

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	Abrdn: Mubashira Bukhari Khwaja 大和证券：马锴漪
时间	2024年2月9日 19:30-20:30
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、公司的发展历史及代表性事件？</p> <p>公司成立于90年代初，至今已有30多年的发展历史。</p> <p>第一个十年是90年代初到2000年之前，随着国内对于用电的稳定性和质量要求不断提高，国内市场分接开关需求开始提升，但供给较少且主要依赖于进口，在国内供应商有限的情况下华明凭借自身技术形成了自己的品牌，逐渐具有一定规模并成为国内主流分接开关供应商。</p> <p>第二个阶段在2000年到2015年之前，受益于中国经济的飞速发展，特别是房地产行业发展及之后包括大基建投资和高铁产业发展，国内对于变压器需求持续快速增长，国内的变压</p>

器企业也迎来了快速发展的阶段，分接开关行业也得到快速提升。华明利用自身的技术研发、新产品和创新及营销逐渐提升并巩固了自己在国内的市占率，产品也开始销往海外。这个阶段公司建立起了目前在上海奉贤的全产业链基地，零部件配套基本上可以实现 80%以上的自产率，国内市占率巩固了第一的位置，开始启动上市的程序。

之后就是 2015 年上市后至今，主要有几个里程碑的事件，一是顺利完成借壳上市后，在 2018 年收购国内最大竞争对手，进一步巩固了国内的领先地位，尤其是近年来业绩持续提升很大程度也是上海和遵义基地的协同效应不断释放；二是上市后在土耳其建设海外生产基地，并在巴西、美国搭建服务网点及团队，2023 年新增新加坡网点及团队，俄罗斯目前也在建设新的组装工厂，海外布局已初步形成；三是公司近几年持续推进特高压环节的进口替代，2023 年拿到批量订单；四是 2021 年公司启动了非公开发行，偿还了 7 亿元的公司债，此后公司整体的负债率和利润率水平得到了明显改善。从行业来看，2015 年后差不多 5-6 年行业发展较平稳，虽然持续增长但是增速相对不快，2021 年开始至今处于由全球新能源产业驱动的高景气阶段，受益于国内高端产品替代及海外市场的发展，公司进入了一个新的快速发展期。

2、公司如何达到目前的市场位置？

总结下来主要基于天时、地利、人和可能缺一不可。地利来说，华明成立在中国，中国是全球电网投资最大的市场，本地的市场就可以维持企业的规模和发展，在世界上任何一个其他国家，可能企业的命运早就被竞争对手所收购或者在周期中沉浮，这也让公司在出海的竞争中有稳定的基本盘；天时来说，分接开关行业非常细分规模又不大，自然增速不快，需求又很大程度上取决于经济发展速度及产业投资规模，过去的三十年

中国从 GDP 相对较低的状态走到目前全球第二大经济体，借助了经济发展的东风在一个小的细分市场能够快速发展快速盈利，这些盈利又能够不断的支撑研发及创新巩固自身的地位；最后，公司创始人始终专注于主营业务，只考虑做自己熟悉的产品，注重产品研发、产品工艺提升及产业链的搭建，在一个规模非常小的细分行业是非常难得的事情，公司所在区很多年前就是纳税的前几名，早就有很强的资金实力，在过去的二十多年可能也有许多的诱惑和机会找上过门，但公司始终还是在一个不起眼又很辛苦的行业专注坚持到现在，这是公司能够在行业发展到现在的一个很关键的原因，也是为什么很难再有人能够复制的原因。未来要去和海外的竞争对手去 pk，是更需要耐心和专注的。

