

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>Sparx: 洪展鹏</p> <p>大成基金: 敬思源、曾大鹏、刘峰、刘照琛、王晶晶; 长江证券: 袁澎</p> <p>首域盈信: 刘国杰、费启旻、孔维粒</p> <p>华泰证券: 刘俊、戚腾元、苗雨雅、周敦伟; 旭松投资: 张泽政</p> <p>摩根大通资管: John Citron</p> <p>Ashmore Group: Ben Akrigg</p> <p>麦格理资本: 张仪</p> <p>彬元资本: 吴晨、钱璿、张书鑫、陈海亮</p> <p>源峰基金: 孔令鑫; Pinpoint: 朱嘉伟; 永安国富: 胡瑶; CSOP: 伍骋宇; Keywise: 林晓文; UBS: 利林海、王斐丽、李玉华</p> <p>East Capital: 陆宇熙; Mondrian Investment Partners: Samuel Wyatt</p> <p>财通证券: 付正浩、张生</p>
时间	<p>2024年11月08日 13:00-13:30</p> <p>2024年11月08日 13:40-14:10</p> <p>2024年11月21日 13:30-14:30 电话会</p> <p>2024年11月21日 15:00-16:00</p>

	<p>2024年11月21日 16:00-17:00 电话会</p> <p>2024年11月21日 17:00-18:00 电话会</p> <p>2024年11月25日 13:00-14:00</p> <p>2024年11月25日 14:30-15:30</p> <p>2024年11月26日 14:30-15:30</p> <p>2024年11月28日 11:00-12:00</p> <p>2024年11月29日 10:00-11:00</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、公司的客户类型及应用领域？</p> <p>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。</p> <p>2、今年电网投资增速以及新能源增速较高，但公司收入增速对比起来会慢一些，出现差异的原因？</p> <p>公司增长主要同新开工变电站项目的数量有关，同装机量及投资规模的指标关联有限，因此尽管投资额增加，但当年新开工的项目数量更多是一个相对平稳增长的过程。</p> <p>3、电网客户的采购决定是如何做的？是否会直接向公司采购？</p> <p>通常客户在采购变压器时，不会直接向公司采购分接开关，而是将对分接开关的技术要求纳入其变压器招标的技术规范中。</p>

4、网内这些客户的选购是由国网还是省级这些子公司来决定？

主要看项目的招标主体。

5、今年网内和网外的情况？未来怎么看？

上半年一定程度受原材料价格波动及项目施工进度影响，订单节奏略有波动，但六月份起从订单开始已经逐步恢复，前三季度国内同比有增长且网内快于网外。未来来看，电网从历史看一直是保持持续平稳的增长，网外主要看是否有新的产业驱动，近期国内也出台了一系列宏观调控政策以及一些逆周期调控的措施，后续政策落地情况以及市场变化仍有待观察，目前没有办法预测。

6、怎么看待大家目前对于行业的预期？

当前全球变压器行业正经历一个良好的周期，部分海外客户甚至认为这是很难得的大周期，这可能基于他们观察到的变化，公司在海外市场的占比较低，很难看清全貌，但我们相信如此多的企业都有一致的判断还是客观的。自去年起，我们一直强调分接开关行业并非外界所想象的那样，这个行业本身不是快速或爆发性增长的行业，能达到高个位数或者低两位数的增长已经是很不错的状态。这一轮增长主要由全球能源结构向低碳和清洁能源转型驱动，这是一个全球性趋势。近两年许多变压器厂在扩产更多是短期供需错配对产能的重新优化及调整，在数量上很难有很大的爆发性增长。因为所处产业链位置的不同，即使同属电力设备行业，公司和公司之间也完全不一样，大家不能完全的去用某一类变压器客户或者电力设备公司或者某一段时间的部分企业的业绩去判断公司所处行业的预期，这是不客观的。

