

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 checked="" type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 其他 电话会议
参与单位名称及人员姓名	New Silk Road：苏泰鹏；Jefferies：Amber Ye、Kelly Zou、蔡宝慧 明润投资：高平、宗兴；静远资本：王冠中
时间	2024年3月5日 10:00-11:30 2024年3月5日 11:30-13:00
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	1、电网招标情况？ 电网招标前两年增长较快。电网招标转化为订单具有滞后性，因此电网每年会贡献稳定增速，但与招标水平不一定同步。 2、如何看待网外情况？ 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，这些指标的增长意味着电力需求会增加，近两年来新能源及新能源汽车产业链对投资驱动尤为显著。

此外由于公司所在的行业位于产业链上游并且非常细分，需求相当分散，很难准确预见下游需求的具体变化。

3、如何看待海外变压器这一轮的需求？

海外客户认为这一轮是长期趋势，目前有一些海外变压器厂正在扩产，由于产能释放需要时间，产能扩张完成后需求还会持续一段时间，因此至少在部分海外客户的预期中这一轮不是短期趋势。

4、公司直接出口客户情况？

公司直接出口是变压器厂，变压器行业相对比较分散，海外比较知名的变压器厂以及很多小的变压器厂基本上都是公司的客户。

5、公司所面临的地缘政治的风险？

目前美国市场由于政治原因公司没办法有效进入，公司现在也在通过各种渠道去解决。欧洲市场没有相关政策限制。

6、为什么海外变压器厂扩产需要较长时间？

产线布置需要时间，特别是场地、设备、人都需要时间去准备。特种吊装设备，包括熟练技术工人，特别是在欧美地区，管理效率及供应链效率也都是挑战，扩产速度不会很快。

7、公司订单交付周期？

国内订单基本上 1 个月内交付，国外订单 2-3 个月内交付。

8、如何提高公司海外市占率？

公司现在的海外市场占比不高，即便铺渠道和团队，短期内也难以见到效果，客户更为关注产品的稳定性和可靠性，这需要时间验证。不同市场和国家有不同的标准，公司的产品虽然在中国拥有良好的经验和数据，但在国外并不一定被市场认同。只有在使用多年后，确信了产品的稳定性和可靠性，我们的品牌才能真正得到认可。因此，公司需要的主要是时间，以及在收益匹配的情况下进行合理的布局，而不是盲目超前地扩张。当然首先要优先确保产品的质量，这比什么都重要。

9、公司产品和竞争对手的差异？

公司相信从技术参数及整体稳定性来看公司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。此外，竞争对手是百年老店，又是德国品牌，在海外拥有完善的销售渠道及网点，公司在海外市场的布局时间还很短，所以与历史悠久的品牌相比，我们仍需时间沉淀。

10、海外市场逐渐偏好中国产品的动力有哪些？

首先客户很欢迎，他们也需要新的供应商来打破现有市场的垄断局面，降低采购成本，即便海外客户不是非常在意成本，但能节省费用总是有吸引力的，因此海外客户愿意提供一个机会小批量使用公司的产品；其次从定制化能力来看，我们更可以满足客户的不同需求，提供的产品相对竞争对手来的更多，公司供应链中 80%零部件可以自制，定制化能力更强也更为灵活。未来当公司在海外的市占率有明显提升以后，当我们的产品已经在海外得到广泛认可，价格优势也会更加明显。

11、公司利润增速快于收入增速的原因？

主要是由于规模效应，摊销相对偏固定，当然未来海外收入提升可能会导致销售费用增长更快一些。

12、海外各地区需求情况？

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。

13、如何看待美国市场？

美国是未来变压器最重要的市场，但因为地缘政治因素，对公司分接开关进入美国市场造成一定阻碍，公司现在也在通过各种渠道去解决。在此之前，公司也会不断增强走出去的实战竞争力，比如美国技术标准同国内常用和欧洲的标准不一样，公司需不断更新产品技术，此外，未来的美国市场我们也需要在当地做本土化的布局。我们相信美国市场迟早会开放，美国市场离不开中国制造，但在此之前公司会不断提升自己的内在能力。

