

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8月8日投资者关系活动记录表

编号：2022016

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>视频会议</u>
参与单位名称	威灵顿管理（Wellington Management）
时间	8月8日上午：10:30-12:00
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：您认为企业的产品相对来讲竞争优势都有哪些？尤其是在智能控制器这一块，能否拆分下家电、工具领域各有哪些竞争优势？</p> <p>回复：首先，我们公司产品的下游应用比较多，但公司的核心是通过“四电一网”的技术面向“家电、工具、新能源、工业、智能控制解决方案”5个行业提供解决方案，各行业应用的底层技术相通，只是产品平台及面向的下游应用行业有差异性。公司的核心竞争力，主要表现在三个方面，1、技术优势；2、产品的平台能力；3、体系化管理带来的高品</p>

<p>投资者关系活动主要内容介绍</p>	<p>质保障。</p> <p>家电：作为公司的基础板块，市场空间大，公司在大家电的客户市占率很低，通过技术优势拓市占率，已进入的客户拓品类。这个板块前期成长过程中，传统家电更多是偏成本竞争，公司这几年的成长更多的是进入了一些细分领域提供创新的解决方案，这些解决方案在创新家电的应用贡献了下游增量；同时，公司大家电在近几年部分品类技术升级带来了新机会，所以在大家电领域主要是提升市占率。小家电主要是行业扩容，用技术应用满足用户端多样化、个性化需求。</p> <p>工具：工具板块下游份额主要集中在欧美巨头，全球前十的下游客户集中了很高的市场份额，在这个板块拓邦的成长逻辑是提升头部客户的市占率。工具行业是一个成熟的行业，公司抓住了锂电化和无绳化的发展机遇，过去几年增速不错，未来从行业发展角度：工具行业锂电化率、无绳化率渗透率加深、技术升级持续进行、欧美之外市场渗透率提高。同时，我们在很多头部工具客户的份额不高，未来也有提升的空间；此外，我们会沿着已有的电动工具、园林工具、整机等，利用“四电一网”独特的技术矩阵，逐步把我们的产品进行横向拓展。我们认为未来 3-5 年工具板块的增长是可持续的。</p> <p>问题 2：家电和工具这两个板块里，一些行业领先、规模较大的企业作为我们的客户，我们对于产品的定价能力或议价能力如何？看起来是比较专注于去服务少数的几家比较大规模的企业，在这样的这种背景之下，我们的议价能力和定价能力是怎么样的？</p> <p>回复：公司的客户策略，不是只服务几家大客户，我们的客户策略是头部客户策略，头部客户主要有三类：一是综合大客户，一般体量大品牌效应强，这一类客户对成本、品质、交付速度有要求，以规模贡献为主；二是战略客户，属于某些细分领域龙头，比如厨电、暖通等细分领域龙头客户，他们更注重公司的技术优势；三是科创客户，成长速度非常快，这类客户做弹性，容易出爆款产品。</p> <p>每一类头部客户需要的公司优势和资源是有差异性的，对不同客</p>
-----------------------------	--

户，定价和议价权也有差异。我们的综合能力有技术优势、成本优势、品质优势、供应敏捷及安全优势等，综合大客户一般是招标机制，我们的议价能力会稍微弱一些；战略客户和科创客户，我们的议价权会强一点。

问题 3：电动工具的预期需求是怎么样？担心美国的衰退和经济放缓影响销售，美国之外的销售是否会有增长，是否会抵消美国经济衰退带来的负面影响？

回复：虽然欧美的需求可能短时间有一些影响，增速放缓，但是在工具这个板块，我们在第一大客户之外的其他客户，市占率是比较低的，随着在客户端品类的拓展，美国之外的销售有望实现增长。我们看好这个行业未来的持续发展，市场需求也在逐步恢复中。

问题 4：对于第一类大型综合类客户，价格趋势是怎么样？工具板块上半年毛利率下滑主要原因？原材料价格及毛利率接下来的预期是怎么样？

回复：产品维度：老产品上量后会有降价的需求，新产品是成本加成的。去年因为上游供应紧张，成本上升幅度大，产品涨价压力会向下游传导。今年上半年毛利率下降的主要原因不是降价，而是成本上升，因为我们备了一些像芯片类的高价元器件，在上半年进入了成本，给上半年的毛利率带来压力。对未来毛利的趋势判断，我们认为随着成本压力的释放、OPE等新产品的导入，毛利率有上升空间。

整体来看，毛利率不仅和产品结构相关，同时和供应市场相关；在价格方面，我们认为会偏市场化一些，主要是成本加成。从趋势来看的话，下半年有望小幅上升或基本持平。

问题 5：在控制器这个行业里面，中国上市公司的几大同行的竞争是怎么样？在市场竞争上，比如在客户端，是我们做一款产品，同行做另外一款产品吗？还是说对于同款产品，有几家公司直接去竞价竞

争？

回复：控制器的行业是一个需要不断投入才会有产出的，相比同行竞争优势和公司的战略定位相关，会有差异。拓邦更多的以技术创新作为未来发展的引擎，所以我们每年研发投入会高于同行。对于头部客户端，一般来说同一个细分产品只会有一家供应商，但是在同一个大品类里，会有两家或者三家供应商。

问题 6：公司的营运资本相较同行较高的原因是什么？在上半年去库存的过程中，为什么企业应收账款天数好像增加了，以及库存周转期也在增加？

回复：因为拓邦的国际化脚步在同行里是比较快的，目前营运资本的规模优势还没有体现出来。另一方面，运营效率也与我们的组织结构相关。拓邦面向的下游应用比较多，产品品类比较多，在这个过程中，我们去年做了组织变革，从原来几个大的BG重组为 40 多个BU，我们的组织形态也呈现多产品线、多前端化，这两年组织还在成长期，费用会有所增加，未来随着组织红利的逐步释放，运营效率会有提升空间。