公司的产品处在相对需求很少的环节，这部分的投资本身

在一些很强的周期中也是增速很平缓的状态，这跟 GDP 的增速波动相对是更接近的状态，参考过去三年公司如此快速的发展，平均的收入增速也就在 15%-20%之间，在国内新能源产业链扩张周期结束以后，显然短期内如此高的预期是不合理的。

7、公司的市占率情况？

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。

8、公司 500kv 及以上目前市场占有率还比较低，难度主要在什么地方？

在制造和切换角度上，高电压等级产品不一定比低电压等级产品更难制造，在切换的需求上可能比低电压等级更低。但是对应到越高电压等级项目，当然整体投资额会更大，这样客户在选择产品时，往往倾向于选择有长期经验和信誉的品牌，竞争对手是一家德国百年老店，国产替代是一个长期过程，短期内仅凭几台新产品难以撼动其长期积累的优势。

9、公司在海外不同国家的情况？

目前欧洲是公司海外收入最大的市场，剩下主要是中亚、东南亚、美国、非洲等地区。

10、公司在海外的销售策略是直销吗？

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。

11、公司在海外的发展策略是什么？

在海外市场，公司主要通过重点区域本地化布局以及做好产品来深入各个市场，我们的策略是在某个区域市场稳固立足并实现良性循环后，进一步建立本地化团队，涵盖销售、服务或产能组装等关键环节。从用户角度并不希望市场长期被单一品牌垄断，这也为我们在海外市场提供了进入机会，但因为产品较为关键，虽然用户会引入公司产品用来平衡价格，短期海外竞争格局很难发生重大改变。

12、从供应链角度公司本地化会怎么做？

各国对于本土企业的标准存在差异，公司的本地化策略也会根据各国的具体标准进行调整。

13、公司在海外的拓展的难度很大吗？

应该说从来都没有简单过。在海外市场，我们是一个个台阶逐步往上攀登的过程，每个台阶都是新的难关与挑战。一旦跨越这些台阶，后续的发展将依赖于时间的积累，具体需要多长时间很难有标准答案。我们预计挑战不会减少，但也不会比现在更加困难。

14、直接出口与间接出口有什么区别？

直接出口是直接销售给在海外的变压器厂商。间接出口主要是公司将产品销售给在国内的变压器厂，可能是国内品牌也可能是国外品牌。

15、公司在海外的竞争优势？

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，因此公司有望缩短海外市场份额提升所需的时间，公司也会抓住这一历史机遇，加速对海外重点区域的本地化的布局，尽可能缩小同竞争对手的差距。

16、公司产品同竞争对手的价格以及产品的差异？

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，竞争对手的报价要远高于我们。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和精度上还是有优势的。

17、为什么分接开关行业是这样的格局？

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，对产品的可靠性和安全性要求极高。对于用户来说，也并不愿意轻易更换供应商，因一个销售价格占比很低的组件导致变压器故障、停电造成的直接和间接经济损失可能是巨大的。产品本身制造难度也很大，公司自己配套有近万种零部件，涉及不同的工艺、材料及种类，在零部件加工和装配的环节，也会有很高的一致性和精度的要求。

分接开关的重要性的和高制造难度构成了进入这个行业的高门槛，限制了参与者的数量，并且市场规模相对较小，市场容量有限，也难以容纳更多的竞争者。过去也有一些变压器厂自行生产该产品，但只能销售给自己也很难产生规模效应，后

续也难以进行产品持续升级与迭代，因此逐渐转变为由第三方的专业厂家进行生产。分接开关是一个尽管长期增长，但增速较为缓慢的行业，相对细分且小众，大厂对此细分市场不感兴趣，小厂也难以满足高要求的生产工艺。专业化厂家因先发优势而领先，用户也倾向于信任历史悠久的品牌，这一点如同芯片市场。我们海外竞争对手是一家百年老店，行业内经验和积累超过八十年，在海外市场的品牌、营销、服务、资源都远远比我们有优势。同理，公司也是因为同样的原因在国内拥有巨大的优势。

