

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>Aberdeen Asset Management: Joanne Cheng; Janchor Partners: 杨盛; Alliance Bernstein: 王文宇、Lily Zheng; 景林资产: 李佳; Kadensa Capital:杜文卓; TD Asset Management: 谭唱; Hao Capital: 朱晨韬; 方瀛投资: 涂画、金悦奇; 三井住友德思资管: 杨履韬; 国海富兰克林: 徐成; Citadel: 李雪; Pinpoint:余泽;</p> <p>Matthews Asia: 张晓宇; Polymer: Virginia Yiu; 花旗银行: 刘显达、田诗佳、沈琦琦</p> <p>方瀛投资: 涂画、丁晓方、金悦奇、李铖</p> <p>Tekne Capital: Jason Wong、Jasper Feng</p> <p>Pictet: Gareth Pan; Antipodes: Alice Wang; Franklin; Templeton: Chengfang Rao; Fullerton: Sandra Huang; Hillhouse: Coral Li; Keystone: Dandan Lai; Pinpoint: George Jin、Edward Yu; Sumitomo Mitsui DS AM: Alan Lai; Jefferies: Kelly zou</p> <p>柏基投资: 朱逸焯</p> <p>Amundi: Gwendolen Tsui; Balyasny Asset Management: Lindsay Hu; Capital Group: Cathy Yao; Credit Suisse: Rong Ye; Foundation Asset Management: Yibo Ni; HSBC</p>

	<p>Asset Management: Jennifer Kim; HSBC GAM: Ka Wai Elina Fung; Invesco: Millie Chen; Midas International Asset Management: Joo Hyung Yoo, Namhoon Oh; New Silk Road Investment: Alex Su; White Oak Capital Partners: Krishna Sathyamoorthi; HSBC Bank plc: Corey Chan、Liam Tian、Dun Wang、Sean McLoughlin</p> <p>友邦资产: 顾文天、黄文婧、赵一路</p> <p>Alpine Investment: 杨子洲; CI Global: 刘慧斌、Alan Lan; Aspoon Capital: 黄晨逸; Newberger Berman: 张艺佳; Overlook Investment: 林荃浩; GS AM: 邵冬妮; 大和证券: 叶捷贤、马锴漪</p> <p>Mondrian: Andrew、Yan Jun Deng; 中信证券: 华夏富敦: 梁行健</p>
时间	<p>2024年5月6日 14:00-16:00</p> <p>2024年5月8日 17:00-18:00</p> <p>2024年5月13日 09:00-10:00 电话会</p> <p>2024年5月13日 10:00-11:00</p> <p>2024年5月13日 14:00-15:00 电话会</p> <p>2024年5月13日 15:00-16:00 电话会</p> <p>2024年5月13日 16:00-17:00 电话会</p> <p>2024年5月16日 14:00-16:00</p> <p>2024年5月17日 10:30-11:30</p> <p>2024年5月17日 10:50-16:00 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	1、公司的市占率情况?

<p>动主要内容介绍</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，由于目前公司高端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。海外整体市占率仍很低，极个别区域稍高。</p> <p>2、公司在中国市场占有率如何达到的？</p> <p>首先，公司抓住了历史性的机遇，借助了国内过去二三十年发展的东风以及国内电力设备市场的高集中度，拥有足够的增量空间，使得公司得以高速发展；其次是公司对于产品的执着和专注，公司在 90 年代就开始使用 UG 等高级设计软件取代传统的 CAD 制图，提高了零部件加工尺寸和产品设计的精度；尤其是 2000 年以后，公司实现了全产业链的完整配套，80%的零部件能够自制，有效的提高了公司的研发效率；此外，公司还建立了国内最早的电力设备 CNAS 认证实验室，可以内部控制产品质量；最后，公司实控人对行业的专注也是成功的关键，始终专注于对产品打磨和产业链的搭建，并且最终成功并购了国内最大的竞争对手，这些都是公司能够发展到现在很关键的因素。</p> <p>3、公司如何提升海外的市占率？</p> <p>首先用户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。公司对自身产品的质量和技术水准有信心，相信只要有机会，即使初始采购量有限，随着时间推移和产品质量的不断印证，公司有信心能够逐步扩大市场份额，长远来看，公司产品的价格也会具备相对优势；其次公司凭借快速响应和定制化服务，依托全产业链生产模式和 80%零部件自制率，实现自主设计、研发和制造，能够在保证质量和效率的同时</p>
----------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

灵活满足客户的特殊需求和定制化要求，从而增强市场竞争力；最后，公司通过当地化布局，招聘当地的员工、在当地缴税等方式深入融入当地，用时间来逐渐缩小同竞争对手的差距。