3、公司的竞争优势有哪些？

首先公司产品虽然价格不高，在变压器成本中仅占 5%-15%，但却是变压器中唯一带电动作的组件，背后通常涉及过亿的项目投资，因此安全性及可靠性极为重要，公司具有先发优势，尤其是许多高端产品的市场，准入门槛更高，而公司已经掌握了相关的技术；其次分接开关产品生产工艺较为复杂，公司产品拥有近万种零件，涉及到各种零部件及加工工艺，生产模式是小批量多规格，许多零部件一年的用量有限，零部件外协会导致毛利率水平不高，如果自己配套需要花非常大的时间，并且短期没有规模经济；最后，公司产品定制化程度较高，可能上万台产品对应上千种规格，要保证每台产品装配生产都达到较高标准，涉及很多细节及流程的管控，需要极高的零部件生产、组装及管理能力和需要不断的进行技术研发和品质管理，其实是一个个的细节叠加形成了巨大的行业壁垒。

4、公司管理层情况？

公司目前逐渐向职业经理人的方向转变，职业经理人具有专业的商业知识和经验，能够为公司带来更高效的运营和管理。公司董事长主要负责制定公司战略，公司日常经营管理都是由经理层来负责。目前也已经有更多年轻人进入到管理团队中。

5、公司同规模较小竞争对手的差异？

公司是国内分接开关龙头企业，其他厂家规模较小，没有成规模的竞争对手。公司拥有上千种产品规格，其他厂家可能只能提供一些规格相对单调的产品。分接开关行业对可靠性及稳定性要求较高，大的厂家拥有规模效应，可以不断提升零部件生产工艺及生产技术，但小的厂家相对很难做到。

6、公司同国外竞争对手的差异？

公司相信从技术参数和整体稳定性的角度公司产品同竞争对手并没有明显差距，但是客观上还是要承认德国制造在很多基础零部件生产的工艺水平上还是有优势的。在国内市场，我们的产品质量和寿命已经得到了验证，但在海外市场还需要更长的时间来证明我们的产品质量和稳定性。长远来看，公司有信心展现出我们的技术和产品的实力。

目前我们把很多的研发精力投入到零部件和材料的生产工艺提升，如提高零部件的可靠性和稳定性或优化生产工艺，把原来的一些热加工改为冷加工等。此外，我们也在生产装配流程和装配工具设计方面投入了大量研发资源，以实现尽可能多的标准化，制造业积累很重要，对手有明显品牌优势，工艺方面的优势和市场积累和沉淀，未来公司也还有很长的路要走。

7、特高压目前国内格局的原因及发展情况？

最初大家都站在同一起跑线，特高压也没有国外企业做过，在这样的环节品牌效应和安全性极为重要，公司竞争对手拥有百年发展历史，全球市场份额第一，又是德国制造的品牌。特高压产品安全性要求高，产品风险直接及间接影响较大，公司最早在 2014 年也有一些特高压的产品通过试验，但当时的市场环境竞争对手比公司有更明显的优势，而这个行业先发优势和积累又非常重要，领先一步就可能步步领先，几年过去以后市场格局就变成进口产品几乎垄断的状态。

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。

8、海外市场的发展策略？

首先需要继续提升产品的可靠性，产品是发展的核心；其次是坚持在海外进行本土化布局，竞争对手在海外有足够长的历史积累和沉淀，这个历史优势打破起来比较困难，只能靠本地化部署及产品可靠性慢慢发展，公司在海外市场的发展是一个量变慢慢积累到质变的过程，需要时间去验证。

9、为什么公司选择在俄罗斯建厂？

在俄罗斯建厂是公司海外本土化战略的一部分，这几年公司在俄罗斯的增速比较快，规模也比较大，在当地的利润可以支撑我们建厂，因此我们通过在当地建厂、招聘当地员工及在当地交税等本土化方式去巩固在当地取得的份额。

10、公司未来海外市场目标？

从去年的情况看，海外市场的收入情况好于公司的预期，

	<p>整体呈现了较高的增速，当然这也有单一市场变化较大和之前在 22 年基数较低的原因。海外市场未来一段时间需求确定性相对比较高，但是目前看公司海外市场份额除了个别国家以外仍然没有太大变化，短期主要还是仅靠需求驱动，真正能够在份额上有突破还需要时间。</p>
附件清单	无