证券代码：688063 证券简称：派能科技

**派能科技投资者关系活动记录表**

 编号：2022-002

|  |  |
| --- | --- |
| **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 ☑电话通讯□其他  |
| **参与单位名称及人员姓名** | 参加调研的投资者（详见附件） |
| **时间** | 2022年4月8日、2022年4月11日、2022年4月12日、2022年4月13日、2022年4月14日、2022年4月26日、2022年4月27日、2022年4月28日、2022年4月29日 |
| **地点** | 电话通讯 |
| **上市公司接待人员姓名** | 公司总裁谈文先生；公司副总裁、董事会秘书叶文举先生；证券事务代表沈玲玉 |
| **投资者关系活动主要内容介绍** | **问题：全年原材料价格趋势？****回答：**目前碳酸锂仍处于高位。短期价格是由供需决定，长期价格会趋向于理性价值。下半年的价格不好做准确预测。公司重要的是保证好供应链安全。现阶段根据公司初步预测，不会出现断货或产能受限的情况。在没有突发事件或疫情进一步蔓延导致全国范围内的物流受限等情况下，公司今年供应链风险不会太大。**问题：公司募投项目进展？****回答：**目前的项目建设进度略快于募投项目计划，2021年公司新增2GWh电芯年产能，2021年底达到了3GWh的电芯年产能。2022年规划建设接近4GWh产能，争取在2022年达到6-7GWh电芯年产能，更好满足客户需求。预计到2022年底，募投项目会完成建设工作。**问题：公司目前产品情况？****回答：**公司产品实现了Wh级到MWh级无缝覆盖，并可通过集装箱系统扩展至百MWh，能够覆盖从家庭到工商业再到电网、大型新能源发电站等各种场景，为用户提供全场景解决方案。主要产品通过国际IEC、欧盟CE、欧洲VDE、美国UL、澳洲CEC、日本JIS、联合国UN38.3等全球最主要的安全标准。公司之所以要研发方壳产品，是因为目前大储能应用场景的多数市场有这样的需求。派能以服务客户为主，因此为了满足市场的需求去做相关产品。公司的方壳产品不同于市场现有产品，公司定义的方壳产品更加适合储能场景应用，更加适合集装箱的标准集装箱排布。目前相关产品研发工作已经完成，主要是相关产品产线的建设。今年会有一部分方壳产品出来，下半年会在市场上推广，预计明年能够安排大批量产品出货。**问题：2022年产品价格传导情况与展望？****回答：**虽然2021年很多原材料的价格都大幅增长，比如正极、电解液，不仅仅是价格上涨，并且供应十分紧张。供应链端面临极大的压力，公司通过改善自身运营效率、提升自身技术等多项措施，去年产品基本没有调价。今年一季度，公司结合各个客户情况、市场情况以及外汇等综合因素，对全球范围内的客户做了价格调整，客户基本上能够理解接受。原材料价格传导会根据公司业务开展的实际情况做出安排。从长期来讲公司一方面要保证供应链安全，另一方面要努力提升产品性能，给客户提供更好的产品体验。**问题：原材料涨价的情况下，公司也进行调价。在综合因素下，对盈利能力影响有多少？****回答：**影响盈利能力的不确定因素很多，具体看到某一个时点的数据是很困难的。目前原材料价格是历史高位，但后续是否还会上涨不好判断。如果材料价格继续高位运行，替代的技术方案比如钠离子电池的经济性将凸显，从而影响整个市场。现在的本质还是市场供给端压力大，不能满足客户需求，所以不用太担心整个盈利情况。公司要做的是通过更多努力增加产品销售量、提高公司品牌美誉度、把服务能力建设起来，加快产品迭代、优化产品体系。**问题：近期疫情影响？****回答：**现在还需要观察上海疫情控制的情况，以及什么时候物流运输能够畅通。物流运输恢复情况需要看防疫防控措施安排，暂时无法确定。从公司角度，公司已经从多渠道想办法解决物流问题，比如考虑宁波港、青岛港，尽可能拓宽物流渠道以降低不利影响。目前这些因素在短期内给公司构成了一定影响，但是从全年来看，公司全年的出货总量和计划不会有太大变动，只是给生产管理、物流管理带来了挑战与压力，后续防疫措施解除后，公司会采用多班轮班作业方式把前面的产能补回来。**问题：户用储能产品占比、自主品牌占比情况？****回答：**目前公司产品销售方式主要以自主品牌为主，2021年公司大幅提升自主品牌出货占比。储能产品自主品牌占比在90%以上。**问题：公司往逆变器、一体机方面做延伸的布局可能性？****回答：**暂时没有做一体机的安排。公司目前主要还是更多的和全球主流的逆变器做到互联互通，但同时公司也会做一些技术储备，短期内没有推出产品的安排。**问题：2022年销售区域分布？****回答：**公司会根据产能逐步释放情况与客户需求情况安排发货，主要以海外市场为主，国内市场也会做一些。中国目前不是主要战场，等产能进一步增加后，再考虑在中国市场做大出货规模。公司目前主要市场在海外，欧洲、非洲占比超60%，剩下的是澳洲、北美、日本、东南亚市场以及中国市场。目前市场整体需求与规模都在增长，公司的产能无法满足客户需求。**问题：公司能够在户用储能市场取得全球第二市占率的原因？与许多重量级玩家一起在储能领域竞争，公司长期的竞争力和壁垒？****回答：**派能专注于储能市场，从电芯到BMS的整个系统都是自己做的，公司对产品的理解、在海外的品牌影响力等各方面构成了派能的优势。产品的打造需要多年的积累，公司能力也在持续进步，公司每年研发投入都有非常大幅的增长。公司是一个做产品的公司，核心能力是把产品做好、服务好客户。不管是什么公司，最终需要靠客户的体验评判。公司同时也具有一定的客户影响力、品牌影响力，基本上代表了中国储能企业的高水平。公司的使命是为社会能源自由而奋斗，公司具有崇高的使命感和责任感，公司会基于自己的研发能力、市场能力、产品规划能力、制造能力以及价值观，更好地服务好客户需求。 |
| **附件清单****（如有）** | 海通证券、开源证券、中信建投证券、兴业证券、中泰证券、中欧基金、易方达基金、新华资产、博时基金、农银汇理、华泰资产、汇添富基金、工银基金、南方基金、海富通基金、华夏基金、平安资产、信达澳银基金、招商基金、富国基金、申万菱信基金、嘉实基金、景顺基金、银华基金、华安基金、鹏华基金、国寿资管、建信基金、国寿养老、光大资管、泰达基金、浦银安盛基金等600余家投资机构  |
|  | 2022年4月29日 |