

证券代码：002577

证券简称：雷柏科技

深圳雷柏科技股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2021-001

投资者关系活动类别	<input type="checkbox"/> 投资者调研 <input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input checked="" 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	通过“雷柏科技投资者关系”微信小程序参与互动交流的人员。
时间	2021年3月8日（星期一）15:00-17:00
地点	“雷柏科技投资者关系”微信小程序
上市公司接待人员姓名	董事长兼总经理曾浩先生、独立董事李勉先生、副总经理兼董事会秘书谢海波先生、财务总监谢艳女士。
投资者关系活动主要内容介绍	<p>投资者通过网络向与会的上市公司接待人员进行提问，主要问题如下：</p> <p>问题一：雷柏科技在经历19年年报亏损后，今年20年扭亏为盈。在新的一年里公司管理层希望从那几个方面为公司扩大营收增加利润，回报投资者？</p> <p>新的一年公司将持续实施产品差异化战略，不断创新，把产品做到极致，丰富公司外设及周边产品品类，加大多模高端办公外设、高端电竞游戏外设、时尚女性外设及移动周边的新品推出力度，缩短新品推出周期；进一步扩大渠道布局，加大线上营销举措；并以信息化运行降本增效，夯实内部管理。</p> <p>问题二：一个科技公司，不思进取，一直靠理财和吃租金过日子吗？能不能买新科技技术呢？</p> <p>公司目前将闲置资金进行现金管理及出租盘活闲置资产，可提高公司资金资产的效益。公司也会持续扩大消费电子产品布局，将产品做到极致，不断开拓业务增长点。</p> <p>问题三：一. 年报说国内市场关注度第一，关注度高了产品成交概率就高了。我看了贵公司天猫京东旗舰店几十元的键鼠套装，销售量较多但买家追评 也有不少给的是差评而且主要反映在质量问题上。200元左右的键鼠销量不高，侧面也说明国内除了电竞游戏者多数消费者还是图便宜，能用就行。虽然几十元的东</p>

西，消费者既要求质量要好，又要求牌子上档次。当今物价水平和人员材料成本明显很难满足。我就想问贵公司管理层是否注意到产品的市场反应，如何应对这种尴尬局面？二. 贵公司在无线技术无线键鼠方面到底有没有核心的技术？或者说贵公司的核心竞争力是什么？不要老拿 98 年 06 年的设计发明说事，我就想听最近的有没有什么技术上的突破创新？三. 在资本运作上前几年雷柏明显是失败的，走了些弯路。国家这几年提出并大力扶持科技创新，还有 2022 年电竞元年，作为国内键鼠唯一的上市公司而且也是东道主的公司，不论是公司层面国家层面还是国人情怀方面，贵公司都得奋力一搏！贵公司是不是已经提前布局？

感谢您对雷柏科技的关注。1. 公司会根据不同的消费者画像做结构化产品布局，包含有入门级及中高端产品。2020 年初期因疫情反复及制造模式转换磨合期，导致我们在中高端的营销推广力度上有所收缩；今年公司以“产品”+“品牌”作为核心要素，将会逐渐加大多模高端办公外设、高端游戏外设、时尚女性外设及移动周边的新品推出及推广营销力度，相信不久将会有相应的成果显现。

2. 公司核心竞争力主要包括以下三个方面：①全球化的营销渠道，公司产品目前已进入五十多个过国家地区；②品牌知名度，公司品牌 RAPOO 在外设领域业已树立良好的品牌形象；③潮流化、年轻化的工业设计，截止报告期末，公司多款产品分别斩获“德国 IF 设计奖”，red dot（红点）国际设计大奖，日本 G-mark 设计奖、中国台湾金点设计奖、中国设计红星奖等多项有影响力的大奖。

3. 公司在电竞领域的布局：①产品方面进行多元化、差异化布局；②营销方面，持续保持与端游、手游电竞战队的合作。

问题四：公司近期有外延并购计划吗？有目标并购企业了吗？

公司持续关注有利于业务整合及发展的机会，如有合适的会布局并及时公告。

问题五：公司以后一直就靠理财和租金过日子了吗？

公司目前将闲置资金进行现金管理及出租盘活闲置资产，可提高公司资金资产的效益。同时，公司聚焦“品牌商”策略，采用外协生产模式已初显成效。未来，公司会持续扩大消费电子产品布局，将产品做到极致，不断开拓业务增长点，提高信息化水平，降本增效。

