

证券代码：002139

证券简称：拓邦股份

深圳拓邦股份有限公司

2023年3月30日至3月31日投资者关系活动记录表

编号：2023005

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 checked="" type="checkbox"/> 其他： <u>电话会议、现场会议</u>
参与单位名称、时间	3月30日：21:00—22:00（电话会议） 天风证券、中信证券、华泰证券、中泰证券、国信证券、中金证券、国泰君安、海通证券、招商证券、申万宏源证券、长江证券、东吴证券、西部证券、光大证券、富瑞证券、银河证券 3月31日：14:00—15:30（现场会议） 国寿资产、景林资产、国金证券 3月31日：15:00—16:00（电话会议） 天风证券、海富通基金、韩国投资信托运用、富国基金、上海盘京投资、嘉实基金、恒泰证券、恒健国际、宏鼎财富、易米基金、上海汐泰投资、上海合道资管、Parametrica Management Limited、Neuberger Berman、泰信基金、汇丰晋信基金、盈峰资管、Cyber Atlas Capital、佳许盈海（上海）私募基金、中国国际金融、上海聚劲投资、北京睿谷投资、北京鼎萨投资、金元证券、深圳展博投资、汇丰晋信基金、浙江米仓资管、中银国际证券、上海证券、敦和资管、北京匀丰资管、国海证券、太平洋资产管理、安信证券、明亚基金、上海混沌投资、太平资产、恒泰证券、

	<p>中信建投、红土创新基金、北京沅沛投资、深圳宏鼎财富管理、光大证券、上海途灵资产、上海长见投资、华泰柏瑞基金、恒生前海基金、国海证券、国寿安保基金、西部利得基金、宁波莲盛投资、泉果基金、生命保险资管、Regent Capital、进门财经、安联投资、申港证券、永赢基金、上海煜德投资、西藏源乘投资</p>
地点	公司会议室
上市公司 接待人员 姓名	<p>董事会秘书：文朝晖</p> <p>证券事务代表：张裕华</p> <p>投关专员：罗坚</p>
投资者关系活动主要内容介绍	<p>一、投资者展厅参观</p> <p>二、公司近况介绍：年报解读</p> <p>1、2022年经营业绩情况：</p> <p>收入：2022年实现营业收入88.75亿元，受2022年整体经营环境及公司在2021年高增速基数影响，公司同比实现14.27%的增长。综合来看，公司收入仍在3年倍增的节奏上，过去十年，拓邦从2013年的十个亿的销售收入，保持每年增长，到2022年实现88.75亿的收入，十年收入复合增速在27%以上。</p> <p>利润：实现归母净利润5.83亿元，同比增长3.13%，扣非净利润4.84亿元，同比上升11.96%，2022年是公司股权激励计划第一个等待期，剔除股份支付费用影响后，2022年归母净利润约为7.1亿元，同比增长约19%；扣非净利润6.08亿元，同比增长32%。</p> <p>经营现金流：实现经营活动现金净流量4.91亿元，2021年由于备货，出现负数。2022年加大应收账款的回款速度，加快高价库存的清理速度，从2021年负2.2亿元实现转正，实现和扣非净利润相当的净流入金额。现金流更加健康、可持续。</p>

毛利率：高价库存叠加锂电池上游材料涨价的影响，2022年1至3季度的毛利率在19%左右。Q4随着高价库存的出清，以及一些新产品的导入、产品结构变化，Q4毛利率提升到23.75%。

