

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：2024-007

投资者关系 活动类别	<input 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 checked="" type="checkbox"/> 电话会议 <input type="checkbox"/> 其他（）
参与单位名称及 人员姓名	银华基金、信达澳亚基金、长盛基金、金鹰基金、天弘基金、浦银安盛基金、工银瑞信基金、国海富兰克林基金、西部利得基金、汇丰晋信基金、兴全基金、中庚基金、融通基金、永赢基金、鹏华基金、华富基金、圆信永丰基金、平安基金、方正资管、国寿养老、人保资产、中金资管、招商资管、上海信托、昆仑保险资管、高竹基金、广东正圆、国泰君安、天风证券、长江证券、西部证券、华鑫证券、民生证券、华泰证券、国信证券、国金证券、中金公司、中信证券、中信建投、海通证券、申万宏源、兴业证券、东北证券、东方财富证券、光大证券、招商证券、太平洋证券、长城证券、野村东方国际证券、国海证券、国盛证券、国元证券、国联证券、浙商证券、华安证券、信达证券、华西证券、华福证券、华创证券、东方证券、德邦证券、中银证券、中原证券、中泰证券等机构投资者
时间	2024年10月29日（周二） 场次一：09:00-10:00 场次二：13:00-14:00 场次三：14:00-15:00 场次四：15:00-16:00 场次五：16:00-17:00

地点	线上交流
上市公司接待 人员姓名	董事、财务总监：潘胜斌 董事会秘书：陈萍 首席科学家：高学锋 投资者关系经理：李方静
投资者关系活动 主要内容介绍	<p>一、经营情况更新：</p> <p>2024 前三季度，面对原材料市场和外汇汇率波动等外部挑战，公司积极开拓更多国际品牌客户，主动调整产品和订单结构，保持收入与盈利的稳健增长与平衡。2024 年前三季度实现营业收入 37.84 亿元，同比增长 25.87%；归母净利润 7,753.59 万元，同比增长 36.97%。其中 Q3 收入较去年同期增长 14.51%，环比 Q2 增幅约 11%；净利润较去年同期增长 56.93%，环比 Q2 增幅约 106%，这主要得益于产能迁移工程基本落定带来的规模制造效益和运营效率改善，及公司积极主动对客户和订单结构进行优化和调整。同时，公司毛利率较上半年提升 1.53 个百分点至 20.57%。</p> <p>客户开拓方面，今年前三季度整体出货量增长符合预期，市场份额的提升势头也得以验证。分领域来看：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) 笔电业务：在众多客户端的供应份额进一步提升的同时，陆续进入多款 AI PC 新机型；新客户陆续起量供应，为未来增量发展奠定良好基础。 2) 智能穿戴业务：今年新进入部分国内外知名品牌客户的供应体系并实现批量供应，预期未来供应量将持续攀升；此外，在新型封装工艺如薄钢壳电池应用领域，公司已与某国际战略品牌客户达成合作意向并投入研发。 3) 手机业务：今年综合考虑收入和盈利平衡，进展略有放缓但不改战略定位，主动俯身是为了更好地冲刺；重点客户需求继续盯紧，积极配合新机型研发，争取

明年尽快导入供应链体系。

4) 便携式储能业务：公司紧跟 TOP 级客户需求，扎实做好技术研发和产品开发，前三季度出货量提升明显，实现翻倍增长。

5) AR、VR、机器人等新兴市场领域：公司继续开拓业务边界，加快与多家全球知名头部企业的联合研发，目前部分客户项目已到量产或试产阶段，同时有新项目处在下一代产品预研阶段。

技术研发方面，近期市场较为关注的钢壳叠片、硅碳负极、固态电池等，公司已有一定技术储备，并与特定客户在具体项目上展开深入联合研发。

1) 钢壳叠片：作为未来主流消费类锂电池提升能量密度的重要方向之一，公司正在与客户展开联合研发，瞄准客户下一代产品需求进行定制化开发。

2) 硅碳负极：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，有效提升终端产品续航，得到消费者一致好评，在下一代硅碳技术布局上，公司也已经与战略客户签署有约束力的定制化、联合研发战略协议。

3) 固态电池：公司研究院前瞻技术研究部门一直在从事相关预研工作，包括自研、与高校展开合作研究，紧跟固态电池技术发展趋势。

产能归集方面，公司深圳生产线已基本迁移完成，惠州潼湖工业园一期新增产线产能正有序爬坡，二期项目陆续进入收尾阶段，将逐步投入使用。随着产能迁移后的新工业园稳步运营，公司整体供应能力预期会有显著提升，能够支撑公司在未来的 2-3 年持续向更多高端客户供应链迈进，在不断提升的市场份额之下，公司的毛利率和净利率都将进一步上行。

