

证券代码：002056

证券简称：横店东磁

## 横店集团东磁股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2023-003

<p>投资者关系活动类别</p>	<p><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 type="checkbox"/>现场参观 <input checked="" type="checkbox"/>其他（投资者线上交流会）</p>
<p>参与单位名称及人员情况</p>	<p>安信证券、宝盈基金、博时基金、财通证券、淳厚基金、德邦证券、东北证券、东方阿尔法、东方财富证券、东方证券、东吴基金、东吴证券、东兴证券、复星保德信、富国基金、歌斐资管、格林基金、工银瑞信、光大理财、恒昇基金、广发基金、国海证券、国金证券、国联安基、国融证券、国盛证券、海通国际证券、海通证券、恒越基金、弘毅远方、华宝基金、华创证券、华福证券、华富基金、华融基金、华泰证券资产、华西证券、华夏基金、华夏久盈资产、华鑫证券、华兴证券、汇丰晋信基金、汇华理财、汇添富基金、嘉实基金、交银康联资管、经济研究所、景顺长城、九泰基金、民生证券、南方基金、南京证券、幻方量化投资、平安基金、平安资产、富实资产、山西证券、海通证券资管、名禹资产、摩旗投资、平安基金、申银万国、同犇投资、上银基金、申万宏源、申万菱信基金、世纪证券、太平基金、太平洋证券、泰康资管、天风证券、五矿证券、西部利得基金、西部证券、西南证券、新华基金、信达澳亚基金、信达新兴财富、信泰人寿、兴业证券、兴证全球基金、易方达基金、盈峰资本、长安国际信托、长城财富保险、长城证券、长江养老、长江证券、长信基金、招商基金、招商证券、招银理财、浙江金属、浙商证券、云杉投资、国际金融、民生银行、平安人寿、人保资产、人寿养老、中银资管、中国银行、中航信托、中泰证券、中天证券、中信保诚、中信建投、中信证券、中银国际证券、中银基金、中银三星人寿、中邮创业基金、中邮证券、中原证券、中再资管、D1 Cap、Discovering Investment、Dymon、GSAM、HGNH International Asset Management (SG) PTE.LTD、MARCO POLO PURE ASSET MANAGEMENT LIMITED、TRIVEST ADVISORS LIMITED 等机构的 294 人</p>
<p>时间</p>	<p>2023 年 3 月 8 日晚—3 月 10 日</p>

地点	
上市公司接待 人员姓名	任海亮、何悦、吴雪萍、方建武
投资者关系活 动主要内容 介绍	<p><b>一、公司年度业绩情况</b></p> <p>2022年，公司实现营业收入194.51亿元，同比增长54.28%；归属于上市公司股东的净利润16.69亿元，同比增长48.98%。公司主要经营情况如下：</p> <p>（一）坚守主业，各业务板块协同发展</p> <p>磁材产业构建全系列材料+器件发展格局。2022年，磁材和器件合计实现收入49.2亿元，同比保持增长，磁材出货量达18.4万吨，其中，永磁逐步进入存量竞争，公司凭借领先优势，仍保持了部分产品的市占率提升，软磁在新能源汽车、光伏等领域出货量快速提升，使整个板块得以保持平稳的发展步伐。</p> <p>新能源板块高速发展。2022年，光伏产业全年出货超8GW，实现收入126亿元，同比接近翻番。期间，海外市场布局更加多元，大尺寸电池占比不断提升，PERC电池量产转换效率提升至24.1%，PIBC产品持续研发，TOPCon从中试走向了大规模生扩产，公司在中西部低成本区域推动了一期6GW TOPCon产能投资。锂电产业初具规模，实现收入15.6亿元，同比增长近80%，出货1.94亿支，公司的产品性能持续优化、品类不断丰富，成功开发了部分国内外一线的电动工具和智能家居类新客户。</p> <p>（二）科技创新，积蓄发展新动能</p> <p>2022年，公司研发投入9.4亿，占当期收入的4.83%，全年申请专利398项，获授权专利260项（发明专利111项），主导或参与制定标准17项；光伏领域1项发明专利获得第二十三届中国专利优秀奖。此外，公司以优秀的创新能力，再次位列浙江省企业创造力百强第15位，并蝉联金华市创造力50强第1名，居金华市新增发明授权20强第1名。</p> <p>（三）项目投资，稳中求进促发展</p> <p>2022年，公司进一步加大新项目、产能置换项目及技改提升项目的投资。2022年，全年做出投资决策32.51亿元，主要涉及已对外披露的五大项目和多个技改提升项目。截止2022年底，江苏泗洪二期已建成投产，本部的部分项目和梧州工厂已部分实现量产。这一系列</p>