分客户、板块、季度的收入实现情况：

头部客户策略：数量从2021年的100家左右增加至2022年108家，占整体收入比例达到84%。报告期头部客户的数量和收入都实现了双增长，同时头部客户在2022年贡献了90%以上的收入增量。头部客户策略在近几年的收入增长中贡献效果明显。**板块维度：**家电和工具板块实现了小幅增长，2021年家电板块、工具板块是40%左右的增长，2022年是个位数的增长。新能源60%以上增长，构建公司第三成长曲线，符合公司预期。**各季度收入：**2022年二、三、四季度，每个季度收入在23亿左右，一季度有春节等因素影响低于其它季度。整体经营稳定，没太受到行业周期性、客户周期性影响。行业布局基本形成家电、工具、新能源3大板块并驾齐驱的良好局面，既有稳定的基本盘，也有成长盘贡献增量，体现公司的经营韧性。

2、2022年公司主要做了以下几项重点工作：

加大新业务的开拓：公司基本已形成家庭为应用场景的家电板块、劳动场景的工具板块，以及绿色低碳为场景的新能源板块，业务结构更加健康，坚持产品创新和丰富产品矩阵。“四电一网”是整机的核心技术，公司通过底层技术形成数百种产品矩阵，在不同应用场景提供一系列解决方案，打开产品边界。

降本增效，提升智能制造水平：在数字化、网络化、智能化的浪潮下，我们以“精益化”为基础，“数字化、自动化”为支柱，致力于打造“交期最短，品质稳定、成本最优、柔性交付”的拓邦智能化工厂。2022年在收入增长的同时，生产人员数量下降，制造费用也有大幅的下降。为提升毛利率，缓解应对上游需求所带来的一些不利因素，一方面降高价库存，一方面提升智能制造水平实现降本。

国际化布局持续加速：全球经济形势、需求这两年变化比较大，经济发展和国际形势是强相关的。很多下游客户，到东南亚以及欧美地区进行布局，我们之前也是做了这些国际化的布局，2022 年的国际化布局在加速，越南和印度基地实现扩产，墨西哥和罗马尼亚已建成并且投入使用，并通过部分客户审厂，同时在欧洲、美洲、南非、日本设立国际运营部，加深国际化布局，增强客户粘性，预计能很好的应对未来经济发展、多区域化发展，公司将紧抓这几年行业多区域化发展的红利期。

组织进化：组织的红利预计在未来会逐步体现，BU 业务建设，新业务的投入，能够帮助企业在未来的不确定经济环境下构建较强的业务确定性。

三、投资者提出的问题及公司回复情况：

问题 1：公司下游的客户的发展情况，下游景气度情况？

回复：这是从去年以来大家比较担心的问题。公司的产品属于产业链中游，下游的应用领域还是比较多的。虽然我们聚焦在家电、工具、新能源这三个赛道，但里面有很多细分的赛道。

以家电板块为例，我们不是所有的家电业务都做，只在部分细分领域占较高的市场份额。从产品的角度，如以变频技术应用为代表的空调、冰箱，一些厨房大电、热泵类、清洁类和服务机器人产品，在 2022 年取得不错的增长，包括应用场景从家用向商用领域延伸，技术的升级，都有助于业务向增量市场发展；从市场角度，我们布局更高景气度的市场，比如中东市场、印度市场；公司家电业务 30 个亿的体量，相对千亿级家电市场需求仍有很大的拓展空间。家电行业发展多年，行业增速虽然不高，过去几年我们家电业务的增速是高于行业增速，未来在我们已突破的大家电市场、已突破的品类里，聚焦优势品类，提升市占率。2022 年小家电有所下滑，2023 年随着经济逐步复苏，小家电预计会逐步回暖，家电业务将实现超越行业的增速。

工具板块，下游特别集中，虽然欧美的经济景气度不太好，行业增速在放缓，但公司工具产品的应用场景在增加，欧美以外市场的渗透率

也很低，未来可提升的空间还比较大，我们认为工具锂电化、无绳化未来还有红利期。公司在工具板块是头部客户策略，先突破了全球非常靠前的客户，产品端以专业级和工业级产品为主，属于客户高增长的板块，这两块近几年增长是非常好的。未来随着工具锂电化、无绳化渗透率提升，产品向高压、高功率、便携和智能的趋势来发展。凭借公司在工具板块的产品组合，无论在第一大客户还是在其他工具客户，都还会有进一步的提升，头部企业优势有助于市占率的提升。