接下来，公司将持续夯实保障确定性成功的组织能力，在

业务方面继续锚定消费类业务基本盘，进攻更多有国际影响力的大品牌客户，力求在更多消费类高增长潜力市场中提升市占率水平；同时，充分利用储能业务的现有产能规模并沿着消费类业务出海的逻辑将储能业务做稳做优，抢抓行业复苏机遇，努力实现收入增长及盈利修复，创造更多的价值回馈投资者。

二、投资者主要问题：

1. 公司各主要业务板块前三季度出货量增长情况？

答：公司持续践行深耕消费类业务基本盘的发展战略，聚焦有引领行业发展潜力的新客户或新行业，以战略大客户需求为牵引，保证资源投放、确保成功率，快速响应客户需求并提供优质的解决方案和服务，在深挖原有客户潜力的同时，积极开拓战略性新客户，实现了各主要业务板块出货量的持续增长。其中，笔电及周边产品、智能穿戴、个人护理、游戏机、机器人等领域在出货量上均实现了 25% 以上的同比增长率，市场份额提升逻辑得到充分验证。

2. 公司对明年业务的展望？

答：站在当前节点，公司已步入产能整合期后半程，收入与盈利的均衡发展是公司实现可持续发展的第一要务。展望 2025 年，基本完成产能整合建设的豪鹏，产能利用率及运营效率都将进一步提升；再结合消费电子行业的企稳回暖、AI 带动行业创新周期来临和巨头新品催化不断所带来的三重拐点逐步兑现，公司将在业务开拓和盈利修复等方面走的更稳、更快。未来，公司将始终坚守初心、保持定力，继续围绕消费类基本盘战略，以优质的产品和服务不断提升公司产品市场竞争力和供应份额，实现业绩的可持续增长。

3. 公司对储能业务的后续规划？

答：公司的储能业务主要有两大类，一类是公司长期布局

且已取得一定市场份额的便携式储能业务，一类是公司在今年投产出货的大储电芯业务。

便携式储能业务方面，公司已经深耕该领域多年，产品已经足够成熟。今年以来，公司陆续导入新的大客户量产，同时产品形态逐步从电池模组向成品延伸。随着公司在国内外品牌客户方面供应份额的不断提升，今年在便携式储能业务方面获得较高的收入增速。

大储电芯业务方面，公司基于自身二十余年的电芯制造和成本管控能力，稳字当头，审慎布局。短期将主打差异化竞争优势，针对客户需求，提供安全、可靠且兼具性价比的产品，并沿着消费类业务出海的逻辑将储能业务尽快往海外市场拓展，做稳做优，注重全生命周期的管控和市场口碑。

4. 公司在 AR、VR 等方面的业务规划？

答：在元宇宙概念的助推下，AR/VR 类头戴式设备市场火爆，根据 IDC 数据，2024 年预计 AR/VR 市场会呈现较大力度复苏，出货量同比增长 46.4%，2023-2027 年出货量复合年均增长率 CAGR 预计为 37.2%。展望未来 3-5 年，也会不断涌现更多新兴智能介质产品。

而对于 AR/VR 类的前沿领域的应用落地，一般需要产业链公司提前做好充足的技术储备，才能够更好地匹配客户需求的不断迭代。公司在小型软包电池领域有多年的技术积累和大规模交付给国际品牌客户的产品经验，随着 AR/VR 新技术的推广，公司已在加快与现有客户和目标潜在客户的联合研发，目前部分客户项目已到量产或试产阶段，同时有新项目处在下一代产品预研阶段。

5. 公司如何看待低空市场的机会？

答：低空市场属于工业类和消费类结合的应用场景，这与公司主营的消费类业务存在一定差异，但公司对该市场一直比较关注，近年来持续进行市场调研和技术路线的探讨。

电池性能是制约飞行汽车发展的关键性因素之一，需要高安全、高能量密度、高稳定性的电池，而同时满足这几项要求难度相对较大，比如轻便要求下的高能量密度，行业普遍认为需要通过固态路线才能实现。

目前公司虽暂未向市场提供该类型电池，但也通过其他类型产品的大规模供应，与该领域的知名头部品牌客户保持长期稳定合作，具备相应的客群基础。随着未来低空场景大规模的电芯需求放量，公司也有机会依靠前期的储备抓住新的发展机遇。

