

证券代码：002577

证券简称：雷柏科技

公告编号：2022-006

## 深圳雷柏科技股份有限公司 2021 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。

除下列董事外，其他董事亲自出席了审议本次年报的董事会会议

未亲自出席董事姓名	未亲自出席董事职务	未亲自出席会议原因	被委托人姓名
-----------	-----------	-----------	--------

非标准审计意见提示

适用  不适用

董事会审议的报告期普通股利润分配预案或公积金转增股本预案

适用  不适用

公司计划不派发现金红利，不送红股，不以公积金转增股本。

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	雷柏科技	股票代码	002577
股票上市交易所	深圳证券交易所		
联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表	
姓名	谢海波	张媛媛	
办公地址	深圳市南山区科苑南路 3099 号中国储能大厦 56 楼		
传真	0755-28328808	0755-28328808	
电话	0755-28588566	0755-28588566	
电子信箱	board@rapoo.com		board@rapoo.com

#### 2、报告期主要业务或产品简介

##### 1.主要业务、产品

报告期内公司产品主要包括游戏V系列，无线系列及新女性Ralemo。经过多年发展，公司品牌RAPOO在海内外市场上已树立良好的口碑与影响力。在全球游戏市场不断扩张、PC及移动设备存量日益规模化的背景下，公司作为周边设备品牌商，紧抓市场机遇，始终坚持以产品开发为核心，以市场需求为导向，以用户体验为宗旨，为全球用户提供消费电子产品，截至目前产品已销往五十多个国家地区，覆盖全球主要经济体。同时，在制造产业升级、科技进步和人口红利逐渐衰退的背

景下，公司凭借着此前在制造领域多年的沉淀，为商业客户提供工业自动化系统集成解决方案及自动化集成设备。

#### (1) 游戏V系列（智造游戏快乐）

公司游戏、电竞类产品迄今已成功推出高端电竞VT与游戏V两大系列，涵盖游戏鼠标、游戏键盘、游戏耳机、游戏手柄、游戏麦克风、电竞鼠标垫等多个品类产品，打造电竞游戏场景化外设套餐。坚持以技术研发为核心，以市场需求为指引，自主研发定制雷柏轴体、雷柏微动、游戏芯片等核心产品部件，融入专业无线游戏方案、QI无线充电、OLED显示屏、IP68级防水防尘、板载内存、云端存储等个性化功能，持续为专业玩家及游戏爱好者提供专业设备。报告期末，公司推动“+计划”联合IC开发及自主算法，打造长续航，低延时，远距离，抗干扰的无线游戏外设产品。

#### (2) 无线系列（无线生活）

公司无线系列基于“无线生活”的理念，深耕无线外设产品，以“无线化”为使命，满足用户“手机平板电脑电视，一键切换操控”的需求并结合QI无线充电功能，实现“无线充电+无线连接+多设备切换”的功能协同；同时不断拓展应用场景，逐步覆盖3C消费电子全品类产品，陆续推出无线充电器、TWS无线影音、多功能扩展坞、电源适配器、摄像头等产品，满足用户工作、生活、娱乐等全方位需求。

#### (3) Ralemo（新女性）

公司为深化产品全布局，进一步扩大用户群体，衍生差异化、亚文化产品线，发展新品牌“Ralemo”，聚焦全新女性系列，打造以女性视角出发的个性化、主题化产品，应用镂空、电镀、布艺、百褶的设计语言妙趣混搭。截至目前已推出气垫鼠标，慕斯键盘“她”文化产品，并围绕场景推出包括流金岁月、绿野仙踪、姹紫嫣红等主题款。



#### (4) RRS自动化集成业务

公司机器人自动化集成业务已有多年尝试，有过多领域项目实战，服务过3C制造产业、新能源行业等客户，目前聚焦细分领域，重点着力于智能仓储物流系统，以头部企业做标杆，以客户需求为导向，定制工厂智能化综合方案并予以实施落地。

### 2.经营模式

报告期内，公司内部区分事业部与职能中心，事业部涵盖研发、供应链及产品销售，各部门相互配合，结合市场风向适时调整研发方向及产品储备量，灵活应对市场变化，达到以市场消费需求为导向的产品运营体系。职能中心则聚焦战略部署、资源调配及绩效考核，为业务发展夯实基础。报告期公司主要采取以销定购、订单驱动的经营模式，销售是公司业务经营的中心环节，研发、采购、营销围绕其展开。

