

证券代码：301327

证券简称：华宝新能

公告编号：2023-010

深圳市华宝新能源股份有限公司

2022 年年度报告摘要

一、重要提示

本年度报告摘要来自年度报告全文，为全面了解本公司的经营成果、财务状况及未来发展规划，投资者应当到证监会指定媒体仔细阅读年度报告全文。

所有董事均已出席了审议本报告的董事会会议。

天健会计师事务所（特殊普通合伙）对本年度公司财务报告的审计意见为：标准的无保留意见。

本报告期会计师事务所变更情况：公司本年度会计师事务所由变更为天健会计师事务所（特殊普通合伙）。

非标准审计意见提示

适用 不适用

公司上市时未盈利且目前未实现盈利

适用 不适用

董事会审议的报告期利润分配预案或公积金转增股本预案

适用 不适用

公司经本次董事会审议通过的利润分配预案为：以 96,000,000 股为基数，向全体股东每 10 股派发现金红利 20.83 元（含税），送红股 0 股（含税），以资本公积金向全体股东每 10 股转增 3 股。

董事会决议通过的本报告期优先股利润分配预案

适用 不适用

二、公司基本情况

1、公司简介

股票简称	华宝新能	股票代码	301327
股票上市交易所	深圳证券交易所		
变更前的股票简称（如有）	不适用		
联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表	
姓名	王秋蓉	肖雅文	
办公地址	深圳市龙华区民治街道华侨城北站壹号 39 层	深圳市龙华区民治街道华侨城北站壹号 39 层	
传真	0755-29017110	0755-29017110	
电话	0755-21013327	0755-21013327	
电子信箱	irm@hello-tech.com	irm@hello-tech.com	

2、报告期主要业务或产品简介

公司是行业领先的便携储能品牌企业，秉承“让绿色能源无处不在”的使命，以及“成为全球用户最信赖的绿色能源品牌”的愿景，致力于锂电池储能类产品及其光伏产品的研发、生产、品牌、销售及服务。其中，便携储能、家庭储能及光伏产品为公司的核心产品，可应用于户外旅行、应急备灾等场景，为客户提供绿色低碳的能源解决方案，产品得到用户的广泛认可。

公司先后开创了便携储能和移动式家庭储能新品类，并打造了“Jackery 电小二”、“Geneverse”两大全球品牌，采用线上、线下相结合的模式，实现在中国、美国、日本、德国、英国、加拿大等全球多个国家销售，已成为便携储能及光伏产品垂直领域的领先品牌。

1、主要产品

公司的主要产品为不同容量规格的便携储能、家庭储能及光伏产品。公司两大品牌代表性产品的具体情况如下：

“Jackery 电小二”品牌的主要产品		产品简介	产品图示
便携储能产品	Explorer 240 Explorer 300 Explorer 500 Explorer 550 Explorer 880 Explorer 1000 Explorer 1500 Explorer 1000 Pro Explorer 2000 Pro	<p>①产品介绍:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 户外光充, 最快 1.8 小时充满 • 最低支持零下 20 度放电 • 智能 BMS 系统, 十二重保护 • 恒压正弦波, 稳压输出, 不伤电器 • 精准控温, 提升 30% 散热效率: 高精度芯片, 最多 9 个温度感应器 	
光充便携储能	Solar Generator 500 100W Solar Generator 1000 Pro 200W Solar Generator 2000 Pro 400W	<ul style="list-style-type: none"> • 最高支持 94V0 级防火等级材质 • 最高支持 9 级防震, 符合 UL 跌落标准 <p>②最大容量 2400Wh; 最大输出功率 2200W</p>	
便携太阳能板	SolarSaga 60 SolarSaga 80 SolarSaga 100 SolarSaga 200	<p>①产品介绍:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 防尘防水, 便携易用, 快速搭建部署 • 折叠磁吸太阳能板, 单手可提 • 行业领先的高转换效率 • 弱光优势、温度系数优势, 全天累积发电量更高 • TÜV SÜD 全球首个消费级光伏产品认证 <p>②电池最大转换效率 25%</p>	
“Geneverse”品牌的主要产品		产品简介	品牌产品图示
移动式家庭储能产品	Homepower ONE Homepower ONE Pro Homepower TWO Pro	<p>①产品介绍:</p> <ul style="list-style-type: none"> • ACPS 自动持续供电系统, 具备停电后自动切换持续输出供电功能 • 3000 次长循环寿命, 高性能磷酸铁锂电芯 	

