

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2月1日至9日投资者关系活动记录表

编号：2023002

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>现场会议、电话会议</u>
参与单位名称、时间	2月1日：10:00-11:30（现场会议） 富国基金、深圳翼虎投资、国投瑞银基金、惠升基金、安信基金、前海人寿保险、泰康养老保险、昭图投资、国信证券、诺安基金、鹏华基金、宝盈基金 2月2日：10:00-11:30（现场会议） 谦有投资、银华基金、平安基金、磐泽资产、传奇投资、深圳菁英时代基金、深圳微宏长期资管、中信建投、方正富邦基金、第一创业、长江证券、海南三花私募、领骥资本、华创证券、华宝证券、新华资产、中银资管、东方基金、申万宏源证券、招商资管、金灿资本、博时基金、华宝基金、中邮证券、曹艳梅 2月3日：14:00-15:30（现场会议） 浙商通信、红土创新 2月6日：17:00-18:00（电话会议） 贝莱德 2月7日：10:00-12:00（现场会议）

	招商基金、国金证券 2月7日：14:30-16:00（现场会议） 兴全基金、regents capital 2月8日：14:00-16:00（现场会议） 工银瑞信基金、招商证券 2月9日：15:00-16:30（现场会议） 中金证券 2月9日：15:30-17:30（现场会议） 睿远基金、嘉实基金
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 证券事务代表：张裕华
投资者关系活动主要内容介绍	<p>一、公司情况介绍</p> <p>2022年拓邦股份在国际环境更趋复杂严峻和国内疫情冲击影响下，前三季度收入实现逆势增长，抗风险能力与经营韧性都在增强，公司经营更加从容、可控。</p> <p>公司以“四电一网”（电控、电机、电池、电源+物联网）技术不断拓展新的应用领域，打开了成长空间。基本盘业务---家电、工具行业，持续提升市场份额，稳定增长。新能源行业，利用“一芯（电芯）+3S (PCS\BMS\EMS)构建公司的第三成长曲线，近年来保持了高速增长。</p> <p>客户开拓方面，公司制定的“头部客户”策略持续推进，贡献了九成的收入增速。产品平台及技术平台进一步深化，规模优势及技术领先能力持续增强。内部运营方面，流程体系进一步优化，组织变革也初显成效。2022年，外部环境不好，公司逆势投资，包括产能的扩张、人才的投入、海外运营基地的快速投产，为未来新业务的快速成长及老业务的份额提升打下了扎实的基础。从经营结果来看，2022年前三季度收入同比都保持了不错的增长，毛利率因为受到原材料的影响，不是很理想，同比有所下降，随着高价库存的出清，新产品的占比提升以及内部降本</p>

增效多项措施的落地，毛利率将逐步恢复。

展望 2023 年，随着外部环境的稳定，行业将恢复增长，公司将在有优势的领域继续深化优势，实现高于行业的增速。新业务领域，加大投资强度，聚焦有优势的领域，为未来几年的持续成长构建动能。盈利能力方面，随着高价库存的出清，上游材料的供应可控及成本回落，成本压力会大幅缓解。

二、投资者提出的问题及公司回复情况：

问题 1: 2021 年大的背景是中外疫情差异，导致海外订单转向国内，公司取得不少的转单，这个趋势 2022 年受到疫情防控中断，2023 年中外疫情都放开了，我们承接海外订单的势能相比 2021 年是否减弱，未来的空间如何？

回复：疫情放开后，我们认为海外份额向国内转移的趋势是会持续的，同时会加速向头部集中。可以从外部环境、公司的应对策略、市场份额及未来空间几个方面来看：

1、外部环境变化：行业的发展趋势是增量、转移、集中。其中转移是海外向国内转移，疫情会给转移的趋势带来一些波动。海外向国内转移的趋势，不会因为疫情放开或稳定而不存在。除了部件转移，整机厂自身产能也在向中国转移，从而刺激对本土部件的需求。近年由于贸易战、疫情、政策的变动，转移趋势发生了一些结构性的变化。部份下游逐步转向中国以外的其他区域如东南亚等，这类多区域布局的客户也需要寻找有国际化运营能力的中国供应商。份额的转移会在国内同行间会出现头部集中的趋势，产生结构性差异。

