**同惠电子：半导体类测试仪器逐步投放市场，产品结构优化使毛利率增加**

来源：金融界

2025年8月11日，同惠电子披露接待调研公告，公司于8月7日接待华源证券股份有限公司、开源证券股份有限公司、国联民生证券股份有限公司、东吴证券股份有限公司、中国人保等65家机构调研。

公告显示，同惠电子参与本次接待的人员共2人，为董事会秘书王恒斌，证券事务代表刘敏捷。调研接待地点为线上网络和电话调研、常州同惠电子股份有限公司。

据了解，投资者就同惠电子2025年上半年经营情况提出多个问题并得到回复。利润增长幅度高于营业收入增长幅度，主要因产品结构优化使毛利率增加，且期间费用平稳；微弱信号检测仪器上半年增速高，源于半导体行业资本开支复苏和产品序列丰富；该类仪器毛利率提升，由TH2690系列飞安表等多款新产品驱动。

据了解，关于区域销售差异，华东地区聚焦“新经济”领域且公司加强推广，销售大增，而华南地区受传统消费电子行业影响销售下滑。海外业务增长得益于开拓力度加大，德国子公司处于市场调研和客户对接阶段。此外，经营性现金流下降是因原材料采购增加，当前产能利用率相对饱和。

**调研详情如下：**

**问题1**、2025年半年度,公司的利润增长幅度大于营收增长幅度,请问是什么原因?

**回复:**尊敬的投资者,您好!公司在报告期内的营业收入为10,058.49万元,同比增长16.81%;归属于上市公司的净利润为2,930.99万元,同比增长55.40%;归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润为2,762.04万元,同比增长58.09%。

利润增长幅度高于营业收入增长幅度的主要原因包括:

(1)由于半导体类测试仪器逐步投放市场,公司的产品结构得到优化,带动毛利率增加了2个百分点,从而提升了利润增长率;

(2)当期公司的期间费用保持相对平稳,费用增加显著小于营业收入的增幅,在营收增长的情况下,成本费用增长缓慢,从而导致净利润增幅超过营业收入增幅。

谢谢关注!

**问题2、**微弱信号检测仪器上半年增速高达37.59%的主要驱动因素是什么?

**回复:**尊敬的投资者,您好!微弱信号测试仪器主要包括精密数字测量单元(SMU)、高阻计/静电计/飞安计、直流/交流电阻测试仪器、电池测试仪器等,主要应用于半导体晶圆、二极管、光敏器件、传感器、MOSFET等相关材料以及器件的测试验证与分析。上半年高增长主要驱动因素包括以下几点:

(1)半导体行业资本开支复苏,尤其是功率半导体领域资本开支触底反弹,2025年客户的设备投资需求显著回升;

(2)公司的产品序列逐步丰富与完善,核心产品TH1991/1992系列SMU源表销量同比实现快速增长,高附加值新产品渗透率提升。

谢谢关注!

**问题3、**微弱信号检测仪器毛利率大幅提升8.36个百分点,主要由哪些高毛利产品驱动?

**回复:**尊敬的投资者,您好!公司微弱信号检测仪器推出的新产品经过设计完善和市场推广的不断深入,已经形成系列化并趋于成熟,产品结构得到优化,带动了毛利率的提升。主要产品如下:

(1)TH2690系列飞安表/静电计/高阻计,测量分辨率达61/2位,最高测试电阻范围可达10PΩ,电流测量范围达0.01fA-20mA,主要用于材料(陶瓷、薄膜、介质、半导体、纳米等),电子元器件及电子/非电子系统的高电阻、微电流、弱电荷等的测试与分析以及半导体器件的I-V特性测量。

(2)TH520/TH521系列功率半导体器件参数分析仪,面向各种类型功率半导体器件的高性能分析,在宽泛工作条件下一体测试所有半导体器件参数的测试和评估。

(3)TH199X精密源/测量单元SMU,具备四象限输出能力;源电压/电流输出及测量分辨率均达61/2位,具备双通道测试功能,广泛应用于晶圆、二极管、LEDs、光敏器件、传感器、MOSFET、BJTs、ICs等电子器件和材料的测试。谢谢关注!

**问题4、**华东地区上半年销售增长50.3%,华南地区却同比下降9.17%,导致区域差异的原因是什么?

**回复:**尊敬的投资者,您好!区域增长差异主要源于产业结构差异:(1)华东地区聚焦半导体、新能源等“新经济”领域,产业集群效应显现,上海、苏州等地客户采购额占比提升,同时公司也加强了华东地区的销售推广力度,实现了华东地区销售增长50%以上,成为公司战略转型的核心驱动力。

(2)华南地区以传统的消费电子为聚集地,受消费电子行业增速放缓影响,市场销售相对平稳;另有些订单落地延后,也导致了上半年略有下滑。公司将加强资源投入,确保下半年订单及时交付,从而达成全年目标。

谢谢关注!

**问题5、**海外业务收入从2024年负增长转为2025年上半年高速增长,主要驱动力是什么?德国子公司目前进展如何?

**回复:**尊敬的投资者,您好!海外业务增长驱动因素主要是因为公司加强了海外市场的开拓力度,海外销售团队从3人扩充至5人。同时,今年积极参加了国外的各项展会,在亚欧市场逐步建立了品牌知名度。

德国子公司目前处于市场调研和客户对接阶段,其定位是提高欧洲市场份额和拓展海外业务,增强公司在欧洲当地的服务能力,强化公司在欧洲的竞争优势,为公司未来的持续发展培育新的利润增长点。

谢谢关注!

**问题6、**上半年经营性现金流同比下降30%,主要原因是什么?

**回复:**尊敬的投资者,您好!现金流下降主要是因为原材料采购增加,以匹配满产状态下的生产需求。公司暂无大额资本开支,现金支出集中于芯片、器件等核心零部件备货,以确保订单交付及时性。

谢谢关注!

**问题7、**当前产能利用率水平如何?

**回复:**尊敬的投资者,您好!公司始终根据市场需求不断适配自身的产能,2025年以来产能利用率相对饱和,部分产品型号存在短期缺货。公司会根据经营计划和市场客户的订单调整产能安排,以应对客户的需求。谢谢关注!