家用太阳能发电机	Homepower Solar Generator	<ul style="list-style-type: none"> ● 智能化 APP 监测及远程操控 ● 多模式高效快充 ● 智能 BMS 系统，十二重保护 ● 恒压正弦波，稳压输出，不伤电器 <p>②最大容量 2400Wh；最大输出功率 2200W</p>	
光伏太阳能板	Solarpower ONE Solarpower TWO	<p>①产品介绍：</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 防尘防水，便携易用，快速搭建部署 ● 折叠磁吸太阳能板，单手可提 ● 行业领先的高转换效率 ● 弱光优势、温度系数优势，全天累积发电量更高 <p>②电池最大转换效率 25%</p>	

2、主要应用场景

(1) 户外旅行



公司的便携储能及光伏产品适用于自驾露营、房车旅行、钓鱼、摄影等户外旅行场景，可为智能手机、平板电脑、无人机、投影仪、照明灯、车载冰箱、电饭煲等设备进行供电，能够满足户外旅行中多样化的便携电力需求。

(2) 应急备灾



在地震、海啸、飓风、大火、暴雪、战争等灾害多发的地区，便携储能及光伏产品能解决灾害缺电、停电、应急救援等电力短缺问题。公司便携储能产品与光伏太阳能板组合形成小型太阳能发电系统，在灾后电网瘫痪及毁坏情况下，为灾后生活实现持续离网发电，保障灾民的基本生活需求。

3、经营模式

公司主要采取 M2C（Manufacturers to Consumer）的经营模式，即生产厂家直接对用户提供产品，集研发、生产、品牌、销售及服务于一体的全价值链的经营模式。通过 M2C 模式，公司能够深入调研市场需求、用户偏好，减少中间环节、降低渠道成本、快速响应用户需求，实现精准创新和价值创造。在各个具体业务环节，公司的经营模式如下：

（1）研发模式

公司产品采取自主研发模式，高度重视对新技术、新产品的研发投入。公司的产品研发以用户需求和市场趋势为导向，从应用场景、产品安全性、新技术等多维度出发，通过自主研发完成产品设计开发，借助 M2C 模式的优势快速投放市场，并及时获取用户意见反馈，对产品安全、外观、结构、性能、智能化、转换效率、可靠性、易用性等方面进行持续创新，同时基于对行业趋势的把握进行前瞻性研发布局。

公司研发流程分为需求评估、研发设计、设计验证、试产验证、批量生产和用户反馈环节。

（2）采购模式

公司产品的主要原材料包括电芯、电子元器件、逆变器、结构件等。公司采用“以产

定采”的采购模式，即每月根据销售预测、在手订单、成品库存情况等制定出生产计划并统计物料需求，再组织采购。具体而言，物料计划部根据订单组提供的产成品需求下达原材料采购订单，由采购部负责供应商管理及审批；采购部完成原材料采购执行后，由品质部负责材料验收，验收合格后再办理入库。

公司在供应商选取方面，公司具有严格的供应厂商选择标准，通常综合考虑厂商的技术水平、产品品质、响应速度、供货成本以及市场声誉等因素，选择规模匹配、资质优良、运作规范且可持续发展的企业作为供应厂商。

（3）生产模式

公司采取“以销定产”的生产模式，通常根据销售预测、在手订单及交货期情况安排生产计划。生产流程上，公司已导入 MES 系统、品质管控系统和数据监控系统，实现了制造自动化管理，进一步提高了生产效率，有效保证了产品的稳定性、可靠性。便携储能产品的生产流程可分为 SMT 贴片、PCBA 测试、电池加工、电池包组装、老化测试、成品包装等环节。光伏产品的生产流程可分为电池片分选、划片、串焊、回流焊、敷设、EL 测试、层压、激光切割/冲压/热刀切割、EL 测试、IV 测试、阳光模拟测试、产品包装等环节。

（4）销售模式

公司采用全方位渠道模式，分别为官网独立站、第三方电商平台、线下零售结合的模式实现全球化销售。公司分别通过亚马逊、日本乐天、日本雅虎、天猫、京东等第三方电商平台或公司官网独立站进行线上销售，线下已与 Harbor Freight Tools、Home Depot、Walmart、Costco、Lowe's、Lidl、JVC、Canon、Sam's Club 等全球知名品牌商或零售商建立合作关系。