2、公司的应对策略：公司的国际化步伐较早，为近几年海外业务发展奠定了很好的基础。从投入最早的印度工业园、到快速建成的越南工业园，以及 2022 年投产的北美墨西哥、欧洲罗马尼亚工厂。提前的海外布局也正体现了公司对行业发展的前瞻性、敏锐性及观察力，从而能够提前对海外政策、文化的研究准备，内部组织建设、流程体系搭建、文化统一的投入，才能克服疫情影响下的重重困难，实现海外工厂的顺

利投产。这些海外布局，紧跟客户的需求和步伐，将大大增强与客户的“亲密度”和“用户粘性”，持续扩大在客户端的优势。

3、市场份额及未来空间：家电下游相对分散，工具下游集中度较高。家电板块，我们在海外大客户的份额还不高，未来会逐步提升。工具板块，紧跟头部客户的步伐，同时利用技术及供应优势扩大在其他大客户的份额。下游需求增速放缓，也正是开拓新客户和提份额的机会窗口。海外客户的特点是前期验证周期长，但对我们的研发速度、供应安全、成本优势、本地化供应获得认可后，后期份额的提升会比较确定和稳定。

综合以上，我们认为**海外份额向国内转移的趋势仍将持续，同时会加速向头部集中，行业仍处在红利期。**

问题 2：海外经济波动对公司来说是机会点，公司产能在海外，跟捷普等优秀公司比是否有明显成本优势？

回复：短期来看，公司跟海外非常优秀的企业相比，成本优势可能不明显。公司海外布局是为了更好的服务客户，实现敏捷响应及交付。公司未来核心竞争力的打造依然会聚焦于利用技术优势，做大产品的价值的同时快速提供解决方案。

问题 3：客户结构上来看，公司在做大客户的聚焦。现在来看，经济相对恢复之后，2023 年公司在客户结构上是继续走这种往大客户聚焦的战略？

回复：公司实施的是头部客户策略，既包含综合品类大客户，也看重细分领域龙头的战略客户、科创客户等价值客户的开拓，公司近几年收入增长额绝大部分是由头部客户创造，2021 年头部客户超 100 家，其中有贡献销售额的，也有贡献毛利的，还有贡献弹性的。未来会继续聚焦于头部客户。

问题 4：公司 2021 年到 2022 年受MCU缺货及上游原材料涨价，目

前看 2023 年MCU的供应或成本还是会有较大影响？毛利率逐季改善的趋势，低价材料进入成本，是已经反应到毛利端还是要等一段时间？

回复：从目前的情况来看，2023 年的原材料供应及价格压力有望大幅减缓。公司低价库存进入成本并反应到毛利端需要有一个过程，毛利率会逐步恢复。

问题 5：在储能板块，不少深圳的友商做逆变器、户储业务的，会有自己的拳头产品或拳头客户，公司的收入体量大，但可能做的领域比较分散，产品线相对多，公司新能源业务未来的高增长，会主要来源于哪些主要产品？有哪些竞争优势？

回复：公司的新能源业务主要聚焦中小储能及新能源汽车应用。中小储能主要应用领域是便携储能、户用储能及工商业储能，占公司新能源业务 7-8 成左右。新能源汽车的应用目前主要聚焦热管理及充电设备，未来随着锂电池技术应用场景的打开，持续拓展产品线。未来的高增长会主要来源于以上几个战略方向。

在新能源业务板块，公司提供的产品包括电池、BMS(电池管理系统)、PCS(逆变器)、EMS(能源管理系统)，目前已在部分细分市场形成不错的技术优势，占据了较高的市场份额。未来随着产品品类的进一步完善，海外市场的快速开拓，公司独特的产品布局将进一步彰显优势。

未来的新能源应用会朝着电动化、智能化、低碳化的方向发展，需要电池、电源、电控等多种技术的融合应用。不同公司的商业模式和战略选择不同，公司在新能源领域，除了电池的品质及技术优势外，电源、控制及BMS技术让公司具备快速提供解决方案的能力，应用场景会被打开，技术的复用性及融合优势将逐步构建公司在这个领域的持续竞争力。

