

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：2026-015

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	太平养老、人寿养老、国泰基金、国金基金、富安达基金、鑫元基金、中信证券、中国国际金融、中信建投证券、中泰证券、华泰证券、天风证券、华创证券、申万宏源、国信证券、开源证券、东方财富证券、西部证券、华西证券、国盛证券、中银国际证券、光大证券、中信期货、京港伟业投资、恒健国际、国泰租赁、宝隼资管、时代伯乐创投、InPoint Asset、深圳泰鼎基金、尚诚资管、正圆私募基金、上海臻宜投资、上海渊泓投资、上海檀越言、上海润义投资、上海嘉世私募、上海国理投资、青岛金光紫金、乾行资管、农业银行、金牛投资、江西金投私募、华富瑞兴投资、海南亿能投资、海南鸿盛私募、广州云禧私募基金、高元私募、春秋资本、半人马座资管、富基伟业、测度基金、高竹私募、盈富汇智私募、迅胜投资等机构，合计 69 名投资者
时间	2026 年 10 月 13 日 20:00-21:00
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	一、经营情况更新

主要内容介绍	2026 年前三季度，公司聚焦消费电子电池及储能等核心业务，整体经营呈现“收入稳增、利润快增、质量提升”的良好态势：营业收入预计 51.53 亿元至 52.71 亿元，同比增长 17.34%~20.02%；归属于上市公司股东的净利润预计 2.33 亿元至 2.41 亿元，同比增长 32.96%~37.62%，利润增速显著高于收入增速，主营业务盈利能力实质性增强。 第三季度单季收入、利润增速均高于前三季度累计增速，增长动能逐季增强。2026 年第三季度，公司经营业绩环比、同比均保持较快增长，具体来看：营业收入：预计约 19.69 亿元至 20.87 亿元，同比增长 20.89%至 28.13%；归属于上市公司股东的净利润：预计约 1.10 亿元至 1.18 亿元，同比增长 40.17%至 50.57%。第三季度单季的收入与利润增速均高于前三季度累计增速，表明公司经营态势持续向好，增长动能逐季增强，全年业绩具备较好的延续性基础。 消费电子电池业务：深化大客户合作，卡位新兴应用。消费电子电池业务方面，公司持续深化与全球头部品牌客户的合作，深入践行战略大客户策略，为业务稳健增长提供有力支撑。具体来看：（1）把握 AI 端侧创新机遇。公司积极把握 AI 端侧创新及机器人等新兴应用场景带来的市场机遇，加快高能量密度、高安全性电池产品的研发及客户导入，推动产品结构持续优化。（2）拓展战略大客户版图。公司在笔记本电脑等核心领域持续拓展战略大客户，深化核心客户合作，新客户、新产品、新应用场景的拓展步伐进一步加快。 储能业务：规模快速增长，向高附加价值场景渗透。储能业务方面，受益于海内外储能市场需求的持续增长，公司积极推进客户拓展、订单交付及产能释放，储能业务规模保持较快增长，已逐步成为公司业绩增长的重要驱动力。同时，公司持续加强储能产品技术研发与产品布局，积极拓展 AIDC 储能等高附加值领域，为业务长期发展积蓄新动能。
---------------	---

二、问答交流内容

1. 第三季度收入/归母净利润增速高于前三季度整体水平，增量主要来自出货量增长、产品结构改善，还是新客户和新项目交付？各因素的贡献能否量化？

答：三季度单季营收预计 19.69~20.87 亿元，同比增长 20.89%~28.13%，增速高于前三季度整体（+17.34%~20.02%）；归母净利润预计约 1.10 亿元~1.18 亿元，同比增长 40.17%~50.57%，增速高于前三季度整体（+32.96%~37.62%）。

主要得益于“出货量增长 + 产品结构改善 + 新客户/新项目交付”三重因素共振。（1）出货量增长：储能满产满销、排产紧凑，AI 端侧客户深度合作及新品交付。（2）产品结构优化：AI 化带动价值量提升（如 AI PC 相关电池单机价值量较传统笔记本提升约 20%），高附加值品类占比上升。（3）新客户/新项目交付：AI 眼镜、AI 耳机、AI 玩具、机器人等新兴应用领域，部分新项目逐步进入量产交付阶段，为业务增长提供新的动力。

