

证券代码：301006

证券简称：迈拓股份

迈拓仪表股份有限公司 投资者关系活动记录

编号:2021-004

投资者关系活动类别	<input checked="" type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 路演活动 <input type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 其他
参与单位名称及人员姓名	招商基金 亢思汗 永赢基金 沈平虹 建信理财 俞逸风 大成基金 朱倩 博时基金 齐宁 宝盈基金 周佳盈 涌金资产 胡小禹 淡水泉 罗怡达 盘京投资 张奇 敦和资产 张铎 弘毅投资 开明达 国君自营 马潇 天风自营 甘力 华泰资管 王海山 太平基金 鲍宗禹 长城基金 翁善根 泽盈资产 田鹏鹏 Skybound 吴一新 新时代自营 常杨 拾贝投资 李昌强 相聚资本 梁辉、马丽娜、白昊龙 格外资管 帅建红 安信资管 冷星星、吴一博
时间	2021年6月25日 14:00—15:20
地点	线上腾讯会议
上市公司接待人员姓名	董事长 孙卫国 董事会秘书 钱孝宇

投资者关系
活动主要内容介绍

线上交流期间谈论的主要内容如下：

一、根据资料显示在超声水表同行业中，公司超声水表市场份额占比逐年增长，2020年市场份额占比达到50%的主要原因及公司的核心竞争力主要有哪几方面？如何长期规划？

答：主要有以下方面原因：

1、产品结构差异，公司主要以户用超声水表为主，是最早向市场推广使用户用智能超声水表的企业之一，近三年公司户用超声水表占水表的销量都在95%以上，户用超声水表需求量及市场空间更大，更容易批量生产和销售。

2、公司的核心竞争力主要有：

①产品的核心技术如超声波传感器、核心零部件、软件平台都是公司自主研发生产，产品成本方面有一定的优势。

②超声水表产品自身优势：一方面具有计量精度高、无磨损、压损小、始动量低、等方面优异特性，计量性能大大提升；另一方面，可进行双向流量计量、具备瞬时流量显示功能，能够实现流量实时抄读、管网漏损检测、压力在线监测、数据挖掘分析等功能，更好满足现代城市智慧水务管理需要。

③生产方面向上延伸，核心零部件生产牢牢掌握在自己手中；服务更加向下延伸，服务要更加的贴近客户，不同区域公司委派专门的售后人员及时的服务客户。

3、公司的长期规划：

①首先增加产能、制定市场营销战略及营销策略，希望能快速的抢占市场；

②加大研发的投入，不断向市场推出新产品，走

在行业的前列；

③大力引进、培养高端技术人才，增加企业新鲜血液。

二、目前智能水表市场占水表市场 40%以上，智能水表还包括智能机械式水表、电磁水表、超声水表等，哪一种技术路线会是未来市场的主流？

答：1、与智能机械水表相比，智能超声水表拥有更加优良的计量特性和使用特性。主要有以下几方面：

①测量范围宽；

②计量灵敏度高。超声水表的始动流量低，超声水表能及时发现水龙头、马桶等用水设备的跑、冒、滴、漏问题；可以对管网漏失率进行监控；

③具备双向计量功能、能够对瞬时流量进行监测；

④因无涉水机械结构，使用耗损小，使用寿命相对较长；

⑤流量传感装置安装于管道外而对水质要求相对较低；

⑥安装无方向性，水平安装或垂直安装均不会影响计量精度；

⑦防冻性能突出。

2、与电磁水表相比，大口径电磁水表是早于超声水表在工业和供水公司应用，超声水表具有电磁水表瞬时流量的监测功能，目前市场上大口径超声水表要多于电磁水表的数量。

电磁水表应用于户用水表领域存在一些制约，因为电磁水表容易受到磁场的干扰、电磁水表成本高于超声水表、在相同的每秒测试次数条件下，电磁水表的电池功耗比超声水表大得多。

