

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
参与单位名称及人员姓名	美银证券：王颖慧、高诚、赵彦琳 富国基金：徐智翔、张富盛、武云泽、汤启、袁宜、叶青、肖威兵；东吴证券：司鑫尧 源峰基金：孔令鑫；犁得尔投资：陈恺睿 中再资产：孙博睿 摩根大通资管：Lilian Leung、Li Tan
时间	2024年5月23日 14:00-15:00 2024年5月24日 10:00-11:00 2024年5月27日 13:00-14:00 2024年5月27日 14:00-15:00 2024年5月27日 15:30-16:30
地点	公司
上市公司接待人员姓名	董事会秘书：夏海晶
	<p>1、公司从国内和全球来看，份额占到了多少？</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</p>

<p>投资者关系活动主要内容介绍</p>	<p>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><b>2、公司海外个别市占率高一些国家的市场空间？</b></p> <p>产品在海外分散到 190 多个国家，全球除了中美以外很少有集中度很高的市场，个别市占率很高的市场以目前公司海外销售的规模也可以看出空间是比较有限的，这也是公司需要不断开拓新市场的原因。</p> <p><b>3、公司产品的定价及策略是怎么样的？</b></p> <p>不同市场定价不同，在充分竞争的市场，公司同竞争对手价格差别不大，在相对不太开放的市场，竞争对手的报价可能是公司的许多倍。公司海外产品价格通常要高于国内，但也有些地区的价格和国内没有明显差异。</p> <p>公司的全球价格体系基本稳定，无论是国内还是国外，通常按照产品定价，不会频繁调整价格。</p> <p><b>4、海外市场公司目前的拓展策略？</b></p> <p>海外市场的发展需要靠时间。海外某个区域如果达到一定规模后，公司会考虑在当地建团队、服务中心甚至工厂，比如公司在土耳其建组装工厂，通过在当地建厂、招聘当地员工以及在当地缴税等方式在当地深耕，助力公司更好的获取当地及周边区域的订单，从而“以点带面”扩大市场份额，并且也并不会带来成本的显著增加，公司在海外更多的是装配及实验工厂，设备的投入有限，公司也会根据当地收入体量去匹配相应的团队的规模。目前海外生产基地的建设更多是为了服务当地市场和打开周边市场，而非产能的考虑。</p> <p><b>5、公司现在变压器客户里面海外的变压器厂有哪些？</b></p>
----------------------	---

基本上全球大大小小的变压器厂家公司都有合作。

**6、海外市场公司不能快速去替代竞争对手的阻力是什么？**

主要是品牌，公司产品的决定权在用户端，就如同买电脑用户会选择使用 AMD 还是 INTEL 的 CPU 一样，决定权并不在电脑厂商。由于分接开关是变压器中唯一带电动作的组件，通过它来实现对电压的调节，产品的安全性及可靠性极为关键，客户会直接指定分接开关品牌，因此公司不仅需要关注变压器厂，也需要在终端市场上进行营销，此外海外市场的客户通常比较分散，公司在海外市场的发展需要时间。

**7、公司在土耳其还有东南亚的工厂选址有什么讲究吗？墨西哥建厂公司怎么考虑？**

公司在海外建厂或者团队布局主要考虑当地市场的欢迎程度、收入和利润的贡献规模能否覆盖成本支出以及长期的良性发展等因素。土耳其市场本身需求有限，但它作为一个很大的变压器出口及中转国，在当地有很多产能配套，并且它横跨亚欧大陆，地理位置方便，因此公司在土耳其建立生产基地。至于美国市场，目前美国市场的销售规模较小，还处于初步评估阶段，但美国市场非常重要，公司会综合生产成本、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。此外墨西哥虽然是一个选项，但考虑到成本和市场情况，公司在选择海外建厂地点时会更加审慎。