6. 公司在固态电池方面的规划情况？

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。

目前全固态电池需要解决的难题在于固-固界面的形成和维持，由于消费类电子产品难以对电池施加形成良好界面的足够压力，暂时看不到实用化的前景；因此，公司将研发的重点放在含有微量液体的准固态电池方面。准固态电池与现有的主流液态锂电池技术相比，在性能和成本等方面各有长短，公司已经具备了向客户送样的能力，后续主要根据客户需求，推动相关产品的商业化。

7. 公司在钠电池方面的布局情况？

答：钠电池在性能和制备体系等方面具备一定优势，其原材料储量丰富、温度适应性好以及安全性高等优势，能在一定程度上在解决锂资源储量不足、分布不均等“卡脖子”问题。公司已就钠电池产品向部分消费类客户送样，得到不错的反馈评价，但目前钠电池相较于锂电池的生产成本更高，仍然需要较长时间通过供应链协同来解决成本问题。公司也将在市场发展初期，做好技术及高价值知识产权创造和储备，待需求起量时，紧抓新的发展机遇。

8. 公司在硅碳负极和钢壳封装方面的进展？

答：硅碳负极方面，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，可有效提升终端产品续航，得到消费者一致好评，在下一代硅碳技术布局上，公司也已经与穿戴类战略客户签署有约束力的定制化、联合研发战略协议。

钢壳叠片是未来主流消费类锂电池提升能量密度的一个重要技术路线，公司正与知名穿戴类客户展开联合研发，瞄准客户下一代产品需求进行定制化开发。

9. 公司毛利率水平的提升原因及保持稳定的策略？

答：第三季度公司毛利率水平恢复至 20.57%，较上半年毛利率提升 1.53 个百分点。公司毛利率提升的主要驱动因素：一是潼湖工业园的各产线产能利用率在产能迁移后半程均有明显提升，带来规模效应；二是新增产线的产能利用率也有较大提升，特别是大储电芯为代表的新业务的产能利用率及运营效率的提升；三是产品和订单结构进一步优化，优势产品的出货量增长带动毛利率提升。未来随着产能进一步释放以及管理效率的改善，公司毛利率还有进一步提升的空间。未来，公司也将通过以下几个方面的努力，来保持毛利率水平的稳定：

首先，公司将通过技术创新来增加新产品、新应用附加值，进而抵消部分成熟产品领域的价格竞争影响。其次，从开源的角度来说，公司会持续发挥在海外市场的先发优势，巩固与老客户的战略合作并努力寻求份额提升，同时，我们也在加快导入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。此外，从节流的角度来说，我们将通过合理的产能规划、订单安排，打造高效敏捷、持续降本的集成供应链体系，进一步提升产品的成本竞争力进而提升盈利水平。

10. 公司后续产品降价压力？

答：从长远和近几年锂价走势分析，价格到了 7 万多之后，下行空间也相对有限，对于公司而言压力也比较可控。而

	<p>且公司坚持与客户需求背靠背的原材料锁定策略，同时加强集成供应链管控能力，夯实与主要供应商的战略合作，尽量降低周期波动对公司的影响。另一方面，消费类产品的迭代更新速度相对较快，且随着 AI+产品的份额提升，新技术带来的产品溢价也会提升。未来，公司将继续保持战略聚焦，以大客户、大项目牵引公司规模化发展；与此同时，公司也将持续落实降本增效举措，以市场份额、运营效率等多方面的提升来应对外部环境变化带来的挑战。</p> <p>11. 公司回购股份安排？</p> <p>答：公司今年再度启动回购工作，主要是基于对公司未来发展前景的信心以及对公司价值的高度认可，也是为了维护广大投资者的利益，增强公众投资者对公司的信心，推动公司股票价格向长期内在价值的合理回归，促进公司稳定可持续发展。此次回购价格上限为 59 元，回购资金总额预计 1-2 亿，预期将采用专项贷款及自有资金结合方式开展回购。此次再贷款回购，公司也是中国银行深圳分行首家审批的上市公司，也体现了公司在各项经营指标和内控治理等各方面的稳健性、合规性得到了辖区金融机构的充分认可。回购股份用途主要包括股权激励计划、员工持股计划或可转换公司债券转股。</p> <p>12. 公司外销业务占比较高，未来会不会面临加征关税的压力？</p> <p>答：从企业个体层面上来看，公司一方面需做好产品和技术，提供有更高附加值的创新产品，提升自身产品的“不可替代性”；另一方面，公司在越南已有制造基地的布局，即将投入使用，未来也会与客户保持紧密沟通，确保供应的灵活性、韧性和综合成本等符合双方共同的利益。</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>

附件清单（如有）	无
日期	2024年10月29日