3、目前国际市场上用于水贸易结算的主流产品是

超声水表，国际市场上使用超声水表要早于国内 7-8 年时间。

三、如何看待同行业的竞争对手，汇中股份、天罡股份？

答：公司非常尊敬和重视同行的竞争对手汇中和天罡，目前来看这两家公司在超声水表市场是公司最大的竞争对手，因为我们三家都是专门超声波流体测量技术研发的，产品及技术路线非常相似，且都在户用超声波热量表和户用超声水表领域积累了丰富的产品应用经验，其他同行想进入超声水表行业可能还需要几年的积累。

目前超声水表的渗透率很低，市场空间巨大，公司希望与同行业技术成熟且产品质量稳定的企业共同打造和维护超声水表市场口碑和提高知名度，进一步提高超声水表的市场渗透率。

四、超声水表的国际市场情况？物联网软件平台服务有没有收费？

答：超声水表的国际市场竞争厂家并不是太多，大概也就 5 家左右，公司产品已在海外多个国家应用，公司其实从 2009 年开始对国外市场进行销售，国外市场对超声水表在产品材质、通讯方式、使用环境等方面要求与国内存在一定差别，大部分都是产品都是定制开发的，产品开发后客户需要进行较长时间的试验、试用，然后才会批量采购，导致销售周期较长；目前公司主要通过 ODM 方式对外销售，2018-2019 年总销售额 5500 多万元，其中中东地区是其最大的销售区域，2020 年因疫情的原因公司海外市场受到较大的影响，但未来随着疫情的逐步缓和，公司海外业务量有望逐

步回升。

软件平台服务大部分都是免费，但客户使用了公司的软件平台，可以增加客户的粘性。

五、据了解超声水表的地域推广目前主要是三四线城市，一二线城市推广较慢，在一二线城市大规模推广大概什么时候？

答：公司对超声水表最早的销售策略是“农村包围城市”，一二线城市推广较慢是因为一二线城市人口密度大，水表需求量大。超声水表作为新的产品，一线二线城市在应用超声水表的选择上更加谨慎且决策周期更长。超声水表也越来越被市场所认可，目前来看超声水表在一二线城市渗透率在逐步增加，例如现在广州市、沈阳市、长沙市、杭州市、济南市、南京市、大连市、深圳市、西安市、成都市、昆明市、太原市、哈尔滨市、福州市、石家庄市、合肥市、南昌市等都有应用。超声水表在一二线城市大规模推广还需要一个逐步的过程。

六、不用地区水质有差别，在水质不好的地区是不是影响超声水表的推广？

答：超声水表是直通管道，没有磨损，流量传感装置安装于管道外对水质要求相对更低、适应性更好。

七、据了解供水公司在招投标时对水表的运行时间要求5年以上和业绩数量有要求，会不会影响超声水表的推广进度？

答：公司是国内较早向市场推广使用户用智能超声水表的企业之一。由于较早进入智能超声水表市场，

	<p>公司积累了丰富的产品应用经验。在水表行业尤其是户用水表领域，在招投标时对产品质量、运行时间和销售业绩有一定的要求。公司在智能超声水表领域市进入时间较早，市场占有率较高，且具备稳定运行 5 年以上的应用案例，对公司来说是一个较大的优势。</p> <p>八、请问招股书中对于今年中期的业绩预测，管理层是怎么解读的，以及未来 3 年，对公司业绩的成长性有什么样的展望？</p> <p>答：短期内业绩还是会受到产能的影响，今年来看可能还会受制于芯片供应的影响。公司管理层对未来超声水表市场非常有信心，公司超声水表已经经过 5 年以上的应用案例，产品质量稳定，且客户对超声水表的认可度越来越高，超声水表推广效果达到预期，目前超声水表的市場渗透率较低，市场空间较大，超声水表未来将会步入快速发展的通道。</p> <p>九、请问未来的产品价格和毛利率怎么预判？</p> <p>答：公司根据不同产品采用不同的定价策略，随着超声水表不断推广及商业化逐步成熟，产品会更加成熟，公司不断研发成本更低、性能更好的新产品，预计未来产品会有一个降价的趋势，但是价格降低毛利率不一定会降低。</p>
附件清单（如有）	无
日期	2021 年 6 月 25 日