重大项目与基地的建设投产，将进一步提升各产业先进产能，提高公司市场竞争力及盈利能力。

#### （四）调整结构，加大全球化布局

报告期，为适应“磁材”与“新能源”双主业加速发展及国际业务专业化拓展需求，调整了组织架构，扩充了不同专业背景的营销人才，为全球客户提供了更高品质的本地化市场营销、物流仓储和技术服务，现公司产品已销往全球 70 多个国家和地区。

#### （五）产业升级，启动全面数字化转型。

2022 年公司成立了数字化转型领导小组和工作推进小组，开始启动全面数字化转型，将信息技术与企业经营深度融合，推进各产业数字化工厂的建设。

#### （六）2023 年经营计划

2023 年公司将围绕磁材稳中有进，新能源加速发展的目标，计划实现营业收入同比增长 30%以上。磁材板块在巩固头部地位的基础上，持续延伸发展器件，适当增加产能规模；光伏板块聚焦差异化产品和市场的竞争优势，加快新技术、新产能的投资，进一步提升市占率，到年底将达到 14GW 电池和 12GW 组件的产能规模；锂电产业聚焦小动力，力拓细分市场，争取在部分细分市场做到数一数二，到年底将达到 7GWh 产能规模。

## 二、问答环节

### 1、6GW TOPCon 项目的产能进展及展望？

答：一期计划 5-6 月设备进场，争取 Q3 末产出，二期随一期调试开始进入建设，明年 Q2 量产。目前是 6GW+6GW 两期规划，一期以 LP+SE 技术路线为主。

### 2、2030 年欧洲本土制造比例要达 40%，对此看法？

答：（1）欧洲在能源问题没有得到充分缓解的情况下，想大规模投资光伏制造企业，总体经济性不会太理想。在距离 2030 年的 6-7 年准备时间内，其可能会加快引入光伏新能源类项目，这对我们中国企业是个机会。例如各国新建建筑可能会强制要求安装光伏，这对我们公司来说有优势渠道。

（2）我们认为 2030 年 40%本土化是较为合理的，仍留有大量机会给其他国家。60%我们肯定会参与竞争，40%本土化方面我们也会充分参与，公司早先就有在欧洲布局合作方，电池出货给当地组件制造商（以后可能会成为欧洲本土制造骨干），后续会考虑更多层面的

合作可能。

(3) 从公司和国内企业来说，会持续加快产品力的提升，如转换效率和生产成本，以抬高后进的欧洲本土制造者的门槛。

### **3、欧洲当前光伏需求情况？**

答：公司在欧洲市场的 Q1 出货预期同比 40% 的增长，环比会更好点。从我们实际跟客户沟通交流情况来看，需求仍旧旺盛。

### **4、光伏后续在海外市场布局的战略？**

答：(1) 以欧洲为代表，持续做深做透，去年海外主要销售的国家不多，但在销售的国家份额较高，今年及未来两三年以此为基础全面铺开，整个北欧，德语区，南欧地区都会做市场推广。关于欧洲制造本土化方面，公司将积极开拓欧洲当地的合作伙伴，进行产业链的配合，条件允许也会深度参与当地产业链中去。

(2) 亚洲方面，公司在日本有较好的市场基础，22 年销量有较大增长，期望到 25 年有较好的增长。

(3) 不完全聚焦分布式的市场，集中式市场销售也会增加，如拉美、中东、巴西、印度等，前期投放了一定市场开拓资源。

(4) 国内也争取有较好增长。

整体策略是以点带面，让海外市场更完整。除了美国市场存在不确定性，目前还没销量，尚未决定以什么方式和什么时间节点进入。其他市场布局都在有序展开。

### **5、是否有感受到海外市场的竞争在加剧？公司在分销市场的竞争策略优势在哪？**

答：竞争一直激烈，但公司渠道布局、产品特色、本地化服务构建起来的优势对公司出货有一定的保护。主要体现在以下几点：

(1) 公司对于产业链中远期供需变化的信息敏感度高，会及时分享给客户进行相应的调整，与客户形成了良好的互信。

(2) 坚持做差异化产品，产品品质得到客户认可。

(3) 本地化服务会比一般体量的公司做得更好些。

### **6、公司 BC 类电池布局进展？如何看待行业龙头在高端分布式市场的布局？公司的对策？**

答：我们有比较早参与研发 P-IBC 产品，该产品跟我们的市场定位很契合，但以目前良率还无法量产，后续要看良率能否有突破，如果良率无法突破，我们会适度放缓。目前看，贸然上 GW 级规模的产能风险较大。因为不论产品外观有多美观，最终还是要回归到产品

