

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	<p><input checked="" type="checkbox"/>特定对象调研 <input type="checkbox"/>分析师会议</p> <p><input type="checkbox"/>媒体采访 <input type="checkbox"/>业绩说明会</p> <p><input type="checkbox"/>新闻发布会 <input type="checkbox"/>路演活动</p> <p><input checked="" type="checkbox"/>现场参观</p> <p><input checked="" type="checkbox"/>其他 电话会议</p>
参与单位名称及人员姓名	<p>Allanz Global Investors: Thomas Zhu; Amundi Asset Management: Mark Hui, Gwen Tsui; Avanda Invt Mgmt: David Wang; China International Capital Corp: Lesley Li; Goldman Sachs Asset Management: Christine Pu; Grand Alliance AM: Matthew Dong; Millenium Capital Management: Tim Cheung; Nomura Asset Management: Jamie Ho; Point72 Asset Management: Sean Xiang; Sparx Asset Management: Qi An; Sumitomo Mitsui DS Asset Management: Alan Lai; TD Asset Management: Sophia Tan; Tekne Capital Management: Jason Wong</p> <p>汇添富基金：温宇峰；宏道投资：季巍；西部自营：庄自超；泰旻资产：郭一鸣；Ariose Capital：曹萌；Polar Capital：陈博宏；开源证券：王炳辉；恒越基金：徐梦霏；世诚投资：倪瑞超；太平养老：张浩；域秀资本：李磊；华夏基金：黄宗贤；泉果基金：张希坤；交银基金：傅爱兵；工银安盛：甘晓姚；犁得尔基金：陈佳睿；中金公司：刘倩文；招商基金：邹诚；Invesco：夏毅超；趣时资产：古建军</p> <p>华夏基金：陈凌飞；上汽金控：林志轩；Platina：葛冰、刘</p>

	<p>文生；犁得尔基金：汤舜；华泰证券：赵宇辰；嘉实基金：宋阳；Pinpoint：晋奇秀；Gladwealth：张原铭；拾贝投资：李昌强；中庚基金：杨舜杰</p> <p>人寿养老保险：洪奕昕、郭琳、周晓文</p> <p>鹏华基金：黄奕彬、姬长春、张华恩、王石千、孙博斐、邱成岳、黄奕松、王子建、戴钢、孟昊</p> <p>国元证券：赵莉莉、龚斯闻；天倚道投资：胡佳；东北证券自营：顾一弘；圆信永丰：罗刚；国金资管：曾萌</p> <p>瑞银证券：利林海；Artisan Partners：季苑苑、程潇涵；Point72：Rex Feng；银杏环球资本：Harry Pan</p> <p>资本集团：庞超、忻慧婷、Kevin Li</p> <p>中银基金：周斌、时文博、杨雷；西南证券：韩晨、李昂、崔露文</p> <p>Veughan Nelson: Zhongjie Wang</p> <p>Willian Blair : Sophie Gao</p> <p>交银施罗德基金：刘庆祥；申万菱信基金：陈晨；东方证券资管：尹伊、江舟、杨卓成；太平基金：马思远；东恺投资：冯洁、李威；淡马锡：刘紫琪；财通自营：王拂林；财通证券：沈晨、付正浩</p> <p>人寿资产：李君妍、刘子良、赵文龙、李珊珊、和川、夏冬、龙毅</p> <p>Putnam Investments: Jovan</p> <p>盘京资本：林森</p> <p>贝莱德投资：Truman Du、Steve Wong、Lucy Liu</p>
时间	<p>2024年4月22日 09:00-10:00 电话会</p> <p>2024年4月22日 10:30-11:30</p> <p>2024年4月22日 11:30-12:30</p> <p>2024年4月22日 13:00-14:00 电话会</p>