2. 笔记本电脑电池业务前三季度的需求和出货表现如何？战略大客户拓展节奏？

答：PC 领域，前三季度公司在行业需求整体承压背景下持续逆势增长，主要得益于存量客户份额提升、新客户顺利导入，与头部客户以“联合定义+定制开发”模式深度绑定。公司是惠普、戴尔、MSI、华硕、宏碁等头部品牌的主力电池供应商，并已获得韩系品牌客户订单，正积极推进其余国际头部品牌导入。

公司的战略大客户当前处于导入与份额提升并行阶段：存量客户处于份额爬坡（逐年提升供货占比），新突破的战

略大客户处于认证后放量导入期，尚未进入存量份额的稳态阶段。展望未来，随着 AI PC 等新一代计算平台逐步发展，笔记本电脑产品对电池能量密度、续航能力等方面的要求持续提升，有望为公司带来新的市场机会。公司将持续推进新客户拓展与存量客户份额提升，积极把握行业技术升级带来的业务增长机遇。

3. 第三季度主要产线的产能利用率变化如何？

答：第三季度，随着下游客户需求变化及新项目逐步导入，公司主要业务产线的产能利用情况整体保持良好态势，生产运营效率持续优化。

（1）消费电子产线：随季节性需求回升及新客户、新项目逐步导入，自第二季度起产能利用率与经营效率环比持续提升。第三季度 AI 端侧订单放量延续高位，钢壳叠片等新品已进入规模量产，产能利用率持续提升中。

（2）储能产线：受益于下游市场需求旺盛及客户订单持续交付，公司储能产线保持满负荷生产状态，产品产销情况良好。目前，现有产能尚未能完全满足客户订单需求，公司持续通过生产排程优化、工艺改进等措施提升生产效率和订单交付能力。

4. 高能量密度、高安全性电池产品的关键技术进展是什么？与现有产品相比，在能量密度、安全性、寿命方面有哪些可量化的提升？

答：公司已构建“液态高硅—固液态—全固态”阶梯式技术矩阵，覆盖聚合物、氧化物、硫化物三条固态路线。（1）能量密度：公司 950Wh/L 固液态产品已批量供货；新一代固态电池体积能量密度 1200Wh/L、重量能量密度 400Wh/kg，已完成小试验证，正推进产业化。（2）安全性：软甲固电技术

	（纳米陶瓷铠甲+内置灭火剂+超级隔膜三重防护）通过针刺、过充、多面挤压等极限测试，实现“不起火、不爆炸”，固态样品通过穿刺、过充、热箱等严苛测试。（3）循环寿命/宽温域：公司通过高硅负极材料优化、钢壳叠片结构设计及相关工艺改进，持续提升产品的循环寿命、一致性及环境适应能力。固液态电池具备“高安全、宽温域、高能量密度”特性。 5. AI 端侧创新带来的电池需求，哪些已经转化为量产订单？ 答：随着 AI 技术在智能终端领域的应用持续深化，公司在 AI 眼镜、AI PC、机器人及数据采集设备等领域的相关电池产品已逐步实现量产交付，部分新兴应用项目正在持续推进客户导入和产品开发。（1）AI 眼镜电池：公司钢壳叠片电池已规模量产，并向北美头部及国内外一线 AI 眼镜品牌批量供货，产品覆盖带屏显示型等不同应用场景。2025 年，公司已位居全球 AI 可穿戴锂电池第一梯队，形成了较好的市场竞争优势基础。（2）AI PC 电池：公司已成为多国际知名 PC 品牌客户的主力供应商。随着 AI PC 对续航能力、能量密度、快充性能及安全性要求的提升，相关电池产品的技术规格和配套价值量有所提高。（3）机器人电池/数据采集电池：已批量出货（智元、智身、优必选等），数据采集电池实现头部客户大批量出货，预计 2026 年机器人相关业务收入接近 1 亿元。（4）AI 玩具/耳机等：已进入头部玩具/专业声学供应链，联合开发高单机价值量产品。 6. AIDC 储能相关产品进展节奏如何？公司认为自身进入这一市场的技术或客户优势是什么？ 答：公司 2025 年启动相关产品研发，目前正持续推进送
--	---

