

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27日至3月9日投资者关系活动记录表

编号：2023004

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、电话会议
参与单位名称、时间	<p>2月27日：13:30—14:30（电话会议） 浦银安盛</p> <p>2月27日：16:00—17:00（电话会议） 天风证券、财通基金</p> <p>2月28日：16:00—17:30（现场会议） 三星资管、新韩资管、安本香港、方瀛投资、文渊资本、海通证券、Dymon Asia</p> <p>3月1日：15:00—16:00（电话会议） 融通基金</p> <p>3月2日：16:00—17:30（现场会议） 嘉实基金、深圳前海亿阳投资</p> <p>3月6日：11:30—13:00（现场会议） 花旗银行、三星资产运用（香港）、韩礼士基金会、汇丰环球投资（香港）、华德国际、沃百商务咨询（上海）、禾其投资、方瀛研究与投资（香港）、三友住井德思资管（香港）、铭基环球投资（香港）、宏利</p>

	<p>投资(香港)、中金公司、Hel Ved capital、GLG Partners、Pleiad Investment、OMERS Asia</p> <p>3月9日：9:00—10:30（现场会议）</p> <p>抱朴容易资产管理</p> <p>3月9日：11:00—12:00（电话会议）</p> <p>老虎太平洋基金</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</p> <p>1、2022年经营业绩情况：公司已公布2022年度业绩快报，2022年实现营业收入88.77亿元，同比增长14.29%；实现归属于上市公司股东净利润5.86亿元，同比增长3.66%，扣除非经常性损益后的归属于上市公司股东的净利润4.77亿元，同比上升10.62%。剔除股份支付费用影响后，2022年归属于上市公司股东的净利润约为7.1亿元，较去年同期上升约20%；归属于上市公司股东的扣非净利润6.02亿元，同比增长31%，公司内部运营能力等综合能力逐年提升，体现了公司增长的持续性和稳健性。（股权激励费用对经营的影响不同于汇率、材料波动，前者是一种会计计提，没有现金流出。后者是企业应该面对的成本，会产生现金流动。）</p> <p>2、各行业情况：家电和工具板块作为公司的基本盘业务，报告期均实现了小幅增长且依然具备优势和增长空间。新能源板块作为公司的第三成长曲线，聚焦在“中小储能+新能源车”两个方向。近几年快速成长，为公司未来的持续增长打开空间。</p>

3、盈利能力：2023 年随着高价库存及材料价格的稳定，毛利率预计有不错的回升，公司内部将通过各项举措提升综合毛利率。

4、客户策略：公司的头部客户策略推进顺利，20%左右的头部客户贡献了 80%以上收入，且 9 成以上收入增长贡献来源于头部客户。头部客户是公司业务发展的重要基石，公司业务增长对单一客户或单一行业依赖度不高。2022 年公司在重要客户攻坚上取得不错成绩，如印度空调客户、日系家电大客户、欧系工具大客户等快速成长。

5、市场布局：近几年虽然大家对欧美经济比较担忧，严峻的海外形势给公司经营带来挑战，2022 年公司基于未来“智能化”“低碳化”发展的长期看好，认为行业向多区域化发展、向头部企业集中，公司依然逆势投资，在罗马尼亚、墨西哥的工厂顺利投产，有助于推进“客户亲密”战略，提升在客户端的占有率。

6、技术投入：公司始终坚持“技术具有价值”的核心理念，不断通过技术投入，保持技术领先、不断推成出新，以实现产品价值增厚、打开行业增长的空间。未来公司对成熟产品会通过管理赋能、总成本领先等优势保持较好的盈利能力，通过加大新产品的投入，提升高价值产品的占比，实现业务结构的优化来打开公司综合毛利率的提升空间。

三、投资者提出的问题及公司回复情况：

问题 1：因为 2022 年可能是需求比较弱，客户的智能控制器库存可能都比较高，2023 如果市场需求上升，会不会有一个明显的补库的情况出来？

回复：我们认为从 2023 年一季度末或二季度初，预计会有补库存的需求。经济形势好与不好对中游企业的经营结果，不会一个季度就体现出来，是一个逐步恢复的过程。从全年的维度来看，随着经济逐步复苏，客户有补库存需求，作为产业链中游企业，2022 年公司各个季度的收入是比较稳定的增长，没有出现下降，构建了较好的增长基础，从目前来看是在逐步恢复。

问题 2: 新能源市场现在的进来的玩家可能太多了, 头部优秀企业多, 未来竞争加剧之后, 会不会价格压力比较大, 公司如何看待这件事情? 找一个比较好的解决方案?