4、海外主要哪些地区需求不错？

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。

5、公司国内网内网外以及海外收入占比？

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。去年海外直接加间接出口实现收入超 3 亿，在公司电力设备业务收入中占比约 20%。

6、公司网内收入增速慢于电网变压器招标增速的原因？

电网招标转化为订单确实存在滞后性，这种滞后性首先是由于电网分批次进行招标，有些下半年的项目往往无法在当年立即转化为订单；其次是从招标到变压器厂去投标、中标，再到排产及最终下订单需要时间，而且会根据项目进展的不同，时间也会有所波动，因此订单的转化会比较滞后。长期看电网会贡献稳定但是不快的平均增速，与招标水平不一定同步。

7、公司去年在出口市场表现是非常可观的，原因是什么？

去年海外收入增速较高主要是因为 2022 年基数、订单交付节奏及个别市场短期需求爆发等多种因素叠加导致，这样的增速很难复制，海外的发展更可能呈非线性增长。

8、公司在海外的布局情况？

公司目前在土耳其、巴西、美国、新加坡等地拥有销售及服务团队，其中土耳其已有装配及试验工厂。今年公司计划在东南亚建设装配及试验工厂，同时在欧洲搭建新的销售及服务团队并积极拓展美国市场。

9、对于出口来说公司可以跟着国内变压器厂出口也可以供应给海外的变压器厂，这两者如何理解？

这两种都是公司的出口方式，即间接出口和直接出口。可能收入规模会有差异，但难点和核心点都是一样的，主要是产品的品牌影响力。因为产品更多由终端客户指定，在客户认可的时候，直接和间接出口的规模都会上升。目前公司直接出口的收入占比会更高一些，但是可能未来随着越来越多中国变压器走向国外，这种比例有可能会发生变化。

10、公司的间接出口是否指跟随国内变压器厂出口？

公司间接出口属于国内收入，不仅仅指跟随国内变压器厂出口，也有是销售给国外的变压器厂在国内的生产基地后再出口。

11、公司海外团队在不同的市场大概是怎么样去分布的？

公司目前海外市场的销售主要以国内的海外直销团队与土耳其、巴西、美国、新加坡等地的销售及服务团队为主。今年重点在东南亚、欧洲的销售及服务团队的搭建。

12、对于美国市场，公司为什么不考虑墨西哥建厂？

美国市场是重要的，投资也是重要并且需要谨慎的，我

们会综合生产成本、产业链配套能力、法律政策以及营商环境等因素考虑投资所在地。

13、美国有一些电厂在做比如说 AI 模型训练的时候，电压变化的幅度可能是非常大的，可能上一秒达到负荷 90%，下一秒可能马上降低到 10%或者 1%这样，这种对我们未来产品创新或者迭代的发展是否有影响？

公司产品本身就用于解决电网和企业等途径的负荷波动问题，这些途径对用电质量和稳定性要求极高，所以需要车载调压产品，因此 AI 对产品迭代可能不会有太大的影响，更多是对于需求是否会有拉动，这种拉动目前看并没有直接的明显作用，更多可能还是会有一些间接的影响。

14、公司在海外不同市场的策略或者定价是否有一些不一样？

价格体系整体保持稳定，如果客户可以接受公司的产品，同竞争对手产品价格相差不大，竞争对手有时候也会去匹配我们的报价，但如果客户指定使用竞争对手的产品，对方的价格就会比较高。

在海外市场，公司先通过国内直销或者代理的模式去实现一定规模的收入，在当地市场收入规模相对来讲比较稳定，也能够维持团队支出的情况下，公司会考虑进行当地销售及服务团队的布局，在规模允许情况下，也会考虑装配及试验工厂，公司过去在巴西、土耳其进行的以及今年计划在东南亚进行的布局都是基于这样的考量。美国市场比较特殊，美国市场的产品同过往主流产品不太一致，相对来讲比较特别一些，并且美国市场更多会受到地缘政治的影响，因此需要综合评估美国市场法律、政策等风险后再确定进入方式，但公司会同步积极对接美国市场的业务。

15、美国市场的产品不太一致，不同之处在哪里？

通常情况下按照欧洲或者国内的标准，公司产品安装在变压器内部，从外面看不到公司产品，但美国市场的变压器大部分使用的是外挂式分接开关，设计的结构形状，包括零部件或者内部的设计会有些不同，公司过往在美国市场也只有少量产品供货。

