

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：2024-002

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	浙商基金管理有限公司、宝盈基金管理有限公司、中国人保资产管理有限公司、北大方正人寿保险有限公司、中银资产管理有限公司、大家资产管理有限责任公司、鼎诚人寿保险有限责任公司、财通证券资产管理有限公司、中国国际金融股份有限公司、西部证券股份有限公司、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、西南证券股份有限公司、天风证券股份有限公司、太平洋证券股份有限公司、华泰证券股份有限公司、民生证券股份有限公司、东北证券股份有限公司、中信建投证券股份有限公司、中信证券股份有限公司、方正证券股份有限公司、开源证券股份有限公司、国信证券股份有限公司、海通证券股份有限公司、中原证券股份有限公司、华西证券股份有限公司、财通证券股份有限公司、中泰证券股份有限公司、光大证券股份有限公司、华安证券股份有限公司、中银国际证券股份有限公司、首创证券股份有限公司、上海申银万国证券研究所有限公司、国金证券股份有限公司、国联证券股份有限公司、中国工商银行股份有限公司、华金证券股份有限公司、国投证券股份有限公司、华福证券有限责任公司、精砚私募基金管理(广东)有限公司、宁波三

	<p>登投资管理合伙企业(有限合伙)、广东正圆私募基金管理有限公司、郑州智子投资管理有限公司、上海递归私募基金管理有限公司、鸿运私募基金管理(海南)有限公司、深圳市睿德信投资集团有限公司、浙江鸿汇资产管理有限公司、青岛双木投资管理有限公司、昆仑健康保险股份有限公司、张家港高竹私募基金管理有限公司、重庆德睿恒丰资产管理有限公司、上海天猷投资管理有限公司、中科沃土基金管理有限公司、上海嘉世私募基金管理有限公司、广州睿融私募基金管理有限公司、Prime capital</p>
时间	2024 年 4 月 27 日（周六）10:00-11:30
地点	线上交流会-公司会议室
上市公司接待人员姓名	<p>董事、财务总监：潘胜斌</p> <p>董事会秘书：陈萍</p> <p>首席研发技术专家、新型电池研发部部长：高学锋</p> <p>投资者关系经理：李方静</p>
投资者关系活动主要内容介绍	<p>一、 公司介绍</p> <p>2023 年公司收入稳中向好，实现营业收入 45.41 亿元，同比增长近 29.53%。在公司持续聚焦消费类业务、不断加大研发和市场开拓投入、陆续导入战略品牌大客户、新增产能逐步爬坡释放等积极因素的驱动下，公司业务体量稳健增长。进入 2024 年一季度，受益于笔电等市场需求的拉动及公司新导入战略大客户的陆续放量，一季度实现营业收入 9.94 亿元，同比增长 34.19%。</p> <p>回望 2023 年，公司在技术研发、市场开拓、人才引入、产能建设等各项投入方面着重发力，尤其是在研发投入方面，2023 年全年研发费用投入 3.33 亿元，占公司营收比例为 7.34%，研发投入金额较 2022 年同比增长 55%。虽然加大上述投入短期内会对公司盈利带来一定的压力，但我们相信从中长期来看，各项长期能力的建设会持续提升公司核心竞争力，</p>

尤其是当公司业务处于快速发展期，只有快速提升能力，提前布局未来所需要的能力，才能为未来持续发展、盈利改善奠定坚实基础。

此外，随着公司惠州潼湖新工业园的启用，我们在 2023 年度陆续开始进行深圳三个厂区产能的转移，迁移和过渡期内，会有一定的短期费用压力；今年下半年，该项工作将基本完成。随着新工业园规模化制造平台的产能逐步爬坡和规模化效益体现，公司整体运营效率、生产效率将得到逐步提升，预计公司利润情况将得到一定修复。

公司深知投资者权益的重要性，2023 年度虽然公司整体盈利承压，但基于回报投资者、共谋长期发展的出发点，公司已提议按股本总额 80,746,139 股为基数，向全体股东每 10 股派送现金 4.80 元（含税），未来几年公司在满足法律法规和《公司章程》规定的现金分红的条件下，将力争每年将不少于公司实现的归属于上市公司股东净利润的 35%进行现金分红；同时根据市场情况，利用回购等手段，增强投资者信心与获得感。