回复: 我们认为新能源是星辰大海的赛道, 应用才刚刚开始, 虽然任何一个产业或产品都有生命周期, 随着需求扩大或进入者的增加, 竞争都会更加激烈, 就像家电市场虽然也是有红海竞争的市场, 但公司通过技术创新和新品类拓展, 在这个领域也做到了多年的持续增长。公司所布局的新能源的应用领域包容性更广, 短期内还没到红海竞争阶段。

公司“一芯 3S”的技术能力在行业具备较好的竞争力和完整性, 每个细分领域都有优秀的公司, 过去几年也取得了不错的增长, 我们认为更值得关注的是高增长之后, 企业的能力是否是可复用和可持续的。在公司的新能源业务中, 电芯只是公司产品的原材料之一, 公司与靠电芯成本优势竞争的头部公司不产生正面竞争, 公司的逆变器、BMS等控制产品有多年沉淀, 公司会不断以“一芯 3S”的技术或产品组合, 寻找应用市场并实现规模增长。

2022 年新能源业务毛利率主要受到原材料价格大幅上涨的影响, 未来随着行业供给回到正常水平, 公司通过持续推出新品及平台规模效应体现, 新能源业务盈利能力预期会逐步提升。

问题 3: 今年汇率的变化, 会不会对报表有一个比较明显的影响?

回复: 汇率对公司的收入、成本影响是双向的, 人民币贬值一方面会利好出口, 另一方面利空进口, 公司现在有大部分的元器件从海外进口, 会抵消掉部分人民币升值带来的影响。此外对于成本加成的订单, 大幅的汇率波动是可以传导给下游的。每年在审议的额度范围内, 可通过套保等方式对敞口部分对冲, 总体上汇率变动影响还是可控的。

问题 4: 电芯未来投资产能上面是怎么规划的?

回复: 公司电芯产能主要是自用, 按需扩产。自建产能原因主要有两点: 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

的品质有不同的标准要求。自制电芯，主要用于定制化、差异化需求领域。目前公司现有电芯及PACK产能约 2GWH，2023 年预计新增 2-2.3GWH。

问题 5：新能源未来几年的布局规划？

回复：新能源布局主要分两块，一个是储能，一个是新能源车。储能主要聚焦于中小储能，其中包括了户用储能、便携式储能和工商业储能。产品既有电池，也有PCS、逆变器和整机。工商业储能有望构建公司新能源业务新的增长点。新能源车主要围绕充电设备和控制类产品布局，利用公司的核心技术，即电控、电池、电机、电源等技术进行运用与延展。

问题 6：去年欧洲能源危机，家储类产品需求比较高；今年如果天然气价格下来，终端客户对家储和逆变器包括工商业储能的需求是否存在需求减少的趋势？

回复：2022 年，公司在储能领域的主要收入来源为美国、澳大利亚市场，公司在整个欧洲市场占比不大。同时，从公司聚焦的储能市场领域来看，整个市场处于发展早期，行业空间较大，尚未进入需要依靠价格进行激烈竞争的阶段。行业尚未出现绝对头部公司，市场处于充分竞争的阶段。公司产品属于偏应用的领域，无论面向下游哪一个行业，基本上都会经历快速增长期、稳定增长期的阶段，叠加公司所处中游行业的弹性，下游无论是头部企业还是创新型企业的发展都会带动公司所处行业的发展。比如早期的家电板块，虽然行业充分竞争，但一些新品类的出现仍会给公司带来不错的增长机会。未来几年，在新能源或者储能领域，随着需求的增加，无论是在品类还是地区，或者说不管是行业头部企业，还是中小企业、创新品类企业，都将有不错的增长空间。