3、主要会计数据和财务指标

（1）近三年主要会计数据和财务指标

公司是否需追溯调整或重述以前年度会计数据

是 否

单位：元

	2022 年末	2021 年末	本年末比上年末增减	2020 年末
总资产	7,545,236,671.28	1,404,248,260.05	437.32%	580,791,042.12
归属于上市公司股东的净资产	6,400,743,948.84	511,216,543.43	1,152.06%	226,617,078.75

	2022 年	2021 年	本年比上年 增减	2020 年
营业收入	3,202,906,327.75	2,315,145,130.09	38.35%	1,069,959,829.56
归属于上市公司股东的净利润	286,680,835.45	279,307,205.79	2.64%	233,811,944.75
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	270,724,029.50	269,490,367.48	0.46%	231,130,114.35
经营活动产生的现金流量净额	118,528,652.00	134,803,597.98	-12.07%	171,437,992.90
基本每股收益（元/股）	3.69	3.91	-5.63%	3.64
稀释每股收益（元/股）	3.69	3.91	-5.63%	3.64
加权平均净资产收益率	13.93%	121.84%	-107.91%	126.13%

（2）分季度主要会计数据

单位：元

	第一季度	第二季度	第三季度	第四季度
营业收入	612,153,501.39	702,536,172.43	914,945,418.31	973,271,235.62
归属于上市公司股东的净利润	73,361,936.12	87,045,635.53	94,388,127.59	31,885,136.21
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	72,240,674.62	78,540,292.94	88,092,748.92	31,850,313.02
经营活动产生的现金流量净额	-94,764,271.37	31,587,008.47	87,760,396.51	93,945,518.39

上述财务指标或其加总数是否与公司已披露季度报告、半年度报告相关财务指标存在重大差异

是 否

4、股本及股东情况

（1）普通股股东和表决权恢复的优先股股东数量及前 10 名股东持股情况表

单位：股

报告期末普通股股东总数	18,906	年度报告披露日前一个月末普通股股东总数	19,481	报告期末表决权恢复的优先股股东总数	0	年度报告披露日前一个月末表决权恢复的优先股股东总数	0	持有特别表决权股份的股东数量	0
-------------	--------	---------------------	--------	-------------------	---	---------------------------	---	----------------	---

		数		股股东总数		恢复的优先股股东总数		总数（如有）
前 10 名股东持股情况								
股东名称	股东性质	持股比例	持股数量	持有有限售条件的股份数量	质押、标记或冻结情况			
					股份状态	数量		
深圳市钜宝信泰控股有限公司	境内非国有法人	32.02%	30,743,750.00	30,743,750.00				
孙中伟	境内自然人	18.26%	17,531,250.00	17,531,250.00				
深圳市嘉美盛企业管理合伙企业（有限合伙）	境内非国有法人	8.75%	8,400,000.00	8,400,000.00				
温美婵	境内自然人	5.86%	5,625,000.00	5,625,000.00				
深圳市嘉美惠企业管理咨询合伙企业（有限合伙）	境内非国有法人	5.83%	5,600,000.00	5,600,000.00				
陈凯华	境内自然人	2.19%	2,100,000.00	2,100,000.00				
深圳市成千亿企业管理咨询合伙企业（有限合伙）	境内非国有法人	1.52%	1,458,334.00	1,458,334.00				
中国农业银行股份有限公司—富国互联科技股票型证券投资基金	其他	0.49%	471,714.00	0.00				
中国工商银行股份有限公司—富国成长策略混合型证券投资基金	其他	0.48%	457,075.00	0.00				
上海浦东发展银行股份有限公司—中欧创新未来 18 个月封闭运作混合型证券投资基金	其他	0.47%	446,697.00	242.00				
上述股东关联关系或一致行动的说明	1、孙中伟、温美婵系夫妻，签署了一致行动协议，为公司实际控制人。 2、孙中伟持有钜宝信泰 70% 的股权，温美婵持有钜宝信泰 30% 的股权。 3、孙中伟系嘉美盛的普通合伙人及执行事务合伙人，持有嘉美盛 26.04% 的财产份额；温美婵为持有嘉美盛 45.78% 财产份额的有限合伙人。 4、温美婵系嘉美惠的普通合伙人及执行事务合伙人，持有嘉美惠 61% 的财产份额。 5、温美婵为持有成千亿 20% 财产份额的有限合伙人。 除此之外，公司未知上述其他股东之间是否存在关联关系，也未知是否属于《上市公司收购管理办法》中规定的一致行动人。							