**8、如何判断海外市场的增长跟当地新能源的关系大还是目前来看电网改造这一块？**

很难也没有必要去区分，目前海外主要是石化能源向清洁能源转型的过程中，能源结构调整带来的电网和电力设备需求

的变化，电网改造一定程度上也会受新能源对电网的承载能力的要求的影响。

**9、中国很多行业跟海外企业成立都相差几十年，但同行业公司在海外的情况好像分化比较大的原因？**

客户更为看重产品的安全性及可靠性，公司在海外市场的发展需要靠时间，需要大批量产品拉长周期去验证产品的可靠性及稳定性，才有可能打开市场，在那个阶段价格才会具有相对优势。目前在这个阶段公司在海外市场的品牌影响力、服务团队的布局以及历史的积累等并不具备竞争优势，还有很长的路要走。

**10、从公司长线战略来说，除了分接开关以外，数控设备这块后续是否会大力投入，作为第二增长曲线？**

从利润率水平及盈利空间来看，分接开关一定是公司长期发展的重点，虽然增速可能会很慢，海外市场也可能需要很长的时间去发展，但其盈利水平是非常高的，海外市场的发展空间也很大。

对于公司数控设备，因为利润率水平相对较低，可能需要更高的收入规模才能贡献一定规模的利润，短期内可能对公司整体营收和利润都不会构成重大影响。对于公司的第二增长曲线以及外延的并购，公司也会持续关注，公司也更希望看一些利润及现金流相对稳定的业务。

**11、如果公司以分接开关为主，公司是否应该在海外战略上面更为积极一些？**

产品不一样，无法靠短期的营销和价格策略快速打开市场。

## 12、公司在北美市场的拓展思路是什么？

对于美国市场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，但公司会同步积极对接美国市场的业务。

## 13、如何看 AI 驱动对美国市场的影响？

目前来看美国市场主要是能源结构调整，即石化能源向清洁能源转变过程中带来的电网升级改造需求以及本身设备的更新换代的需求。尤其美国在去年用电量是下降的，明显是因为能源结构变化而不是 AI 拉动了目前的需求，至于未来几年以后有没有影响还要再观察。

## 14、公司今年在海外布局的计划？

公司今年会推进东南亚布局，东南亚主要以装配及实验工厂为主，公司会根据市场需求逐步匹配相应的团队规模，目前选址和方案已基本确定，团队组建和细节谈判正在进行中，这也是今年重点布局的海外基地。此外，公司也会同步搭建欧洲的销售及服务团队。

## 15、现在公司跟随国内变压器厂出海的机会？

公司产品是变压器中的关键核心零部件，主要由终端用户指定，因此在目前这个阶段还很难。但 2020 年以来间接出口持续保持了很快的增速，许多中国企业也在积极布局海外市场，将出海作为关键的发展战略，未来国产变压器的占比有机会持续提高。公司也希望中国的变压器能够在全全球达到更重要的比例，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。

#### **16、公司在海外的销售情况？**

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。

#### **17、公司从什么时候开始布局海外？**

公司从 90 年代开始就有产品销售到海外，2000 年以后成立了海外销售部门，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。

#### **18、公司在海外市场可以利用哪些优势去扩展份额？**

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竞争力，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。

**19、从竞争角度来看，如果分接开关产品寿命比较长，如果要在海外扩张，是否意味着必须要迎来海外新的大规模的投**

### 资周期？

分接开关行业不是一个新兴的行业，海外发展到现在也已经经历过多轮周期，并且从长期角度来看，经济的发展及社会用电量的增加，电力设备每年新增需求及更新换代的需求相对来讲比较稳定，可能个别年份会有一些波动，但长期来看是一个持续的增长。对公司而言海外更重要的是份额的提升。

### 20、海外客户会认可国内的参数吗？

各个国家和地区的行业标准都有所不同，这意味着公司需要花费更多时间来适应海外每个区域的电力需求和行业标准，产品设计也需要相应调整。公司产品目前已经覆盖上百个国家及地区，但海外客户还需要长时间去验证产品的可靠性及稳定性。

### 21、公司同竞争对手相比，处于什么样的一个阶段？

公司认为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和零部件加工的一致性上还是有优势的。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。