问题 7：传统业务，尤其家电板块，大概在大客户里面份额有多少？微观层面来看，我们有新突破的大客户，也有传统的老客户，那么新项目 and 老项目的占比大概是什么比例？

回复：目前我们在家电板块目标市场的整体份额还比较低，在我们

的目标市场中大概 4% 的占比。具体每个客户情况不一样。比如：对刚进入的大客户，一般会从传统产品先做，一定周期的成功项目经验导入，并获取客户对公司产品能力的认可后，大客户会陆续释放订单和高价值的新项目给到我们去开发。对于海外高价值大客户，合作粘性较高，愿意给企业的投入以成长期及相应回报，新研发项目的订单额提升速度会比较快。去年公司在家电板块的能够实现逆势增长的原因是突破了几个高价值大客户，未来稳住市场，份额会持续提升。

问题 8：对于行业内的大客户，需要持续做一些 ODM 研发匹配客户需求，是不是长期来看规模效应也没有特别体现出来？目前公司的体量来看，为什么还没看到研发复用率的提升？老业务的毛利率是否下降了？

回复：传统的业务来看，下游行业越多，需求越分散，越需要大量的工程师去服务客户端。近些年，公司重视技术布局，下游应用会越来越丰富，技术和产品平台则会逐步聚焦。把老业务和新业务拆开来看，原有的老业务研发费率是下降的，近几年，我们投了很多的新业务，研发费率较高。从未来趋势来看，研发复用率会逐步提升。

对于制造业来讲，如果只是加工，毛利肯定会有压力，老产品的毛利率难以持续提升。公司目前的策略是在加强成本控制的同时，做大产品价值，长期来看，源源不断的新品投入会将公司整体毛利稳定在一定区间或带来公司整体毛利的改善或提升。

问题 9：请问公司在不同板块之间的协同效应是主要体现在哪方面？新能源板块与家电、工具类业务可以协同吗？

回复：生产方面：家电、工具的控制器的生产是一条线，可以实现快速换线，产线可以协同。新能源的电芯产品形态和生产工艺不同，产线不能协同。管理方面：不同产品由不同的 BG 和 BU 承接，管理模式有差异，系统和流程等中台可以协同复用。研发方面：在控制器领域，技术可以复用，特殊的应用不能复用。算法、基本的控制类的底层技术可以实现复用，但到产品级别，会有区别。对公司来讲，很多 0 到 1 的

	<p>技术可以通用，1 到 N 是不通用的。</p> <p>此外，在管理理念、管理模式、考核模式、流程体系等内部管理经验上的通用，保障了公司面对不利环境时仍然可以实现增长，这个需要较长的时间积累，也是公司对抗外部风险的后盾。公司自 2015 年开始梳理并逐步完善流程体系，当公司面对 2021 年原材料紧缺、2022 年内外部环境挑战的时候，面对下游客户的订单需求，公司从容面对生产、人员组织、物流、交付等问题，满足客户需求，使线索变成订单再到收到货款，每一个环节都是对内部管理提出了较高的要求。</p> <p>问题 10: 公司芯片类供应商数量多，芯片供应是不是不会受到中美关系紧张的影响？</p> <p>回复：也会受影响，但影响是比较有限的，我们使用芯片品类不属于高精尖类，民用产品为主。相比限售，对我们来讲影响可能会来源供应端的停产、转产。同时公司也在进行海外布局，逐步构建海外供应体系。未来公司库存不一定会降到一个很低的水位，原因就是我们在全球会备一定的库存来应对贸易战等不利影响，原来我们的库存以国内为主，未来在海外，比如越南、罗马尼亚、墨西哥、印度，我们都会储备，受影响会更小一点。虽然短时间可能会牺牲一定的库存成本和价格优势，但是中长期来看会经营会更稳健。不同时期，企业需要兼顾各方面需求，很难会把某一项策略做到极致。在材料短缺、涨价、贸易战等诸多影响下，公司内部综合抗风险能力是正逐年增强。</p>
附件清单 (如有)	无
日期	2023 年 2 月 27 日至 3 月 9 日。