公司走到现在得益于天时地利人和，中国电力设备市场的高集中度、过去国内二三十年经济的快速增长以及创始人始终专注于分接开关产品并且打通了分接开关产业链这三点缺一不可。目前来看分接开关行业格局较为稳定，新兴市场也很难出现类似过去中国市场的发展机会，并且专业技术及人才也很难得，这个格局很难打破。

18、公司在海外的开拓思路是同几家大的变压器厂合作吗？

尽管海外变压器市场由几家大厂商主导，但产品关键在于赢得终端用户，因为他们是最終决定者。用户在选择产品时会根据自身需求挑选，而非随意接受推荐，虽然变压器厂的支持很重要，但决定权最终在用户，如国内目前高电压等级产品还是进口为主。实际上，公司需要赢得的是当地电网体系或其他用户，如发电厂、数据中心、钢厂或铝厂等这些客户的认可。成功有时取决于机遇，但也依赖于我们的硬实力。这个过程是漫长的，不仅指进入市场或实现销售较为漫长，客户真正认可产品品牌的稳定性及可靠性并大规模采购，这需要规模和时间的双重支撑，缺一不可。单台设备运行多年或者上千台设备运行一年的稳定性均不足以证明产品的稳定性及可靠性，只有当

上千上万台设备长期的运营稳定性得到验证后，就如同竞争对手一样，客户才会真正信任产品。

公司在海外的目标长远来看是希望占据一定的市场份额，哪怕只是一个区域市场，如果在当地可以形成良性循环，我们会考虑布局销售及服务中心，甚至考虑建立工厂，我们通过本地化布局的方式希望能够实现长期稳定地占据市场的一定份额，而非单纯的增长。

19、竞争对手的客户如果想要使用公司的产品，是如何做这个决定的？

客户对于新产品的接受和认可是一个逐步积累的过程。由于他们可能之前未曾使用或很少接触我们的产品，因此需要一段时间来适应和验证产品的可靠性，这是一个长期且持续的从量变到质变的过程。公司在这期间需要有足够的项目保有量来提升品牌的知名度，也需要销售、服务团队以及当地生产等各个环节的协同工作，以逐步提升市场份额。

20、竞争对手在国内哪些细分赛道更有竞争力一些？

从电压等级来看，更高电压等级的产品目前还是以进口产品为主。通常来看，在对品牌及稳定性要求比较高的一些环节中，竞争对手被选择的可能性高一些。

21、目前公司在海外的发展的阶段？公司会加大对海外销售及服务团队的投资吗？

目前公司在海外的发展处于起步阶段，只有当一个区域收入和利润的贡献规模能够覆盖成本支出，可以形成良性循环，公司才会考虑在当地进行布局或者投资。

22、分接开关产品的定价模式？价格一般是多少？

竞争对手一般会根据人工成本、通货膨胀率等因素每年对价格进行略微调整，但相对来讲每年价格变化幅度非常有限。公司目前在海外市场处于开拓市场的阶段，在这种情况下公司的价格体系相对稳定，但因为公司海外产品价格高于国内，随着海外收入占比提升，公司的整体均价也在提升。

23、一个大的变压器厂家如果想要更换供应商的难度有多大？

任何的变压器厂家要更换供应商都需要最终用户的同意，不同的用户就会有不同的要求，你可以想象要跟家属沟通明天的某台重要手术要把有着几十年从业经验的医生换成一名刚刚实习期结束的医生，会有多大的阻力。

24、公司怎么看海外市场增长的过程？

短期由于当前公司海外收入基数较低，在低基数基础上，公司有可能在某个时刻迎来一两个台阶式的增长。如去年公司在海外某个单一市场的增长就使公司收入上了一个新台阶。未来如果公司能在美国或中东市场获得一定比例的订单，也有机会为公司带来短期的增量。

长期而言，公司要在海外市场与竞争对手争夺市场份额，关键在于市场对产品的认可，这需要我们的产品在海外市场上有足够大的保有量，并且能够持续运行足够长的时间，这将依赖于产品的可靠性、服务、价格以及其他有效的竞争策略。这可能是一个 20 年甚至 30 年的过程。

