

# 长虹华意压缩机股份有限公司

## 投资者关系活动记录表

编号：2023-03

投资者关系 活动类别	<input checked="" type="checkbox"/> 特定对象调研 <input checked="" 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（请文字说明其他活动内容）
活动参与人员	本次会议采用现场结合腾讯视频会议形式，具体参会人员详见附件
时 间	2023年4月25日（星期二） 9:30-11:30
地 点	浙江省嘉兴市南湖区亚中路588号加西贝拉压缩机有限公司会议室
形 式	<input checked="" type="checkbox"/> 现场 <input checked="" type="checkbox"/> 网上 <input type="checkbox"/> 电话会议
上市公司接待 人员	总经理 张勤建 董事会秘书 史 强 总会计师 余万春

**交流内容及具体问答记录**

**1、问：一季度冰箱行业下滑，但公司实现增长的原因？以及公司这两年整体的盈利能力改善非常大，想了解一下盈利改善的一个核心的驱动力？**

答：1、一季度的增长主要来源于新能源汽车空调压缩机业务、智能扫地机家庭服务机器人业务以及原材料及配件业务；2、公司盈利能力改善主要源于一方面注重技术研发，研发能力处于全球行业领先水平；另一方面公司抓住了行业的机遇，化危为机，在政府部门大力支持下，公司统筹安排疫情防控的同时科学组织生产，基本未发生停工停产，优先抢夺市场资源；同时公司一直致力于调整优化产品结构和客户结构

**2、展望商用压缩机和变频压缩机的未来的增速？**

答：1、目前商用制冷设备的渗透率还有较大空间，未来成长可期，但体量上没有家用大。据我们了解，全球家用压缩机需求量大概2.5亿台左右，商用压缩机需求量大概2500-3000万台。但商用压缩机相对家用来说价值更高，毛利更优。公司在商用市场的战略规划走在行业前列，2012年收购西班牙子公司以及2019年设立商用研发中心不断拓展商用市场布局。2、随着国家“双碳”战略发展，变频产品未来还将保持持续增长。

**3、公司销售变频商用各自的份额占比大概多少？毛利率差异大概多少？**

答：1、从应用场景分类，公司冰压产品分类为家用和商用，变频是压缩机的一种驱动方式，家用和商用压缩机均有变频产品。2022年度商用压缩机销量占总销量11%，变频压缩机销量占总销量24%。2、变频、商用压缩机产品的毛利率较家用产品稍高，毛利率水平大致在10%-20%之间。定频的家用比较低，有的甚至不赚钱。

**4、据了解，长虹集团自2019年开始进行了业务梳理，发生了优化改革，请问公司在供应链以及生产上面是否和长虹集团有一些新的协同？**

答：长虹集团销售平台等方面的业务梳理不涉及公司业务。公司的业务是独立的，严格按照上市公司的“三独立五分开”原则运行。公司在信息化建设、数字化转型等方面得到了长虹集团较大支持。

**5、有了解到，海尔在国内市场份额高，但海尔自配比例同样非常高，海尔作为公司主要客户，请介绍下公司占海尔份额大概多少？**

答：海尔公司是公司长期稳定合作的战略伙伴，是深度合作关系，公司是其制冷压缩机第一大供应商，占其份额30%-50%。

**6、请介绍下公司商用压缩机竞争对手？**

答：主要为在海外市场上的竞争对手恩布拉科、思科普等。

#### 7、公司销售收现率较低的原因？

答：主要系公司提高资金使用效率，部分应收票据背书转让及前一年度开展应收账款保理等所致。

#### 8、2022年，新能源汽车空调压缩机单台原材料成本下降幅度较大的原因？

答：主要得益于威乐公司在技术能力上的提升，通过产品设计优化、工艺设备优化，带来制造效率提升。同时，威乐公司从上海搬迁嘉兴，一方面更高效发挥冰压主业在电机方面对其技术协同作用，大幅提升生产效率；另一方面增加关键零部件的自制率，也降低了成本、提升了质量。