#### (1) 销售渠道

公司销售采用线上线下联动营销，多渠道销售模式。品牌成立初期，公司放眼全球市场，全面布局线下销售渠道，已在全球五十多个国家地区铺设销售网络。报告期内，公司持续推动全球多渠道销售模式，跟进新零售场景，有效提高客户触达，

使消费者拥有更多选择，消费更加便利，

### (2) 研发模式

公司研发是自主研发结合委外合作的研发模式，以市场消费需求为导向，销售诉求为核心，综合考虑行业技术发展方向及竞争策略进行技术储备和产品开发。日常开发工作实施矩阵式管理模式，横向以产品或项目经理为核心串联开发阶段的各个节点，负责协调项目各方，推动项目进度；纵向是专业技术工程师负责各阶段各模块落地实施工作。同时，对供应链体系建设给予技术性指导，不断强化产品生命周期管理。

### (3) 供应链管理

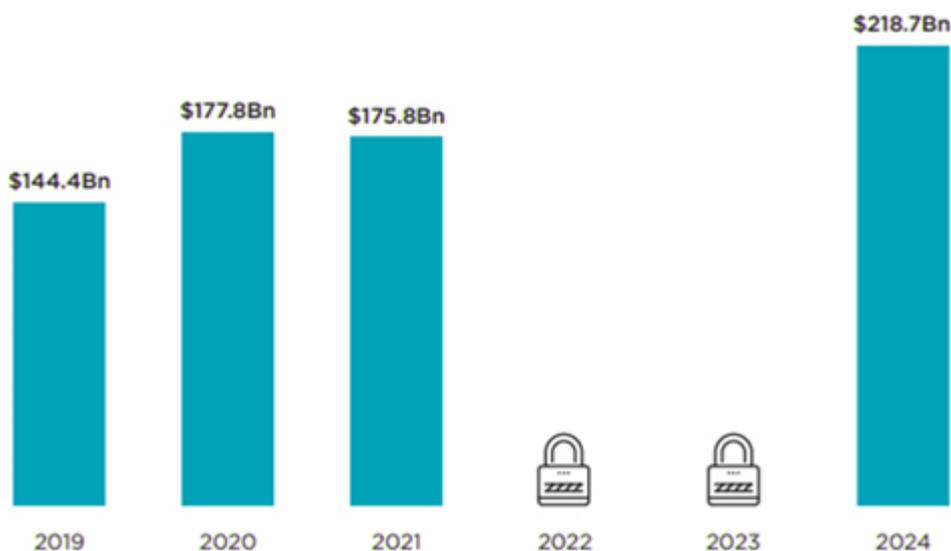
公司采购管理主要分为三个主要节点：供应商承认导入、采购执行，供应商后续管理。供应链管理部依据销售规划，发掘市场资源，筛选优质供应商予以集中认证后导入管理系统；依据日常业务需求，执行具体采购工作并周期性的依据质量、价格、响应效率等多维度指标对供应商进行考核管理。

