

股票代码：002747

股票简称：埃斯顿

南京埃斯顿自动化股份有限公司

2024年9月5日投资者关系活动记录表

编号：2024011

投资者关系活动类别	<input type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 其他	<input type="checkbox"/> 分析师会议 <input checked="" type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 路演活动
参与单位名称及人员姓名	线上参与埃斯顿2024年半年度网上业绩说明会的投资者。	
时间	2024年9月5日 10:00-11:00	
地点	本次活动通过“约调研”线上交流平台进行	
上市公司接待人员姓名	董事长：吴波 财务总监兼董事会秘书：何灵军 独立董事：陈珩 证券事务代表：肖婷婷	
投资者关系活动主要内容介绍		
<p>1、问：智能制造领域的最新进展如何了？</p> <p>答：作为国产机器人品牌，为了能够建立基于性能和可靠性的客户信任，我们需要在一些行业建立能力证明和性能标杆的应用案例，为未来全面打开行业应用复制奠定基础，这是公司发展智能制造业务的定位。目前智能制造业务已经覆盖动力电池、压铸、汽车零部件行业的头部客户，在智能产线的设计中，把埃斯顿的机器人及运动控制部件形成的解决方案得到充分应用。在扩大</p>		

经营规模的同时，提升公司产品的核心竞争力。

2、问：净利润下降的原因？

答：报告期内，由于光伏等行业需求下滑，投资放缓及市场竞争加剧，收入增长不及预期、毛利率下滑、人员费用增长、折旧摊销等固定成本费用增加，对公司净利润产生较大影响。公司为构建长期发展核心竞争力，继续保持了高研发投入，在全球研发体系、销售网络、生产能力及人才储备等方面投入较大。下半年公司将加大业务拓展力度，努力实现公司全年业务同比增长，通过降本增效及强化预算费用管理提升公司的盈利能力。

3、问：您好，埃斯顿在行业内的竞争地位如何？有哪些独特的竞争优势呢？

答：根据MIR睿工业数据统计，2023年及2024年上半年埃斯顿成为国内工业机器人、国产多关节工业机器人出货量最高的国产品牌，中国市场国产品牌出货量位列第一，中国工业机器人市场出货量排名中位列第二位。

公司通过多年自主创新与技术积累，在自动化核心部件及运动控制系统、工业机器人到机器人工作站的智能制造系统的全产业链已形成了自己的竞争优势；公司坚持国际化发展战略，通过国内国外子公司的协同发展，提供全球化服务、研发和产品交付来打造全球化的核心竞争力；公司经过多年发展，不断积累行业客户和行业应用案例，结合特定的行业应用建立大客户服务团队，为客户创造价值的同时也取得了市场份额的快速提升，积累丰富的产品推广和项目管理经验，公司将复制相关经验到行业的其他客户，不断提升市场的渗透率，充分利用国产替代的机遇，依靠产品性能的不不断提升与更有效的服务能力，抢占更多国际品牌的客户市场。

4、问：公司在研发创新方面有哪些具体的投入和计划？能否透露一下未来的研发方向？

答：公司相关研发投入以及未来的研究方向已于定期报告中披露。公司持

续多年大力投入研发，是公司保持技术创新领先优势的重要保障，研发重点包括开发符合国际市场的高标准产品；全面向整体解决方案转型；结合相关应用场景，围绕大模型、机器视觉、数字孪生等前沿技术，布局机器人+人工智能领域，实现新兴技术交叉融合。

5、问：在市场拓展方面，埃斯顿公司有哪些具体的策略和目标？如何应对市场的变化和挑战呢？

答：2024年行业竞争加剧，国内市场方面，将着重从几个方面改善经营：（1）持续聚焦大客户战略，扩大市场规模，提升品牌影响力；（2）构建区域营销，结合公司在大客户战略方面积累的项目经验进行复制，继续渗透到行业的中小型客户中；（3）从单品销售往解决方案转型，针对客户场景和工艺进行定制化开发产品组合，降低可替代性，打造竞争力强、切实解决客户问题的综合解决方案能力。

海外市场方面，公司基于全球化的业务布局，公司继续加大对欧洲、美洲、中东、东南亚等市场的开拓，包括助力中国企业出海；通过海外大客户经验进行产品迭代，拉动国际化高标准产品的研发落地，启动海外生产制造基地建设，助力埃斯顿品牌出海；通过公司拥有的CE、UL、高标准功能安全等符合国际标准的安全认证，在设计、制造和运营等各环节打造国际化标准体系，提升产品和服务的国际竞争力。目前，除了海外子公司的海外产品销售外，公司组建了国际化团队，加大出口业务的布局，并与海外子公司合作研发符合国际市场标准的产品，进一步扩充产品序列，希望未来海外市场能够成为公司新的业务增长点，提升公司产品在全球的市占率。