新能源板块，虽然欧洲储能需求可能有所放缓，但是整个板块，以锂电池为代表的能源应用才刚刚开始，未来几年，在部分细分领域具备优势，公司通过不断做强产品和提升内部运营能力，有信心实现收入、利润的增长。

问题 2：今年有没有看到一些特别高景气、突出的一些领域，会比较明显景气的领域？

回复：工具板块，园林工具业务有所突破，预计今年会贡献一个不错的增速；家电板块，2022 年突破的日系大客户和印度大客户之后，在变频技术为代表的空调领域、服务机器人领域预计会有不错的增长。

新能源板块，原来家储只提供了锂电池，今年随着 PCS、整机和美国以外其他区域的突破，预计也有成长空间；在新能源车领域，具备成熟的电源技术，会围绕交流、直流充电桩、充电枪、充电模块等来拓展市场，市场足够大、市场机会丰富。

未来发展会呈现有结构性的增长，并非行业普涨，新能源也是有区域、品类的涨跌差异。公司将根据优势去找到适合的细分市场，公司的客户储备、产品储备，足以支撑去实现细分领域的高市占率。

我们是提供行业中游的产品，几百种的产品矩阵，能够加速我们产品从 0 到 1 及 1 到 N 的实现过程，在新应用到来时获取订单，并将产品、技术储备，快速应用到新需求领域。

公司打造的以技术创新为基础的总成本领先战略，不一定要每个产品都获得特别高的毛利，不同客户、不同产品的策略不同，构建总成本

领先，包括了研发、制造、销售等综合的费用。当新的需求、新的应用领域出来，能很快适配。公司每年快速增长的业务都是在前两年或者更早有了耕耘，才有可能实现收入的突破。新项目今年还会有很多，在没有上量之前，不好去做更详细的分解。

问题 3：未来中国的数字经济发展，进入到一个新的阶段。人工智能，也是会把数字经济和数字工作推动到一个新的阶段、新的时代。拓邦一直在智能家居、智能化方面应该是做了很多的积淀和布局，主要是哪些积累和布局？

回复：在人工智能时代，智能控制器的应用场景将更加广泛，同时也带来了更多的机遇。人工智能和物联网要落地，需要和外部环境、用户交互，这就离不开感知、HMI、执行、控制等各个模块，这些模块和AI算法算力结合才能构成完整可落地的人工智能应用，这些不可或缺的模块和它们的组合都是公司智能控制器解决方案涵盖的范围。企业可以通过不断创新和技术提升，抓住机遇，实现更加稳健、可靠、高效的发展。可能的机遇有：

智能化升级：随着人们对智能化需求的不断提高，智能控制器将会在各个领域得到广泛应用。例如，智能家电、电动工具、园林工具、新能源汽车等领域，都需要智能控制器的支持，以实现智能化升级。比如在工商业储能场景，不仅仅是简单的电源、BMS和电池，需要做好整个能源管理，通过整个控制系统，实现数字化、智能化的一个产品。

数据收集与分析：智能控制器可以通过传感器等设备收集大量的数据，并通过人工智能算法进行分析和处理。这些数据和分析结果可以应用于产品的优化和改进，同时也可以为企业提供更加准确的决策支持。

人机交互：随着人工智能技术的不断发展，智能控制器将能够更好地与人进行交互。例如，智能音箱、智能家居等产品，都需要智能控制器的支持，以实现更加自然、智能、人性化的交互方式。