### 22、公司分接开关产品升级迭代的空间？

更多在于提高产品的稳定性，包括提高材料的耐用性、耐腐蚀性以及提升生产工艺等等，此外，延长产品的使用寿命以及尽可能把产品做到偏标准化状态也是一种迭代的方向。

23、在变压器和分接开关更换过程中，我们是否同一些变压器企业打包去竞标？

终端用户招标的时候会有对分接开关的要求，因此变压器投标的阶段公司就需要参与其中提供技术支持，公司也会积极参与并根据客户指定的分接开关需求和型号进行响应。

#### **24、公司产品的门槛在什么地方？**

分接开关市场小众且生产过程复杂，作为变压器中关键核心组件，对可靠性和安全性要求极高，但产品在变压器中成本占比较低，一台产品可能关联着过亿元的项目，因此极为关键。用户在选择时更倾向于选择有品牌保证的产品，对产品价格并不敏感，这种市场特性形成了较高的竞争门槛。

分接开关产品的生产难度极高，一台产品可能涉及到近万种零件，公司拥有两个全产业链生产基地，其中奉贤基地就拥有近万种零部件，且80%零部件可以自制，涉及到粉末冶金、铸钢、铸铝、环氧树脂、注塑等不同的生产工艺，这种高度复杂且精细化的生产方式，使得市场空间有限情况下，大厂不愿进入，小厂难以保证产品质量，因此这个行业逐渐形成了由专门的第三方厂家来提供产品，海外市场也是同样如此。公司在这个行业具有明显的先发优势，参与了多个行业标准的制定，还掌握包含特高压在内的多个核心技术，随着时间积累，技术优势会更加明显，也会进一步巩固市场领先地位。

#### **25、分接开关的行业格局？**

从全球的行业发展看，海外发展经过七八十年主要就剩下一家，国内三十年发展剩下的主要就是公司。

#### **26、电网系统电子化对产品的要求有变化吗？**

电力设备电网设备无论什么时候对产品要求都是越来越高的。



### **27、分接开关产品的寿命？**

分接开关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。

### **28、为什么变压器厂不会做分接开关？**

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。

### **29、不同电压等级产品的需求情况？**

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 以下，220kV 以上的占比相对偏低。国内国外都是差不多的分布。

### **30、特高压的情况？什么时候挂网？**

公司的特高压分接开关产品处于刚刚起步阶段，第一台特高压的产品供货给南网，在 2022 年已经挂网。公司去年 10 月底也与国网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，后续需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。

### **31、海外变压器厂扩产对公司的影响？**

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供需错配。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，公司的产品主要应用在大变压器，这一端相对需求是少的。

### **32、公司产能扩产计划？**

国内公司主要是遵义基地在扩产，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。

### **33、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。

### **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、公司是否会定期公布订单的信息？**

公司订单交付周期较短，短期订单的变化情况参考意义不大。

**36、公司对于利润 4 年翻倍的目标如何考虑的？**

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。

**37、如何看公司未来的增长？**

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、海外的资本开支计划？**

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。

**39、公司年报海外收入 2.7 亿，但去年出口金额是 3.4 亿，这个原因是什么？**

主要是口径不一致，公司 2023 年报中的海外收入 2.7 亿包含公司分接开关海外收入及数控设备的海外收入，就分接开关业务而言，公司 2023 年实现直接出口 2.4 亿，间接出口 1 亿，间接出口属于国内收入。

**40、公司近几年国内收入中网外占比提升的原因？**

主要是从 2021 年开始，因为新能源带来的产业驱动导致网外需求的提升，即新能源的上游的组件厂、支架厂及硅料厂等配套产业以及新能源汽车的整体供应链的投产带来了大量的工业需求。

**41、公司的账期情况？**

对于分接开关业务，收款方面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。

**42、原材料涨价对公司的影响？**

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。

**43、分接开关的毛利率情况？**

毛利率的稳定取决于收入的增长和成本的控制。海外建

	<p>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> <p><b>44、公司股权激励及减持计划？</b></p> <p>公司目前暂无股权激励或者减持计划，后续如有会进行信息披露。</p> <p><b>45、公司的分红情况？</b></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> <p><b>46、公司未来收并购计划？</b></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>
附件清单	无