样、认证与客户导入。在产品布局方面，公司规划及开发了多款高倍率电芯，分别适配 400V UPS、800V HVDC 高压直流及 SST 固态变压器直流侧等短时备电应用；同时布局大容量电芯，满足数据中心长时备电需求。在电池模组方案上，公司也可提供算力中心智能电池系统——专为 UPS/HVDC 与关键电力场景打造，覆盖 AIDC、工业制造与边缘算力节点。新产线兼容锂电与钠电生产，为未来数据中心提供更多技术选择。目标覆盖国内外多家头部 UPS/HVDC 系统集成商，努力进入终端互联网大厂白名单；公司已调集精兵强将、成立专门团队，在美国设子公司支持海外送样、认证与本地化服务。

公司核心优势主要体现在以下方面：（1）技术：公司重点攻坚高导流结构件、高倍率化学体系，新开发的 85Ah 电芯可实现 8-10C 持续放电，满足智算中心短时高功率备电、快速调峰需求；同时布局钠离子电池，通过锂钠协同丰富储能方案，适配不同成本和工况需求。（2）客户：公司拥有多年服务消费电子合作基础与北美多家头部科技公司已建立供应商认证与信任。（3）海外布局：北美子公司支持送样、认证和本地化服务。目前，公司 AIDC 储能相关业务仍处于产品验证、客户导入及市场拓展阶段。未来，公司将持续推进相关产品技术验证和客户认证，积极争取项目落地及批量供货机会。

7. 储能业务当前的在手订单及未来几个季度交付能见度如何？

答：目前，公司储能业务保持良好的发展态势，客户结构仍以海外大客户为主。经过两至三年的持续合作，公司在产品质量、交付能力及客户服务等方面不断积累经验，主要客户对公司产品及服务的认可度持续提升，双方合作关系进一步深化。

	在订单及产能方面，当前公司储能业务在手订单充足，相关产线保持满负荷生产状态，整体处于满产满销状态，反映出下游客户需求较为旺盛。公司持续加强与主要客户的订单协同及交付计划管理，积极保障客户需求。 在后续交付方面，基于现有客户合作基础、在手订单及客户需求情况，公司对未来几个季度的业务交付保持积极预期。公司将结合客户提货计划、生产排程及产能情况，持续提升订单交付能力。 在市场需求方面，公司看好海外家庭储能市场的中长期发展前景。随着海外储能需求持续释放，公司将进一步深化与重点客户的合作，积极把握行业发展机遇。 8. 公司经营质量的提升具体体现在哪些方面？ 答：公司经营质量提升的本质是“客户结构×产品结构×盈利结构”三重优化共振——大客户集中度提升带来议价与规模效益，终端品牌客户占比上升带来产品定义权与价值量提升，储能满产满销带来盈利质量修复。 （1）客户结构方面，公司坚持大客户战略，重点服务世界 500 强及细分行业领先品牌客户，持续深化与优质终端品牌客户的合作。目前，公司合作的终端品牌客户包括惠普、戴尔、MSI、宏碁、华硕、微软、索尼、罗技、谷歌、大疆、哈曼、佳明、亚马逊、M 客户、雷鸟创新、Rokid、理想等国内外知名企业。 （2）产品结构方面，公司持续推进高附加值产品及新兴应用领域布局，积极拓展 AI PC、AI 可穿戴设备、机器人及储能等业务，通过产品技术升级、应用场景拓展及客户需求协同，推动产品结构持续优化，提升产品综合竞争力及单机配套价值量。 （3）盈利能力及经营效率方面：随着重点客户合作深
--	---

	化、新项目逐步量产及部分业务产能利用率提升，公司持续发挥规模化制造、技术研发及精益管理优势，推动生产运营效率改善，为盈利能力提升提供支撑。
关于本次活动是否涉及应披露重大信息的说明	本次交流内容不涉及未公开披露的重大信息。
附件清单（如有）	无
日期	2026 年 10 月 13 日