	<p>2024年4月22日 14:00-15:00 电话会</p> <p>2024年4月22日 15:00-16:00</p> <p>2024年4月23日 10:00-11:30</p> <p>2024年4月23日 13:30-14:30 电话会</p> <p>2024年4月23日 14:30-15:30 电话会</p> <p>2024年4月24日 15:00-16:30</p> <p>2024年4月25日 10:00-11:00 电话会</p> <p>2024年4月26日 11:00-12:30</p> <p>2024年4月26日 13:00-14:00 电话会</p> <p>2024年4月26日 14:00-15:00 电话会</p> <p>2024年4月26日 15:00-16:00 电话会</p> <p>2024年4月26日 16:30-17:30 电话会</p>
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、如何理解公司一季度的业绩？</p> <p>根据历史情况，通常一季度都是全年收入最低的一个季度，往后基本上每个季度都是环比持续提升，只要当年不在行业的拐点上，基本上都可以保持这一趋势。今年一季度公司核心业务电力设备同比增长 14.6%，依然维持在较快的状态，这依然是一个比较好的趋势，如果全年收入最终也能够实现这一水平已经是非常不错的状态。去年我们已经反复提醒 23 年的增速并不是正常发展的状态，有许多偶发因素和基数的影响，在已经经历了三年快速发展的状态下，公司电力设备业务三年的平均收入增速也仅略超过 17%，而这已经是公司上市以来发展最快的三年。</p>

2、今年一季度公司海外市场情况？

主要是欧洲市场呈现了较高的增速，主要的两个市场订单增速也很快，但是去年一季度尽管海外收入很高，但并不是订单最高的一个季度，因此目前的订单情况也不能预估全年。

3、公司国内情况及未来展望？

去年公司国内收入中网内收入占比约为 1/3，剩下的为网外收入，此外间接出口被归类为网外收入，导致网内占比偏低，但实际影响不大。国内相对电网比较透明，网外比较难以提前判断，因为公司交付期短，尽管需求还是比较好的状态，但是对于具体什么时候能转化为订单和收入要根据变压器厂的排产节奏和项目的建设节奏来定，类似春节因素、原材料价格的波动、短期建设重点等情况都会影响具体获取订单的节奏，具体情况目前还无法做出判断，等到下半年可能会更清楚一些。

4、公司如何看待海外这一轮市场需求？

目前公司在海外的市占率较低，一定程度上公司自己的感触不是很深刻，但公司从去年下半年开始通过海外客户等各种途径也感受到目前变压器行业处于一个相对景气的状态，海外客户认为这一轮主要是由于设备更新换代、新能源驱动、欧洲电气化改造以及人工智能等新兴产业的发展带来的。一些全球变压器厂目前有一些扩产的举措，变压器厂已经经历过多轮周期，扩产相对谨慎，目前阶段的扩产也代表某种程度上他们较为看好未来一段时间市场的发展，但对类似行业景气度的普遍理解可能也就是能够实现高个位数或低两位数的平均增速。公司希望通过在海外重点区域进行当地化的布局，抓住这次难得的历史机遇。

5、如何看待海外建厂到放量与需求之间的关系？

不同的市场情况会不太一样，但公司通常布局产能的区域都已经有一定的业绩支撑，因此建厂以后会非常有助于在当地巩固市场份额和提升市占率。

6、如何看待公司的四年利润翻倍目标？

对于我们来说这是一个相当有难度的业绩目标，这不一定是个线性增长的过程，显然也不是伸手可以触及或者踮脚就能够到的目标，甚至不能仅仅是靠目前的主营业务利润贡献，也需要一些其他业务包括一些非经常性损益因素的共振，这显然对公司从整体层面，从业务到管理到对每一个细节的把握，如何去实现更高的管理和经营水平提出了一个新层次的要求。

从目前的核心业务看，国内已经到达了一个很高的份额和收入规模，在过去两年如此高的景气度之下，对应的也并不是很高的增速水平，越往后维持增速越有难度，所以主要收入增长来源应该是海外市场，这决定了公司的盈利水平和收入规模能否上新的台阶。公司未来希望通过深化海外市场的布局特别是欧美市场的发展，提升海外收入在整体收入结构中的占比，加上国内的增长以及高端产品占比的提升，去实现业绩目标。但如果海外进展相对来讲没有那么顺利或者说在关键几年碰到不可控的因素，仅靠国内收入实现这个目标是比较困难的。