16、AI 在电网建设和变压器需求是不是会有新能源这么大的杠杆效应？

目前国内外对电力设备的需求很大程度上仍旧是新能源带来的驱动，即新能源上下游产业链或者制造业催生了很大用电量的需求。过往二三十年房地产改革、08 年大基建以及高铁建设等产业发展高峰期也曾带来这种杠杆效应，AI 的发展是否具备类似的杠杆效应目前还不太确定，需要进一步观察，目前公司也没有看到直接的影响或者订单。

17、海外不同市场进入的难度？

不同的区域和国家情况都不一样，有的国家会有复杂的前期认证流程，但是整体公司的产品进入到任何市场以后都需要一个较长的产品使用周期才能赢得当地市场和客户的信任。

18、公司在海外的布局是否会带来费用的大幅上升？

海外主要以装配工厂和销售及服务团队为主，资本开支并不大，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的情况。

19、东南亚市场使用的是哪种产品？

因为公司产品就是中大型变压器的配套，这些变压器在国内外应用场景和使用的分接开关情况基本都一致，包括终端用户的类别也比较一致。

20、东南亚工厂进展是什么样的情况？

东南亚工厂的选址已基本完成，预计今年可以启动建设，但设备采购、人员培训等工作还需要时间，因此产能投放至少要到明年。

21、公司第一台产品是什么时候去海外市场的？

公司 1996 年开始有产品开始直接出口至海外，2000 年以后成立海外销售部门，开始系统性的发展海外业务。并且，公司 2016 年投资土耳其基地、2018 年在巴西成立销售及服务中心，2019 年在美国成立销售及服务中心，海外销售规模真正发展起来主要是在 2021 年以后。

22、公司真空泡采购有难度吗？

公司目前真空泡主要以进口为主，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。

23、国内维修业务怎么看？人员上面会有冲突吗？

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，并且随着海外保有量及规模的提升，检修业务发展潜力仍然很大。

未来公司也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，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。

24、海外这种变压器产能不会有虹吸效应吗？

公司了解到目前尽管有新建和扩产，但总体海外变压器产能扩张是有序并且有限的，目前表现出来的短期增速需求可能也是由于变压器海外长期去产能和短期需求上升的导致的不匹配，供需平衡被打破导致的。变压器厂扩产过程中主变产能的增长相对较少，配变产能的增长可能会更大，市场对变压器的需求呈现金字塔结构，主变需求增加会导致配变需求更大，公司的产品主要应用在主变，这一端相对需求的弹性是偏弱的。

25、公司在美国市场的业务进展？

美国是海外最大的单一市场，也是公司非常重要的市场。过去两三年公司在美国市场没有主变的分接开关的订单，主要是配网设备的配套订单，但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，但目前规模很小，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，这是一种偏脆弱的关系，暂时来看对全年收入影响有限。

26、公司在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，仍在与律师团队对相关政策、法律法规以及税务等问题

进行持续性的沟通研究，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。

27、公司搭建欧洲销售团队的目的？

公司在海外发展主要策略就是通过不断的当地化布局去巩固和发展当地市场，按照以往经验来看，土耳其和巴西的团队建设都起到了很好的效果。

28、如何理解定制化？

公司产品大类相对固定，但根据不同的应用场景和电压电流等级要求，产品设计和结构选择都有差异，导致产品规格多样。公司上万台产品的出货量，规格可能高达上千种，每种规格都是小批量生产。公司奉贤工厂有近万种零部件，80%零部件自制，可享有零部件加工的附加值，也可以支撑这种小批量多规格的生产模式。

29、变压器种类很多，它对应的分接开关实际上种类也是很不一样的，这个是不是意味着海外扩产相对来说，因为工人要对不同的生产产品实际上都要掌握，爬坡时间会不会有的需要很长一段时间？

先发企业在生产管理方面相对比较成熟，因此这其实也是公司在生产环节的优势。公司可以通过更标准化、精度更高的工装系统和模具系统，能够实现不同产品的装配精度要求，通过这样的方式缩短新员工培训时间，不需要很长时间就可以培养一个能够实施装配的操作员，从而快速形成生产力。

30、分接开关这个产品现在从这个技术或者是制造工艺

来讲，是已经处于一个静态的状态了吗？还是说还是有持续的一个不管是结构上还是制造工艺上面的一个迭代？

产品从基本原理上来讲，长时间以来没有大的变化，预计未来也不会有大的变化。但是，产品的制造工艺仍有持续迭代和升级的空间，例如减少零件数量、统一零件尺寸、增加一体化的成型技术和使用新材料替代传统材料等。

31、公司目前产能弹性怎么样？

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。目前公司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。