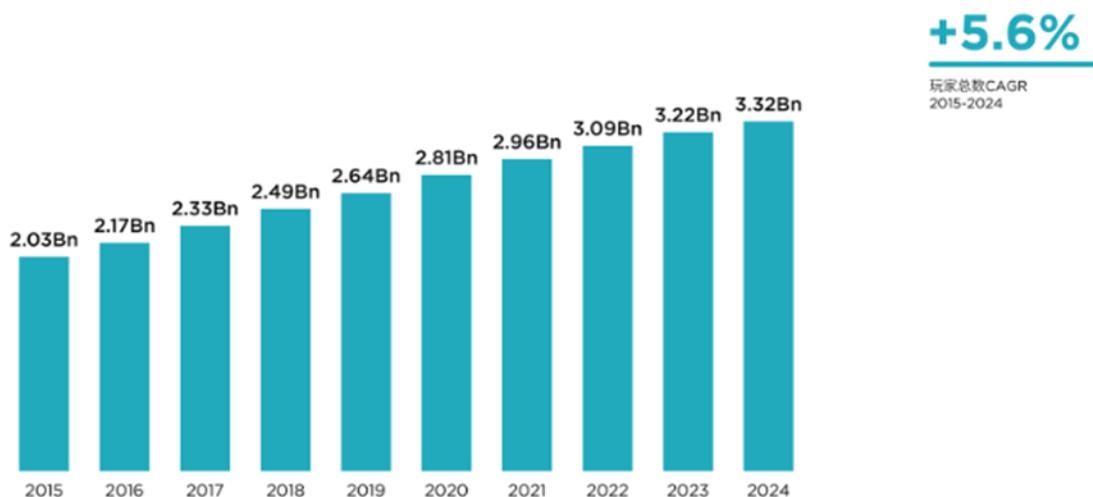
## 3. 主要的业绩驱动因素

首先，消费电子行业，伴随着产业升级+消费升级的趋势下，全球智能硬件产业，特别是个人电子消费品市场蓬勃发展、市场空间巨大。在人工智能、移动互联网和大数据等领先前沿技术的引领下，全球智能硬件市场方兴未艾，成为推动全球消费电子行业可持续发展的主要驱动因素之一。公司作为消费电子行业垂直细分领域品牌商，囊括计算机外设，音频，直播会议、移动周边在内的智能硬件，广泛应用于游戏电竞、商务办公、影音娱乐、智能与移动等多元场景。

### (1) 游戏竞技领域

根据Newzoo（国际数据研究分析公司，专注于游戏、电子竞技及移动市场领域）于2021年7月发布的《2021全球游戏市场报告》阐明全球游戏市场收入将在2021年达到1,758亿美元（后于2021年12月份调整全球市场收入金额为1,803亿美元），其中亚太地区贡献最高收入882亿美元；并预测从2019年开始以8.7%的复合年增长率增长，到2023年全球总收入突破2000亿美元大关，并在2024年达到2187亿美元。同时，到2021年底全球将共有30亿玩家，比上一年度同比增长5.3%。游戏产业的蓬勃发展推动了周边硬件的不断迭代更新，游戏外设硬件得益于游戏行业的市场红利也保持稳定增长态势。公司于2008年推出游戏外设产品，涵盖游戏键盘、游戏鼠标、游戏耳机、游戏手柄及游戏麦克风等设备，产品置入专业游戏方案、Qi无线充电、OLED显示屏、IP68级防水防尘、板载内存、云端存储等个性化创意功能，强调人体工学、精准触发、灵巧微操、听声辨位，深受市场和用户的认可与好评。报告期末，公司推动“+计划”联合IC开发及自主算法，打造低延时、长续航、远距离、抗干扰的无线游戏外设产品。





数据来源: Newzoo 《2021全球移动市场报告》

### (2) 商务办公领域

疫情影响下,全球多元化办公(现场结合视讯会议)、混合工作(公司办公+居家办公双地办公模式)、线上教育需求激增,甚至于美国部分科技企业探讨或已在实施永久性混合工作或远程办公。多元化办公、混合工作及线上教育增加了个人对PC及周边设备的配置及迭代需求,根据IDC统计,2020年度全球PC市场出货量达到3.03亿台,同比增长13.06%;2021年度全球平板电脑出货达到1.68亿万台。鼠标、键盘作为计算机、平台电脑的主要外围设备,市场需求较前几年逆转上升。公司专注计算机无线商务办公外设多年,在市场初具规模并迅猛发展的伊始,便完成以2.4G技术为核心展开无线外设产品体系的构建,包括2.4G无线系列、蓝牙无线系列、在完成2.4Ghz在外设行业的应用与推广后,又于行业发展前端研发并推出更具连接稳定与抗干扰性的5Ghz技术与产品,并于2017年普及“多模化”产品作为全新外设体验度量。并且为积极响应多元化办公应用场景需求,公司向市场投放会议摄像头、话务耳机等视讯类产品,满足远程办公需求。

### (3) 智能与移动领域

以智能手机为代表的全球移动设备市场规模随着近几年的快速增长后,虽有所放缓,但移动设备业已具备一定的市场保有量,根据Newzoo发布的《2021全球移动市场报告》中显示,2021年全球智能手机用户将达到39亿,2024年或将达到45亿;2021年全球活跃智能手机设备数将达到46亿,其中7亿为5G智能手机。随着全球市场向5G迁移,消费者对智能硬件的需求不断提升,新的用户群体和应用场景不断被开发,将为未来行业的发展注入新的活力和创造更多机遇。公司于2018年开始布局移动周边消费电子产品,截至目前已储备TWS耳机、智能眼镜、无线充电器、拓展坞、移动端游戏手柄等;未来将深化在智能硬件领域的布局。