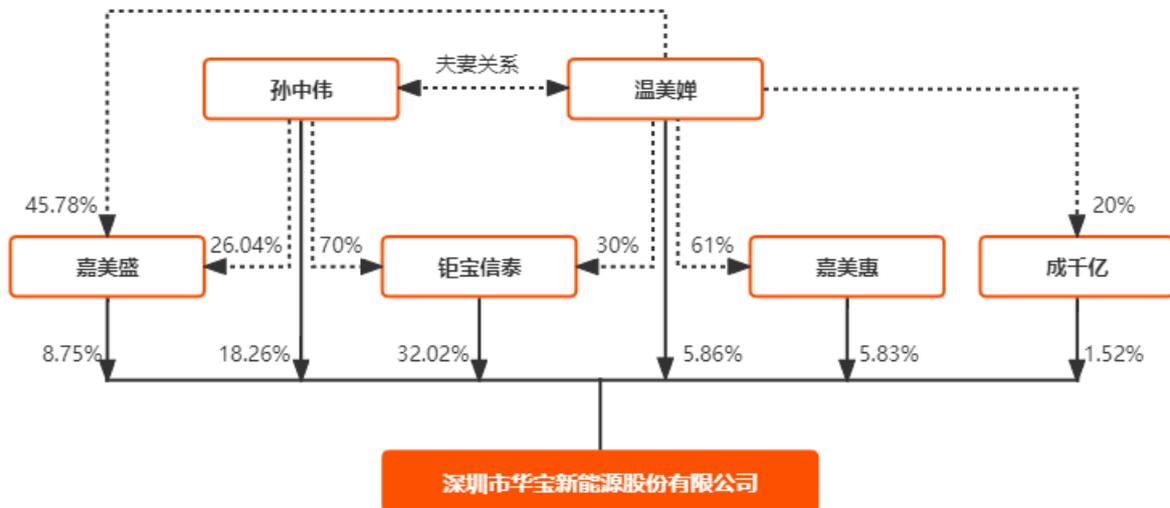
公司是否具有表决权差异安排

适用 不适用

(2) 公司优先股股东总数及前 10 名优先股股东持股情况表

公司报告期无优先股股东持股情况。

(3) 以方框图形式披露公司与实际控制人之间的产权及控制关系



5、在年度报告批准报出日存续的债券情况

适用 不适用

三、重要事项

报告期内，面对全球通货膨胀、原材料及供应链成本上升、市场竞争加剧等各种不利因素，公司上下一心、合力攻坚，抓住行业快速发展机遇，聚焦全球家庭全场景绿色能源解决方案，持续加大研发创新、品牌建设、市场拓展与降本增效，实现经营规模的快速增长。2022年公司营业收入 32.03 亿元，同比增长 38.35%，归属于上市公司股东的净利润为 2.87 亿元，同比增长 2.64%。

(1) 两大品牌经营情况

报告期内，公司“Jackery 电小二”和“Geneverse”两大品牌均实现快速增长。其中“Jackery 电小二”便携储能及光伏产品实现营业收入 30.58 亿元，同比增长 36.64%；“Geneverse”家庭储能及光伏产品实现营业收入 1.45 亿元，同比增长 88.04%。

2022 年公司加快产品迭代创新，进一步完善公司产品矩阵。“Jackery 电小二”重磅推出光充墙充双快充 800Pro、1000Pro、2000Pro 等全球旗舰新品，新品当期实现营业收入 3.91 亿元，占便携储能营业收入比例为 15.84%。

品牌	金额（万元）	占营业收入比例	同比增长
Jackery 电小二	305,811.61	95.48%	36.64%
Geneverse	14,479.02	4.52%	88.04%
合计	320,290.63	100.00%	38.35%

