

证券代码：002139

证券简称：拓邦股份

深圳拓邦股份有限公司

2022年7月11日投资者关系活动记录表

编号：2022013

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：现场会议_____
参与单位名称	西部证券、华泰证券、明亚基金。
时间	7月11日 下午 14:00-15:30;
地点	公司会议室
上市公司接待人员姓名	董事会秘书：文朝晖
	<p>一、投资者提出的问题及公司回复情况：</p> <p>问题 1： 新能源板块今年增速比较好，今年上半年这块收入怎么样？公司全年业绩预期？现在的产能情况？</p> <p>回复：新能源是公司的高成长业务板块，今年有望实现 50%+的增长，上半年具体数据要等半年报出来。今年上半年的疫情叠加战争的因素，对公司的产能、产品交付等都有一定的影响，一季度收入是小幅增长，二季度收入预期是增长，具体以财报数据为准。要完成今年股权激励收入的目标，需要实现 20%+的增速，虽然上半年外部环境有一定压力，</p>

<p>投资者关系活动主要内容介绍</p>	<p>我们还是有信心完成全年的目标。</p> <p>利润端影响因素较多，除了同比去年增加的股权激励费用，公司的投入、供应市场原材料价格的变化、汇率变化都会对利润端产生影响，随着供应市场的逐步稳定，毛利率及盈利能力有望逐季好转。</p> <p>公司的智能控制器产能是不缺的，电芯产能短期是紧张的，新工业园的进展受疫情影响，比预期慢一些，短期会通过租用场地加快投入。</p> <p>问题 2：今年上半年电芯原材料大幅涨价对毛利率的影响？价格能否向下游传导？新能源板块的盈利水平如何？明年的客户情况以及产品布局如何？</p> <p>回复：上半年电芯原材料大幅涨价会对已有订单的毛利率产生一定的影响。大幅涨价一般对下游都可以传导，合理范围的涨价要遵循商业规则。供应短缺并不是市场完全没有货，而是价格偏离了正常的波动区间，公司或者客户能否承担。涨价的传导会有一个过程，并不是原材料端涨价，销售端也能马上涨价。</p> <p>新能源板块的综合毛利率与业务结构相关，2021 年该板块的毛利率在 22%左右。新能源板块内不同业务毛利率差异较大，家庭储能、便携式储能毛利率较高，主要是门槛较高，比如家储产品进入海外市场要有较长时间进行产品认证。基站储能的毛利率较低，会拉低整个板块的毛利水平。新能源板块盈利能力会高于公司整体水平。</p> <p>客户方面，以大客户为主，容易形成规模优势。电芯产能瓶颈缓解后，有望实现较高的增速。公司会聚焦户用储能、便携式储能等市场需求爆发的领域，同时我们也看好工商业储能及绿色出行带来的新机会以，并在加大投入力度。</p> <p>产品线方面，该板块围绕锂电池应用带来的场景拓展，发挥“四电一网”的技术优势，重点发展包括电芯、电池、逆变器、整机及整体解决方案在内的多品类产品布局。围绕锂电池的应用场景，来提供客户及用户需要的各种解决方案。</p>
----------------------	--

问题 3：汽车电子进展情况？

回复：我们看好该领域的成长性和容量。目前主要围绕公司的核心优势，布局了部分周边产品，如充电桩、充电枪以及汽车电子水泵电机。汽车电子是中长期的赛道且市场容量大，有具体规划后，公司将按照信息披露规则披露。

问题 4：家电、工具今年的需求是否下滑？

回复：家电、工具板块去年 40% 的增速，基数较高，2022 年对这两个板块的增速预期不高，需求增速放缓在公司的预期内。短期受疫情和战争的影响，消费需求有些波动，并不会影响我们这两个板块中长期的成长逻辑。我们认为行业长期发展趋势并没有发生变化，无论是智能控制行业的“转移、集中、增量”发展趋势，还是“智能化、低碳化、区域化、短链化”的社会发展趋势，都会促进我们智能控制行业头部企业的稳定成长。

问题 5：研发费用、销售费用上升比较快，主要原因是什么？和同行相比，我们的研发费用高的原因？

回复：研发和销售费用率相对较稳定，公司每年研发费用投入约占收入 7-8 个点。销售费用增加的主要原因是海外基地还在投入期，同时组织变革前端人员增加。

拓邦是一家以技术创新为驱动的公司，研发费用率会高一些。行业内的公司之间，因为战略和市场方向的差异，财务表现也会不一样。过去在家电板块技术比较成熟情况下，更多的是偏成本的竞争，大客户模式、单一品类、大批量会更有优势。未来需求多元化带来的产品品类扩容，研发和生产都需要柔性化。技术平台、产品平台的打造，会缩短产品 0-1 的时间，也能不断提升研发的复用率，逐步形成规模优势。目前公司正处在高速发展时期，每年会有大量的新产品投入，当年的投入是为后面二至三年的增长做准备。因此我们新产品的研发费用在增加、但老产品的研发费用每年是下降的。

销售费用方面，随着公司多区域化的发展，罗马尼亚、墨西哥等地尚在前期投入阶段，增加销售费用，能够就近服务客户、实现客户亲密，也可以降低贸易战等政治风险和疫情对公司运营的影响。短期来看会增加一些费用，但能增强前端抓取机会的能力，为提升市场份额构建必要条件。

问题 6：一季度库存比较高的原因？未来有没有减值风险？

回复：公司存货一季度环比增加，主要是因为我们收入在增加，部分材料存在供应紧张且价格仍在相对高位，为保障交付，对部分紧缺物料在各个生产基地进行备货。另外有部分成品，受疫情的影响存在延期交付的情况。二季度存货有下降，具体要看半年报数据。

公司大部分原材料都是根据订单需求来备货，对于通用物料，我们会保持合理的安全库存。目前随着疫情逐步稳定，部分成品实现交付、库存占比会逐步降低。对于部分库存物料低于市场价格的情况，可能会降低盈利空间，目前来看暂不存在减值风险。

问题 7：现在订单需求对有发生砍单的情况？

回复：订单发生砍单有两种情况：一是客户自己没需求了，二是客户转给同行做。公司的综合能力较强，核心客户订单稳定。受疫情的影响，存在部分需求后延的情况。

问题 8：对客户来说，头部供应商的差异在哪里？

回复：客户的需求不同，有的关注成本，有的关注公司的成长空间及供应安全，有的关注公司的服务敏捷及技术能力。头部供应商之间，人无我有的这种差异较少，更多的是综合能力以及战略导向、企业价值观的差异。

比如我们去年可能会牺牲一定的利润，自己备一些库存来保证客户的交付，帮助客户实现市场端份额的稳定。我们给自己的定位，与客户之间，不是简单供应关系，而是伙伴的关系，共同成长，共同增加价值

	<p>创造从而实现利益共享，客户对我们的评价还是比较高的。对于头部大客户来讲，一般会选 2~3 家主力供应商作为他的备选，随着我们应用场景越来越多之后，在不同的场景领域里面会有不同的竞争对手。头部厂商，有供应商支持、人才优势、技术积累，正循环更强。公司注重长期发展，愿意投入，有成长性、有韧性。因此我们的市场份额稳定并逐年提升。</p>
附件清单 (如有)	无
日期	7 月 11 日