

合肥江航飞机装备股份有限公司
投资者关系活动记录表

编号：2022-002

投资者关系活动类别	<input 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 checked="" type="checkbox"/> 现场参观 <input checked="" type="checkbox"/> 其他（电话会议）
参与单位名称及人员姓名	安信证券：张宝涵、杨泊睿，华泰证券：李聪、刘星辰，创金合信基金：李晗，光大证券：冷昊，亿能投资：周文辉，华泰柏瑞基金：徐帅宇，华夏基金：胡斌，璟恒投资：施君，混沌投资：万大平，中航基金：陈周飞，中信证券：杨晓宇，天风军工：王泽宇，汉石资本：慕陶，儒锟投资：夏行健，景和资产：俞谷声，鹏元资产：郭可，格行资产：王爽，杉树资产：袁斌、黄事超，博时基金：包江麟、郭永升，易方达基金：张一哲，沅京资本：李正强，海螺创业投资：杨开发，毕盛(上海)投资：童若凡，东方创投：李贤，富安达基金：龙海敏，永明资产：沈繁呈，洪昌投资：林冬，谦信私募基金：唐哲，昊泽致远(北京)投资：于航，红土创新基金：陈若劲、杨一，华富基金：黄立冬，华润元大基金：哈含章，汇丰晋信基金：韦钰，南方天辰：李更，东恺投资：李威，健顺投资：常启辉，尚近投资：赵俊，潼骁投资：王喆，富达价值投资：陈宁晖，凯丰投资：崔华钦，天运资产：毛萌，永赢基金：张璐，财富保险：杨海达、王雪平，中海基金：邱红丽，中融基金：焦阳、王可汗，中信建投：王晨宇
时间	2022年4-6月
地点	安徽省合肥市包河区延安路35号江航701办公楼6004会议室
上市公司接待人员姓名	总经理：邓长权，董事会秘书：王永骞，总会计师：孙军 证券事务代表：袁乃国

<p>投资者关系活动主要内容介绍</p>	<p>一、基本情况介绍</p> <p>合肥江航飞机装备股份有限公司（以下简称“合肥江航”或“公司”）成立于 2007 年 12 月，隶属于中国航空工业集团公司，为航空工业机载板块的国有大型高新技术企业，注册资本 4.04 亿元，主营业务包括航空供氧分系统、燃油惰性化防护分系统，飞机副油箱，氧气系统测试设备、敏感元件，军用雷达、方舱、坦克、导弹、船舶系列军用空调等军品业务，以及民营特种制冷产业和制氧机、空气净化器、水净化器等医疗健康产业类的民品业务。近六十年的发展历程，公司已成为国内航空氧气系统及机载油箱惰性化防护系统专业化研发制造基地，国内最大的飞机副油箱及国内领先的军用特种制冷设备制造商。公司自 2016 年启动混合所有制改革试点，通过聚焦主业，退出非主业；引入外部投资者，实施核心员工持股计划；完善公司治理，强化激励，提高企业效益水平。2017 年实现净利润 5,911 万元，到 2020 年净利润达 1.94 亿元，2020 年 7 月 31 日，合肥江航在上海证券交易所成功登陆科创板。成为科创板“国家混改试点企业第一股”与“军工央企第一股”。</p> <p>2022 年一季度公司牢固贯彻“强军、立产、增效、共享”发展理念，聚焦航空主业和非航空防务业务，狠抓“降本、提质、增效”，坚持强化能力建设，提升核心竞争能力，坚持拓展市场，打造效益增长支点，坚持深化改革，释放价值创造活力，坚持创新赋能，提升运营管理水平，经营发展质量得到稳步提升，公司 2022 年一季度实现营业收入 2.69 亿元，同比增长 42.38%，实现归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润 4,741.04 万元，同比增长 21.86%。</p> <p>二、问答环节</p> <p>1、介绍一下公司目前的生产情况以及各业务市场拓展方向。</p> <p>目前公司生产经营情况正常，航空产业 2022 年大部分订单已完成签订，科研生产中相关问题通过视频会议或电话会议形式及时与客户沟通解决，公司航空产业影响较小；特种制冷产业供应商集中在上海及周边地区，供应商停产及物流受限短期内一定程度上影响生产交付进度。总体来说疫情对公司的生产经营情况影响不大。</p> <p>2022 年公司将强化市场拓展能力，挖掘企业发展的内生潜力：</p> <p>航空业务方面：持续跟进主机、部队等军品客户需求，紧盯型号任务，挖掘潜在市场。争取在 CR929 大飞机氧气系统和惰化系统、ARJ21-700 飞机空气分离装置和氧气瓶组件项目、AC311A 直升机乘载人员供氧装置等项目上竞标成功。</p> <p>制冷业务方面：以环控集成为着力点，加大技术协同和市场协同，努力实现从单一设备供应商向环控集成系统级供应商转变。充分发挥身处航空系统内部的优势，积极对接主机拓展业务量。</p> <p>维修及其他业务方面：持续开拓大修厂业务，增加维修备件和承修任务方面的收入。地面设备加大陆装制氧、轨道交通、模拟训练设备业务的推广力度，努力形成市场规模效应。积极对接军方客户，推动新一代智能型氧气一线检测设备市场应用和在役设备的更新换代。以公司核心技术为依托，加强外部合作，巩固扩大现有医疗飞机供氧系统的业务规模。继续做好发动机领域相关产品的业务</p>
----------------------	--