展望 2024 年二季度及下半年，在消费电子行业在逐步企稳复苏的背景下，叠加 AI 等新兴技术的驱动，笔记本电脑、智能手机、可穿戴设备、电子烟、机器人、无人机、智能家居等领域将迎来新一轮的发展契机。公司将紧随行业脉搏，精准调配各项资源，围绕消费类基本盘业务战略布局，着力巩固并提升笔记本电脑、智能手机、可穿戴设备三大重点业务的规模效益，同时敏锐捕捉便携式储能、轻动力、电子烟、机器人、无人机等高速增长的分赛道机会，力求全方位满足消费类市场日趋多元化的应用需求。

二、 投资者主要问题

1. 一季度公司收入增速高于行业整体增速的主要原因？

答：公司一季度收入端保持不错的增速，从行业整体情况

来看,包括笔电、智能穿戴在内的多个应用领域的市场需求在逐步复苏。在此背景下,公司在巩固与老客户的战略合作并努力寻求份额提升的同时,也加快导入了更多新的国际大品牌客户,尤其是对电池采购规模大、新兴应用领域的战略客户,这也是公司增速能够高于行业整体增速的主要原因。

2. 公司当前在研发方面有哪些重点方向?

答:在现有消费类产品领域,主要围绕能量密度和倍率性能提升,一方面在材料体系上下功夫,比如更高电压平台的钴酸锂、硅碳负极,另一方面在工艺创新上努力,比如封装工艺的改变、极耳位置的改变等,满足下游品牌客户终端产品升级对电源性能的需求。同时,在钠离子电池、固态电池等领域持续加大投入,充分论证技术方案及可行性,为未来业务开拓发展做好技术研发储备。

3. 公司在固态电池方面的进展?

答:固态电池是下一代锂电池的发展重点,公司很早就开始了固态电池的预研工作,通过自研、与南方科技大学等高校合作研究,紧跟固态电池技术的发展。目前全固态电池暂时还没达到产业化应用程度,公司会先将研发重点聚焦在准固态电池方面。准固态电池与现有主流液态锂离子电池技术相比,在性能和成本等方面各有长短,公司已经具备向客户送样能力,后续将结合客户需求,来共同推动产业化应用。

4. 公司在硅碳负极技术方面的进展?

答:公司已完成高硅含量的锂离子电池开发,并已应用于穿戴产品,对终端产品的续航提升得到消费者一致好评;笔记本电脑领域,公司也已完成硅基负极锂离子电池开发,并开始主流客户项目上认证。

5. 公司在钠离子电池方面的进展?

答:公司已经搭建了钠离子电池平台,对正极、负极、电解液进行专项研发和合适的电池结构设计,在能量密度与循

环寿命两个方向形成突破，已经构建了具有资源优势及综合竞争力的电化学体系。钠离子电池的低温特性和快充特性，使其在特殊消费类电子领域具有相当的应用价值，但目前其产业化应用仍受到高成本因素的制约；随着未来技术进步带来的降本，钠离子电池有望实现产业应用布局。

6. 公司是否有布局低空经济/飞行汽车（EVTOL）市场？

答：公司对该市场一直比较关注，从去年至今不断在做市场调研和技术路线的探讨。公司也在与不同的客户沟通其定制化的需求。

目前公司虽然暂未提供动力型电池，但也通过其他类型产品的大规模供应，与新疆保持长期稳定合作，具备相应的客群基础。同时，公司在电池倍率性能研发方面不断加大投入，目标瞄准低空相关应用场景。随着未来 eVTOL 场景大规模的电芯需求放量，公司也将有机会依靠前期的储备抓住新的发展机遇。

7. 公司未来主要的成长空间在哪里？

答：公司将坚持深耕消费类业务基本盘，消费类整体市场规模约为 3,000 亿元，虽然市场增速相对比较稳健，但对于豪鹏当前的体量来说，具备足够的成长空间。公司将通过持续聚焦战略大客户，紧跟行业发展趋势，强化研发落地转化效率，通过业务组合管理，尤其是在笔电、智能手机和可穿戴设备三大主力业务领域，落实资源、压强配置，进一步提升公司业务规模和盈利能力。

笔电方面，公司在电池散热及温升性能等方面具备较大竞争优势和深厚的技术积累，通过研发、运营、制造、服务多环节的综合竞争力打造，与客户形成了紧密的战略合作关系，未来将抢抓换机潮及 AIPC 市场机遇，导入更多国际战略客户。

