

证券代码：001283

证券简称：豪鹏科技

## 深圳市豪鹏科技股份有限公司

### 投资者关系活动记录表

编号：2023-012

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（）
参与单位名称及 人员姓名	宝盈基金管理有限公司、博时基金管理有限公司、招商基金管理有限公司、长城基金管理有限公司、广发证券股份有限公司、海通证券股份有限公司、华鑫证券有限责任公司、兴业证券股份有限公司、国泰君安证券股份有限公司、中信建投证券股份有限公司
时间	2023年10月13日（星期五）15:00-16:30
地点	公司会议室
上市公司接待 人员姓名	董事长、总经理：潘党育 董事会秘书：陈萍 投资者关系经理：李方静
投资者关系活动 主要内容介绍	<b>投资者主要问题</b> <b>1. 公司手机业务发展情况及规划？</b> 答：公司之前受制于产能规模，未能重点在手机业务领域发力。近两年随着产能规模的逐步扩张，研发平台和相关产品能力的积累，公司具备拓展手机电池业务的充分条件。而手机是消费类最大的应用领域，公司基于深耕消费类的战略目标，会持续聚焦资源投入，力争在此领域实现快速增长。 后续随着潼湖工业园产能的投放，公司有望加快实现更

多手机品牌客户的导入和市场份额提升。豪鹏在手机业务的市场开拓策略是通过提升研发和集成供应链管控能力，为客户提供有竞争力的综合性价比产品，不依靠低价竞争，持续打造并夯实公司的整体市场竞争力。

## **2. 公司未来主要会在哪些消费类业务领域重点发展？**

答：公司将锚定消费类业务基本盘，推动公司朝着成为消费类电池领域全球领先的清洁能源方案商的方向努力前行。重点聚焦笔记本电脑及手机两大主流应用领域，除稳定供货现有客户并提升份额外，积极开拓其他新品牌客户，努力抢占更多市场份额，牵引公司业绩持续增长；与此同时，在智能穿戴、个人护理、便携式储能、游戏机、电子烟等细分业务领域，公司将在原有的优势客户群基础上，持续扩大市场份额。

## **3. 公司新客户导入情况？**

答：新客户导入量产并增厚公司业绩是一个循序渐进的过程，尤其是新的国际大品牌客户，在为公司带来持续收入增长的同时，将进一步推动公司技术水平和规模制造的持续提升。公司将持续保持战略、研发和市场的协同性，打造满足更多客户需求、有市场竞争力的高质量产品和解决方案，进一步提高市场占有率。今年已有多家国际知名品牌客户导入量产，将对今年和明年的业绩增量做出贡献。

## **4. 公司储能业务的规划？**

答：储能是一个长期竞争的赛道，在经历了初期的爆发式增长后，预计行业将会进入洗牌阶段，真正具备优质产品制造和技术研发水平的企业才能得到市场和客户的认可。储能的应用场景非常丰富，公司也做了较长时间的观察和研究，基于自身在电芯领域超过 20 年的产品和制造经验，秉承开放和学习的精神，公司审慎规划在储能业务领域的战略。

从长远角度来看，公司提前布局新的业务领域、寻求新发展路径十分必要，而储能业务是公司计划的第二成长曲线。公

	<p>司将秉承短期主打差异化竞争发挥优势、中长期持续打磨技术和成本的战略打法，先找准市场和客户，将产品定型做好，积累了一定的产品测试数据后，再逐步提升产能，稳步实现市场的开拓。</p> <p><b>5. 公司股权激励计划的未来业绩目标是否会有调整？</b></p> <p>答：面对大环境压力，公司管理团队将全力以赴做好生产经营、供应链管理、技术研发及市场开拓工作，稳扎稳打地实现业绩增长。以今年客户开拓情况作为基础，叠加公司在技术研发方面投入的转化与产出，为明后年实现既定的业绩目标、实现营业收入 20%以上的年复合增长提供了较强支撑。</p> <p><b>6. 公司研发费用投入情况？</b></p> <p>答：技术研发是公司重要的核心竞争力，2023 年上半年公司在研发方面的投入占营收比例已达 8%，未来公司也将继续保持在研发方面的高投入。在消费类产品领域，公司将继续保持研发投入、追求研发效率，提升产品安全性、能量密度和倍率等性能，满足下游品牌客户终端产品升级对电源性能的需求。同时，公司积极布局新技术和新产品，为长期可持续发展做好准备。</p> <p><b>7. 公司未来的发展战略是更聚焦还是会更分散？</b></p> <p>答：公司未来发展战略一定会更聚焦，在消费类的主流赛道上进一步聚焦资源投放、确保成功率，同时，在原有的优势细分领域持续拓展头部品牌客户，提升盈利能力；在储能业务领域，从电芯做起，做好产品的安全性和可靠性，稳扎稳打，坚持长期主义。</p>
<p>关于本次活动是否涉及应披露重大信息的说明</p>	<p>无</p>
<p>附件清单（如有）</p>	<p>无</p>
<p>日期</p>	<p>2023 年 10 月 13 日</p>