问题六：请问贵公司包含百度概念意思是百度可能会与贵公司在业务上有所合作？为什么含有百度概念能解释一下吗？

目前公司与百度无正在进行中的业务合作，公司指定信息披露媒体为《证券时报》、《上海证券报》、《中国证券报》、《证券日报》和巨潮资讯网（<http://www.cninfo.com.cn>），请以公司在指定媒体披露的公告为准。

问题七：公司无线鼠标等无线产品使用寿命一般是多久？公司获取无线产品增量市场的策略是？

感谢您对雷柏科技的关注。1. 公司产品的实际使用寿命受到使用者实际使用方式以及环境所影响；目前公司提供一年质保期。另消费电子领域，大多用户会根据市场产品的升级、更新不时替换，并不局限于使用寿命。2. 获取增量市场的策略：①产品端，加快产品升级、更新；并针对不同消费者画像进行差异化、多元化布局；②营销端，深挖新媒体手段，进一步拓宽在流媒体渠道的推广，多维

度强化品牌的认可度，辨识度。

问题八：你好，现在股价跌到底部了，有没有把股价涨上去的措施？

二级市场股价受多重因素影响。公司会努力提高产品竞争力及提升经营绩效。

问题九：在线上与线下渠道中，公司更偏向于哪个渠道的投入？有无计划进入电商直播平台进行销售？

感谢您对雷柏科技的关注。公司致力于全渠道布局，线上线下载联动营销。线下渠道从公司品牌成立之初就已逐步夯实，并依据消费者的消费习惯转变，较早布局了线上渠道，目前与电商平台有较为深度的合作；电商直播平台我们亦在逐步切入，会依据市场情况予以深化。

问题十：最近很多证券媒体报道，贵公司主业经营能力弱，十年业绩大幅下滑，增长点依靠房屋租赁，请问您怎么看？

公司未来主业发展将立足外设产品，拓展其它消费电子产品多元化布局，从PC端扩展至移动端周边，以满足市场消费者的多样需求。将闲置资金进行现金管理及盘活出租资产，可提高公司资金资产的效益，与全力发展主业并不相悖。目前，公司聚焦“品牌商”策略，采用外协生产模式已初显成效，公司基本面呈现出向上发展的趋势。

问题十一：面向新女性用户的乐萌系列产品去年销量情况如何？在整个营业收入占比多少？

感谢您对雷柏科技的关注。公司去年精准定位女性消费群体，推出子品牌“Ralemo”。该系列着重于个性化、主题化外设，主要于去年第四季度末上市推广，截至20年底，该品类销售对公司营业收入尚未形成重大影响。今年公司将会持续加大对该品牌的营销、推广力度。

问题十二：公司目前机器人业务营收占比从17.78%下降到0.71%的原因主要是？是否有改变业务结构的计划？

机器人项目周期长，2019年有以前年度大客户合同验收，2020年叠加疫情影响及具体业务方向的调整，导致同比收入下降，目前机器人业务方向会更聚焦于智能物流细分领域。

问题十三：出于什么原因公司20年的研发投入金额较19年有所下降？今年对于研发这块的安排是怎样的？

公司于2019年末进行内部革新，将研发生产工作从自研自造模式，转为自主研发结合委外合作研究，并引入外协加工；相应对公司研发人员予以优化。2020年，公司处于内部模式转变后的第一年度，由于制造模式的调整，研发费用同比去年降幅较大。未来公司将会持续引进优秀的研发人员与外部团队，并基于对行业发展前景及市场消费需求的分析，储备前沿技术与创新型产品。

问题十四：公司用几个亿去买理财不缺钱，为什还要减持筹钱，难道这就是公司经营吗？

控股股东减持公司部分股份旨在满足其自身资金需求。

问题十五：公司与香港热键有无业务上的往来？公司怎么看待香港热键减持公司股票？

公司与香港热键无业务往来。香港热键减持公司部分股份旨在满足自身资金需求，其对公司的长期发展仍充满信心。

问题十六：请问外协生产模式下公司如何保证产品的质量？会不会出现生产周期较长，供不应求的状况？

为了保证产品质量，我们保留了完整的品管团队，一些关键性的长周期器件也是雷柏自行采购后供应给供应商，公司将持续推进供应链体系建设，加强供应商开发，健全优化供应商考核、管理制度。

