

证券代码：002577

证券简称：雷柏科技

深圳雷柏科技股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2023-004

投资者关系活动类别	<input checked="" type="checkbox"/> 投资者调研 <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	青朴资本 严朴 长城证券 陈静 彭思宇 招商证券 梁镇钧 中国银河证券 唐海燕 国融证券 谭丽妮 明亚基金 王大永 新余磐斯达资产管理有限公司 刘岩海 宋侃 深圳海富凌资本管理有限公司 陈凌 深圳明时投资管理有限公司 孙斌 深圳红方私募证券投资基金管理有限公司 谢登科 黄石市国资基金管理有限公司 冯志强 深圳铭海私募证券投资基金管理有限公司 范凯 深圳火神投资管理有限公司 饶胜宏 华林资本投资有限公司 黄博栋 深圳市宝润达投资管理有限公司 李礼和 广东吴乾律师事务所 高芳龙 光大银行 柳威 个人投资者 雷月红
时间	2023年6月26日（星期一）
地点	深圳雷柏科技股份有限公司会议室

<p>上市公司接待 人员姓名</p>	<p>公司副总经理、董事会秘书 谢海波 证券事务代表 张媛媛 证券事务专员 张文静</p>
<p>投资者关系活 动主要内容介 绍</p>	<p>一、公司情况概述</p> <p>雷柏科技成立于 2002 年,成立之初,主营 ODM 业务,2007 年成立自主品牌“RAPOO”,主推无线外设产品,以 2.4G 无线办公外设在市场树立品牌形象,并得以规模化发展,后续期间总部搭建布局全球主要经济体的销售网络;2008 年开始内部做自动化,2016 年成立深圳雷柏机器人智能装备有限公司;2014-2018 年进行产业探索,2019 年底内部变革,从集研发,生产,销售于一体的制造厂商转型为消费电子品牌商,集中精力与资源于市场端与开发端。公司短期将以“电子竞技”作为主要发力点,进行游戏外设的无线化革新。2022 年底推出“+计划”联合 IC 开发及自主算法,目前已推出的“V+”系列打造低延时、长续航、远距离、抗干扰的无线游戏外设产品,同时升级无线办公方案的“M+”无线跨屏传输技术,实现在多元、多屏的办公场景下快速迅捷处理事务;升级“C+”分离式按键预压校调技术,按键手感一致性校调,实现更快触发和回弹反馈。</p> <p>二、提问环节,主要问题如下:</p> <p>1.公司产品线布局很广,请问现在公司的产品均已实现规模化生产了吗?</p> <p>答:公司目前产品规模化生产均无问题,会依据市场的需求,进行产能规划。</p> <p>2.公司外设产品在 2022 年度的营收占比是多少?</p> <p>答:2022 年报中披露的计算机外设产品占比营收 86.9%。</p> <p>3.公司无人机的销售额是多少?</p> <p>答:公司的无人机业务目前已经关停。</p> <p>4.公司的消费电子产品都是外协的产品吗?</p> <p>答:公司于 2019 年底关闭自有工厂,将生产予以外协,公司重点聚焦在设计、研发、品牌运营及销售端。</p>

5.公司认为键鼠行业还有增长空间吗？

答:随着电竞赛事日渐成熟带来的游戏类外设产品市场规模还会持续扩大，前几年因居家办公、居家学习，消费者配置的 PC 类产品有所增加，会衍生出配套外设的更新迭代需求，同时，公司目前的销售体量相比较现有市场规模而言未来还有较大的增长空间。

6.公司的营销费用占比多大？

答: 公司 2022 年度的销售费用占比营收 13.37%，公司持续性有在做品牌建设，通过海内外参展，与电竞战队持续合作，不断深化品牌效应，未来会持续打造多元化品牌营销。

7.公司键鼠的毛利是多少？未来毛利的增长空间在哪？

答: 公司键鼠的毛利近几年在 26%~28%之间，毛利受到产品竞争力及市场竞争态势的多方面影响，公司内部持续进行技术开发、产品迭代，降本增效，未来新品的价格会根据市场形势进行动态调整，平衡好毛利诉求及市场效应。

8.公司过去几年的营收比较稳定，未来公司的营收还有增长空间吗？

答: 首先，公司通过近几年的市场反馈，综合同行友商的经营数据，我们认为自身还有足够大的增长空间；其次我们认为 2023 年电竞外设产品的无线化趋势逐渐扩大，公司将短期经营着力于无线游戏产品，从去年底开始公司内部持续推进“+”计划，进行无线技术的革新，打造无线电竞外设标杆产品，办公品类也同步进行无线技术的升级，实现无线跨屏无缝切换及数据传输，营造智慧办公场景，相信会在未来带来新的增长点；再者，公司的现金流健康，现金储备充足，未来会持续跟进外部的新技术、新机会。

9.公司未来是否考虑更换赛道？

答: 公司短期会着重落脚于夯实现有业务，但会紧密关注市场动态，挖掘公司业务的第二增长曲线。

10.公司目前认为产品技术与品牌营销哪个更核心？公司外销的比例大概多少？

答：技术与营销相辅相成，缺一不可，但最基础的仍是对产品的打磨，营销还是建立在产品之上。公司 2022 年度海外销售收入占比营收约 30%。

11.公司对新的交互状态下的产品或技术是否有储备？和vr厂商有什么合作吗？

答：我们会紧密关注技术行业龙头的发展情况，会在技术更为成熟、监管政策更为明朗之际，保持产品的跟进。公司目前没有 VR 产品。

12.在资本市场上，公司如何提升投资者预期，提高市场关注度？

答：公司认为良好的市值展现的本源还是来自于公司经营，公司会持续做好公司内部经营，扎实走好每一步，推进研发创新，强化品牌宣传，积极跟进市场的新技术、新业态，努力提升公司业绩。

13.公司未来主要聚焦在电竞外设方面？

答：公司短期内以“电子竞技”作为主要发力点，强化公司优势与多年的积累，进行游戏外设的无线化革新，夯实现有业务。中长期战略是基于消费电子品牌商这一定位，围绕消费电子行业做深化布局。会紧密关注市场的前沿技术与新兴需求，充分发挥自身工业设计的优势，以及多年沉浸在消费电子行业积累的对用户的深度理解，整合前沿技术，把握消费电子各细分领域的产业机会。

14.公司目前的现金流充裕、资产负债率低，未来对并购有什么考虑？

答：公司保持开放态度，在满足财务指标的前提下，公司会综合考量其拥有的核心技术及市场地位，希望可以与标的相互赋能。

15.公司海外的和国内的销售渠道是怎么样子的？

答：公司在海外通过渠道商以及亚马逊、速卖通等电子商务平台销售公司自主品牌产品，国内线上线下均有销售，目前覆盖六十多个国家地区。

	<p>16.公司目前的电竞产品宣传模式什么？</p> <p>答:公司多年来持续保持与电子竞技战队的合作，目前合作的电竞战队包括 OMG 电子竞技俱乐部英雄联盟战队、KPL 王者荣耀武汉 eStarPro 战队、TYLOO 电子竞技俱乐部 CS:GO 战队，未来会持续打造更为多元化的品牌营销。</p> <p>接待过程中，严格按照《信息披露管理制度》、《投资者关系管理制度》等规定，进行了充分的交流与沟通。没有出现未公开重大信息泄露等情况，同时已按深圳证券交易所要求签署了调研《承诺书》。</p>
附件清单（如有）	无
日期	2023 年 6 月 28 日