#### 9、2022年，新能源汽车空调压缩机毛利增长很大，请介绍下净利率情况？

答：电动压缩机产品净利率目前还不高。正因和行业领先者还有一定差距，所以近几年威乐公司主要还是练内功，加大投入，在基础管理提升、强化能力建设上功夫。公司对新能源汽车空调压缩机有着长远的发展战略，未来几年威乐公司将大力在产品研发和场市开拓方面进行投入，短期内并没有对威乐的盈利要求。

#### 10、公司冰箱压缩机和新能源汽车空调压缩机发展增速展望？

答：1、冰箱压缩机，在量上，目前全球冰箱压缩机市场情况没有权威机构统计数据，根据公司自身掌握的情况，公司在冰压全球市场的份额大约25%左右，我们的希望还可以目标继续往上再提升；更重要的是，要继续拓展高端客户，持续开发有竞争力产品，向着“全球第一强”目标迈进。2、电动压缩机方面，大力支持威乐公司发展，要超过新能源汽车行业平均增长速度、向高端转型，争取早日进入行业的第一集团。这些工作都要长时间持续努力才能见到成效。

#### 11、公司是否有规划拓展家用空调、中央空调压缩机领域？

答：公司冰箱压缩机结构为活塞式压缩机，空调压缩机为转子式压缩机，两者在应用范围、结构形式、技术特点等方面均有很大的差异性。公司从事冰箱压缩机领域二十余年，深知压缩机制造是个依靠长期积累才能见效成长的领域，即便进入转子式压缩机领域，也不会考虑从头起步，而更多会考虑通过并购方式进入。

#### 12、随着公司市场份额的提升，公司的议价能力是否提高？

答：冰箱压缩机作为冰箱零部件产品，是个充分竞争的传统行业，

产能过剩加剧，整体议价能力较弱。公司通过与客户深度合作开发多项高端技术产品，为客户带来更多价值。

**13、有了解到2023年大宗材料成本、海运费都在下降，带来有利条件，公司的盈利能否再创新高呢？**

答：由于我们所处的行业是充分竞争行业，上游原材料价格是变化的，下游在客户端也面临着激烈竞争，所以公司的策略是以我为主，认真做好我们自己的工作，开发出性能优良、行业领先的产品；强化基础管理，不断地提升制造效率和产品质量；开展全员增收降本工作，降低成本费用；积极主动与客户沟通，快速响应客户需求等等，最终的利润由市场决定。但是只要相关工作做到位了，市场也会给我们回报。毛利率、净利率只是一个结果，一年下来如果提升了，表明我们工作取得了一定成效；如果没有提升甚至下降了，表明相对同行来讲我们努力程度不够。总之是综合市场竞争的结果，单一因素的具体影响很难量化。

**14、请介绍下2023年公司海外订单的情况？**

答：2023年俄乌冲突、通胀等问题依旧影响深远，据预测，冰压行业出口需求会继续下滑。根据公司目前掌握市场信息，公司海外销售量将持平或下降，但随着产品结构的优化，高附加值产品提升，海外收入将有可能持平。

**15、2022年度公司计提了很大减值，今年是否会改善？**

答：公司遵照《企业会计准则》和公司有关会计政策的规定，清查可能发生减值迹象的资产（包括应收款项、合同资产、存货及固定资产等长期资产），计提相应的信用及资产减值损失，同时也会根据坏账的实际发生或减值影响因素消除等变化，转销或转回相应的信用及资产减值损失，以真实、准确地反映公司财务状况及资产价值，因此计提相应减值，并不能代表实际的损失。