不同产品生产周期长短不同，因外协生产模式也尚在磨合中加之全球 IC 供应紧张，目前一些复杂的机型生产周期有所延长，供应偏紧。

问题十七：做为雷柏的掌舵者，自当年布局 2.4G hz 无线鼠标之后，你就再也没有拿出一个为公司带来业绩上的提增！当年收购手游亏损出局，从那以后公司就在没分过红，后来推出机器人和无人机业务但就是早花一现，难听点就是增热度，机器人还有点点业务，但贵公司没有进取，没有发展，舍不得投钱。看看石头科技同样是机器人，差别多大？无人机就不要说了，当时和腾讯合作，噱头有了，但本事没有，现在无人机业务停产了吧！但不管怎么样那时的你还是拼劲，肯创新，而现在年过五十的你，思想保守，一度搞轻资产，搞搞理财，自己的工业园也出租，打算就这样保壳而已吗？能让我们投资者看到未来吗？

雄关漫道真如铁，而今迈步从头越。

问题十八：2020 年蓝牙耳机火热，请问公司无线耳机的出货量如何？公司在无线耳机细分市场上市场占有率是多少？

2020 年营收主要来源于外设产品，无线耳机的营收尚未形成重大影响。今年公司将持续对此产品线做投入，并依据不同的应用场景，做游戏、音乐及高端三大模块布局。

问题十九：公司存货量大幅增加？是否已有处理存货的具体计划？

2019 年末公司转变制造模式，为模式转变顺利实施公司相应减少短期存货，导致上期期末金额减少；2020 年末公司考虑春节后市场的销售需求、厂商假期期间产能下降，叠加疫情防控下节后复工复产的不确定性，公司增加备货；上述因素综合导致期末库存同比增幅较大。目前存货正常销售中。

问题二十：请问公司怎么看待今年无线耳机的市场空间？

公司对无线耳机市场保有积极的态度，今年将持续保持对该产品线投入，并依据不同的应用场景，做游戏、音乐及高端三大模块的产品布局。

问题二十一：公司在真无线蓝牙耳机上是否有核心声学技术？是否会在未来针对安卓架构市场增加研发方面的投入？

公司已积极在声学技术领域及基于安卓架构下的算法开发做人员及技术储备。

问题二十二：游戏 V 系列产品特色体现在哪里？

公司游戏 V 系列产品线齐全，覆盖了主流游戏外设市场产品类别，高端产品增加了无线、无线充电、显示屏、高参数等功能。

问题二十三：请问无线充电技术是未来的大趋势，公司是国内较早切入无线领域的公司，是否在无线充电领域有所技术储备？谢谢！

公司积极关注此领域的技术，部分外设产品支持无线充电功能。

问题二十四：公司 20 年营收与 19 年营收相差不大，公司 2021 年准备如何扩大营业收入？

产品端，加快产品升级、更新；并针对不同消费者画像进行差异化、多元化布局；营销端，深挖新媒体手段，进一步拓宽在流媒体渠道的推广，多维度强化品牌的辨识度，认可度。

问题二十五：公司产品海外销售毛利率较高的原因是？

公司产品的市场投放结构及销售定价会依据不同市场的消费模式、竞争模式，有所区别，海外相对而言消费能力更高价格竞争压力较小。

问题二十六：公司前五大客户占销售总额比例约为一半，请问公司与这些客户的合作是否为长期并有效增长的？

公司与前五大客户已形成长期的良好合作关系，公司销售人员与代理商基于共同目标，一起耕耘市场，扩大销售。

问题二十七：2020 年末，公司向中国民生银行深圳分行申请了一亿元综合授信额度，请问额度是否审批成功？具体原因与用途是？

该授信额度已获得银行审批通过，主要用于开具银行承兑汇票给到供应商。

问题二十八：手游近年来发展迅猛，公司在手游相关方面的产品有哪些？是否有针对游戏手机的外设产品的计划？

目前手游相关产品有游戏手柄及 TWS 类无线游戏耳机，新品也在筹备并会陆续推出。

问题二十九：公司在机器人业务上有什么新的进展或突破吗？

目前机器人业务聚焦的技术点为智能物流装备和产品测试，聚焦技术细分领域更有利于突破；在新能源、汽车、冷链、通讯、军工、大型仓储等方向会持续谋求项目实施和开展。

问题三十：公司前五大客户的应收账款占应收账款总额的 63.51%，请问公司应收账款一般回款周期多久？怎么加快资金回笼？

公司与主要客户协定了较为合适的销售账期，内部业已建立较为完善的应收账款管理体系。日常经济活动中，公司后端总部人员与前端销售人员协同对客户账款进行风险监控，并积极协助代理商进行销售推广。

附件清单（如有）	无
日期	2021年3月8日