14、国内变压器厂能否靠价格战出海以及对公司的影响？

公司产品一般由下游终端客户指定，变压器厂并没有完全的决定权，客户更为看重产品稳定性，而不是简单的价格竞争。目前国内的变压器制造能力和技术已经达到了国际先进水平，如果国内变压器厂商能在海外市场稳定提升份额，对公司来讲也有一定机会，但包括分接开关和变压器，都不是一个靠价格战走出去的行业，而是真正要靠产品质量，但是我们对国内变压器制造水平和技术能力是完全有信心的。

公司在海外市场的发展需要长时间的验证，我们预计海外需求的提升会加速这个进程。

15、公司的定价策略？

国内市场公司已经形成稳定的价格体系，海外市场更多的是竞争对手在匹配我们的报价，在竞争对手垄断的区域，它们的价格是我们的 4-5 倍，但在充分竞争的市场，双方的价格差异不大。

16、公司特高压的进展？

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、公司原材料情况？

公司使用的是基础原材料，如铜粉、钢锭、铝锭、钨粉、锡粉，在原材料成本中占比都不大，实际采购额有限。因此，即使单一原材料价格影响较大，对公司的整体影响有限。此外由于加工环节的附加值都在自己公司内部，收入持续增长的过程中成本的波动对公司的影响相对较小。

18、公司产能利用率情况？

目前的产能利用率高于之前，配套的零部件仍有余量，只是组装环节处于相对饱和的状态，但由于目前公司主要以单班生产为主，在单排产能不足的情况下还可以通过增加排班等方式在现有基础上提升生产能力，公司也在推动生产效率、工艺流程和自动化的改造。此外，公司对遵义生产基地

的产能也在进行升级，并同时完善其产业链的布局。未来海外的产能落地以后也会有更大的空间释放。

19、公司技术路线过去几十年是否有什么大变化？是否有企业因为没有技术更新掉队或者新加入？

产品的稳定性是核心，技术的基本原理基本没什么变化，但会有工艺不断的升级，例如材料构造和设计上的改进，这些都是为了提高产品的稳定性和可靠性。从整个行业来看产品也是相对稳定的。分接开关行业市场格局也相对稳定，从过去到现在基本是海外竞争对手、公司及长征电气这三家公司，公司也已经于 2018 年收购长征电气。

20、公司产品的认证难度？

公司的产品有些情况会由下游终端客户认证和指定，就如同电脑公司会指定芯片品牌一样，所以需要先得到客户的认可，认证过程较难。目前公司从变压器厂商到终端客户的认证基本上已经做完，全球很多的大的电网公司和大的变压器厂都是我们的客户。

21、分接开关使用周期？

正常跟随变压器的寿命，使用周期通常不会短于变压器，但也会根据用途的不同有一些差别，比如有一些变压器因为电压切换次数极为频繁，因此使用周期会短一些。

22、公司真空泡情况？

公司目前主要以外采为主，如西门子、伊顿，但也有国产替代品牌。真空泡是真空开关中较为核心的部件，但真空开关出货量在公司整体出货量占比较低，成本绝对金额占比较低，对公司整体成本影响较小，现在国内产品性能也不弱

于进口产品。

23、未来上海基地和遵义基地产能布局的差别？

未来上海基地主要以高附加值新产品、特高压、海外市场拓展等为主，遵义基地主要以通用型产品制造和销售为主。

24、为什么变压器厂家不会进入分接开关这个行业？

变压器厂家也很难将产品销售给竞争对手，无法提升规模，分接开关本身在变压器中成本占比也不高，但是做起来配套很复杂，对于变压器厂家来说自己做不具备经济性也没必要自己做。目前海外也主要是由专业的第三方厂家提供分接开关产品，这是符合行业发展规律的。