#### 2021

人口数	78.748亿
网民数	47.786亿
智能手机用户数	38.567亿
活跃智能手机设备数	45.698亿
活跃5G智能手机设备数	7.035亿
移动游戏收入	\$907亿(美元)

数据来源: Newzoo 《2021全球移动市场报告》

再者，智能制造领域，2021年12月28日，工信部、发改委等八部门正式印发《“十四五”智能制造发展规划》。规划提出到2025年，规模以上制造业企业大部分实现数字化网络化，重点行业骨干企业初步应用智能化；到2035年，规模以上制造业企业全面普及数字化网络化，重点行业骨干企业基本实现智能化。政策红利助力，叠加人口老龄化问题不断深化和人工成本增加等因素，制造业转型自动化生产推动各细分领域发展，拉动市场需求。公司机器人自动化集成业务已有多年的尝试，有过多领域项目实战，服务过3C制造产业、新能源行业等客户，目前聚焦细分领域，重点着力于智能仓储物流系统，以头部企业做标杆，寻求稳步发展。

### 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

	2021 年末	2020 年末	本年末比上年末增减	2019 年末
总资产	1,196,634,237.73	1,175,089,528.65	1.83%	1,106,403,316.10
归属于上市公司股东的净资产	1,102,875,934.69	1,057,750,483.17	4.27%	1,002,842,120.02
	2021 年	2020 年	本年比上年增减	2019 年
营业收入	486,804,032.01	450,098,659.05	8.15%	449,680,144.28
归属于上市公司股东的净利润	42,964,171.03	46,512,829.94	-7.63%	-173,866,140.00
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	26,449,998.33	29,039,219.48	-8.92%	-92,924,018.57
经营活动产生的现金流量净额	52,832,828.73	-4,757,307.15	1210.56%	49,493,316.91
基本每股收益（元/股）	0.15	0.16	-6.25%	-0.61
稀释每股收益（元/股）	0.15	0.16	-6.25%	-0.61
加权平均净资产收益率	3.98%	4.51%	-0.53%	-15.93%

#### (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	129,421,596.32	120,861,703.35	104,423,688.88	132,097,043.46
归属于上市公司股东的净利润	19,222,494.28	11,039,598.18	4,343,967.48	8,358,111.09
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	15,859,318.54	7,285,108.20	1,475,454.34	1,830,117.25
经营活动产生的现金流量净额	23,524,392.75	4,148,275.22	1,495,291.14	23,664,869.62

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	27,047	年度报告披露日前一个月末普通股	26,644	报告期末表决权恢复的优先股	0	年度报告披露日前一个月末表决权恢	0
---------	--------	-----------------	--------	---------------	---	------------------	---

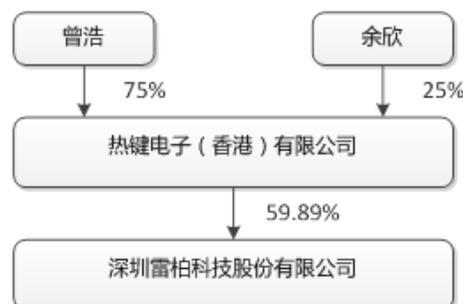
股股东总数		股股东总数		东总数		复的优先股股东总 数	
前 10 名股东持股情况							
股东名称	股东性质	持股比例	持股数量	持有有限售条件的股份数量	质押、标记或冻结情况		
					股份状态	数量	
热键电子（香港）有限公司	境外法人	59.89%	169,410,378	0			
施锡可	境内自然人	0.63%	1,785,800	0			
徐建央	境内自然人	0.52%	1,460,000	0			
胡佰龙	境内自然人	0.49%	1,376,704	0			
朱怡红	境内自然人	0.37%	1,055,600	0			
姚红权	境内自然人	0.26%	724,700	0			
徐涛	境内自然人	0.20%	553,400	0			
刘子源	境内自然人	0.18%	515,501	0			
谭蔚然	境外自然人	0.17%	493,800	0			
葛盛	境内自然人	0.16%	466,400	0			
上述股东关联关系或一致行动的说明	公司控股股东与上述其他股东之间不存在关联关系，也不属于《上市公司收购管理办法》规定的一致行动人；未知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》规定的一致行动人。						
参与融资融券业务股东情况说明（如有）	股东施锡可通过长江证券股份有限公司客户信用交易担保证券账户持有 1,785,800 股，实际合计持有 1,785,800 股；股东徐建央通过长江证券股份有限公司客户信用交易担保证券账户持有 1,460,000 股，实际合计持有 1,460,000 股；股东胡佰龙通过光大证券股份有限公司客户信用交易担保证券账户持有 1,364,704 股，实际合计持有 1,376,704 股；股东朱怡红通过中信建投证券股份有限公司客户信用交易担保证券账户持有 990,800 股，实际合计持有 1,055,600 股；股东姚红权通过中信建投证券股份有限公司客户信用交易担保证券账户持有 724,700 股，实际合计持有 724,700 股；股东葛盛通过华泰证券股份有限公司客户信用交易担保证券账户持有 420,500 股，实际合计持有 466,400 股。						