问题 6：在新能源领域，很多公司可能是单行道，在资源有限或体量不够大的时候，只能做部件或整机，公司面临的机会比较多，会不会首鼠两端？

回复：对于不同阶段和规模的企业，选择是不同的。我们现在正处

在星辰大海的赛道，面对诸多的市场机会，我们需要进行战略管控，通过对下游市场的充分调研，识别目标市场及目标客户群，同时根据不同的业务模式匹配相应的组织和流程体系，根据客户的不同特点与需求制定详细的路径规划及策略。公司目前的能力可以支持我们进行机会选择，打开发展空间，不会出现首鼠两端的情况。当然在经营的过程中，企业要不断提升自身机会识别能力，对于需要中长期投入的机会，能守住初心，坚定目标。对于处在风口的机会，敢于投入，快速建能力、补短板，实现机会落地。目前公司已具备多技术及多产品的平台能力，内部运营也在不断提升，在市场机会来临时，能快速实现提供解决方案或产品，实现商业成功。

过去的十年，公司的收入一直还在三年倍增，稳健增长的节奏上，新能源板块近几年也实现了快速的增长，也验证了公司行业洞察力及机会落地的能力。

问题 7：公司及同行的新能源业务都受到半导体或锂价的压制，盈利能力比较差，公司 2022 年新能源毛利率情况及 2023 年展望？

回复：新能源板块，产品形态与电池相关的占比约 6 成，其他约 4 成。受新能源业务结构及上游材料涨价影响，2022 年上半年新能源业务毛利率 16.75%，2023 年预期会回升。该板块应用领域较多，不同领域产品的盈利能力差异较大。

问题 8：目前来看，工具板块下游去库存的进展怎么样？公司的库存情况如何？

回复：工具板块下游去库存的进展，不同的客户会有差异，总体来看逐步出清。公司在工具板块的定单相对稳定，库存水平相对 2022 年初有下降。2022 年公司总体的库存压力较大，内部也制定了去库存的相关策略，2022 年一季度达到峰值约 25 亿，三季报下降至 22 亿左右，四季度预期会进一步下降。随着公司海外布局的推进和业务的扩张，总的库存水平不会降到很低，但会持续进行结构性优化，主要是降高价、长周期库存。

问题 9：工具板块未来两到三年的需求如何？

回复：受宏观经济的影响，工具板块的总体行业需求在 2022 年有所放缓，预期未来 3 年会在一个相对稳定的增长节奏上。公司在工具板块的增长主要来源于海外份额的转移以及油转电、有绳转无绳带来的产品升级，公司在客户端份额不断提升。未来 2-3 年，甚至更长的时间，行业的红利仍在，未来趋势不会改变，我们在工具板块将随着在客户端份额的不断提升，维持不错的增长，这是比较确定的。收入增长的节奏可能受外部环境以及客户业务布局的短期影响，季度之间可能会有波动。

未来 2-3 年，公司在工具板块仍具备很强的竞争力，增长途径非常清晰，依然具备成长的空间，增速也在逐步恢复。

问题 10：储能领域的产能进展情况如何？

回复：储能领域非电池形态的产品产能充足，电池的产能进展在 2022 年因疫情有所影响。今年上半年，租用的补充产能都能按预期投产。新建的南通基地，目前进展顺利，基建工作在加速推进。按照预期，有望年末或明年年初投产。公司在工厂建设方面积累了丰富的经验，具备快速基建、投产的能力。今年年末预计电芯及PACK产能有望翻倍，达到 4-4.3GWH的产能，满足业务端的需求。

问题 11：公司的订单能见度及在手订单情况？2023 年的收入预期？

回复：公司基于客户预期做全年计划，预算会分解到产品、客户。从过去的执行情况来看，公司的预算达成率较高，2023 年收入预期方面，我们有信心完成 2023 年的股权激励的业绩目标。不同的客户，订单能见度会有差异，公司根据客户需求情况按季度做长周期备料，按月度订单排产。订单在月度之间会有波动，但波动不大。季度的收入实现情况与业务结构及客户的计划相关，公司会根据客户需求拉平季度之间的产能。目前来看公司定单比较稳定，下游客户的研发需求也比较多。

	<p>问题 12：人均产值一直在提升，原因是？</p> <p>回复：公司定位清晰，基于“四电一网”核心技术，在各个领域应用，持续发挥平台规模效应。制造端，持续通过智能制造、数字化减员增效。</p>
附件清单 (如有)	无
日期	2023 年 2 月 1 日至 9 日。