良率和成本属性上。且中国的产品想在欧洲卖出零点几美元/W 以上的溢价很难，这样的市场容量也会很小。

公司差异化产品会尽可能通过标准化制造来实现较好的成本竞争力，在性能或外观上会更好，而溢价也合理。

#### **7、公司布局较多技术路线，对新技术的定位和技术储备？**

答：（1）TOPCon 接近量产角度进行中试规模投资，占据主要的设备投入。（2）IBC 依靠现有的设备，适当增加一些激光等设备投入，做技术储备研发。（3）HJT 更多在组件验证、可靠性测试方面进行投入，电池技术方面保持跟踪，设备投资少。

#### **8、集中式市场跟分布式市场的开拓有较大区别，公司打算进入集中式市场的具体开拓方案？**

答：公司今年开始强化集中式市场进入，主要是考虑到产品价格可能会是持续下降的趋势，这时候考验更多的是公司整体的经营能力。在下降通道里，一方面我们要对远期价格走势判断更准确些，这样相对来说就不会出现毁约或亏损交付风险；另一方面是公司自身的成本竞争力要提升，因为集中式市场的价格权重较大，所以我们新的项目产能投放到了西部地区，有利于改善成本。

#### **9、锂电及储能业务的进展及展望？**

答：（1）公司锂电以三元圆柱为主，23 年产能预计 7GWh，聚焦在电动二轮、便携式储能、电动工具等。

（2）家储业务是个长周期的产品计划，上半年将在欧洲做产品展示，下半年会考虑产品的推广及合作，具体情况 Q2 后会更清晰些。

（3）从渠道情况看，分布式光伏和家储有较大重合度，但公司家储产品在欧洲推出的时间会慢一些，我们希望在影响小一些的市场做长时间测试验证后，再逐步推向欧洲市场。

#### **10、如何看待无稀土电机？对铁氧体的影响？**

答：近期有新能源汽车生产企业，提出下一代将使用无稀土电机，主要原因是近两年稀土价格较高，对下游产生较大成本压力，且无稀土电机技术上认证方案可行。这对铁氧体产业有利有弊，要看未来稀土价格走势。如果稀土价格降的很低，不排除会应用到家用电器领域，但我们认为稀土价格不太会大幅下降，对铁氧体应用的影响不大，因为稀土在其他的各个领域还是有广泛的应用场景。总体上来看，我们认为电动车领域稀土用量可能会下降，风电领域用量可能会恢复，其他领域应用可能会回升。

	<p><b>11、用铁氧体的电机是否能替代稀土电机？</b></p> <p>答：我们认为传统铁氧体电机是不足以替代稀土电机的，但新型的磁阻电机，如硅钢叠加铁氧体产品可以，商用车里已有所应用和放量，乘用车方面我们暂还无法做出精准判断。</p> <p><b>12、2023 年营收目标增长 30%，分业务业绩展望？</b></p> <p>答：（1）磁性材料大致保持稳定或有一定小幅增长。</p> <p>（2）锂电业务中的家储业务不是强推业务，会根据客户和市场具体需求做灵活适度推进。22 年锂电收入规模在 15-16 亿，23 年随着产能扩张，预计还会有较大增速，但对总收入增速贡献来说不是最主力的。同时，由于终端价格压力和原材料价格降幅较终端慢，锂电将以巩固客户、开拓新市场为主要目标，而相对淡化对利润率的追求。</p> <p>（3）23 年主要收入增长的主力军还是在光伏板块，公司计划组件出货倍增，市场端仍以国外为主，国内也会有较明显的增长。</p> <p><b>13、公司在手资金能否支持扩产？</b></p> <p>答：公司目前自有资金可以满足投资，主要是因为（1）公司近两年项目投资较多，扩大了金融机构的融资规模；（2）公司经营较好，积累了一定资金；（3）设备付款节奏没有那么快。后续根据业务需要会考虑扩大融资来源。</p> <p><b>14、减值情况？</b></p> <p>答：2022 年，公司进行了固定资产处置和资产减值计提近 3 亿元，主要是对光伏产业的小尺寸等老旧产能做了较充分的处置和计提减值准备。</p> <p><b>15、公司财务费用的主要构成情况？</b></p> <p>答：在保障日常经营需求的情况下，公司为了进一步提高自有闲置资金的使用效率，公司会适当做一些三年期定存或结构性存款，2022 年全年利息收入约 1.4 亿，另外，汇兑收益的金额可以覆盖利息支出及手续费等。</p>
附件清单 (如有)	无
日期	2023 年 3 月 10 日