	<p>拓展，同时结合公司需求开展相关机电产品的研制生产工作，实现从元器件向产品的转型。</p> <p>2、分析一下公司 2021 年管理费用较上年同期增长较快的原因</p> <p>2021 年度，公司管理费用为 1.35 亿元，较上年同期增加 20.44%，主要原因是报告期内本期无社保减免，管理人员薪酬较上期有所增长，三类人员费用增加。</p> <p>3、简要介绍一下公司 2021 年度主营业务毛利情况。</p> <p>2021 年度，公司主营业务毛利约 60%来自航空产品，约 23%来自特种制冷设备，约 17%来自主营业务中的其他产品。</p> <p>2021 年度，公司航空产品毛利金额为 24,703 万元，同比增长 23%，本年度毛利率为 41.23%，较上年增加 1.52 个百分点，主要原因是交付产品的数量、结构、价格等综合因素变动所致；公司特种制冷设备毛利金额为 9,506 万元，毛利率为 41.04%，较上年增加 3.45 个百分点，主要原因是天鹅制冷积极争取新项目，市场得到进一步拓展，毛利较高的方舱空调业务与液冷设备业务增长较多。</p> <p>公司 2021 年主营业务其他实现毛利 6,764 万元，毛利率较上年增加 5.09 个百分点，主要原因是公司积极发展业务，本年毛利率较高的业务收入占比提高。</p> <p>4、分析一下 2021 年公司存货比较高的原因。</p> <p>2021 年公司存货 6.85 亿元，较上年同期增加 68.89%，主要原因有：一是公司为保障供应链的稳定，提前储备了一些原材料；二是受疫情影响，因主机系统产品装配节奏，部分商品未及时验收，收入没有得到确认；三是为满足主机均衡生产的要求，提前备货。</p> <p>5、介绍一下公司民机的进展情况。</p> <p>公司民机研发方向和产品着眼于市场趋势和需求，充分发挥核心技术优势，以“国内主机牵引”和“维修合作”为两条主线，跟随 C919 及支线、通飞、民用直升机三个平台需求，完成国产化替代，实现国内民机市场的装机目标。截至目前，已在现有 ARJ21、AG600、MA700、AC313 和 CR929 等机型配套及研制，同时与商飞开展氧气系统的联合研发，为 C919 研制做准备；针对国内民用航空公司机队开展惰惰性防护系统产品维修替代工作，空气分离装置已取得民航局颁发的 PMA 证书，该产品可应用于 B737NG 系列飞机，打破国外垄断。</p> <p>6、2021 年公司特种制冷业务发展情况。</p> <p>特种制冷业务通过全资子公司天鹅制冷开展，其“天鹅”品牌是国内最早的家窗式空调和军用空调品牌，在行业内享有较高的品牌知名度。军用特种制冷设备已实现空军、陆军、海军、火箭军等全军种覆盖，并通过军用技术成果转化发展民用特种制冷设备，重点开拓工业用特种耐高温空调、专用车空调等细分市场。拓展了空军、陆军、火箭军、海军和新医院船项目。2021 年，全年特种制冷业务实现收入 23,163.41 万元，占营业收入 24.30%，同比增长 11.37%。</p> <p>7、分析一下公司航空产业和特种制冷产业主要技术门槛。</p> <p>公司航空产品具有高性能、精密化和高稳定性，种类繁多，结</p>
--	---

	<p>构复杂，普适性较低，且呈现高度综合化与信息化的特点，其技术难度大、安全系数高、系统集成复杂、试验条件投入大和产品生产精度要求高。</p> <p>军用特种制冷设备依据特殊的舱内外环境特性、载体特性、被冷却负载特性、使用特性和交联特性等，开展完全不同的设计。军用特种制冷设备使用环境更为恶劣，对高温、低温、冲击、振动、湿热、盐雾和霉菌等的要求十分苛刻,军用空调的使用环境温度范围则在-45℃~60℃之间，具有宽温制冷制热特点，除了关注标况下的功率，更关注宽温下的综合性能，需满足 GJB150 的相关试验考核。</p> <p>8、2022 年公司将进行哪些创新举措，来提升企业发展活力。</p> <p>一是 2022 年上半年全面完成国企改革三年行动方案的任务，攻坚发力破解发展难题。二是持续深化薪酬体制改革，建立基于目标价值导向的业务 KPI 和个人绩效相结合的指标体系。三是推进职位职级体系建设，完成公司管理序列职级体系方案评审及首轮竞聘试点工作。四是继续推进 AOS 体系建设，优化业务流程，扎实推进管理水平提升。五是创新民机产品市场化营销方式，激发人员动力和活力。六是以市场化和项目培养相结合的方式，吸引和培育科研、技术、技能领域的关键人才和优秀人才，服务于企业的发展。七是积极履行社会责任，传播央企品牌价值，提升品牌形象。</p>
附件清单(如有)	无
日期	2022 年 7 月 8 日