

股票代码：002270

股票简称：华明装备

华明电力装备股份有限公司

投资者关系活动记录表

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 checked="" type="checkbox"/> 其他 电话会议
参与单位名称及人员姓名	Allianz Global Investors: Zhang Yu、Catherine Chan、Thomas Zhu、Wang Shibo; Credit Suisse Asset Mgmt.: Ye Rong; East Capital: Zhang Hao; Goldman Sachs Asset Mgmt.: Sabrina Shao; Polymer: Chang cheng; UBS: Tom Li、Julie Zhu、Du Jiayi、Audrey Zhao、Gus Huang; WT Capital: Brian Tang; 从容投资: Ethan Zhang
时间	2024年2月5日 16:00-17:00
地点	公司
上市公司接待人员姓名	董事会秘书: 夏海晶
投资者关系活动主要内容介绍	<p>1、海外下游的分类?</p> <p>主要还是电力公司用户以及工业企业用户两类,但是电力公司用户有时会包含一些发电业务,这个可能跟国内的电网公司会有所不同。</p> <p>2、公司直接出口的方式?</p> <p>主要还是直接卖到海外的变压器厂和最终用户。</p>

3、公司在海外的主要发展区域有哪些？

目前俄罗斯、欧洲、东南亚、中亚等地都是公司海外主要发展区域，去年也有一些市场实现了从 0 到 1 的突破，此外就是积极寻找美国市场切入的契机。

4、海外工厂的定位？

海外工厂主要以装配为主，供应链相对比较复杂没办法短期做好匹配。

5、海外对公司产品的认可度？

目前公司产品已经覆盖了全球上百个国家和主要地区的电力用户，但因为分接开关在变压器中成本占比较低，又是变压器中的核心组件，因此用户对于价格较不敏感，选择较为谨慎。对于公司来讲，虽然可能已经进入某个国家或某个市场，但是份额仍然较低。竞争对手有一百五十年以上的历史，在行业走的更早，品牌和知名度方面有明显优势。

6、公司在海外的布局？

海外在土耳其有装配工厂，未来会进一步扩产辐射欧洲市场，俄罗斯的工厂已经开建，今年会在东南亚考察产能的布局，如果美国市场能够放开，也会考虑在美国布局。在巴西和美国市场现在也有销售和服务的团队，基本上覆盖到了目前主要的区域。

7、公司及竞争对手产能情况？

竞争对手在海外发展时间较长，市场份额较为稳定，市场地位和产能布局相对成熟。公司在国内的产能还有弹性，并且我们在海外进行本地化布局也是产能的提升。

8、公司是否会跟随下游客户扩产？

公司国内订单交付周期在 1 个月左右，海外订单交付周期快的也在 2-3 个月，即使交付时间再略有延长也在一个合理的交付时间内，加上目前的产能仍有足够弹性，公司不会急于考虑扩产，而是如何进一步提升产能的效率。

9、如何看公司未来的增长驱动？

公司所处行业长期看需求是持续增长的，但每年增速可能不会特别快。短期来看，主要以需求驱动为核心，目前国内外都处在行业景气度比较高的状态；中期主要是看公司产品结构的调整及变化，提高高附加值产品的比例，并逐步实现国产替代；长期主要看海外市场份额的提升及检修服务。

10、公司利润增速快于收入增速的原因？

首先由于产品销售结构的优化，公司毛利率提升；其次公司财务费用不断下降，有息负债减少，近两年还有一些汇兑和利息收入的影响；再次，由于收入增长带来的规模效应；最后从产能上来看，目前公司供应链装配环节利用率低于厂房设备利用率，随着销售规模增加，利用率和效率都会提升，摊销效应更明显，这些环节都会对利润增速有更大的影响。

11、公司间接出口情况？

2020 年以来间接出口持续保持了很快的增速，许多中国企业也在积极布局海外市场，将出海作为关键的发展战略，未来国产变压器的占比有机会持续提高。从中国制造的角度来看，变压器制造能力和技术已经达到了国际先进水平，希望中国的变压器能够在全球达到更重要的比例，为中国企业带来更多的出海机会。当中国企业在海外市场的整体份额提升，有机

会真正迎来海外竞争格局的变化，从而拉动海外销售规模的提升。

12、公司同竞争对手及国内跟海外的价格差异？

不同市场定价不同，在客户愿意接受公司产品的市场，公司同竞争对手价格差别不大，在竞争对手相对垄断的区域，竞争对手的报价是我们的 4-5 倍。公司海外产品价格通常要高于国内，但也有一些地区价格没明显差异。

13、国内主网招标变压器增速较快，为什么分接开关会低一些？

变压器招标包含不同等级的变压器，高电压等级的变压器数量相对较少，相对弹性较小。通常分接开关背后对应电网工程或变电站等，建设需要时间，变压器也有排产周期的问题，因此从招标到订单存在明显的滞后性，而电网本身招标还会分批，在下半年和年底进行的招标更不可能在当年全部转化。所以某一年的招标增速再快，在一个阶段也就是持续贡献稳定的增速。

14、是否有新的厂家进入这个行业？

从历史角度看，公司及竞争对手都在这个行业有着漫长的发展历史，竞争对手在这个行业发展七八十年，公司发展三十多年，收购的长征电气也是有着悠久的历史，因此在这个行业的格局是基于长时间积累和沉淀形成的，已经是竞争后形成的状态。国内外都是这样的情况，这也符合行业客观发展规律。并且，相对来讲分接开关属于细分行业，市场空间有限，对于新进入者来讲，没有积累又难有规模效应，收益有限。

从技术角度来看，产品可靠性要求极为重要且制作工艺复杂，公司奉贤工厂拥有近万种零件配套，假设一年出货上万台

要涉及上千种产品规格及种类，几乎没有一样的两台产品，需要保证每个零部件及装配都达到很高的标准和水平相对来说难度较高，对生产管理、技术把控、工装模具等都提出了较高的要求，这一点点积累起来的壁垒及差距，新进入者很难短时间去弥补。产品重要性又很高，就像大家如果去装电脑，cpu你只会考虑 intel 或者 amd，一个第一年做 cpu 能卖出产品的到现在也只有苹果。

15、如何看待真空开关未来的发展？

竞争对手目前只销售真空开关产品，公司希望逐渐提升真空产品的占比，相信未来这是一种趋势。

16、不同市场的客户使用的开关类型？

国内的电网真空开关占比已经比较高了，网外的油浸式开关的占比更高一些，公司近两年也推出了针对特种变的真空开关，但目前处于刚投放市场的阶段，占比提升还需要时间。国外目前基本上以真空开关为主。

17、用户倾向于使用油浸式开关的原因？

一个是习惯性，长期以来一直比较稳定不出错，另一个采购成本的角度来说仍然比较低。

18、油浸式开关与真空开关的使用寿命？

寿命其实差不多，但实际应用中油浸式产品的机械结构或金属零部件在切换过程中会产生更多的磨损或变化，因此需要定时进行检修，检修成本较高。相较之下，真空开关尽管第一次投入较高，但长周期内便于维护并且维护成本低。此外海外由于人工成本较高以及更频繁的维护周期，从长期看，真空开关的成本效益更为突出。

	<p>19、用户从使用油浸开关到真空开关后，是否会切回去？</p> <p>社会在发展，时代在进步。</p>
附件清单	无