

证券代码：001283

证券简称：豪鹏科技

深圳市豪鹏科技股份有限公司
投资者关系活动记录表

编号：2025-009

投资者关系 活动类别	☐特定对象调研☐分析师会议 ☐媒体采访☒业绩说明会 ☐新闻发布会☐路演活动 ☐现场参观☒电话会议 ☐其他（）
参与单位名称	IGWT Investment、Ploncy Cap、UG INVESTMENT、北京鸿道投资、北京京港伟业、博时基金、财通证券、诚朴资产、东方基金、东吴证券、东兴基金、广东正圆、广发证券、国寿安保基金、国泰海通、国信证券、汇丰晋信基金、汇华理财、嘉实基金、平安基金、平安证券、全天候基金、申万菱信基金、天风证券、新华基金、新华养老保险、野村东方国际证券、盈峰资本、圆信永丰基金、长城基金、长江证券、长盛基金、招商证券、浙商证券、中信建投证券、中信证券等 140 家机构的 183 位投资者
时间	2025 年 8 月 19 日（周二）16:00~17:00
地点	线上会议
上市公司接待 人员姓名	董事长&总经理：潘党育 电芯研究院院长：胡博 董事&财务总监：潘胜斌 董事会秘书：陈萍 投资者关系：李方静
投资者关系活动 主要内容介绍	一、经营情况更新： 回顾 2025 年上半年，公司转型初见成效，结构加速优化。在 AI 浪潮席卷全球背景下，公司坚定推进从“消费电池制

	造商”向“AI+端侧硬件新能源解决方案引领者”的战略升维，报告期内，公司实现营业收入 27.63 亿元，同比增长 19.29%；归母净利润达 9671.07 万元，同比增长 252.49%；扣非后归母净利润达 7983.97 万元，同比增长 366.27%；加权平均净资产收益率达 4.03%，同比增长 2.94 个百分点。 众多头部战略客户的信任与持续加码，是公司上半年业绩稳健向好、未来持续发展的基石。这些客户带来的不仅是订单规模，更是对豪鹏技术实力、品质管控和交付能力的认可，为公司未来承接更复杂、更高要求的 AI+端侧产品奠定了坚实的客户基础和技术磨合。 展望下半年，2025 年作为公司战略升级的“商业化落地元年”，攻坚的核心就是大客户导入的突破和 AI 新兴业务的卡位突破。这是全年目标达成的关键，公司正在以下几个重点领域全力推进： 在 AI+端侧领域，公司基于创新的叠片钢壳电池方案，解决当前一代产品续航提升的迫切需求，三季度开始将陆续向多家全球知名的 AI 眼镜客户实现批量交付。 在机器人赛道，公司的能源模组方案进展顺利，已经完成了多家细分领域客户的认证，包含 AI 陪伴机器人、四组机器狗在内的产品计划在下半年陆续启动量产；人形机器人方面与战略合作伙伴已进行原型机方案设计，并将于三季度导入豪鹏生产线进行实战应用场景训练，为未来更大规模的推广和合作奠定基础。 在低空经济领域，公司与细分领域头部品牌客户的战略合作关系持续深化；与此同时，公司也在积极拓展低空经济领域的其他重要客户，基于对电芯的专业认知以及对新能源解决方案应用的综合优势，公司正与国内细分领域头部客户深入沟通，针对客户应用场景定制化需求提供最优方案。这些进展标志着公司在低空经济这一广阔赛道的布局正加速落
--	--

	地。 在固态技术的商业化道路上，公司也在加速奔跑。半固态电池的产能正在稳步爬升，以满足智能穿戴、医疗设备、安全备用电源等高端客户的需求。全固态电池首条中试线正在准备中，以满足全球头部终端品牌客户的新品预研需求，共同定义面向 AI 未来的新产品。 站在 AI 技术深刻重构全球电子产业链的起点上，豪鹏的战略定位越来越清晰——公司目标成为 AI+端侧硬件新能源解决方案的引领者。这份底气，来自于公司着力构建的三大基础： 第一是技术纵深。从高能量密度的液态电池，到已量产的半固态，再到全力攻关的全固态，公司阶梯式的技术矩阵已经贯通，实现创新技术元素的最佳组合，量产反馈推动技术持续迭代。 第二是客户共生。公司着力构建的与头部品牌客户的关系，不是简单的供应商角色定义，而是“联合创新的战略伙伴”。入局客户未来产品系列预研，以适配应用场景的创新技术深度绑定在 AI 硬件生态中。 第三是商业范式的革新。公司通过持续的技术突破带来产品价值提升，同时依托精益制造和规模效益降低成本，双轮驱动盈利能力持续提升，着力将豪鹏打造成“以技术升级驱动资本回报”的科技平台型公司。 公司始终坚信：唯有深深扎根于技术的深水区，才能稳稳托举起能源的新高度。豪鹏的发展，在将根牢牢扎实的同时，正迎来一个充满希望的新开始。 二、投资者主要问题： 1. 公司在“AI in AI”战略指引下，目前 AI 高端型客户的拓展进度如何？
--	---

