

钧崴电子：

深耕电子元器件领域 开拓AI算力业务

当前，电子元器件行业向高端化、智能化加速迭代。面对行业发展趋势，日前，钧崴电子董事长兼总经理颜睿志在接受中国证券记者采访时表示，公司深耕电流感测精密电阻、熔断器等被动元件细分领域，采取以技术驱动、深度合作头部客户的策略，深耕消费电子、家电等业务，提升市占率。公司增长策略明确，一方面，未来三年积极向AI算力、汽车电子、光伏储能等领域拓展业务；另一方面，通过持续投入研发与战略投资并举的方式，布局传感器等新产品线，加速开拓海外市场。

● 本报记者 张兴旺



钧崴电子生产线

公司供图

深耕消费电子和家电市场

子和家电市场长期发展前景。

颜睿志认为，公司在消费电子及家电领域已建立深厚基础。经过近年来的持续深耕，公司市占率稳步攀升，竞争壁垒持续夯实。为打开新的增长曲线，公司将凭借被动元件的广泛适用性和平台技术优势，积极拓展新的业务增长点，加码布局AI算力、汽车电子、光伏储能等新兴业务。目前这些战略性新业务已初具规模，并具有强劲的增长潜力。

开拓新产品线

钧崴电子早在2017年便与英伟达展开合作，长远目标是为其提供全套的电流感测解决方案。

颜睿志表示，近年来，公司聚焦头部客户，已成长为全球电流感测精密电阻领域的主要厂商。公司通过持续的技术创新与产品优化，不断提升综合实力，为A公司、英伟达等核心客户提供更高效可靠的元器件支持与协同服务。

据了解，基于在电流感测精密电阻领域的深厚积淀，钧崴电子积极布局磁通门、霍尔效应及隧道磁电阻（TMR）等核心电流传感器技术领域，将其视为战略升级的关键方向。

据钧崴电子介绍，磁通门传感器，主要应用于交流充电桩、光伏逆变器、汽车OBC

（车载充电桩）、工业及汽车BMS（电池管理系统）等领域；霍尔传感器，主要应用于光伏储能系统、工业逆变器、汽车域控等领域；TMR传感器，主要应用于汽车及储能BMS、汽车电驱、手机、无人机、摄像头、键盘、手柄、家电等领域。

钧崴电子称，公司正着力开发传感器，以提供完整的电流感测解决方案。这并非简单的产品扩展，也是在向“电流感测解决方案提供商”转型。此举是为了提升在工业、汽车、新能源等领域的价值量和客户黏性，打造公司新的增长引擎。

据钧崴电子介绍，公司电流传感器业务进展顺利，该品类导入周期相对较长，目前已进入台达、深圳百千成、海德新能源等多家新能源汽车、AI服务器及工业领域头部客户的项目中。

颜睿志说：“公司对传感器业务信心十足。当下全球局势多变，我们经常携产品与方案对接头部客户，客户的正向反馈及供应链邀约，更是公司衡量业务前景的关键指标，而非仅依赖行业增速。”

加速拓展海外市场

近几年，除了在国内市场继续深耕既有客户之外，钧崴电子加速全球市场布局。

颜睿志表示，海外市场值得耕耘。依托在美国和日本设立的全资子公司，以及在韩国

及欧洲市场的前期布局，公司将加大力度拓展海外市场。

2025年，钧崴电子境外全资子公司收购FLAT公司100%股权。钧崴电子表示，标的公司作为日本一家具有深厚技术积累的薄膜电阻厂商，将助力公司快速切入薄膜电阻赛道，落实长远战略规划，强化全球制造弹性，以及丰富品牌和产品的多样性。同时，依托公司既有的全球销售网络，本次交易有利于加速拓展公司海外业务和加快公司产业布局。

2025年12月，钧崴电子公告称，为整合双方优势资源，共同探索海外市场机遇，完善国际化产业布局，全资子公司拟与铂科新材料全资子公司成立合资公司。本次合作是双方基于长期战略协同的重要布局，核心目标在于实现技术、客户与制造能力的深度融合，共同拓展磁性材料及电感产品市场。

面向未来，钧崴电子表示，公司将继续深耕电流感测精密电阻和熔断器领域，巩固在消费电子、家电等市场的领先优势，持续提升产品性能与制造工艺，保持市场份额。同时，积极拓展产品在新能源汽车、光伏储能及智能终端等领域的应用。公司将加大研发投入，布局智能电流检测解决方案，打造产品组合，致力于成为全球领先的综合电流感测技术服务提供商。