**16、了解到公司18年做了一些相应的并购，使业务进行多元化，请谈下从现在的时点回顾这两个并购发展情况，以及未来拓展多元化业务的方向？**

答：公司的主业冰箱压缩机业务，自2013年起公司产销规模上已达到全球冰压行业第一，公司即开始寻求新的业务增长。经过调研，以及所出现的并购机会公司收购了威乐公司和格兰博公司，进入了新能源汽车配件、家庭服务机器人行业领域，在收购时点判断对行业发展前景均较好。威乐公司的发展中间虽然曲折，但抓住行业发展机遇，近年增长较快。格兰博公司发展比预期有比较大的差异。现在回头反思分析认为，

公司相比TOC业务更擅长经营TOB业务，公司相对缺乏经营TOC端业务的能力积累，对格兰博的帮助有限。

**17、公司对费用率管控有什么措施？**

答：1、协同平台升级，提升管理效率：公司不断加大各生产基地、各产品线间的协同发展，协同涵盖了工艺、质量、营销、采购、制造等各方面，包括标准统一制定、规范制度统一发布、工作统一安排和督促检查、从对标提升到主动牵引提升，公司核心竞争力得到充分复制利用。2、加快数字化建设，推动经营效能增强：建设一体化数字化工厂模式，实现销、产、供、仓储、品控、设备、能源衔接流程化、标准化、数据化，以及生产过程数据的实时自动采集，和订单、产品、成本、生产相关数据的全面互联互通，形成了具有压缩机制造行业特色的高效管理模式。

**18、公司现金充足，未来是否考虑有提升分红，或者拓展新投资？**

答：1、公司注重股东回报，近年来持续加大了现金分红力度，近两年现金分红金额占合并报表当年实现归属于母公司股东净利润比例超过50%以上。2、威乐公司尚在培育阶段，作为公司大力发展的新产业，公司将根据其发展情况进行大力投入，同时在新能源汽车其他配套、高端制造方面公司也在积极寻求合适的并购机会。

**19、请介绍下公司从已有优势冰箱压缩机拓展到车用压缩机的情况？**

答：车用压缩机覆盖范围更广，我们可以理解称为户外生活移动电器，除了车用，还有用于舰船，同时随着新能源汽车的发展，带有车载冷藏箱有可能会成为标配，因此市场需求前景巨大，公司已对该类产品早有关注且提前布局。

**20、公司目前合作的新能源车的客户包括哪些？未来战略是怎么样？**

答：1、威乐公司合作客户包括上汽通用五菱，易捷特，东风柳汽等。2、威乐公司目前市场占有率还很低，威乐公司将继续围绕增强技术能力、拓展高端市场展开工作，持续练内功、提能力，抓住新能源汽车的发展机遇，努力实现超行业平均增长速度，加快向高端转型，及早进入行业第一集团。

**21、请介绍下公司一体化压铸业务？目前情况和未来展望？**

答：公司不涉及一体化压铸业务。公司于2021年5月设立全资子公司景德镇华铸机械有限公司，主要经营生产压缩机铸件，项目已于2022年3月建成投产，主要为内配以保障公司压缩机基础部件供应。

**22、请介绍下公司各个产品目前的盈利能力？**

答：2022年度，在冰压主业上，继续领先行业，连续10年保持行业产销量第一，公司充分发挥产品技术优势，不断优化产品结构，2022年度实现毛利率12%，同比增长2%；在新能源电动压缩机上，紧抓行业发展机遇，实现快速增长，当年实现毛利率17%，同比增长23%；在扫地机器人上，由于市场、客户结构以及自身能力等原因，毛利只有个位数，相对比较困难。

**23、公司利润增幅显著，原材料成本、海运、价格的贡献比重分别是多少？**

答：公司利润同比增长主要因，一是公司优化产品结构，压缩负毛利产品占比；二是深化增收降本、提升制造效能成果体现，三是大宗材料价格同比下降；四是人民币对美元同比贬值等。但冰压行业是充分竞争行业，在客户端的售价会因行业竞争而变化，因此精确确定单一因素对利润的影响有较大难度。公司目前出口以FOB形式为主，海运价格波动对公司利润影响不大。

