

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：2023-013

<b>投资者关系 活动类别</b>	<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（）
<b>参与单位名称及 人员姓名</b>	银华基金管理有限公司、浙商基金管理有限公司、嘉合基金管理有限公司、上海灏霁投资管理有限公司、中食科创资产管理有限公司、华鑫证券有限责任公司、西部证券股份有限公司、浙商证券股份有限公司、国泰君安证券股份有限公司、海通证券股份有限公司、国信证券股份有限公司、中银国际证券股份有限公司、申万宏源证券有限公司、开源证券股份有限公司、西南证券股份有限公司、华西证券股份有限公司、东北证券股份有限公司、民生证券股份有限公司、中信建投证券股份有限公司、国海证券有限责任公司
<b>时间</b>	2023年10月28日（星期六）14:00-15:00
<b>地点</b>	线上交流会-公司会议室
<b>上市公司接待 人员姓名</b>	董事、财务总监：潘胜斌 董事会秘书：陈萍 投资者关系经理：李方静
<b>投资者关系活动 主要内容介绍</b>	<b>一、 公司介绍</b> 2023年前三季度公司收入稳中向好,实现营业收入30.06亿元,同比增长9.66%;实现扣非后归母净利润9,706.78万元,归母净利润5,660.63万元。在公司不断加大研发和市场

开拓投入、着力布局消费类业务、陆续导入战略性品牌大客户、新增产能逐步爬坡释放等因素的驱动下，公司业务体量稳健增长、业绩得到逐步修复，三季度单季度营收较去年同期增长 30.82%；此外，在二季度环比一季度增长超 30%的基础上，三季度环比二季度增长再度超 30%，延续逐季回暖态势。

从经营布局看，公司三季度持续践行深耕消费类业务基本盘的发展战略，在大环境和消费电子全球市场较为承压的情况下，聚焦笔电、手机两大主流赛道的同时，发挥自身在智能穿戴、蓝牙音箱、个人护理、民用零售、便携式储能等多个细分领域的优势，在各个业务条线沉淀和积累，研发产品的竞争力和效率不断提升，实现了新老客户订单需求的同步增加。

目前，豪鹏正处于战略执行关键期，公司在技术研发、市场开拓、人才管理、产能建设等各项长期投入方面着重发力，尤其是在研发投入方面，其占公司营收比例依然保持在 8%，且较去年同比增长 65.84%。我们相信从中长期来看，各项长期能力的建设会极大地提升公司核心竞争力。

未来，公司将持续在各细分应用领域通过供应链整合、技术研发能力的提升，增强产品竞争力，以多元化产品结构，不断夯实公司的盈利及抗风险能力，把战略性大客户这一“压舱石”压紧压实，力争成为消费类领域全球领先的电源解决方案供应商。

## 二、 投资者主要问题

### 1. 公司三季度业绩环比增长的主要原因？

答：公司三季度营业收入实现了同比、环比 30%的增长，主要是得益于近两年战略性大客户的潜力深挖、新客户的布局和陆续导入。首先，在笔记本电脑、蓝牙音箱、智能穿戴等传统优势领域，公司现有老客户的订单份额实现了稳定提升；其次，在笔记本电脑、手机、便携式储能等领域，新战略客户

开拓成果显著，部分客户陆续导入量产，预期明年将会带来更为明显的增量贡献。

## **2. 公司毛利率三季度环比提升的原因？**

答：公司三季度订单饱满，排产较为饱和，公司产能利用率逐步提升并维持在较高水平，在营收增长的同时有益于进一步摊薄生产成本，对公司毛利率产生正向影响。此外，公司始终聚焦国际知名头部品牌客户，并与其建立了长期稳定的战略合作关系，部分细分领域的定制化产品附加值更高，使得公司得以保持相对稳定的毛利率水平。

## **3. 公司对于四季度订单情况的展望？**

答：三季度公司订单量饱满，但受限于公司产能不足和新产能爬坡进度偏缓，部分订单延至四季度交货。此外，有新客户和新项目在四季度陆续导入量产，但同时也面临品牌客户年底控库存等不确定性预期。在大环境和消费电子全球市场较为承压的情况下，公司管理团队确实倍感压力，但将全力以赴做好各项经营工作并管控好风险，积极应对市场形势，在压力中蓄力、奋力。公司始终坚定发展信心，同时保持紧迫感，切实抓好客户拓展、技术研发等重要能力建设，为当前及未来公司平稳健康发展提供有力支撑。

## **4. 三季度汇率波动对公司经营的影响情况？**

答：公司外销占比较高，从风险中性角度来讲，需通过套保来尽可能减少汇兑损失风险敞口。三季度以来，美元汇率围绕 7.3 波动，对于公司毛利改善有一定正向作用，公司紧密跟踪汇率变化情况，在套保策略上进行了动态调整。从长期来看，汇兑和套保损益对冲，对公司整体业绩和盈利能力影响不大。