从短期向长期过渡，公司需要依靠时间积累，经历从量变到质变的过程。当前策略是采用本地化模式，即在市场销售规模达到一定程度后，在当地建立销售和服务团队，甚至在区域销售规模足够大时建立工厂，这至少可以巩固公司在当地的市场份额，虽然建立工厂并不一定保证销售增长，但至少可以保

持销售规模的稳定，剩余的工作则是交给时间去积累。对于竞争对手来说，他们不需要经历这样痛苦的过程，而公司则必须通过这种方式逐步建立和巩固市场地位。

25、我们同竞争对手产品的可替换性？

分接开关产品具有定制化特性，同一客户在不同的项目中可以使用公司的产品，也可以使用竞争对手的产品。若客户需要从一家供应商的产品转换至另一家，分接开关厂商需要针对变压器进行结构和尺寸上的调整。如果针对少数订单变压器做出调整比较耗费精力，在这个环节公司的定制化效率更高，主要也是因为海外项目的数量相对少，像竞争对手这样的体量，这样做效率就会很低。

26、公司产品在美国市场有一些技术上的区别，主要是什么？

美国市场主流的是外挂式分接开关，同国内或者欧洲使用的内置式分接开关不同，主要安装在变压器外部，这是北美的标准，这款产品的单价高于常见产品，公司过往也有发货，目前正在做新一代产品的研发试验。

27、为什么中国变压器厂家会去买竞争对手的产品再出口？

分接开关产品的选择权最终掌握在终端用户手中，可能是私营企业，也可能是数据中心，终端用户可能会因为变压器的紧迫需求而选择从中国购买，但对于分接开关这一关键部件，他们更倾向于选择在海外市场中拥有品牌、口碑及历史积累优势的竞争对手。今年公司间接出口之所以能实现显著增长，部分原因是因为公司具有交付优势，终端用户的决策是导致分接开关市场变化的关键因素，而变压器厂通常并不具备最终决策

权。

28、如果客户从使用竞争对手的产品变为使用公司的产品是否需要重新验证？

在海外市场，公司产品除了在美国市场因产品结构差异需要实验室数据支撑可靠性以及在中东因未进入电网白名单而面临型式试验要求外，其他市场均有销售，进入的关键主要取决于客户是否对我们有限制，理论上这些实验的差异并不大，但可能会延缓我们进入这个市场的时间。

29、美国总统选举对关税的想法？

谁上任都可能加征关税，至少遇到一个愿意把计划在自媒体公布出来的总统并不全是坏事。未来也会根据实际情况去调整公司在当地的销售策略，如果条件允许公司也会选择在美国建厂。

30、公司为什么对北美市场充满信心？

从今年的情况可以看到，在占比很低的情况下，公司目前的海外业务发展并不严重依赖于美国市场，公司正在对政治风险进行综合评估。北美市场的产品标准与其他地区存在差异，全球能够生产外挂式产品的企业极为有限，即便竞争对手扩产，也难以完全满足美国本土的需求。目前，美国本土的变压器产能主要依赖于欧洲和亚洲，市场缺口依然存在。新总统的政策最终还是在于振兴本土经济，美国用电量及电力设备投资仍值得期待，相对来讲北美市场对我们的产品需求更为迫切。

31、如何看待地缘政治对直接和间接出口之间关系的影响？

我们始终认为直接出口和间接出口之间并非此消彼长的

关系。截至三季度虽然直接出口增速同比放缓，部分原因是海外变压器厂产能限制以及公司品牌影响力在海外尚未显著提升，但这并不与间接出口的快速增长相矛盾。直接出口的增长实际上是在海外市场建立品牌影响力的体现，而间接出口的成功很大程度上依赖于海外用户对产品的认可，直接出口的增加并不必然导致间接出口的减少，比如去年公司在海外收入最大的市场也实现了直接出口和间接出口两者的高增长。