**24、跟客户签订订单的时候 是稳定毛利率还是商定价格？**

答：公司销售产品定价时主要考虑因素包括：产品成本、市场需求、客户综合实力、签订订单数量以及合作时长等，遵循市场定价原则。

**25、客户签订订单的周期是多久？**

答：1、国外市场，通常情况签订3-5年战略协议，对每年销售总量波动不会大，每3个月进行滚动订单调整；2、国内市场，通常提前一个月确定下月订单。

**26、请介绍一下公司数字化转型目前进展情况？**

答：公司近几年积极推进数字化建设，前期公司重点在软硬件上投入，如ERP系统、MS系统、工艺设计系统等，使业务管理流程信息化、可视化。近年公司着力建设数字化工厂，目前嘉兴生产基地的第三工厂已顺利建设，从源头采购端到成品发货端全流程数据信息全面互联互通，后将逐步推广到嘉兴其他工厂、景德镇生产基地、荆州生产基地，实现全部覆盖。之前传统生产模式是采购订单下单，到货后仓库检验，检验完成后开始生产，随着公司数字化推进，已经做到了70%的零部件，从供应商直接到生产端点对点，实现每天分批定点定时送达，减少了大量仓储运输工作及存货积压成本。

**27、公司的全年营收目标为136-142亿，一季度就实现收入增长双位数，这个目标是不是偏向保守？**

答：一季度收入增长主要来源于新能源汽车空调压缩机业务、智能扫地机家庭服务机器人业务以及原材料及配件业务增长。2023年，冰压行业面临较多不利因素，全球通胀高企、俄乌冲突等影响巨大，并且

市场需求经历前几年严重透支，根据产业在线预测，2023年冰箱压缩机销量将下降1.9%，我们判断也差不多。从行业竞争来看，这个目标还是较高的。由于包括宏观形势等方面的各种不确定性，不能简单用一季度的数据推断全年。拿去年来讲，4月份就有一个断崖式下降。

**28、扫地机器人产品2022年销量大幅下降，2023年是否有所恢复？**

答：随着越南格兰博海外基地建设完成，有助于海外市场拓展，我们争取收入可以恢复增长，但因格兰博还处于比较弱小情况，尚需持续练内功，提升基础管理能力，盈利方面恢复还需有个过程。

**29、根据公司制定的收入增长目标，预测6-12亿元的增量，这个增量目标分解到各产品的情况？**

答：在冰压主业上，作为一个传统行业，未来几年，公司在总的产销量上预计增长有限，更多努力的方向是优化产品和客户结构，增强产品盈利能力；在新业务上，随着新能源汽车行业迅速发展的机遇和公司的大力支持，威乐公司将快速成长，以及格兰博公司海外基地拓展，收入规模的增长主要还是依靠新业的发展。

**30、公司对商用压缩机和变频压缩机的市场份额占比的规划？**

答：1、商用制冷设备的渗透力有较大空间，以及随着疫情放开，国内外大型赛事也能产生积极推动，公司商用压缩机市场占比提升还有空间。2、随着中国“双碳”战略发展以及欧洲新能标升级，变频产品市场需求未来还将保持持续增速，公司认为变频产品海外市场份额占比增长将超过国内。3、公司经过多年发展，研发能力处于全球行业领先水平，不管是在家用还是在商用领域都形成了多工质、规格齐全的产品系列，可满足客户不同需求，公司商用、变频产品未来目标就是全球第一强，占据行业的高端。

**31、公司压缩机产品家用、商用的占比、各自市占率？**

答：产业在线数据，1-2月，公司在国内行业商用销量占有率31%，家用销量占有率28.5%。

**32、公司属于国有企业，公司在资金使用权限是否有范围？是否需要经过国资委审批？**

答：公司具有独立完整的业务及自主经营能力，公司投资事项严格按照公司章程及证券监管要求履行上市公司审议程序，控股股东通过股东大会行使其股东权利，是否履行国资委审批程序由控股股东根据国资监管要求上报。