32、为什么分接开关由终端客户指定？

就如同买电脑客户比较会在意显卡和 CPU，会指定两者的使用品牌，但是对电脑品牌相对来讲可能不是很在意。虽然分接开关只占变压器成本的 5%-15%，但作为变压器内部唯一带电动作的组件，背后通常涉及上亿元项目投资，因此产品极为关键，终端客户通常会指定分接开关品牌。

33、为什么没有很多玩家进入这个行业？

分接开关是一个相对细分且小众的行业，市场空间有限。分接开关在变压器中成本占比不高，但作为变压器内部唯一带电动作的组件，安全性与可靠性至关重要。公司拥有行业先发优势，掌握核心技术，并且产品工艺复杂，产品涉及上万种零件，定制化程度高，要保证产品装配水准，需精

细管理和持续研发，形成了巨大的行业壁垒。

34、公司产品的交付周期？

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，部分订单受定制化或项目进度的影响，交付周期会长一些。

35、公司目前特高压的进展？

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。

36、公司产品的更换周期？

公司产品的寿命主要跟随变压器的寿命，取决于变压器更新速度和本身使用状况，国内相较于国外更新换代的周期会短一些。

37、公司发展的驱动力？

短期主要看国内经济发展、电网投资规模和产业周期，中期将依赖于产品结构的优化以及高附加值产品能否打开市场，长期则看海外市场及检修业务的发展。

38、高端产品的驱动如何理解？

首先是特高压、国内工业用的整流变以及核电领域，原来以进口产品为主，这类产品相对来讲单台价值量要高于传统产品；其次是真空开关，其单台价值量要高于传统的油浸式产品，竞争对手目前只销售真空开关，公司近几年真空开关的占比也进一步提升。

39、公司提出 2027 年实现利润翻倍，这个是基于国内和海外是做到什么情况？是否考虑美国进去？

目前海外电力设备需求旺盛，行业景气度相对较高，全球主要变压器厂也都在进行扩产，公司近两年海外客户拓展也较为顺利。在国内市场公司去年也进入了特高压等以往以进口品牌为主的高端产品市场，真空开关占比进一步提升，公司的产品结构进一步优化。未来公司将立足于现有核心业务电力设备业务，在特高压等高端产品市场逐步提升市场份额，同时加强海外重点市场进行当地化布局，如在东南亚建设装配及试验工厂，在欧洲搭建销售及团队，积极拓展美国市场等，以期进一步提升海外市场份额，对内公司也将不断提升公司经营及管理水平，持续推动公司内部降本增效。公司全体管理层及全体员工会尽一切努力实现这个目标。

40、分接开关通常我们交给客户以后用多长时间需要更换？多长时间需要检修？

分接开关寿命主要跟随变压器，一台产品通常 5-7 年会需要检修一次。

41、电力设备的更新的政策以及或者国内一些地方的电网改造政策对我们有没有一些比较明显的影响？

目前尚未看到直接拉动需求的迹象，这方面可能更多的是间接影响，政策可能间接维持制造业产能，因此至少在一定程度上可以维持需求的规模。

42、公司和海外的一些头部的做分接开关的这些公司比较，现在我们核心的主要优势是什么？

就海外市场而言，现实来看，公司需要缩短与竞争对手的巨大差距，目前并没有到可以谈论优势的阶段。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。但相对来讲，公司的全产业链生产模式、定制化能力、灵活响应速度以及更快的交付周期具有一定优势，并且客户也需要新的供应商平衡价格。当前行业需求的增长为公司的海外发展提供了机会，因此公司有望缩短实现市场份额增长的时间，公司也会抓住这一历史机遇，加速对海外重点区域的当地化的布局，尽可能缩小同竞争对手的差距。

43、公司产品和竞争对手的产品属于同一级别吗？

公司在设计和工艺本身与同竞争对手没有明显差异，但是在零件制造中供应商质量稳定性和一致性是我们面临的主要挑战。

44、公司产品的响应速度主要取决于什么？

首先，公司的响应速度相对较快。公司目前海外的订单6-8周可以交付，此外在客户的特殊需求下，公司愿意为满足客户需求进行产品的设计和定制，灵活性更强一些。

45、变压器电压等级越高，毛利越高，分接开关是什么样的情况？

对于分接开关产品来说，电压等级并不总是直接决定产品的毛利率。产品的结构种类、工作原理、切换档位等不同要求会导致即使是35kV或110kV的产品，也可能比500kV的产品价格更高。

