

证券代码：300907

证券简称：康平科技

康平科技（苏州）股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2021-005

投资者关系活动类别	<input type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 其他（请文字说明其他活动内容） <input type="checkbox"/> 分析师会议 <input checked="" type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 路演活动
参与单位名称及人员姓名	参与公司 2020 年年度网上业绩说明会的广大投资者
时间	2021 年 4 月 22 日
地点	公司会议室
上市公司接待人员姓名	董事长江建平（代行董秘）；董事、总经理江迎东；董事、财务总监窦蕾彬；独立董事陈菲；独立董事柳世平；保荐代表人郑士杰。
投资者关系活动主要内容介绍	<p>一、公司董事长致辞。</p> <p>二、公司总经理作 2020 年年度业绩说明。</p> <p>三、公司管理层回答广大投资者相关问题：</p> <p>1、问：2020 年是近年来公司营收增速首次突破两位数的一年，请问公司营收大幅增长的主要驱动因素是什么？未来是否可持续？</p> <p>答：2020 年，公司实现营业收入 8.35 亿元，同比增长 37.63%。主要驱动因素有：（1）公司积极发挥管理优势，疫情防控有效，复工复产及时，抓住了疫情时期的“宅经济”等因素带来的需求增长。同时，公司的快速响应能力、规模化的供应链优势保证了公司能够稳步的从电机供应向整机供应不断拓展；（2）公司子公司越南康平自 2019 年正式量产，并于 2020 年全面达产。营业收入从 2019 年的 0.16 亿元增长到 2020 年的 1.8 亿元；（3）行业拓展方面，公司稳步推进既定战略，积极拓展家电、汽车等行业，促进公司营收的增长。随着行业分工的进一步加深，电动工具供应链国际化布局的发展，公司良好的管理优势、契合行业发展的供应链布局及公司拓展家电、汽车行业需求战略的推进，公司有信心使营收在未来一段保持可持续的增长。</p> <p>2、问：公司未来三到五年的发展规划如何？电机发展的各大</p>

领域占比各为多少？

答：（1）进一步提升公司产能。通过募投项目的实施及海外生产基地的布局，公司将全面提升电机与电动工具的供应能力，不断满足客户需求，进一步提高市场份额；（2）不断加强公司研发能力。公司将增加对研发检测中心的投入、积极引进电动工具行业高级专业技术人才、深入开展产学研合作，并根据市场和客户的需求，通过开发和应用新材料改善产品的材质，提高材料等级，从而提高产品性能指标。同时，加强自主研发新技术和消化、吸收引进的新技术，从而优化生产工艺，改善现有生产设备，提高产品效能。公司将韩国子公司打造为电动工具整机研发基地，凭借韩国当地优良的技术研发传统和长期以来积累的强大技术研发实力，积极研发寿命长、噪音低、体积小、功率高的电动工具整机，并且，加快对市场需求日益旺盛的充电型电动工具的研究和开发；

（3）加大生产线自动化投入。本次募集资金将采购转子自动线、DC 马达自动线及无刷马达自动线等更为自动化的设备，提高生产装置的先进性、稳定性、可靠性，改善生产线的控制技术、智能化水平、生产工序和工艺流程，以增强对产品质量的控制能力，提高生产过程的稳定性，保证产品的性能，提高产品的合格率，从而有效提升电机的生产效率；（4）紧跟战略型客户。首先，公司积极拓展下游行业中较为优质的战略性客户，通过募投项目及越南康平，深化与现有优质大客户的良好合作关系。其次，公司拥有经验丰富的研发设计团队，凭借对下游行业客户和市场的深刻认识，实现与客户同步开发、共同制定产品方案，可以有效地提高公司整体服务能力，在共同开发过程中，有利于公司吸收国外先进的行业技术，大幅度提升公司的技术水平，共同开发还可将公司研发工作纳入国际大型公司的业务体系，有利于公司了解客户需求，与客户形成更为紧密的业务合作关系。再次，学习优质大客户的质量管理方式，完善自身的质量控制体系，从而提升自身竞争力，为客户提供更好的服务；（5）加强人力资源建设；（6）收购兼并规划。公司将根据发展战略及市场需要，充分发挥资本优势，研究市场动向、寻求机遇、主动出击、循序渐进，适时实施一定的收购兼并，扩大公司业务规模和市场占有率，提升公司的经营效率。

目前，公司销售领域主要集中于电动工具行业，占比在 95% 以上。随着公司对家电、汽车等领域的拓展，公司营收在各行业的分布将更加均衡。

3、问：近年来公司毛利率水平持续下滑，请问下滑的主要原因是什么？公司对未来毛利率水平的展望如何？

答：2020 年，公司主营业务毛利率为 20.7%，主营业务毛利率同比下降 0.6%，主要原因为：（1）电机产品结构变化。2020 年，公司 DC 电机销量占比进一步提高至 57.3%，而 DC 电机体积小、工序简单，毛利率较 AC 电机低；（2）汇率、原材料价