7、公司如何看待未来海外市场的发展？

海外市场需求的确定性应该是已经从各方面反应都能够得到验证，海外市场整体的空间也大于国内市场，对公司来说是长期的增长点。但目前来看海外市场竞争格局未出现明

显变化，除了个别市场外，公司份额其实没有明显提高。海外市场出现份额和竞争格局的变化是一个长期的过程，增长的过程可能不会呈线性状态，需要量变的积累。

8、海外需求比较好的区域有哪些？

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，剩下主要是东南亚、中东、中亚、非洲等地，基本相差不大，东南亚市场因为发展增速较快，因此公司进行超前布局。

9、目前美国市场的布局计划？

目前公司正在进行许多合规层面和法律层面的评估和分析，仍在与律师团队进行持续性的沟通研究相关政策、法律法规以及税务等问题，以降低进入风险并寻找相对可控的合作模式，各方面达到预期以及条件成熟情况下，公司会推进下一步的工作。这一工作的复杂程度是超乎想象的，前期还需要有很长的准备工作。

10、美国市场认证及订单情况？

公司在 2019 年已同北美最大电网公司签过合作协议，但也有进行少批次的配套供货，美国市场的产品结构可能跟国内不同，技术也有一定难度，但公司有能力和做好产品。过去两三年公司在美国市场没有主变的分接开关的订单，只有配网设备的配套订单，更多是受到政治层面的影响。今年开始公司已经开始接到美国市场主变的分接开关产品的订单，这对公司来说有些惊喜，但目前规模还不大，仅从一两个月对全年的判断难度也较大，考虑目前的国际形势，这是一种偏弱脆弱的关系，暂时来看对全年收入影响有限，考虑到因为基数很低这种增速水平至少在今年也未必具有参考性。

11、公司产品在不同市场是否需要单独做认证？

各个国家及地区都要单独做认证，这种认证不仅仅是简单的前期产品认证，而是对产品长期性能的综合评估，通过长周期的考察去验证产品的可靠性及稳定性，欧美市场等相对来讲较为开放的市场通常会更愿意给中国产品展示机会，也容易接受公司产品。公司产品目前已经进入上百个国家及地区。

12、公司目前在美国市场的团队情况及销售渠道？

公司因为之前与北美最大的电网公司签订了合作协议，在当地也成立了服务和运维团队。过去两三年因政策限制公司在美国市场并没有主变的分接开关订单，公司在美国市场也并未进行投资及增加人手，主要以定期维系同当地客户的关系为主。目前具体业务和项目的对接既有国内间接出口也有海外直销，以国内团队对接为主。

13、公司销往美国的产品是否有关税？

公司直接出口给当地的变压器厂的产品需要缴纳关税。

14、美国市场的客户类型？

与国内一样。

15、土耳其工厂主要支持哪些市场？

主要是服务土耳其本地、中东、北非以及部分欧洲市场。考虑到土耳其与欧洲之间来往出差也较为不便，因此公司也正在欧洲布局销售及团队。

16、东南亚布局计划及进展？

虽然东南亚市场整体经济体量相对较小，但可能是未来经济增速最快的区域，并且东南亚相比海外其他区域具有距离优势，一带一路政策在东南亚落地也会更快，去年公司间接出口到东南亚的收入占比也较高，因此东南亚市场增量空间潜力较大，公司进行超前布局，主要以装配及试验工厂为主，目前东南亚的选址和方案已基本确定，团队组建和细节谈判正在进行中，计划今年确定建厂方案并推进。

17、公司在中东市场的情况？

公司在中东的光伏项目中已有产品应用，也在逐步寻找机会慢慢突破。

18、如何看南美市场？

南美市场基本保持稳定。与北美相比，南美市场容量有差距，公司在巴西的市场份额已经相对可观。阿根廷市场的发展取决于公司未来的策略。从市场需求及基数来看，目前欧美和东南亚市场是公司更关注的区域。

19、公司为什么不考虑在墨西哥建厂？

公司在美国市场的难度并不在于距离和成本，而是受美国政府对产品的特殊的限制所影响，因此除在美国本土建厂以外，墨西哥和中国其实差别并不大，公司希望能够真正在海外站稳脚跟，公司也对自己的产品有信心，更想要正大光明的进入当地市场，因此首选还是会考虑美国本土。