从库存周转来看，上半年国内疫情比较严重的，公司储备了比较高的库存来应对可能发生的不利环境。短期来看，库存周转率不高，从长期趋势来看，周转速度会加快，但不会降到一个很低的水平，因为行业属性对敏捷交付有一定要求，敏捷是我们的一个核心竞争力，所以我们要有一定的库存的水平来保证我们的快速交付。

应收账款周转率和客户结构以及当季收入体量有一定关系，随着公司信用体系的逐步完善，应收账款的周转率会得到改善。

问题 7：公司的新能源业务未来预期的增速是怎么样的？在业务上面，我们的竞争优势是怎么样的？我们主要的客户都有哪些？除了中国铁塔公司外其他的客户都有哪些？

回复：公司 2010 年进入新能源业务这个领域，我们非常看好低碳化和智能化发展带来的市场机会，锂电池作为可移动的清洁能源，应用

场景会被逐步打开。公司在新能源板块的成长逻辑，主要是源于锂电池应用场景打开后，基于锂电池应用做解决方案。目前，储能是公司的一个重要的发展方向，也是首先爆发的应用方向，规模大、增速快。

上半年我们在新能源这个板块的增速是 61%，在储能领域的增速更高，对于新能源板块我们预计全年增速实现 50%+，未来 3-5 年我们希望保持 40%+的复合增速。

这个板块的优势有：**1、从应用领域维度来看**，在低碳化的趋势下，发电端、储电端、用电端都可以用到我们的“四电一网”技术。从应用的场景来看，我们最先发力的是储电端，未来，我们将围绕家庭储能、工商业储能和轻型动力来提供解决方案。**2、从产业链的维度来看**，在这个板块，我们以四电一网技术为基础，重点发展了锂电池、BMS、逆变器、控制器、电芯等产品和技术平台。所以在这个板块，我们整体的产品布局应该是行业内最完善的，而且大部分的产品都有 3-8 年左右的技术沉淀，目前这些产品都已经成熟且量产，而且技术相对领先。**3、从业务模式来看**，这个板块是多样化的合作模式，有品牌、有白牌、ODM 这三种模式。对于这三种模式，我们的策略是开放的，合作的模式和我们的竞争力相关，同时更多的是看客户需要什么，我们就提供什么。我们通过持续的投入，长期积累了技术能力、产品、供应链、产能、服务能力等 5 个通用能力，这也为我们在这个板块积累了通用竞争力。

在这个板块，我们头部客户策略体现明显，有综合性大客户、战略客户、科创型客户。其中综合类大客户主要有像通信备电领域的客户，比如国内的头部运营商如中国铁塔等；战略型客户比如一些家储整机厂商；科创型客户有像便携式储能里的行业第一的客户。

问题 8：作为一家智能控制器的厂商，门槛似乎不是特别高，我们是否有思考对于整车厂、或者是储能厂、或电动工具，比较有价值的东西，他们选择去内部研发生产，而不是交给我们来做；中长期来看，公司是否有想去提升，去做更有价值的东西？

回复：控制器主要是进行技术的应用，技术并非人无我有，更多的

是一种综合能力的竞争。从行业发展趋势来看，控制器向专业第三方厂商转移的趋势越来越明显。通过对技术平台和底层能力的积累，公司有信心保持对产品理解的创新优势及交付能力。行业上下游企业都有各自的优势，下游客户有获取前端市场的优势，我们在产品实现上有技术优势。我们在各自擅长的领域发挥自己的优势，一方面可以帮助下游快速获取市场先机，一方面可以持续加强自己的产品实现能力。

目前公司打造的IPD研发体系及以客户为中心的全流程体系的能力，能提升我们在研发和制造端的柔性化带来的敏捷、快速交付能力，能帮助下游客户更快地获取市场机会。同时，公司也会去探索一些不与客户竞争的整机的机会。我们希望公司未来能成长为一个技术平台型的公司，把技术能力做深做透，不断地被拓展和应用到各个领域。

问题 9：公司毛利率及市场占有率情况如何？对于未来发展的展望如何？

回复：从毛利率来看，每年都会不断涌现高毛利的新产品，新产品规模化之后，会回到一个相对合理的毛利水平，因此公司的综合毛利率水平比较稳定且具备弹性。公司的成长并不是某一个客户突破放量或者某个产品突破放量，而是将整个的底层的技术做夯实、产品平台不断夯实并上量，横向拓产品及客户来提升下游应用市占率。

智能控制器行业下游有万亿级市场，分母很大，综合市占率不会很高，行业增长的逻辑是下游应用的持续拓展。国内的同行目前还没有上百亿的企业出来，但是我们这个行业因为下游的应用领域很宽，未来一定会有百亿、千亿级企业出现，就像百年前的电力一样未来还会有第六、第七、第八个行业应用出现。

由于下游行业分散、客户分散，我们行业是周期波动小的行业，不容易受某个行业萧条下降、大客户波动而大幅波动。过去5年，保持30%+的收入复合增速，毛利率在20%左右波动。行业是有长期发展前景的行业，拓邦经过综合能力的积累和打造，是成长性与韧性兼具的企业。我们敢于在这个行业里面不断的投入技术和产品平台，不断做大做强。

附件清单 (如有)	无
日期	8月8日