## **5. 公司新工业园及新增产能建设进度？**

答：目前有部分产能迁移至新的潼湖工业园并已经开始试运转，新增产线也在进行铺排建设，项目按计划推进。潼湖

工业园的建设投产将有效解决公司峰值产能不足的问题，并足以支撑公司未来中短期的消费类业务拓展需求，缩小与主要竞争对手在产品交付规模上的差距，满足客户时效性需求，稳定和深化战略客户合作，加快布局新的品牌客户，从而提升公司的持续经营能力。

#### **6. 公司目前主要的研发方向？**

答：技术研发是公司重要的核心竞争力，也是公司成长关键期的重要发展动能。2023 年前三季度公司在研发方面的投入占营收比例已达 8%，未来也将继续保持在研发方面的高投入。目前公司研发费用主要还是围绕消费类主营业务进行的投入。除围绕现有客户及目标客户的产品需求、下一代产品预研投入外，公司在新技术储备如钠电池技术、固态电池技术等方面也有一定的投入，此外还有部分投入在工艺的不断创新和完善。

#### **7. 公司对于明后年的经营展望？**

答：“做大”是豪鹏未来 2-3 年的发展关键词。一方面，聚焦笔电+手机两大主流赛道，夯实公司竞争力，争夺更多市场份额，继续将公司收入规模和公司体量“做大”；另一方面，继续发挥公司在各消费类细分领域的优势，增强与客户粘性，继续将公司在各个业务条线的豪鹏品牌“做大”；与此同时，客户也要“做大”，聚焦资源，落实标志性、战略性客户，专注于大客户需求挖掘，实现公司业绩的加速增长。

从目前公司积累的已有客户、潜在目标客户需求情况来看，公司未来的发展潜力和空间足够大，通过不断夯实产品竞争力和交付能力，能够支撑公司对于明后年既定的经营及增长目标。公司将持续增强跟客户的合作粘度，深挖现有客户潜力并不断拓展新的国际品牌商，稳字当头、干字为先，持续提升公司在各细分领域的市场份额。

#### **8. 公司明年业绩增量主要是哪些业务的贡献？**

答：从经营布局看，公司将继续践行深耕消费类业务基本盘的发展战略，同时在战略上进一步聚焦，在笔记本电脑及手机两大消费类主流赛道上保证资源投放、确保成功率。因此，明年笔记本电脑及手机类业务将会是公司业绩增长的主力；而其他新兴业务领域的拓展、传统优势业务领域的份额提升也将带来一定的业绩增长贡献。

#### **9. 公司手机业务的进展情况？**

答：前期公司已经通过了部分品牌厂商及 ODM 厂商的认可和供货，通过出货量的不断积累和产品技术的持续打磨，预计明年将逐步导入更多品牌客户；公司希望在未来 2-3 年进入部分一线品牌厂商的合格供应商体系，并获取一定的份额。今年手机业务体量较小，预计明年较今年会有翻倍式的增长，未来成长空间大。

#### **10. 公司对于消费类电池行业的展望？**

答：消费电池作为锂电池的主流应用领域之一，预计未来依然能够保持平稳增速。同时，市场普遍认为笔记本电脑和手机这两大消费电池的主要赛道，正逐渐呈现复苏迹象；轻动力、电子烟等新兴行业也将有较高的复合增长率。

公司始终保持对市场变化的敏锐度，踏实做好业务，保持追求技术领先，不断完善供应链体系、制造体系和技术研发体系，在此基础上，扩产能、保交付、提品质、锁客户，保持市场竞争优势。同时保持战略聚焦，聚焦主流赛道、聚焦标志性客户，以大客户、大项目牵引公司规模化发展，把握行业复苏及发展机遇。

#### **11. 公司利润率的影响因素？**

答：一方面，为了匹配公司发展战略，公司加大研发投入力度，加快市场开拓和产能建设，同时匹配相应优秀人才的引入，因此公司在研发费用、市场开拓费用及管理费用方面持续投入。前三季度公司研发投入 2.42 亿元，占公司营收比重依

	<p>然保持在 8%，较去年同期增长 65.84%。另一方面，公司部分生产基地的迁移也对期间费用产生了短期影响，但随着潼湖工业园建成投产、产线陆续归集完毕，公司生产效率将进一步提升，预计公司利润情况将在明后年陆续得到修复，前期的费用投入也将逐步兑现为公司业绩。</p> <p style="text-align: center;"><b>12. 消费类锂电的行业壁垒主要体现在哪些方面？</b></p> <p>答：消费类锂电相较于动力和储能而言，行业发展更为成熟，企业间的竞争进入品牌强化、产品技术创新的竞争，依靠技术和产品的核心竞争力与品牌厂商之间形成的合作粘性成为了企业最显著、最核心的市场竞争力之一。一般来说，国际品牌厂商的导入周期需要 2-3 年，而一旦进入国际品牌厂商的供应链体系并与其开展合作研发，且产品表现符合其要求，那么双方的合作会愈发紧密，产品交付份额也会逐年提升。</p> <p>基于此，公司会及时根据市场需求及趋势变化，持续推动产品技术创新，在理论研究、产品创新、工艺优化等方面加大投入，不断提升产品质量，以优质的产品更好地服务品牌商客户，保障公司与下游客户间的合作粘性，不断夯实公司的市场竞争力。</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 28 日</p>