雅图高新冯兆均：

全面推进国际化战略 助力行业高质量发展

● 本报记者 武卫红

成立30多年来，雅图高新始终专注于汽车修补涂料赛道，致力于打造民族品牌，与外资品牌同台竞技并不断发展壮大。日前，雅图高新董事长冯兆均在接受中国证券记者采访时表示，未来公司将坚持自主创新，加速推进全球化战略，打造全球知名品牌，为我国工业涂料行业高质量发展贡献更多力量。

打造工业涂料知名品牌

2025年9月12日，北交所上市委员会审议会议结果公布，雅图高新符合发行条件、上市条件和信息披露要求，成功过会。据招股书披露，雅图高新成立于1995年，已发展成为国内汽车修补涂料行业的领先企业之一。公司专注于高性能工业涂料的研发、生产与销售，产品覆盖汽车修补、汽车内外饰件、新能源商用车、轨道交通等领域。

冯兆均介绍，外资品牌在国内汽车修补涂料市场长期占据垄断地位，尤其在高端水性修补漆市场，美国艾仕得、荷兰阿克苏诺贝尔和德国巴斯夫等外资品牌占据绝对优势。相比之下，不少国产品牌因缺少技术实力和资本积累，在与外资品牌竞争中处于劣势。

自成立以来，雅图高新始终专注于汽车修补涂料赛道，构建“研产销服”一体化布局，并持续向高端市场迈进。早在2009年，雅图高新就确立了“领航中国、比肩国际”的愿景，致力于打造民族品牌，与外资品牌同台竞技，打破外资品牌的垄断地位。“当前外资品牌仍是公司最主要的竞争目标，未来将继续以品牌建设为核心，不断巩固竞争优势，实现企业高质量发展。”冯兆均表示。

雅图高新在招股书中还表示，通过此次发行，公司拟实施数字化融合中心建设项目，加快数字化工厂建设，在生产上实现全流程的可视化和自动化。此外，公司还积极探索和利用AI大模型等前沿技术，提升颜色智能云系统的智能化水平及调色的精准度，进一步提升产品稳定性及品质。

加快推进全球化战略

随着不断发展，雅图高新在国内市场的地位稳步提升，实现了“领航中国”的目标。在国内市场站稳脚跟后，公司将目光瞄准国际市场。冯兆均表示，公司2006年进入国际市场，先后成立美国、俄罗斯、印度和墨西哥等子公司，采用本土化经营策略，形成了较为完整的国际运营体系。

进入国际市场之后，雅图高新直面挑战。凭借过硬的产品品质，公司牢牢占据市场一席之地并不断“攻城略地”。近年来，雅图高新海外市场销售收入连续保持两位数以上的增长速度，占据公司整体收入的“半壁江山”。截至目前，公司已建立较为成熟的全球销售网络，覆盖90多个国家和地区。在高端市场，公司部分核心产品的技术水平已达到甚至超过外资品牌的同类产品。

为加快全球化步伐，公司计划通过在全球各大洲核心国家搭建示范店，完善营销服务体系建设，提升公司品牌宣传效应，进一步深化全球布局。“今年公司将重点拓展澳大利亚和欧洲市场，下一步，公司将继续瞄准国际高端市场，全面推进全球化战略，不断提升品牌影响力和市场占有率，打造工业涂料领域的全球知名品牌。”冯兆均说。

重视科技自主创新

走进宽敞明亮的涂料生产车间，记者看到，一排排现代化生产设施整齐排列、高效运行。在控制中心的大屏幕上，整条生产线的运行状态一目了然。冯兆均介绍，公司早在2015年便以前瞻视野重金投入，引进国际先进的生产设备和工艺，在行业内率先建成全自动化生产线，实现了涂料生产的全程密闭化、连续化与智能化管控。这不仅大幅提升了产能与响应速度，更从源头上确保了产品的高品质与性能稳定。

作为国家级专精特新重点“小巨人”企业，雅图高新高度重视科技自主创新，始终以技术创新为立身之本。依托自主搭建的高水平研发平台，雅图高新不断突破核心技术壁垒，多次参与国家标准及行业标准的制定与修订，研发成果获得业内广泛认可。

近年来，雅图高新持续追加研发投入。2022年、2023年及2024年，公司研发投入分别为1703.04万元、2309.95万元及2445.51万元。截至2024年末，公司已取得专利技术123项，其中发明专利81项，覆盖树脂原液、全涂层涂料及辅料、检测方法等全产业链环节。