20、公司合作的海外变压器厂家有哪些？

基本上全球大大小小的变压器厂家公司都有合作。目前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。

21、公司在海外市场的战略举措？

首先，公司将专注于做好产品的质量，海外市场容错率很低，因为海外市场销售的产品数量相对较少，一旦出现问题，影响会相对较大。其次，公司将通过本地化布局来增强市场信心，通过在当地招聘员工、在当地缴税等方式在当地深耕，以此来巩固和稳定当地市场，在重点区域通过本地化的布局达到相对稳定和巩固后，公司会往新的区域去扩张。第三，利用响应速度、定制化能力以及相对来讲的价格优势等辅助手段来增强竞争力。此外，用户也希望通过引入新的供应商来改善现有的供应格局和提升议价能力，因此愿意尝试新供应商的产品并给予机会。

22、公司产品同竞争对手的差异？

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。

23、公司目前在海外销售团队情况？

公司目前主要在土耳其、巴西、美国等地布局销售及服务网点，去年在新加坡也有布局，其他区域主要是由国内直销团队负责或者同当地合作商去建立联系。从今年开始，团队规模逐渐成为制约公司发展的因素，目前的团队规模无法

匹配现有的业务规模，公司也在逐步搭建及完善部分重点区域的海外团队。

24、公司产品海外销售模式？

公司一般采用直销为主，在一些市场前期发展过程中也会考虑经销商或合作的模式，经销商更多类似于服务中介，提供信息给公司，由公司来直接对接客户，公司未来主要还是通过当地化的部署来实现海外业务的拓展。

25、订单的交付周期？

国内订单的交付周期一般在 2-3 周，海外订单一般在 6-8 周，部分海外订单受定制化或项目进度的影响，交付周期可能接近或者超过半年。

26、公司目前客户主要有哪些类型？

公司的直接客户是变压器厂，最终下游用户主要分为电网内和电网外。网内情况比较简单，国内就是国网和南网为主，网外相对非常分散，跟整个经济发展各个领域都息息相关，因为公司是相对上游环节，没有办法对最终的下游做非常准确的统计。

27、公司在国内市场市占率情况？

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，由于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。

28、国内市场格局如何形成？

分接开关市场规模相对有限。虽然分接开关在变压器中

成本较低，但有时一个分接开关可能对应数十亿的项目投资，因此进入门槛较高，对可靠性和安全性要求也极高。这些因素导致了小厂家难以承担风险，大厂家又不愿意投入精力到一个小市场上，最终专业的第三方厂家在此市场占据主导。目前的状态符合行业发展的客观规律，国外也是这样的情况。

29、公司收购长征电气后的情况？

任何一个行业的发展离不开竞争，公司保留“华明”和“长征”两个品牌，有两个销售队伍，主要在服务、客户关系和差异化产品等方面展开竞争，这样可以更好的服务客户。长期来看，我们特别关注销售团队的服务能力和客户覆盖能力，需要逐渐向服务方向转型。

此外，公司收购长征后主要对遵义基地进行产业链的配套和完善，近几年毛利率、销售规模逐步提升，体现了较好的协同效果。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。

30、各个电压等级的产品需求情况？

公司产品的需求本身呈现金字塔结构，从台数占比来看，绝大部分都是 220kV 及以下，220kV 以上的占比相对偏低。国内国外都是差不多的分布。

31、公司真空和油浸式开关的区别？

真空开关的安全性更高，全生命周期的运维和检修成本要低于油浸式开关，也是公司目前的销售重点。海外竞争对手目前只销售真空开关，长期看这是一个趋势。

32、真空泡情况？

公司目前主要以进口为主，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，价格也比较稳定，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。

33、特高压情况？

公司去年 10 月底签订了批量化销售的订单，目前产品的技术考核已通过，但还没有交付完毕，也没有现场投运，后面等到运行一定时间后才能慢慢提升份额。不排除特高压这两年会获得一些很小批量的订单，但对收入可能影响极小。

