

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：2026-012

投资者关系 活动类别	☐特定对象调研 ☐分析师会议 ☐媒体采访 ☐业绩说明会 ☐新闻发布会 ☒路演活动 ☐现场参观 ☐电话会议 ☐其他（）
参与单位名称	财通基金、诺德基金、富安达基金、易米基金、中信资管、恒健投资、中银资产、华菱迪策、国泰租赁、轻盐创投、江西金投、重庆环投、山能资本、南昌产投、青岛城投、粤开资本、常州投资、海珠城发、嘉融投资、江西农发、财信资产、财信证券、财通证券、华金证券、华富瑞兴、东海创投、银丰创投、蓝海国投、杰隆达贸、湖北金服、华数数科、中航国融、淮海天玺、东方嘉富、振兴嘉杰、德汇投资、鹿秀投资、博成基金、金泰私募、瑞华投资、高新私募、探骊私募、立华投资、瑞世私募、协众投资、知行私募、同心基金、谦履私募、林拙投资、化雨频沾、山东泽润、顶天投资、积发基金、上海亿衍、天津信托等机构，合计 58 名投资者
时间	2026 年 8 月 26 日 15:30-16:30
地点	线上
上市公司接待 人员姓名	陈 萍 董事&董事会秘书 覃润琼 财务总监
投资者关系活动 主要内容介绍	1. 在 AI 硬件爆发、AIDC 储能崛起、具身智能兴起的行业变革期，公司如何看待未来 3-5 年的行业竞争格局？豪鹏科技的差异化定位和核心壁垒是什么？

	答：站在 AI+新能源的结合点上，公司定位的三条增长曲线是匹配时代发展需求的必然选择： ①AI 端侧硬件爆发在即：无论是 AI 眼镜等新型 AI 穿戴设备，还是 AIPC、AI 玩具等消费电子的 AI 化，当 AI 渗透到每个人日常生活工作中的时候，端侧硬件是必不可少的支撑载体，背后的续航都需要靠高质量的电池支撑，这个市场的核心需求是高能量密度小电池综合能力，尤其是钢壳叠片加高硅负极的产品成熟度和大规模供应能力，未来市场供应的格局将呈现高端供给不足、低端过剩的 K 型分化。公司聚焦在此领域超过十年，已深度绑定多家头部智能穿戴客户，近期北美头部大客户的新项目已实现量产交付。无论是技术壁垒、客户壁垒还是先进产能壁垒，公司均处于第一梯队。 ②AIDC 储能高要求、高溢价：随着 AI 算力基础设施快速发展带来新的能源需求，在 BBU、备电、配储三个方面均会对电池产生新的需求，这块市场是储能领域最具溢价的场景，当然也是要求最高的场景。公司组建专业、专职团队，倾斜资源，积极布局 AIDC 数据中心电池及模组业务，拓展储能业务在此领域的应用。在客户定位方面，公司坚持走战略大客户和国际化路线，做难而正确的事情。未来几年，公司希望在这一高价值细分市场逐步形成新的业务贡献。 ③具身智能是长期市场布局：短期来看，四足机器狗已经大规模商用，具身智能对数据的需求驱动了数据采集设备的大规模上量，中长期来看，具身智能将会带来人类生产和生活方式的极大改变。当大家所谈的碳基向硅基迈进的时候，公司坚定看好机器人长期发展潜力，并绑定头部大客户进行联合研发，今年机器人相关业务有望贡献近亿元收入。公司在此领域的前瞻性卡位、面向具身/四足/数采的全方位电池解决方案能力以及资本布局，均有利于构建长期竞争优势。
--	--

2. 越南基地目前的产能规模和出货占比是多少？

答：公司建设越南基地的核心出发点是满足国际头部客户对供应链韧性的要求，也是公司迈向全球化布局、“供应链出海”的关键举措。当前，公司第一个越南基地已实现 PACK 批量出货并深度嵌入国际头部客户供应链，产能规模和出货占比将随扩建进度逐步提升，目前占业务比重还不高；此外，公司正在越南建设第二个基地，布局电芯产能，满足部分北美大客户的交付需求，计划投资金额不超过 7.60 亿元人民币，相关资金将根据项目实施进度和实际需求分期投入，并规划在未来 5 年内完成。未来，公司将根据国际战略客户的实际需求、产品认证进度及全球贸易环境，合理配置国内和海外产能，逐步提升海外本地化制造及交付能力。