格的波动。2020年下半年，美元汇率走低，而大宗商品价格走高，这给公司的毛利带来一定程度的影响。公司电机产品结构中DC电机的占比，预计会进一步提高，这给主营毛利率的改善带来一定压力。

公司会通过以下措施来改善主营毛利率：（1）针对汇率、原材料价格的波动，公司将启动价格形成机制，和客户重新协商定价；（2）公司将跟进大宗商品价格走势，实时进行策略采购以降低原材料成本；（3）根据既定战略，不断提高公司的研发能力，开发毛利率较高的新产品，从而开拓新客户、新行业，改善整体毛利率。

基于此，公司对未来毛利率的改善持乐观态度。

4、问：今年全年来看，电动工具行业国内、外需求发生了哪些变化？

答：2020年，受新冠疫情影响，电动工具行业经历了先抑后扬的变化。但行业总体格局未有实质性变化，依然是头部企业，尤其是百得和TTI占据大部分市场份额。从需求来看，得益于疫情催生的“宅经济”，电动工具的需求有所增长，2020年百得和TTI披露的年报显示，其电动工具相关的业务增长比例分别为2.7%和28%。同时，得益于国内疫情防控效果远好于国外，国内电动工具产业链也承接了部分本由国外产业链的需求，享受了疫情防控成果的福利。

5、问：公司主营产品下游应用空间广阔，请问公司在家电、汽车等领域的业务拓展情况如何？

答：电动工具产品整体可以分为通用级、专业级和工业级；公司主要生产专业级和工业级电动工具，而家电行业所涉电机多为通用级，公司拓展到家电行业属于技术下放，技术可行性无疑虑。公司自2018年切入家电领域，已与美的等家电行业头部企业建立了稳定的合作关系。年销售额已接近2000万元，目前正在进一步拓展市场份额和开发新客户。

汽车行业的投资特点产品试验周期长、毛利率高。上市前，公司已在汽车马达领域布局，汽车无刷电子水泵马达已处于“送样通过，准备量产”的阶段，公司会以此为基础，持续推进。同时，考虑到汽车行业的特点，公司也会考虑行业内的并购机会，从而加速推进拓展汽车马达行业的战略。

6、问：随着收入增长的提速，2020年公司销售费用大幅增长，请问今年公司销售费用预算情况如何？随着公司独立品牌整机的发展，公司销售体系未来将进行相应的调整？

答：公司2020年销售费用约为2049万元，较2019年增长约41%，销售费用营收比例为2.46%，较2019年增加0.06%。主要因为：（1）越南康平在2020年达产，其客户基本在越南以外，公司需负责国际段的运费；（2）公司开发了伟全等一些中国大陆以外的新客户，导致出口费用增加；（3）受新冠疫情影响，全球货运市场价格上涨比例较大。

2021年，随着销售规模进一步提升，销售费用绝对金额会有

一定程度增加，但考虑到货运价格的回落、更多合并装运安排等措施，预计绝对金额增长幅度不大。而销售费用占比会降低，预计会低于 2019 年的水平。

公司在韩国有自己的整机品牌，但是其份额占比较小，目前仅在韩国市场销售，未来，随着市场的变化，公司也会调整部分品牌策略，可能会对未来的销售费用产生影响，但是其影响较小。

7、问：目前下游电动工具行业的景气度如何？订单能见度有多远？公司预计行业景气度能延续多久？

答：电动工具行业整体格局并无重大变化，基本都是由百得、TTI 等头部企业占据了主要市场份额，从百得和 TTI 的年报来看，电动工具行业基本维持比较高的增长，结合公司目前在手订单的情况，公司认为电动工具行业发展态势较好，具有持续性。

8、问：去年下半年以来，基本金属价格大幅上涨，请问上游材料涨价对公司生成成本的影响如何？公司有何应对举措？

答：公司材料成本主要为铜和钢，去年下半年尤其是四季度这两种原材料出现明显的涨价情况，公司在日常材料采购过程中，制定了材料价格风险控制程序，通过实时监控大宗商品价格走势，进行一定的价格锁定，管理价格波动风险。2020 年下半年，大宗商品虽然存在价格波动，但纵观 2020 年全年，整体影响不大。2021 年以来，金属材料价格上涨势头较大，公司也关注到了这一情形，除了按既定程序进行采购成本管控之外，公司也启动和客户的价格磋商机制，从而实现成本传导，保证公司的盈利能力。

