

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	美银证券：刘奕恺、Fiona Liang
时间	2024年2月6日 14:00-15:00
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、公司在国内的市占率及海外的市场地位？</p> <p>从销售量的角度看，公司分接开关在国内的市占率较高。从销售额的角度看，目前公司在更高附加值市场领域的占比还很低，很多相关领域还是以进口产品为主，因此占比会低于销售量的水平。目前行业格局是历经三十多年缓慢发展才形成的，主要是公司及海外竞争对手，公司目前在海外市场的市占率还很低。</p> <p>2、公司主要的技术壁垒有哪些？</p> <p>目前分接开关的行业格局从国外和国内看都是差不多的</p>

趋势，这比较符合行业发展规律。分接开关产品属于细分领域，类似于电脑或者手机中的芯片，是变压器中极为核心也是唯一带电动作的组件，通过分接开关对变压器进行电压等级的调整，因此本身是变压器供应链环节中相对壁垒较高、难度最大也是容错率最低的产品。尽管可能觉得产品只是简单的机械产品，实际上生产一个产品需要近万种不同的零部件，假设一万台产品的出货量涉及到的规格及种类可以达上千种，几乎没有完全一样的产品。我们需要保证零部件质量、产品结构设计及复杂的装配精度能保持很高的标准，因此从零部件生产到装配的每一个环节都有严格的要求，特别是在装配过程需要依赖人工，没有机械装配，这意味着我们必须确保每个人工步骤都能达到要求，这要求在技术难度、材料生产、流程管控和制造工艺上都要保持很高水平，所有这些环节一点一点的积累最终形成了我们巨大的竞争优势。

3、产品很难标准化的原因？

每一台变压器不同需求，对应的分接开关也不相同，这主要是由于用户端不同的电压等级、电流等级和终端应用需求的不同。

4、公司拿到订单的流程？

公司生产模式是小批量多规格，同样类型的产品一年的需求量一般不会很多，用户提出自己的需求，变压器厂进行相应设计后去投标，中标后向公司下订单。

5、公司产品交付及确认收入的时间？

公司产品交付即确认收入，国内订单交付周期在两周到1个月左右，海外订单交付快的话在3个月，部分海外订单受定制化或项目进度影响，交付周期接近甚至超过半年。

6、海外直接出口主要有哪些市场？

产品直接出口俄罗斯、欧洲、中亚、东南亚、印度、南美等地。产品需求主要跟经济规模挂钩，美国、欧洲是目前海外最大的市场，但是从增速看可能未来是东南亚和印度需求增长更快一些，这也是为什么公司在东南亚会有超前的布局，但是短期来看，这样的增速从绝对值的角度可能影响还是会比欧洲或者俄罗斯市场来的要小。

7、如何看待今年海外整体趋势？

去年海外较好主要是 2022 年由于特殊情况的影响使得相对基数较低，并且有单一市场爆发及短期需求提升的原因，因此，虽然海外市场需求趋势较好，但考虑去年的特殊情况，不能线性外推。目前来看，全球市场的整体需求位于一个高度景气的周期中，但这种景气可能是一个中长期稳定的需求增长，而不是爆发性的短期增长，这为我们在未来带来了额外的增长机遇，但海外市场份额的提升是一个量变慢慢积累到质变的过程，这需要时间。

8、公司在海外的市占率？

公司在海外的市占率非常低，除了俄罗斯、土耳其等个别市场市占率较高以外，其他市场占比较低。

9、公司在海外的发展计划？

竞争对手在海外已经发展七八十年，有长时间的历史积累及沉淀，公司在海外发展只有十几年，需要靠时间去验证产品的可靠性与稳定性以及建立足够的信任。此外，我们在海外进行本地化布局，通过搭建销售、服务等当地人团队，慢慢靠时间去实现量变到质变。

10、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。目前公司在美国和巴西也有当地服务团队，23 年在新加坡也组建了一个小的团队。

11、海外变压器厂交付周期拉长对公司的影响？

可能会因为竞争对手产能不足，交付周期无法匹配或者将产能迁移到中国使用中国的变压器，从而对公司有拉动及促进作用，但不会那么快。目前海外变压器排产周期较长，对上游供应链效率不敏感，可能当交付周期加快，上游供需矛盾凸显时，对公司来讲会有更多机会。

12、国内变压器出海是否有更多机会？

从技术和制造水平来看国内变压器已经达到全球领先水平，但品牌影响力相对一些全球化的海外公司可能还是会偏弱一些。中国在供应链效率方面具有优势。中国企业正在积极布局海外市场，将出海作为关键的发展战略，未来国内变压器的占比有机会持续提高。

13、公司跟竞争对手产品价格的差异？

主要看客户及市场对公司的开放程度，在相对开放的市场，两者价格差不多，在相对垄断的区域，竞争对手的价格是我们的 4-5 倍。

14、如何看待今年的国内市场？

网内主要取决于电网招标，近年来都是持续增长的状态；

网外需求是看社会整体投资情况，跟经济发展和社会用电需求相关性较强。如今年经济保持增长，电力设备投资还是会有增量，只是驱动环节可能会发生变化，没有办法准确的预测。电网个别年份可能会有一些节奏的波动，从趋势看，现在新能源发展对主干网和配网的改造需求应该是持续存在的，网外主要取决于驱动投资的环节和方向。此外，间接出口规模从20年起每年都维持快速增长，这部分也属于国内收入，考虑国内扩产及供应链效率，不排除间接出口的增速持续超过直接出口的可能性。

15、目前交付的产品招标的时间？

电网招标的订单完全转化为收入需要大约两到三年的时间。这种滞后性首先是由于电网按照批次招标，有些下半年的项目本身无法在当年就转化为订单，其次是因为从招标到变压器厂去投标、中标再到它排产及下订单需要时间，会根据项目进展的不同有一些时间上的波动，因为转化会比较滞后。网外项目取决于终端用户的投产速度，有一些项目时间会很短，但也有一些因为原材料价格的波动等问题推迟进度造成时间会较长。

16、公司特高压进展及规划？

公司去年10月底公告已签订一个特高压批量销售的订单，预计今年上半年交付完毕，今年底能够正式投运，后续需能稳定运行一段时间后，慢慢提升份额。不排除特高压这两年会获得一些很小批量的订单，但是对收入可能影响极小，任何新产品新领域都需要一个逐步推进的过程。

17、公司毛利率情况？

毛利率有增长的潜力，但近几年公司人工成本提升，也会

	<p>有一些工艺改进、厂房及设备投资等因素会对公司毛利率造成影响。如果在保持收入增长的情况下，公司维持目前的毛利率水平是有信心的。</p> <p>18、公司网内网外毛利率的差异？</p> <p>网内真空占比高一些，可能毛利率略高一些。</p>
附件清单	无