	答：全面聚焦 AI 领域是公司基于对人工智能时代来临带来的产业革命新机遇做出的战略布局。科技的进步催生更多智能化、便捷化的需求，其中诸多应用场景都需要高性能端侧硬件新能源的支撑，同时端侧硬件新能源的性能又在很大程度上决定了用户的体验。 目前，公司在诸多新兴领域已取得实质性突破，AI 相关产品已经开始贡献业绩增量，业务类别涵盖 AI PC、AI 耳机、AI 眼镜、AI 玩具、AI 服务器（BBU）产品，其中 PC 产品 AI 渗透率相对领先，公司在细分领域的头部客户、高端产品机型的拓展，将充分受益 AI 需求的渗透；而随着下半年 AI 眼镜及 AI 陪伴机器人项目的量产出货，AI 类业务占公司营收比例将持续提升。 受益于高能量密度电池解决方案的高附加值及规模化交付优势，AI 相关业务有望驱动整体盈利结构持续优化，具体营收贡献将随终端产品上市节奏逐步释放。 2. 公司坚定不移走大客户战略，能否展开介绍这一客户战略理念？ 答：公司的大客户战略本质是与细分领域头部品牌客户成为技术驱动、互利共生的“产品联合定义伙伴”，其核心在于甄别具有共同技术进化愿景的全球细分领域的领导者品牌。强调“大”客户并非简单追求客户规模，而是深度绑定那些能与公司协同定义 AI 时代端侧硬件新能源边界的伙伴。 这种共生关系也在持续提升公司的盈利质量与发展韧性。一方面，定制化方案满足终端用户需求，提升用户体验，从而降低价格敏感性；其次，前瞻性迭代技术及专利壁垒构筑差异化定价权；此外，与战略大客户深度绑定缩短验证周期，助力客户快速响应市场需求。由此驱动高毛利产品占比持续提升，公司盈利韧性进一步增强。 3. 公司在研发投入方面的规划和预期？ 答：随着公司从“消费电池制造商”向“AI+端侧硬件新
--	--

能源解决方案引领者”升维跃迁，公司在研发投入方面也更加聚焦在有确定性高回报、高附加值的 AI+业务领域，除配套项目进行的研发投入外，资源重点倾斜到包含高电压正极、硅基负极、叠片钢壳、固态四个研发方向在内的前瞻性研究领域，通过单独或结合前述多项技术以提升电池的续航能力和综合性能表现。

与此同时，公司研发管理将更加精细化，与头部品牌客户共同实施精准定向开发，提高研发资源利用效率, 共同实现“技术领先、产品为王”的研发目标。此外，通过实验室资源的整合，充分利用 AI 赋能、机器学习等研发工具，推动研发效能持续提升。

4. 公司在机器人方面的业务拓展情况及未来规划？

答：公司在服务型机器人及园林机器人等领域已有非常丰富的产品研发和大规模交付经验。同时，AI 陪伴型机器人、四足机器狗配套产品将于 2025 年下半年量产出货，此外人形机器人项目将配合客户于下半年进入测试及应用场景训练。

未来人形机器人对电池的要求远超消费电子或汽车，需要在能量密度、功率密度、安全性、环境适应性和成本间达到极致平衡。公司在新能源解决方案领域已构建阶梯式技术矩阵，支撑人形机器人对高安全、长续航、瞬态响应、长循环的极限需求。

短期内，公司通过与客户的稳定项目合作保障基本盘，确保投入产出比的健康可控；中长期，以技术共研为纽带，与行业领导者共同定义下一代机器人新能源标准，推动高能量密度、高安全性、轻量化能源方案在细分场景下的商业化落地。

5. 公司在数码影像设备方面的技术储备及客户进展？

答：基于公司战略客户聚焦深入，公司 2025 年与头部客户的合作增长良好，出货预期进一步加速。该客户供应量增长的核心驱动力除了数码设备（运动相机/全景相机）外，还

	涵盖了无人机智能操作台、智能家居及便携式储能等多个领域订单的进一步放量，进一步奠定公司在端侧硬件新能源生态的规模化交付优势。 6. 公司钢壳叠片工艺的应用场景及能量密度提升情况？ 答：公司的钢壳叠片产品现主要配合多家头部智能穿戴品牌客户需求展开产品设计及试产，部分 AI 眼镜客户的量产订单将在 2025 年下半年陆续出货。 方形钢壳叠片电池通过优化内部空间利用率，同时搭配高硅负极，进一步提升电池能量密度，显著提升终端产品的续航体验。 该技术的普及节奏将在一定程度上依赖终端创新周期的牵引，但公司凭借多年积累的小电池技术优势和快速迭代的能力，已占据先发优势。未来能够随着各类追求有限空间下、极限能量密度的 AI+端侧市场（如智能穿戴、AI PC、AI 手机等）及头部客户需求的爆发给业绩带来增量贡献。
关于本次活动是否涉及应披露重大信息的说明	无
附件清单（如有）	无
日期	2025 年 8 月 19 日