46、公司现在的主要的客户结构是怎么样的？

公司直接客户是变压器厂，最终下游客户主要是电力公司、工业企业等，国内国外客户结构基本一致。

47、目前来讲海外的客户主要的是比较大的现在有哪些？

全球知名的大变压器厂也都是公司的客户，只是用量很少。

48、公司在国内及海外变压器厂商的合作关系上有何不同？

公司与国内外的变压器厂商都有紧密的合作关系，且多数合作都是基于长期的信任 and 了解。

49、公司这种产品是不是一定要跟客户一直合作做研发？

更多研发主要是针对下游客户的需求，根据最终应用场景的不同会有切换频次、档位等的要求，因此会需要根据客户及应用场景去调整公司产品，涉及到材料配比、零部件的耐受度等的持续性的研发。

50、客户主要去看什么因素去选择用我们的产品？

品牌和历史积累，公司的历史相对较短，与百年老店的竞争对手相比不占优势。因此，品牌建设是一个长期的过程。

51、产品在海外的认证的周期一般要多久？

产品认证周期因市场、国家和客户而异。一些高端领域可能进入时间会长一些，而在一些成本敏感的国家可能在较

短时间就能进入市场。目前来看欧美等发达市场相对来讲更开放，公司产品也更容易进入，在一些相对不太开放的市场可能会有更多门槛。

52、真正意义上的一个客户对于分接开关产品，它的白名单会有多少厂家？验证费用可能会有多少？

通常只有头部厂家，从行业格局来看，海外发展经过七八十年主要就剩下一家为主，国内三十年发展剩下的主要是华明，客户通常更倾向于直接或者间接指定经过验证的分接开关的厂家。验证费用相对较低，更多是提供产品供客户测试以及获取当地的许可证，费用不高。

53、能否介绍以下公司收购长征电气的情况？

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。此外，任何一个行业的发展离不开竞争，公司收购长征后保留“华明”和“长征”两个品牌，有两个销售队伍，会在合理范围内进行竞争，可以提升员工服务意识，未来往服务方向转型。之后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。

54、公司目前管理层的情况？

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了管理团队中。

55、公司的财务杠杆和分红比例的策略考量是什么？

公司的财务杠杆较低，分红比例较高，这主要是因为公司每年的现金流流入基本上能跟当年的利润相匹配，公司业务是一个现金流非常好，利润很稳定，但增速可能不快的业务。

56、电力工程业务的未来规划？

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。

57、数控设备现在大概什么情况？我们有用自己的吗？

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。此外公司数控设备业务主要是生产铁塔钢结构大型加工系统，同生产小零部件的数控设备并不一样。

58、公司分接开关应收账款情况？

不同客户的销售策略和信用策略不同。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。虽然公司开关业务应收账款周转也较长，在个别季度末的规模水平较高，但整体是非常健康的，当年的回款额经常都可以超过销售额。

59、原材料上涨对公司的影响？

公司使用多种基础原材料，单项成本占比均不高，只要原材料价格不会长期上涨，不会对公司成本有重大影响。随着业务结构和产品结构优化也能对冲原材料上涨带来的影响。但是原材料价格上涨可能会影响公司下游客户变压器厂的排产节奏及下订单的节奏，间接导致公司的订单节奏受到影响，可能短期间接的影响会更大。当然如果原材料价格长期持续的快速上涨也会对公司毛利率有影响。

60、公司国内和海外产品的毛利率分别是一个什么样的水平？

公司海外产品的毛利率会高于国内。

61、公司产品过去几年的毛利率有所提升，驱动因素是什么？

首先公司的业务结构的变化如海外收入占比的增长以及高端产品的增长，因此对整体毛利率有正面影响。其次公司收购国内最大的竞争对手长征电气后毛利平均出现下滑，主要是因为长征电气毛利较低，收购前长征电气的零部件大部分外采，公司收购后对它进行产业链的配套和完善，可享受零部件成本的附加值，因此近几年毛利率也逐步提升。

62、未来分接开关毛利率情况？

毛利率的稳定取决于收入的增长和成本的控制。海外建厂、人力成本以及原材料成本增加都可能对毛利率产生不利影响。但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提高，公司有信心维持现有的毛利率水平。

	<p>63、公司后续是否有收并购计划？</p> <p>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。</p> <p>64、公司分红情况及未来计划？</p> <p>公司 2023-2025 三年股东规划中已将现金分红调整为不少于当年实现可分配利润的 60%，这也反应了公司对未来的经营情况和发展的信心。此外，公司业务现金流强劲、负债率低且账上拥有足够的现金储备，具备实现高分红的能力。因此公司希望未来能够维持稳定的分红政策，但具体情况还是要根据当时所处的经营情况和资金需求来安排。</p>
附件清单	无