34、公司产品更新换代的周期？

主要是跟随变压器的寿命。国内相较于国外更新换代的周期会短一些。

35、如何看待设备更新政策？

目前并没有看到直接有关联的需求。在设备更新的大背景下，许多高能耗的装备制造企业可能会维持甚至提升产能和产量，间接可能会拉对电力设备的需求。

36、公司扩产情况？

国内公司主要是遵义基地在持续扩产，遵义基地扩产完成以后国内基本上不会再做扩产，未来更多会投入在生产效率、工艺优化、流程和自动化改进上。

公司在海外扩产主要以装配和试验工厂为主，这是一个循序渐进的过程，不会对公司利润和现金流造成压力。此外，公司的海外基地定位不仅仅是工厂，而是作为公司在当地发展的桥头堡，通过招聘当地员工、在当地缴税等方式在

当地深耕，为公司在当地市场发展或辐射周边市场带来便利，同时给当地客户和用户信心。海外工厂的扩产也会根据当地和周边市场的需求来决定，如果需求增长，公司也会根据人员配置和市场需求调整产能，而不是一味追求规模扩张。

37、公司产能利用率情况？

近几年公司的整体产能利用率有明显提升，目前组装产线处于相对饱和状态，零部件配套还有余量，随着公司销售规模的扩大以及工艺和程序上的改进，产能利用率有望进一步提升，目前的产能布局已足以应对未来一段时间的市场需求，未来公司随着在建产能、海外扩产以及产能利用率的提升，产能也会逐步提升。实际上过去几年公司员工人数几乎没有增加，但产值增加明显。

38、如何理解直接出口和间接出口？

间接出口是通过国内的变压器厂商向海外市场提供产品，海外终端用户会根据需求选择使用的分接开关厂家，海外终端用户在招标时拥有最终决定权。直接出口则是直接销售给海外的变压器厂商，实际上也是由海外终端用户如电网公司或工业企业直接指定使用的分接开关品牌。

39、如何看间接出口？

间接出口规模从 2020 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。

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世界达到更重要的比例，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。

40、公司同竞争对手价格的差异？

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。

41、公司的定价周期及策略？

公司通常情况下不会频繁调整价格，公司更多会通过推出更升级的产品提高附加值，而不是通过提高普通产品的价格，并且海外市场目前在提升份额的阶段不适合做激进的价格策略。

42、公司是否会扩展其他相关品类的产品？

公司主要是以分接开关产品为核心。公司新产品主要有两条技术路线：一个是从安全性和降低长期维护成本的角度，另一个是往低电压等级配网去做。

第一个我们推出了真空开关并不断迭代，现在也有第二代的真空开关，由于维护成本较低，因此长期使用成本会低于售价更低的传统油浸式开关。

第二个我们正在研发应用到 35kV 以下配网变压器的电力电子开关，目前也有相关产品已经挂网试验。

43、公司检修业务的情况及未来计划？

去年公司的检修业务主要是由于受到季节性和人员规模瓶颈的影响。今年公司希望先恢复增长，但具体增速还需结合三季度的情况。

未来公司会加大对在线监测产品的研发力度，推进技术手段以实现长期运维和检修，减少对人力的依赖，此外近几年公司也在不断进行产能升级和调整，随着这部分效率的释放，人员调配也会更加灵活，并且随着海外收入及保有量持续提升，检修业务海外会更为稳定。

44、配网的情况？

上个月公司第一台配网用的电力电子产品已正式挂网试验，目前尚不确定是否能成为批量化产品及固定需求，但公司也看到这为解决目前或者未来配网压力提供了新的思路，但未来是否会继续朝着这个方向发展取决于多方面因素，首先公司要持续优化产品体积和成本，其次电网的设计、改造以及采购等综合情况也将影响发展的方向。目前无法给出确切结论，但已有产品挂网试验是一个积极的信号。

45、公司电力工程及数控业务情况？

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。

46、公司如何平衡分红和资本开支？

公司在海外主要以装配工厂和销售及服务团队为主，影响并不大，并且公司在海外的资本开支是一个持续且循序渐进的过程，不会一次性完成，会根据具体规模、产能需求和人员配置等因素分阶段投入，因此不会出现某一年资金压力特别大。