## （2）公司优先股股东总数及前 10 名优先股股东持股情况表

适用  不适用

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

#### 1、经营概览

报告期内，公司经营保持稳定发展。为进一步释放品牌效应，扩大规模销售，公司持续推进多品类拓展，多渠道布局的经营策略，增加全球性市场推广投入，持续提高品牌知名度，创新新技术，提升消费者使用体验。同时，不断提升内部管理，优化人力资源体系，为公司长期发展夯实基础。

报告期内，公司实现营业收入48,680.40万元,同比上涨8.15%；实现归属于上市公司股东净利润4,296.42万元,同比下降7.63%，影响公司经营成果的主要原因为：①报告期内，公司经营保持稳步发展，收入、毛利保持微幅增长；②积极响应市场需求，报告期内持续进行技术储备及新品研发，研发费用上升；③为进一步释放品牌效应，提升品牌影响力，拓宽销售渠道，报告期内营销投入加大，销售费用增幅较大。

#### 2、经营回顾

##### （1）拓宽渠道

随着科技的不断发展，万物互联的数字化、智能化时代来临，互联网的飞速发展使消费者习惯发生翻天覆地的变化，零售场景不停拓展，线上线下渠道愈发多元化，为满足不断变化的消费者诉求，激活新的市场红利，公司持续增加对新通路新渠道的探索和投放，合理分配营销资源至各个新老通路，以最终实现在线上、线下多触点与消费者的连接。受全球疫情反复，公司不断深化海外线上渠道的扩展，铺设新的销售网络分支，对冲疫情负面影响。

##### （2）加强品牌建设

报告期内，公司持续加强品牌建设，用户运营。深化数字营销，持续增加对短视频、流媒体等的营销投入，并配合渠道通路的扩展，做精准投放，触及潜在客户，优化投资效率。同时增加全球性市场推广投入，不断提升品牌知名度。报告期末，根据ZDC《2021年终键鼠ZDC报告》显示公司的品牌关注度在国内鼠标市场、键盘市场均名列第二。

##### （3）深化技术创新

报告期内，公司推出“+计划”，升级无线技术“低延时、长续航、远距离、抗干扰”。“+计划”逐步应用于无线游戏产品储备及办公商务系列产品的升级。

##### （4）进一步提升内部信息运营

报告期内，公司全面梳理内部运营需求，升级信息化办公系统，持续将内部管控、运营流通环节信息化、数字化以促进管理提效，赋能业务发展。

##### （5）优化人力资源管理体系

报告期内，结合中短期战略规划，公司多维度提升人力资源管理质量，以满足公司发展和应对外部竞争对人才的需要。根据组织架构全面对岗位职责、员工编制进行新一轮的梳理分析，适时调整岗位职责及人才分配。加强新员工素质提升，通过新员工培训、前辈带教等方式，让新员工尽快熟悉工作环境及岗位职责。同时加大干部梯队的建设力度，通过在职培训、外派学习、轮岗工作等多种方式，培养适应公司发展的复合型人才。优化绩效考核，推行绩效过程管理，深入各部门优化绩效考核指标，建立绩效评价反馈及改进机制逐步搭建高效科学合理的绩效考核体系，对员工工作行为和工作业绩进行正面引导，促进公司与员工的共同成长。