“自主创新必须依靠持续不断的研发投入。下一步，公司将继续加强人才队伍建设，进一步加大研发投入和技术创新，在不断提升公司核心竞争力的同时，不断推动技术进步，为国内工业涂料行业高质量发展贡献更多力量。”冯兆均表示。



雅图高新办公大楼

公司供图

广汽集团：以“市场+技术”双轮驱动向科技型企业转型

力争再造“新广汽”

● 本报记者 万宇

提出“番禺行动”以来，广汽集团开启一系列改革措施，包括将总部搬迁至番禺工厂，与华为合作推出启境品牌等，以“市场+技术”双轮驱动向科技型企业转型。近期，广汽集团发布“四大引擎”，广汽集团董事长冯兴亚表示，广汽集团将以“新技术、新产品、新服务、新生态”四大核心发展引擎，力争在“十五五”期间，实现再造“新广汽”的目标。

发布“四大引擎”

近期，广汽集团发布为用户创造价值的“四大引擎”，依托“新技术、新产品、新服务、新生态”，致力于再造一个“科技领先、品质领先、生态领先”的“新广汽”，为用户创造更加美好的移动生活。

在新技术方面，广汽集团推出“星源增程”，解决用户亏电感；量产的夸克电驱电机最高效率突破99%，弹匣电池搭车超130万辆零自燃，实现超500亿公里安全出行；全固态电池中试线正式投产，率先具备60Ah以上车规级全固态电池批量制造条件。在智能AI领域，通过升级“星灵智行”，广汽ADiGO GSD智能驾驶辅助系统可覆盖99.9%的道路场景。

在新产品方面，广汽集团基于IPD（集成产品开发）流程，对产品、造型、整车、平台技术等进行全面整合，构建了自主品牌大研发体系，并成立规模将达200人的用户洞察部，将产品开发转向“用户需求驱动”。2026年，广汽集团将推出9款改款及全新车型，以更贴合用户需求的多元化产品，满足用户从日常通勤到品质出行的多样化诉求。

在新服务方面，一方面，广汽推动渠道变革，规划新增600家品牌体验店，覆盖全国90%以上县域级市场，另一方面，持续推动OTA升级。2025年，广汽旗下自主品牌已累计完成45次OTA更新，新增及优化超300项功能和体验，覆盖超16款车型近150万车主。

在新生态方面，广汽集团秉承开放合作



广汽埃安智能生态工厂

不同，每一个产品面向的市场和消费者也不同。启境面向的是更年轻、时尚且对车辆性能有极致需求的市场，“我总结为‘三高’，即‘高颜值、高科技、高性能’，我们致力于把启境这款产品打造成业界的‘天花板’。”

培育穿越周期的第二增长曲线

当前广汽正处于行业深度转型、技术快速迭代、竞争格局调整、管理流程重构的“四期叠加”阶段，行业变革与内部改革阵痛交织，企业发展必然经历周期波动，关键在于能否提前布局、主动破局，培育出穿越周期的第二增长曲线。广汽集团经过多年的发展已经积淀了深厚的制造底蕴与技术储备，财务结构稳健，资产负债率优于行业平均水平。

“十五五”期间，广汽集团将着重抓好五方面工作：一是稳合资突出本地化，推动广汽丰田“油电同智、内外双驱”，助力广汽本田加快智电转型；二是强自主强化体系力，明晰四大品牌定位，打好三大战役，攻坚海外拓展、成本控制、智能广汽三大任务；三是拓生态畅通双循环，强化生态企业内循环赋能，推动零部件等板块“中性化发展”，培育新增长曲线；四是构建用户洞察与产品定义等五大战略能力；五是打通战略规划（SP）到经营计划（BP）纵向流程，确保战略有效落地。

具体到2026年，广汽集团将推动改革攻坚举措加速落地，聚焦主干车型实现产品突围，增强品牌引领加速营销变革，锻造技术长板实现弯道超车，深耕海外打造第二增长曲线，深化生态赋能促进板块协同，实施精益管理改善经营质效，创新AI驱动建设数智广汽，开展人才为本激发团队活力。

冯兴亚表示：“应对经营困局，短期靠销售，中期靠产品，长期靠改革。广汽集团的变革之路已经开启，变革的果实正在成熟。广汽集团将以‘番禺行动’为指引，打造新技术、新产品、新服务、新生态四大核心发展引擎，力争在‘十五五’期间，实现再造‘新广汽’的目标。”