（2）主要产品经营情况

报告期内，便携储能产品实现营业收入 24.67 亿元，同比增长 34.44%；光伏太阳能板产品实现营业收入 7.04 亿元，同比增长 60.24%，配件及其它主要为收纳包、充电器、线材、包装等与公司产品配套的相关配件。得益于公司对用户需求的敏锐洞察，针对性推出可实现离网用电自由的 Solar Generator 1000Pro、Solar Generator 2000Pro 光充便携储能电源套装，实现便携储能及光伏太阳能板快速增长，2022 年 Solar Generator 组合套装营业收入 10.19 亿元，占营业收入比例为 31.80%。

产品	金额（万元）	占营业收入比例	同比增长
便携储能产品	246,700.84	77.02%	34.44%
光伏太阳能板	70,428.13	21.99%	60.24%
配件及其它	3,161.66	0.99%	-22.10%
合计	320,290.63	100.00%	38.35%

（3）境内外经营情况

报告期内，公司境外收入 30.14 亿元，同比增长 41.65%，境内收入 1.89 亿元，同比增长 0.87%。依托领先的数字化全价值链 M2C 模式，公司加速推进全球市场的开拓，抢占澳洲、中东非、东南亚、亚太等新兴市场，产品已实现覆盖全球超 30 个国家和地区。

2022 年公司新增设立韩国、德国子公司，逐步实现本土化运营。其中公司积极开拓欧洲市场，叠加欧洲能源危机催生出的新增用户用电需求，欧洲地区实现营业收入 6.91 亿元，

区域	金额（万元）	占营业收入比例	同比增长
境内	18,901.84	5.90%	0.87%
境外	301,388.80	94.10%	41.65%
合计	320,290.63	100.00%	38.35%

同比增长 417.00%。

（4）全球渠道经营情况

报告期内，公司品牌官网独立站营业收入为 6.82 亿元，占营业收入比例为 21.31%，

同比增长 97.40%，第三方电商平台营业收入为 17.12 亿元，占营业收入比例为 53.45%，同比增长 3.69%；线下零售渠道营业收入为 8.08 亿元，占营业收入比例为 25.24%，同比增长 153.93%。2022 年公司持续深化“品牌官网独立站、第三方电商平台、线下零售”全渠道布局，凭借全球品牌影响力的持续提升，品牌官网独立站营业收入占比持续攀升，随着公司产品陆续进驻全球知名线下渠道零售商，线下零售渠道营业收入实现高速增长。

渠道	金额（万元）	占营业收入比	同比增幅
品牌官网独立站	68,239.29	21.31%	97.40%
第三方电商平台	171,209.03	53.45%	3.69%
线下零售渠道	80,842.31	25.24%	153.93%
合计	320,290.63	100.00%	38.35%

（5）加大研发投入，储备核心技术

报告期内，公司研发费用投入金额为 1.18 亿元，同比增长 82.25%，占营业收入比例为 3.67%，研发技术人员数量达 271 名，占公司员工人数比例为 19.85%。

公司始终坚持研发创新，持续发挥高效研发体系优势，不断推出新技术、新产品。2022 年公司累计取得境内外专利合计 301 项（其中发明专利 36 项），产品设计累计取得包括 2022 年度德国红点至尊奖、红点产品奖、意大利 A'Design 等设计奖在内的国际工业设计类奖项 40 项，公司便携式光伏太阳能板产品获 TÜV 南德全球首个消费级光伏组件认证，家庭储能品牌“Geneverse”产品获首个美国 NISTIR 8259 网络安全标准评估报告。同时，为加速推动研发项目成功转化，公司已实现小批量逆变器的自研自产，同步规划家庭储能产品的研发与上市。

（6）强化全球品牌价值

报告期内，公司销售费用投入金额为 8.79 亿元，占营业收入比例为 27.43%，同比增长 55.47%。为了进一步夯实品牌领导地位，公司阶段性加大营销和品牌建设的投入，抢占全球用户心智，强化全球品牌的认知度和美誉度。根据《尼尔森 2022 年全球户外电源品牌调研报告》，“Jackery 电小二”在中国、美国、日本、德国四个国家无提示第一提及率和总认知率高于其他测试品牌，全球著名商业杂志《福布斯》盛赞公司旗下“Jackery 电小二”品牌为便携储能行业的“苹果”。此外，公司便携储能产品获得全球知名科技媒体 Techradar 等颁发的 2022 年德国柏林国际电子消费展“Best of IFA”等四项大奖，荣获全球超 150 家权威媒体和机构推荐，全球品牌价值持续提升。