应相对平缓，请问如何看待公司当前实现的快速增长？

答：公司多元化的产品布局确实让各品类需求周期形成错峰效应，有效平滑了业绩波动，保障了经营的稳定性与抗风险能力。在此基础上，公司依然实现了超越行业的快速增长，核心源于公司精准的战略布局与强执行力：第一，聚焦市占率提升，公司以拿下各细分领域头部客户为核心战略目标，针对现有客户持续提升单一品类市场渗透率，同时大力推广多品类协同销售；第二，坚持行业全覆盖布局，扩大市场基本盘，公司得以从容应对行业变革并精准把握发展机遇，2025年营业收入提升幅度较大主要系公司前期在AI等新兴领域的前瞻性战略布局充分兑现，推动业务规模放量；第三，随着公司业务体量持续壮大，公司在国际一线品牌代理合作中拥有了更强的竞争力与议价权，优质国际品牌代理资源将为销售额提供重要支撑，多重增长引擎共同驱动公司实现稳健且快速的发展。

问题3：存储价格上涨带动交易额扩大，产业链中的强势方是否会挤压公司的利润率？

答：通常来看，不会出现这种情况。在行业良性运行的格局下，产业链利益不会单边集中于某一方。随着存储价格上涨、交易额扩大，市场对分销商的资金周转与现金流管理能力提出了更高要求。公司将凭借自身规模优势、运营效率及客户服务能力，在商务条款、合作模式等其他方面能够争取更有利的条件，通过综合运营收益对冲相关影响，从而保障盈利水平相对稳定。

问题4：原厂扩产后，公司是否还能维持在原厂的市占率？

答：在原厂扩产带来的增量市场中，依托公司在优质客户储备、全渠道覆盖及高效供应链运营等方面的核心竞争优势，公司不仅能够稳固现有市占率，更有望实现进一步提升。不过，市场份额的扩张也对公司资金实力提出了更高要求，目前公司正积极提前做好资金规划与相关准备，为后续份额提升提供坚实保障。

问题5：如何理解分销行业的核心竞争力？分销商之间的差异化主要体现

	<p>在哪些方面？</p> <p>答：电子元器件分销行业看似入门门槛不高，但真正做到规模化、持续扩张的壁垒其实非常高。行业竞争力与差异化主要体现在三个层面：一是原厂授权壁垒，随着行业发展，大型品牌的授权获取门槛持续提升，原厂越来越看重分销商的业务规模、资金实力、出货通道效率、整体货物吞吐能力，以及能否与原厂战略相匹配；二是优质客户群壁垒，头部客户资源高度集中，获取、维护并深度绑定大客户，形成稳定且高质量的客户结构，本身就是重要差异化优势；三是综合运营能力壁垒，包括配套技术服务能力、供应链风险控制、资金管理、内控体系等都需要持续升级，这些软实力构成了分销商之间真正的差距。</p> <p>问题6：如何看待未来电子元器件分销行业的市场格局？</p> <p>答：当前国内分销行业发展阶段，大致对标欧美上世纪八九十年代的水平。预计未来3至5年，行业将迎来大量并购整合机会。随着市场竞争日趋激烈，不少聚焦利基市场的中小分销商抗风险能力较弱，难以持续守住原有市场，大概率会寻求被并购整合。未来能够脱颖而出、持续做大做强，一定是具备现代化治理结构、综合运营能力突出、抗风险能力更强的头部企业。</p> <p>问题7：对于海外同行，公司未来是否会考虑进行收购？</p> <p>答：基于公司的发展战略及自身情况，公司暂不考虑并购大型海外同行企业，但针对海外中小分销商，公司此前已与海外多地标的进行过多轮接触和洽谈，如果未来有充分契合的标的，公司会酌情考虑收购。公司考虑海外收购主要围绕三个核心目的：一是获取优质原厂资源，二是完善本地化渠道与客户布局，三是显著降低新区域市场的拓展时间成本。当前中国电子产业规模已占据全球较高比重，完全有条件孕育出世界级的大型分销代理商。未来公司会结合外部环境与自身战略，审慎推进海外并购与全球化布局。</p>
附件清单（如有）	无
日期	2026年3月24日