9、问：2020 年公司研发支出高达 3100 万元，同比增长 14.8%，请问公司研发支出主要投入的方向有哪些？

答：公司研发投入主要方向如下：（1）应行业发展趋势，即直流电机将逐渐占主流的情况，积极推进直流电机的研发，包括直流有刷和直流无刷电机；（2）基于后端需求，公司积极研发大扭矩、高转速、大功率电机，增强产品覆盖区域带宽，提高核心竞争力；（3）根据市场需求，不断研发并推出符合市场需求的新产品，不断提高公司自主品牌的市占率；（4）引进研发方面的人才，不断提升自身的人才储备；（5）测试及实验设备的投入，不断提高自身的测试能力。实验室改造升级，申请国家级实验室资格，提高自身的测试认证能力并获得行业认可。

10、问：2021 年 1 月至 4 月公司业绩如何？是否较去年同期大幅度增长？

答：敬请广大投资者关注公司即将于 4 月 27 日披露的一季度报告。

11、问：公司首发募投项目年产电动工具、家用电器及汽车配件电机 1,200 万台、电动工具整机 60 万台项目的最新进展情况？预计何时投产？

答：公司的募投项目目前在正常推进中，如有新进展，公司将及时履行信息披露义务。

12、问：公司作为电动工具领域专业的电机供应商与整机制造商，请问电机行业的进入壁垒是什么？

答：（1）技术壁垒。电动工具的核心部件电机制造工序多，涉及精密机械、精细化工、磁材料处理、绕组制造、焊接绝缘处理等工艺技术，需要的工艺装备数量大、精度高，为了保证产品的质量还需要一系列精密的测试仪器。这就要求生产企业需要具备较高的生产工艺管理水平和严格的质量控制体系，才能保证产品合格率达到较高水平。特别是在为国际著名品牌厂商生产配套产品电机产品时，产品的技术和质量稳定是获得持续稳定订单的核心因素；（2）规模壁垒。行业内大型电动工具厂商向电机生产企业发出的项目订单往往规模较大，并且要求在一定时间内完成，因此，不具备一定生产规模，电机生产企业将无法承接大型电动工具厂商的项目订单，从而失去市场机会。同时，规模的扩大将使电机生产企业拥有向上游供应商和下游客户的议价能力，从而降低生产成本，提高产品价格，提升公司盈利水平；（3）品牌壁垒。电机作为电动工具的核心部件，其质量对电动工具的品质有重要影响，因此，下游电动工具厂商对电机产品的性能、质量及可靠性都有较高的要求，对相关电机企业的选择有严格的程序，非常注重企业的业绩和知名度，尤其是百得、TTI、麦太保等全球领先的电动工具生产商，往往会综合考察供应商模具设计水平、制造能力、响应速度、及时交货率、企业管理水平、环境保护和劳动保护等诸多条件，从认证过程上看，往往包括文件审核、现场评审、现场调查、样品试产以及合作关系确立后的年度审核等众多阶段。随着电机节能、高效等技术指标要求的日益提高，电机生产企业的认证要求也会不断提高。这些电动工具生产商需要经过较长时间的考察期，才会最终选定供应商。由于认证要求高且过程复杂，所以电机生产企业一旦通过认证，进入供应商名录，下游客户便会与其形成长期稳定的合作关系。双方不仅在既有产品上保持合作，而且客户会要求供应商共同进行产品改良和新品开发，从而使供应商获得大量、持续、稳定的订单。对于拟进入该行业的新进入者，由于生产实践经验有限，不仅难以通过下游客户的认证要求，而且难以介入行业内优势企业与下游客户形成的合作关系。（4）人才壁垒。电机在研发、生产、销售及后续维护过程中都需要行业专业技术人才和管理人才的支持。随着客户对电机性能的要求越来越高，行业对人才的需求已不仅局限于高学历、有经验的研发人员和工艺技术人员，还需要大量具备相关操作资格有经验的熟练技术工人。目前国内电机行业对人才的竞争十分激烈，而企业培养人才也需要经过一段时间的积累，因此拟进入本行业的企业在人才方面存在一定的壁垒。

	<p>13、问：公司未来电机工具行业发展的主要驱动因素是什么？公司未来三年的经营规划如何？</p> <p>答：直流电机产品，包括直流有刷和直流无刷，将会是未来的行业发展趋势。公司将继续提高公司产能，不断加大研发及自动化投入，紧跟公司战略性客户，加强人力资源建设，适时开展上下游产业的兼并收购，不断增强公司的规模和竞争力。</p> <p>14、问：公司下属子公司越南、韩国、南通等，目前运营情况如何？是否满载生产？公司电机有高端产品吗？比如航天、军工类？</p> <p>答：目前公司下属子公司运营情况良好，尤其是越南子公司，目前处于持续扩大产能的状态，公司未来会积极拓展类似航天、军工类等高端产品领域，以此来扩大公司竞争能力。</p>
附件清单（如有）	无
日期	2021 年 4 月 23 日