3. 钢壳叠片项目预计是投产的时间是什么时候呢？

答：钢壳叠片项目的扩产是公司今年定增募投项目的核心之一，也是公司围绕 AI 端侧高能量密度电池需求进行的重要产能布局。该项目将采取“边建设、边安装、分线试产、逐步爬坡”的方式推进，因此产能不会等到整个募投项目全部建设完成后才释放，部分新增产能将根据产线建设、调试及客户认证进度陆续投入使用。

为更好匹配 AI 眼镜等 AI 端侧产品快速增长带来的客户需求，公司已使用自有资金先行推进部分钢壳叠片产能建设，是国内首批实现钢壳叠片小电池量产公司之一，争取尽早形成新增交付能力和产能先发优势。后续公司将根据相关法律法规、募集资金到位情况及募集资金使用计划，审慎推进项目建设及资金安排。

4. 目前对于传统消费电子和 AI 这两部分的业务重心会不会有所调整？怎么看待传统消费电子行业的整体的发展？

未来他们这个 AI 产品的兴起会不会一部分会，挤占传统产品的一个这样的需求？

答：公司的战略并不是简单地把“传统消费电子”和“AI 产品”完全割裂来看，而是推动现有消费电子基本盘持续向 AI 化、高毛利化和大客户化升级。

公司此前提出“All in AI”的战略方向，本质上就是希望抓住 AI 对终端硬件重新定义带来的产品升级机会。一方面，公司原有客户（世界 500 强品牌厂商），其本身业务在做 AI 的渗透，包括 PC、耳机、音箱及穿戴等设备，当前上述产品 AI 渗透率提升较快。另一方面，AI/AR 眼镜等新品类，作为未来比较受关注的核心终端入口，相较于其余消费电子产品类，仍属于小基数品类，但未来发展预期较快，对电池性能也提出了更高要求，为公司的技术和产品升级提供新的机会。

从资源配置来看，公司会把更多新增研发资源和产能资源投向具备较高成长性、较高产品附加值和较强技术壁垒的 AI 相关项目，同时继续做好成熟业务的客户维护、产品迭代、品质管理和稳定交付。

对于部分增长空间有限、产品同质化程度较高或者盈利质量较低的业务，公司会持续进行客户和产品结构优化，把资源配置到更有长期价值的项目中。

因此，我们并不简单理解为“AI 产品挤占传统消费电子”，而是认为 AI 正在推动整个消费电子行业进入新一轮产品升级周期。对于公司而言，这是一次从传统消费电子电池向高价值 AI 端侧能源解决方案升级的机会。

5. 钠电池量产切换的具体触发条件是什么？公司在此领域的布局情况？

答：公司认为，钠离子电池是否进入大规模产业化，核心取决于技术、成本、供应链和终端需求几个因素共同成熟。

	触发条件为多因素共振：①成本经济性——钠电全成本显著低于锂电（原材料价格回归后价差收窄是当前主要制约）；②供应链成熟度——正负极材料大规模稳定供应；③下游场景放量——高倍率、低温场景或其他对体积不敏感场景等形成规模需求。公司在钠电领域的技术储备成熟，已具备“随时切换”的量产能力，钠电方面会优先推进在 AIDC 高倍率的产业化。 6. 固态电池率先在 AI 端侧验证——相比现有液态电池，固态方案的溢价有多少？客户是否愿意买单？ 答：公司固液态产品率先在 AI 端侧完成验证并实现批量供货，客户为国内外头部 AI 眼镜品牌。在面临“安全、性能、体积”的不可能三角决策中，公司介入客户早期产品预研，从应用场景入手，通过材料、结构、系统集成等多维度为客户提供创新解决方案，具备独特的产品竞争力。 电池占整机 BOM 比重较低，当下 AI 端侧产品的痛点不在成本，而在于如何实现用户全天候使用，这里面有三个核心要素，一是 AI 功能是否能让用户产生黏性，二是续航时间能否实现全天候，三是佩戴的舒适感，核心是重量的控制。 因此，创新的电池技术方案是解决 AI 端侧产品突破几千万台、上亿台的关键瓶颈之一。目前看头部客户对此的认知度和接受度较高，这也是公司坚定推进固态技术阶梯往产业化演进的底气。 目前，公司 950Wh/L 规格的固液态产品已经实现批量供货；新一代体积能量密度达 1200Wh/L 产品技术的迭代开发和客户应用验证正在积极推进中，后续产业化及收入贡献将根据客户项目进展逐步释放。
关于本次活动是否涉及应披露重大	本次交流内容不涉及未公开披露的重大信息。

信息的说明	
附件清单（如有）	无
日期	2026 年 8 月 26 日