**33、请介绍下近期公司对净利率提升的规划？**

答：公司专注冰箱压缩机行业30多年，作为传统制造业企业，提升利润的路径就是把产品做精做优，没有投机取巧的路。所以未来在冰箱压缩机业务方面，还是继续加强技术研发，坚持致力于优化产品结构，

	<p>继续加强技术研发，持续开展前瞻性产品研究，商用产品发力高端，变频产品推动普及，向着“全球第一强”目标迈进；在新业务方面，大力支持威乐公司发展，努力实现超过新能源汽车行业平均增长速度、向高端转型，争取早日进入行业的第一集团。这些工作都要长时间持续努力才能见到成效。从盈利方面，冰压行业是传统制造业，而且充分竞争，通过公司努力希望能够在盈利能力方面有所提升，但利润率不会有颠覆的变化；相对来讲，新能源汽车空调未来增长空间较大，但目前我们的规模上、能力上和行业领先者有一定差距，需要大力投入。</p>
<p>关于本次活动是否涉及应披露重大信息的说明</p>	<p>接待过程中，公司接待人员与投资者进行了充分的交流与沟通，严格按照有关制度规定，没有出现未公开重大信息泄露等情况</p>
<p>活动过程中所使用的演示文稿、提供的文档等附件（如有）</p>	<p>无</p>



附表：参会人员名单（排名不分先后）：

序号	公司	姓名	序号	公司	姓名
1	国盛证券有限责任公司	徐盛颖	26	汇华理财有限公司	游彤煦
2	华西证券股份有限公司	陈玉卢	27	中庸资本有限公司	王一诺
3	嘉实基金管理有限公司	王力	28	上海彤源投资发展有限公司	左爱眉
4	万家基金管理有限公司	李黎亚	29	招商证券股份有限公司	闫哲坤
5		况晓	30	开源证券股份有限公司	陆帅坤
6	敦和资产管理有限公司	韩立强	31	东北证券股份有限公司	刘家微
7	中金国际金融股份有限公司	王凯	32	长江证券股份有限公司	管泉森
8	申万宏源集团股份有限公司	刘正	33	国泰基金管理有限公司	戴计辉
9	南方基金管理股份有限公司	车育文	34		吴金涛
10	路博迈基金管理有限公司	吴瑾	35	中泰证券(上海)资产管理有限公司	张梦甜
11	平安资产管理有限责任公司	李牧璇	36	西南证券股份有限公司	龚梦泓
12	永赢基金管理有限公司	王昕妍	37	金鹰基金管理有限公司	李敏晗
13		蒋卫华	38	中银基金管理有限公司	杨庆运
14	中信建投证券股份有限公司	马王杰	39	浦银安盛基金管理有限公司	李俐璇
15	景顺长城基金管理有限公司	王永彬	40	宝盈基金管理有限公司	吕功绩
16	广发基金管理有限公司	张溢	41	银河基金管理有限公司	施文琪
17		段涛	42	泰信基金管理有限公司	梁剑
18	信达澳亚基金管理有限公司	张恒海	43	民生加银资产管理有限公司	尹涛
19	中泰证券股份有限公司	扈睿涵	44	中融基金管理有限公司	范鹏程
20	正心谷资本基金公司	蔡京容	45	光大保德信基金管理有限公司	谢东
21	广发证券股份有限公司	曾婵	46	德邦基金管理有限公司	刘敏
22		陈尧	47	信达证券股份有限公司	尹圣迪
23	国金证券股份有限公司	张敏敏	48	观富（北京）资产管理有限公司	尹佳瑜
24	民生证券股份有限公司	蔡润泽	49	长江养老保险股份有限公司	邹成
25		王刚			