从地缘政治的角度来看，我们无法控制其变化，但可以通过在当地设厂生产的方式，尝试在当地市场形成直接销售。如果法律、行政命令等条件允许，我们愿意在当地投资建厂，但如果存在政策限制或其他因素导致建厂和生产成本过高，我们将调整相关策略。

目前，地缘政治影响较大的主要是北美市场，但即便排除北美市场，全球仍有广阔的空间和足够的市场份额供我们争取。我们的市占率仍有提升空间，因此仍有很多市场值得我们努力。

32、公司出口主要是靠直接出口还是间接出口？

过去公司主要以直接出口为主，从今年开始，我们公司的间接出口比例有所提升，不排除未来会超过直接出口。

33、海外客户是否会因为保供的要求积极找我们？

这两年确实会有一些客户较为积极，但这并不代表我们在海外的竞争格局发生了变化。

34、对俄罗斯市场怎么看？

尽管面临复杂的制裁规则，但公司会在合规的前提下继续推进当地市场的业务，目前公司在当地市场的订单也一切正常。公司正在搭建对当地市场业务的前置的审核程序，会基于

规则调整内部的策略，对于可能涉及敏感行业的下游客户或项目，公司将审慎评估并做出必要的取舍，确保业务的合规性。

35、为什么不考虑墨西哥建厂？

从墨西哥到美国也会涉及到出口和关税的问题，也会有政策变化等不确定性因素，如果想要打开本土市场，没有比成立一个本地化企业更好的方案，我们始终坚定一个信念，如果能进入美国或者北美市场，我们就正大光明的去，如果不让进，那暂时不去也没关系。

36、为什么不考虑扩张土耳其产能主要做欧洲的业务？

土耳其和欧洲也分属于不同的区域，公司更倾向于直接在当地进行布局，公司今年计划在欧洲布局销售及团队，但目前因为行业景气度较高，当地人的招聘需要时间，但公司会继续推进，公司的直销团队也会同步对接欧洲的业务。

37、公司对于北美及欧洲市场售后的战略？

由于分接开关产品并非每年都需要检修，若保有量不足，可能导致多年才接到一次检修订单，在许多地区，若以当地人工成本计算，这样的收入难以维持固定团队的运营。因此，我们通常在收入和服务需求达到稳定状态时，才会考虑建立团队。尽管我们在土耳其、印尼、美国和巴西等地已有团队，但目前业务规模和年度检修需求尚未达到需要进一步扩张人员的程度。未来若需求增加，我们将考虑进一步扩大团队规模。

38、产品功能看起来比较单一，为什么有这么多零部件？

就如同手表，功能看似单一，只是显示时间，但要求做到在很长的时间内都可以精准的显示时间，不发生误差，其内部的机械构造、材料包括齿轮等组件，还是很复杂的。

39、产品出现问题的概率大吗？一旦出问题主要在哪个环节，对于客户来讲会有什么感受？

分接开关是一个需要高度稳定的产品，故障率极低，通常只有在切换动作的过程中会有所表现。公司在海外市场的销售量相对有限，任何单一产品的故障都可能对客户的信任造成长远影响，可能导致客户在未来一段时间内不再选择我们的产品，从而对公司的海外业务拓展造成短期的负面影响。

40、对于产品的装配精度怎么理解？

在机械结构的切换过程中，不可避免地会出现磨损、损耗等问题，这些均要求结构具有高度的稳定性。

41、我们是否遇到工人的熟练度的问题？

组装环节较依赖人工和熟练工，但我们认为公司目前保证生产和产品交付的管理模式较为成熟，也会匹配各种工装及模具来保证产品装配的一致性，从而缩短员工培训时间，降低装配难度，提高组装效率，这也是产品生产环节很重要的壁垒。