智能制造：智能控制器可以应用于工业自动化领域，实现智能制造。例如，在生产线上，智能控制器可以控制机器人、AGV等设备，实现自

动化生产。这将提高生产效率、降低成本，并为企业带来更大的竞争优势

未来的产品都会围绕智能、低碳、数字化去展开，公司产品平均单价及自主可控产品收入逐年提升，也是数字化和智能化的一个综合表现。

问题 4：2022 年新能源毛利率对比 2021 年下降 3 个多点，公司业务占比较高的户储海外竞争加大，新能源的盈利能力是否能继续保持？

回复：2022 年新能源业务毛利率下降，主要是电池上游材料价格大幅上涨及通信备电业务毛利不高共同影响。公司新能源业务中非电池形态产品的毛利率较高，非电池形态产品收入占到新能源板块的 4 成左右，2023 年这部分盈利能力受海外业务影响有限。随着上游原材料材料的逐步回落，成本压力会下降。储能领域的需求大，拓邦在这个市场的市占率还不高，有很多区域、客户、产品拓展的空间，整体新能源的盈利能力有望保持或提升。

问题 5：公司产品出口占比较高，当前海外经济衰退，预计对公司的影响有多大？

回复：海外不同的区域与不同的产品市场之间依旧存在差异。从地区上来讲，东南亚、印度等新兴市场存在不错的成长空间，2022 年度公司在这两个地区也取得了不错的成绩。从产品市场上来讲，公司所聚焦的高端品牌与更加智能化的多个产品品类，在 2022 年依旧保持稳定，相信在 2023 年后期经济形势逐步恢复的前提下，会有不错的增长。

问题 6：储能电芯是自产还是外购？在电芯价格稳定且下降的趋势下，公司依旧自制电芯的原因？

回复：公司目前电芯及 PACK 产能约 2Gwh，2023 年预计新增 2- 2.3 Gwh，年底或明年初投产，产能逐步爬坡。

自建电芯产能主要有以下几个原因：一是在供应紧张时，保证供应链的安全。二是确保品质可控。公司主要聚焦于锂电池的应用，每一个

不同的细分市场与应用场景对电芯的品质有不同的要求标准。三是满足不同客户的定制化、差异化需求。

问题 7：公司的产品如何定价的？

回复：公司产品定价主要分为两种：一种是成熟产品的招标方式，招标定价；一种是ODM业务，则是成本加成模式。

问题 8：海外产能建设的成本差异以及优势？海外产能是否会影响公司毛利率？如何管理海外基地？

回复：海外产能建设不仅是为了降低生产成本，而是为了更好地服务客户、获取订单，客户也在进行多区域化布局，公司提前发现这种趋势并进行布局，抓住产业转移红利期。越南、印度的生产基地已进入批量生产，人工成本方面更具有优势。墨西哥、罗马尼亚生产基地目前还没有大规模量产，在爬坡期，产值不高，对公司毛利率影响不大，主要为了更好地开拓市场、服务客户。

海外基地的管理以本土化为主，中方管理层参与的运营模式，构建以客户为中心的流程型组织，并逐步提高其流程化、系统化管理水平。经过越南半年实现投产、印度本地化管理的成功经验，公司异地建厂能力加强，海外生产基地运营及市场开拓能力得到显著提高，已成为公司的竞争力之一。

问题 9：2022 年四季度毛利率提升至 23.75%，公司 2023 年毛利率的目标？

回复：2023 年毛利率希望能够恢复到正常水平。随着高价库存出清及材料价格的稳定，毛利率预计会有不错的回升，公司内部将通过材料降本、提升自主可控产品的占比、智能制造水平提升等多项举措提升综合毛利率。

问题 10：今年汇率变化会不会对我们的报表有明显影响？

回复：公司出口比例 60% 以上，当人民币大幅升值的时候，会对我们的利润会产生一定影响，但是整体波动不会特别大。首先公司有相当

	比例的采购是国际采购，用外币来结算的；其次现在有部分出口业务采用人民币进行结算；第三，公司每年对外汇敞口部分审议了套期保值额度，能够对冲一部分波动影响。总体影响可控。
附件清单 (如有)	无
日期	2023年3月30日至3月31日。