6、问：目前降本的话，是通过什么样的方式呢，像用国产或者自产零部件吗？未来毛利率的预期是多少呢？

答：不断降本是满足客户降本增效的诉求，更是公司对自身发展的要求。公司通过优化供应链、提升原材料国产替代、实施制造精益管理等降本增效措施，逐步改善公司毛利率水平。具体包括利用全产业链的竞争优势，强化核心技术和供应链自主可控发展模式，加快关键零部件自研自产；引入更多的国产

供应商品牌；在供应链体系优化、物料归一化管理、制造提效等方面实现精细化管理。

在降本的同时更需要通过加快新产品的开发和已有产品的升级换代等措施不断提升产品的竞争力，使得公司的毛利率在未来稳定的基础上不断提升。

7、问：下半年机器人业务有提升吗？

答：2024年公司的工业机器人出货量目标是30,000台。按照睿工业的统计，埃斯顿2024年上半年的出货量是近13,000台，下半年公司将努力完成全年的出货量目标。公司将重点跟进外资品牌的主要市场，针对性地加大投入攻坚，以加快国产替代。

8、问：针对未来的市场趋势和挑战，公司有什么战略规划或应对措施？

答：未来，国内市场的竞争格局会持续存在，公司会加大技术创新和管理变革的力度，在不断开拓海外市场和国内高端应用市场的同时，持续推动减费降本增效措施，以应对市场的变化和挑战。

9、问：公司有无新市场开拓计划？

答：公司未来重点拓展海外市场，建立海外市场的应用标杆案例，以实现国内国外市场的联动发展。在国内要逐步攻克机器人高端应用的行业，如汽车整车产线、船舶等。

10、问：公司业绩一直都还可以。今年怎么连续2个季度都是亏损的呢对于后期公司业绩扭亏为盈有什么举措呢？

答：多年来，公司为构建长期发展核心竞争力，持续保持高研发投入，在全球研发体系、销售网络、生产能力及人才储备等方面投入较大，提升市场份额和品牌影响力是公司的主要经营目标。2024年由于光伏行业需求下滑，投资放缓及市场竞争进一步加剧，造成销售和毛利率有所下滑，人员费用增长、折旧摊销等固定成本费用增加，造成公司经营亏损。公司在年中已经对业务和人

员做出了相应的调整，加大业务拓展力度，努力实现公司全年业务同比增长，通过降本增效及强化预算费用管理改善公司的盈利能力。

11、问：公司在人形机器人研发储备方面是否取得实质性突破？目前在人形机器人方面投入的力度有多大？

答：公司底层技术与人形机器人的开发有相通性，公司参股了南京埃斯顿酷卓科技有限公司（以下简称“酷卓”），其业务包含了人形机器人的部件及算法的研发，未来基于多场景交错互补模式，酷卓的产品研发可以进一步丰富公司的产品组合及技术布局，有利于加深公司与酷卓在高柔性智能化机器人及具身智能等相关领域的业务合作。

公司在人形机器人方面的布局，主要是在工业领域的应用，设计出工业级别的人形机器人来替代作业，要求的人形机器人具备更高的精度、刚性和负载等特点，针对特定行业进行设计和开发。

12、问：吴波董事长，您好！请问埃斯顿作为下游行业广泛的基础自动化行业公司，具有数十个下游行业上百家客户类型，为什么光伏一个行业的不景气，直接导致业绩翻船？在整个A股自动化设备公司里，也很少发生这种情况，请说明光伏行业与公司的绑定深度和影响程度。另外还有个比较有趣的问题，在前几日董秘回答投资者提问时说到，大致意思是公司的大客户战略，大客户议价能力较强，导致公司的产品价格被压价，公司推进大客户战略的目的和结果是薄利多销？请就大客户战略做个说明。谢谢！

答：虽然公司业务应用涵盖了比较广泛的下游行业，但是去年光伏新能源在业务增量中的占比较大。

大客户战略是公司长期坚持的发展战略，尽管大客户议价能力较强影响公司一定的毛利率，但是大客户对公司的品牌建设、技术迭代的拉升以及长期稳定的业务发展非常重要。公司可以通过大客户建立的品牌影响力和行业应用案例，复制相关应用到行业的其他客户，不断提升市场的渗透率，充分利用国产替代的机遇，依靠产品性能的不断提升与更有效的服务能力，抢占更多国际品

牌的客户市场。

13、问：个人投资者(散户)能否到公司调研？如果行，如何预约？

答：公司十分重视与投资者的互动交流，个人与机构投资者均可以通过实地调研、投资者电话、邮箱、互动易等方式与公司保持沟通。若您有实地调研需求，可以拨打电话或邮件联系预约，提供股东身份信息确认后，公司将统一安排。

本次接待过程中，公司与投资者进行了交流与沟通，严格依照信息披露相关管理制度及规定执行，保证信息披露的真实、准确、完整、及时、公平，未出现未公开重大信息泄露等情况。

附件清单（如有）	无
日期	2024年9月5日