25、海外不同区域的检修习惯的差异？

海外不同区域的检修习惯大致相同，海外制造业多通过服务来盈利，海外客户已经形成了较强的检修意愿且愿意付费，同国内市场的检修习惯不同。

26、公司检修业务情况？

检修业务近两年订单完成率不高。检修业务的季节性特点在国内非常明显，造成实际可工作的时间窗口较短，并因此面临人手安排的困难。但检修业务是未来公司很重要的业务发展方向，并且随着国内外保有量及规模的提升，检修业务发展潜力仍然很大。目前公司正在也致力于将在线监测技术整合到产品中，并通过收取固定的服务费来开展运维和检修服务。

27、海外检修业务团队情况？

目前主要是依靠有团队的区域包括国内员工出差进行，公司已经在土耳其、美国、巴西、东南亚这几个区域搭建服务团队。

28、公司开展检修业务的竞争对手有哪些？

因为零部件都是定制的，备品备件也只有公司所有，只是业务模式的问题，没有太大的竞争。

29、对配网政策的看法？

配网目前改造的方向、计划及产品路线尚不清楚，可能未来看电网投资计划和招标数据比较直观，公开招标数据也比较容易找到，公司无法判断目前对未来的影响。

30、公司电力电子开关研发情况？

这是我们针对未来配网上可能安装有载调压所做的技术储备，目前 10kv 的配网变压器没办法使用现有的有载调压的设备及产品，因此公司针对性的进行电力电子产品的研发，提高产品标准化及降低成本，但产品从落地到推广短期无法实现。

31、公司如何看待电力工程及数控业务？

国内的工程业务，公司会优先考虑在回款效率的情况下适当开展相关业务。海外工程方面，公司需要在海外有一些标志性的工程项目，通过提升公司在当地市场中的品牌知名度和影响力，建立品牌效应以更好地打开当地的分接开关市场，如果有机会可以在海外开展工程业务，其利润率水平也会远远超过国内。

数控业务方面，公司会通过尝试走一些差异化竞争的道路，引入一些新的团队和技术，整合现有产品的功能做出定

制化程度更高的复合式产品，以此来提升竞争力。公司希望通过 5 年左右的努力，可以将数控业务恢复到原来上市时的竞争力，但是短期内可能对公司整体营收和利润都不会构成重大影响。

32、公司历史上是否有经历过比较大的周期？

经历过几次比较大的周期，如房地产改革、08 年大基建以及高铁建设。在经济发展较弱，投资和消费萎靡的时候，国家通过投资拉动经济是主要手段，会产生电力设备的需求，因此公司的逆周期属性较强，拉长周期看公司一直保持了持续稳定的增长。现在其实也正在经历由新能源产业发展带来的行业驱动。

33、公司的理想模式是什么？

专注、长久、稳定这是我们追求的。可能未必能一直走的很快，但是我们可以走的很稳定很长久。

34、公司未来人员规划方面有何计划？

公司的人员招聘计划主要基于业务规模的实际需要。实际在过去的几年中公司业绩有了长足进步，但是并没有增加员工人数。

35、公司资本开支情况？

国内没有太多资本投入计划，产线、扩张产能及零部件布局也基本完成，每年大概有一些固定资产升级改造方面的投资，暂时没有其他大额开支。海外以组装工厂为主，这部分不会对公司利润和现金流造成压力。总体来说，公司的资本开支会是一个循序渐进的过程。

	<p>36、公司未来研发投入情况？</p> <p>公司研发投入基本保持稳定，因为产品本身不会有太大的变革，但在零件的工艺和配方方面需要进行持续的升级和改进。</p> <p>37、研发人员的情况？</p> <p>分接开关产品工艺较为重要，如粉末冶金配方、烧结技术、炉温高低等技术要求，没有经验很难操作，公司有很多研发人员有长期一线的生产经验。</p> <p>38、公司分接开关毛利率的潜力？</p> <p>毛利率有增长的潜力，但近几年公司人工成本提升，以及有一些工艺改进、厂房及设备投资等因素会对公司毛利率造成影响。如果能够保持收入增长的情况下，公司对维持目前毛利率水平是有信心的。</p> <p>39、公司股权激励情况？</p> <p>公司目前暂无股权激励计划，后续如有会进行信息披露。</p>
附件清单	无