目前公司经营性现金流情况较好，账面上有足够的现金，其中部分是美金，以及可以快速贴现的票据等，即使进行超利润比例的分红，也不会影响资本开支和资金平衡。并且，公司负债率相对较低，有足够的财务杠杆空间，公司这次也进行了一个不超过 3 亿元的融资授权，具备很强的股权融资能力。因此，从存量现金、融资能力以及公司现有业务发展的考量，目前的分红不会影响到公司发展，也可以使投资者共享公司发展收益，并且即使出现短期业务增长风险加大，公司对维持现有利润水平也有足够信心，这也是公司能够进行更高比例分红的原因。公司未来也会根据 2023-2025 股东回报规划的指引，每年的现金分红不少于当年实现可分配利润的 60%，具体的分红比例会根据当年资金和业务开展情况进行适度调整。

47、公司快速融资公告情况？

公司去年也有发布相关公告。公司本次制定未来业绩增长目标，考虑到为了完成目标会涉及到海外团队建设、建厂和改造升级等支出，以及投资者回报及公司发展等情况，准备快速额度在公司未来发展需要资金的时候效率更高。

48、公司海外销售业务结算的货币类型？

公司出口海外销售业务主要采用美元或人民币进行结算。目前海外收入占比较低，未来规模提升，为防范汇率波

动对公司经营业绩造成的影响，也会考虑开展外汇套期保值业务降低汇率波动影响。公司不进行单纯以盈利为目的的外汇交易，所有外汇交易行为均以正常生产经营为基础，以具体经营业务为依托，以规避和防范汇率风险为目的。

49、应收账款情况？

公司长账龄应收账款主要是之前工程类项目的账期较长，但其实大部分分接开关产品的款项都能在当年收取。目前账期已经逐年改善。分接开关业务中，公司对不同客户也采取了不同的销售策略和信用策略，一部分客户现款提货，一部分客户会有 3-6 月的滚动账期，对于比较大的战略客户，会在当年底结清。

50、公司股权激励情况？

公司目前暂无股权激励计划，后续如有会进行信息披露。

51、公司是否考虑拓展新业务？

公司每年尽调的项目会很多，但在实际投资决策的阶段，会更加的谨慎，我们看项目所关注的重点，第一必须是我们行业相关的，需要能看得懂、看得透；第二，项目本身必须是盈利的；第三项目要有现金流。在这样的情况下，又要有合理的估值可能就会比较少，但是我们不会放弃。未来如果有合适的并购项目，会按要求履行相关披露义务。

52、原材料对公司的影响？

公司使用的是基础原材料，如铜粉、钢锭、铝锭、钨粉、锡粉，环氧树脂等多种原材料，单项原料在原材料成本中占比都不大，实际采购额有限。从年报中也可以看到公司

前 5 大供应商采购额并不高且都不是铜粉、钢锭等这些原材料，因此只要不是很长期的整体原材料的价格的持续上涨，对公司整体盈利的影响有限，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，公司也可以通过提高出口以及高附加值产品的占比来对冲原材料成本上涨的风险。但是如果目前的原材料价格持续增长，成为一个长期因素，就会对公司毛利率产生不利影响。

53、如何看待公司的费用率？

从费用率的角度来看，管理费用率相对稳定，销售费用率可能会因海外增长较快而出现相对波动，因为海外销售费用通常高于国内。财务费用在过去几年受汇率影响而有所变动，目前公司没有太大的有息负债，未来会根据业务需要合理负债。

54、毛利率情况？

毛利率的稳定取决于收入的增长和成本的控制。如果一些扩产计划提前并快速进行，新增的折旧和制造费用可能会对毛利率产生影响，并且近几年人工成本、原材料成本等也在持续增加。但总体来说，在收入增长的前提下，通过高附加值产品占比提升以及海外收入占比增加，收入保持稳定和增长，公司有信心维持现有的毛利率水平，但是否增长就要取决于更多的因素。

55、公司长期愿景是什么？

公司会专注于我们最专业和最擅长的领域，即现有的业务领域，力求在这个领域做到极致的状态。公司目前在海外份额还很低，发展空间广阔，但需要时间，因此公司会先专

	注于现有业务，做到极致。公司管理团队也都是这个行业最专业的人，制造业出身，秉持务实精神，会先把这个行业做好。
附件清单	无