42、一些变压器价格上涨，但好像反映在分接开关这个环节没有出现严重的供不应求的情况？

目前分接开关交付时间仍然短于变压器的交付时间，即使整体交付时间要比以前更久，也没有所谓的供不应求的情况。

43、公司在海外投资工厂的产能预期是什么？

海外就是量变到质变积累的过程，即便建厂以后没有增长，只是能够固定每年销售的份额，这也给公司的量变积累带来支撑，只要能坚持足够的时间，也足够了。

44、公司目前的产能规划？

国内目前在上海奉贤和贵州遵义各有一个全产业链的生产基地。海外主要在土耳其等地有装配工厂，东南亚印尼工厂正在建设，计划明年从当地工厂发货。未来条件允许的情况下公司也会考虑在美国布局。

45、分接开关的寿命周期？

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。

46、应用在不同场景的变压器比如风或者光伏电站对产品的不同要求？

产品性能需求因应用环境而异，如抗腐蚀和耐温性能要求受地理位置和气候影响。不同地区使用的变压器在材料及零部件的选择上存在差异，不能一概而论。因此，并非简单地将海风与光伏变压器区分开来，而是需要根据每个具体项目的需求来确定分接开关的切换结构和关键零部件的材料，这可能需要在设计上进行调整以适应不同环境。

47、公司定制化如何同竞争对手进行差异化竞争？

竞争对手因其业务规模难以为个别特殊需求投入大量时间和资源去设计，公司目前在海外规模较低以及公司具备全产业链的生产优势，可以在较短时间内响应并提供定制化服务。

48、真空开关为什么价值量会高于传统产品？未来的趋势？

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。现在公司产品中真空开关的占比也在不断提

升，从长期看我们相信国内真空开关也将会逐渐替代油浸式开关，但需要一定的时间和过程。

49、公司真空泡是自制的吗？

公司目前主要以外采为主，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，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。

50、公司特高压的进展？

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，今年 6 月份已经公告交付完毕，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。

51、往低电压等级发展是什么情况？

目前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批量化应用，还需要看配电相关规划及电网架构方案，但公司也看到这为解决目前及未来配网压力提供了新的思路。

52、电网调压的目的是什么？

下游负载的变化可能会导致功率输出的波动，因此当不同区域的用电负荷持续发生波动时，就可能引发一系列功率问题。如电压的突然升高可能会损坏电器设备，而功率的不足则会导致用电困难。如果每个区域都频繁出现这类问题，那么电网这一互联大系统将面临如同海上龙卷风般巨大的负荷波动

挑战，无疑会对整个电网系统的安全构成严重威胁。再如数据中心在存储大量数据时若遭遇突然断电也将会面临巨大的风险。因此，进行电压调节的根本目的在于稳定输出功率，确保各类用电设备的安全运行，这是电网系统中最基本也是最重要的保障措施。

53、公司检修服务跟竞争对手差别比较大是因为什么？

竞争对手在海外已经发展七八十年，积累了很大的设备保有量规模，对服务需求较大，并且他们有能力在全球范围内部署服务团队，我们还有很长的路要走。国内公司检修业务起步较晚，此外，虽然国内由于受到季节性和人员规模的瓶颈制约，业务开展较为受限，公司希望通过推进在线监测产品的研发，使用技术手段实现产品的长期运维和检修，减少对人力的依赖，公司近几年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，检修业务未来会更为稳定。

54、数控设备未来怎么看？

目前公司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。公司希望通过几年的努力，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。

55、公司为什么做电力工程业务？

目前主要是存量业务的收尾工作，经过多年的运营，公司也在该业务积累了一定的市场口碑并且也有一些愿意推荐项目的客户。此外，该业务与公司分接开关业务存在协同效应。未来公司会在优先考虑回款效率的情况下适当开展相关业务。

56、公司会有专利问题吗？

所有涉及知识产权的争议公司目前已经全部解决。

57、公司未来的增长驱动？

短期主要看国内经济发展、电网投资规模和产业周期等方面，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。

58、公司资本开支较小，可以说下未来的产能规划以及资本开支计划吗？

公司产能有足够弹性，在目前的市场需求下可能没有大规模进一步扩产的需求，更多会在于提高产能利用率。实际上公司过去三年人数几乎没有增加，厂房设备略微增加，但人均产值和产量明显有所提升。未来国内主要是着重于生产效率的提升，每年主要在技术改造、零部件工艺优化、质量管理体系提升等方面进行投资，资本开支相对来讲比较稳定，暂时没有其他大额开支。