智能手机方面，公司通过手机产品出货量的不断积累和产品技术的持续打磨，以周边产品率先切入客户供应体系的

“双通路”策略，未来 2-3 年将进入部分一线品牌厂商合格供应商体系。

可穿戴设备方面，随着手机品牌客户的陆续导入，后续在手机周边类穿戴市场的供应份额也有望持续提升，同时在 AR/VR 类头戴式设备市场的催化下，可穿戴设备领域有望出现新的发展机遇。

除此之外，在电子烟、游戏机、无人机等细分应用领域，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，共同支撑公司高速增长的业务目标。

8. 公司近两个季度毛利率波动的原因？

答：公司在 2023 年开始布局手机业务板块，作为新进入者，在供应初期，公司在价格和规模效应上不占优势；同时，一些 AR/VR 可穿戴设备客户，当前出货量相对较小，但公司为了保持一定行业先发优势，也在积极布局，小批量的供货也会影响一定的产能利用率。但上述因素对公司毛利率的影响会随着客户端需求的扩大、公司供应份额的提升而逐步改善。此外，一季度作为消费电子的传统淡季，叠加春节假期影响，行业稼动率普遍较低；随着下游客户需求的逐步释放，稼动率的提升也会带来利润率的陆续修复。总体来说，虽然当前公司综合毛利率有一定的波动，但在原材料价格企稳的背景下，随着公司多个应用领域下游需求量的提升，毛利率总体将趋于稳定。

9. 公司对于未来费用率的展望？

答：今年公司将继续深耕消费类产品领域，持续保持研发的绝对值投入，但同时会进一步提高对于研发成果转化的效率，通过创新研发产品带动销售，实现订单的加速落地。与此同时，公司将继续探索在支持业务增长和控制运营成本之间找到最佳平衡点，推进精益管理，动态抓好管理质效，精打细算抓好成本管控，严控各种费用开支，将管理费用率管控在合

理水平。此外，在生产制造及供应链端做好管理工作，全力推进智能制造建设，打造高效敏捷、持续降本的综合供应链体系，提升公司整体经营管理水平，将各项费用率维持在稳定合理的水平。

10. 公司当前产能利用率情况？今年对产值的规划如何？

答：公司目前的产能利用率约为 50-70%，随着旺季订单的陆续落地，产能利用率将逐步提升。此外，公司新建产线的部分产能还在爬坡阶段，随着新增产能跑顺以及产线自动化、智能化技术水平的提升，产能利用率在未来也将进一步提升，更好地满足日益增长的客户订单需求。

未来，公司也将根据客户订单需求及收入目标规划情况，合理规划产能，结合下游需求的季节性规律及常态化的产能利用率水平，循序渐进地增设新产线，灵活调整产能布局，确保与市场需求同步，将产能利用率保持在合理水平。

11. 公司在储能业务方面的规划？

答：储能行业在经历了 2023 年的分化后，预计将在 2024 年进一步出清洗牌，卷价格不是主战场，而且不可持续。公司基于储能市场长期的发展前景，于 2023 年底投入小规模储能电芯，整体投入规模不大，当前处于产能爬坡阶段。2024 年公司对储能业务的策略仍然是稳字为主，利用储能团队的市场客户资源和前期的研发技术储备，选择性接受优质订单，把每一颗交付的产品做好，不给未来埋隐患，不争先、不争规模，关注产品本身的品质和长远稳健发展，也不急于进一步扩大投入规模，进而对盈利造成重大影响。预计 2024 年储能业务占公司总体业务规模比例很小，公司依然会坚定聚焦消费类业务的发展。

12. 公司提请股东大会授权董事会以简易程序向特定对象发行股票的原因？

	<p>答：根据相关规定，简易程序发行的授权必须在年度股东大会审议通过。该授权的通过并不意味着公司要即刻开展相关项目。截至目前，公司暂无具体项目计划，后续会根据公司业务拓展及海外客户诉求情况来决策是否启动简易发行程序，公司也会严格按照法律法规要求，及时履行信息披露义务。</p>
关于本次活动是否涉及应披露重大信息的说明	无
附件清单（如有）	无
日期	2024年4月27日