公司在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。

59、产线自动化提升效率的空间？

产线自动化的提升是一个长期的过程，目前主要是在表面处理实现了自动化，未来可能推动仓库自动化从而实现自动领料、领配件以及机加工自动化等等，当自动化水平明显提高以后对效率的提升作用可能更明显一些。

60、公司当时为什么选择借壳上市？

主要是出于拓展海外市场的需要，当时公司也吸收了一些私募股权的资金并存在上市的对赌协议。公司当时每年利润规模还不够高，依靠自身发展海外市场的抗风险能力相对薄弱，因此为了增强资金和资本实力，以更好地应对海外市场的挑战，做了这样的选择。

61、公司收购长征电气以后两个品牌的情况？

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，对于市场费用公司也会有所控制减少内耗。公司未来的重点是拓展海外市场，因此公司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，在一定时期内保持两个品牌和团队可以保持团队的积极性和竞争力，同时两者的技术整合和差异化的路线将逐步进行，不会立即实现，需要时间过渡，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。

62、公司主要的原材料有哪些，其价格波动对公司的影响？

公司使用的是多种基础原材料，如铜粉、钢锭、铝锭、钨粉、锡粉，环氧树脂等，单项成本占比都不高，实际采购额有限。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。

63、公司的毛利率较好的原因？

公司打通了分接开关产品的全产业链，80%以上零部件可以自制，所以每个加工环节的技术附加值得以保留在公司体内，如果零部件依靠外采为主，毛利率会远远低于目前水平。近几年表现比较好也有公司海外收入占比增加以及不断优化产品结构的原因。

64、公司未来毛利率怎么看？

单从分接开关来看，未来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，通过海外收入占比提高，公司有信心维持现有的毛利率水平。综合毛利率难以预估，主要会受到电力工程及数控设备业务的影响而产生波动。

65、公司费用率怎么看？

预计全年可能总体保持稳定，但由于通常第四季度公司会确认一部分销售费用、奖金提成或奖励，从单季度来看，跟往年趋势基本一致，四季度会有集中体现。

66、公司应收账款是怎么样的？

公司应收账款在个别季度末有所增加主要与公司分接开关业务收款特点有关，公司对不同客户采取不同的销售策略和信用策略。一部分客户会现款提货，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，通常会在当年底结清，因此公司应收账款在个别季度末的规模水平较高，但整体是非常健康的，结合收入和现金流情况，风险也较为可控。

67、公司长征电气的诉讼是怎么回事？对公司的影响？

担保事项发生在公司收购长征电气之前，且原股东天成控

	<p>股未如实向公司披露本案中所涉及的长征电气对外担保事项，根据收购协议，公司有权要求天成控股履行赔偿责任，并承担长征电气因本案遭受的全部损失，代长征电气直接偿还支付；公司亦将积极主张长征电气不应承担担保责任。</p> <p>目前尚未开庭，暂无法判断对公司本期利润及期后利润的影响，但长征电气名下未拥有目前生产经营所需的厂房、土地、设备等生产资产，不会对公司生产经营正常开展构成实质影响。</p> <p>68、公司现金流比较强，未来怎么考虑？</p> <p>在没有明确的对外扩张需求时，公司将优先考虑维持并实施稳定的分红政策。同时，公司也会持续关注市场上的收并购机会，在合适的情况下也会果断采取行动。目前来看，即便公司每年分红比例较高，账面现金仍足以支持公司基本运营及海外扩张。鉴于公司较强的融资能力、低负债率和充足的发展空间，如果出现扩张需求，公司也会考虑将部分利润用于分红，公司将保留账面现金以应对未来可能出现的风险和扩张机会。对于分红，公司会按照 2023-2025 股东回报规划维持至少 60% 的分红比例，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