

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>泰康资产：林崇平</p> <p>Apha capital: Chenbin Xu; 汇丰：陈家崧</p> <p>Mondrian: Andrew、Yanjun Deng; 中信证券：华夏</p> <p>摩根资产：朱馨远</p> <p>淳厚基金：谭啸风、冯晓曦、刘域</p> <p>3W Fund: 刘昊聪; Allianz: Thomas Zhu; Barings: 荣白丁; Fountaineap: 涂画、金悦奇; 博时基金：谢泽林; 博裕资本：姜涵奕; 常春藤投资：程熙云; 东莞证券资管：杨耿; 东兴基金：周昊; 风炎投资：徐余颀; 贵诚信托：周孟夏; 国联资管：樊景扬; 国寿安保基金：李博闻; 国寿养老：周晓文; 合远基金：庄琰; 和基投资：李天益; 恒邦兆丰：吕科; 红杉资本：闫慧辰; 鸿道投资：谢培凤; 华安基金：杨明; 华泰资管：唐雨潇; 汇丰晋信：韦钰; 汇添富：劳杰男; 混沌投资：黎晓楠; 嘉合基金：郑伟豪; 嘉实基金：倪小萱、谭丽; 建信基金：李树磊; 金鹰基金：汪达; 泾溪投资：吴克文、李泓桦; 开源：王炳辉; 宽远：何潇; 龙航资产：颜孝坤; 民生理财：杨桐; 磐厚动量：孟庆锋; 鹏扬基金：王哲; 乾惕投资：吴林峰; 钦沐资产：杨郭浩; 清和泉资本：傅翔; 慎知资产：张洪宇、李浩田; 汐泰投</p>

	<p>资：刘平；新华基金：赵强；新华基金：姚海明；兴业基金：刘体劲；旭松资产：张泽政；玄卜投资：韦琦；玄元投资：赵仲鹏；银华基金：刘宇尘；银华基金：于蕾；招商基金：朱红裕；正圆投资：牛艺瑾；中海基金：姚晨曦；中信保诚基金：孙浩中；中信资管：黄祚栋；中银资管：张岩松；中英人寿：黄翊鸣；中邮资管：张文鹏</p> <p>睿远基金：陈术子</p> <p>摩根大通：Stephen Tsui、夏文瑜</p> <p>Value Partner: Liu Feifan; Toroa: Jacob He; Citadel: Connie Chan; Greenwood: Cici Zhou; Shikhara: Marcus Chu; Pictet: Jianhui Pan; FIL: Karen Zhou; RBC: Comelius Gilberg; Trivest: Wang Qiqi; 3W: Simon Liu; BofA: Matty Zhao、Summer Wang、Cheng Gao、Miriam Chan、Yibing Xia</p> <p>Platina: 葛冰、刘文生</p> <p>泰康香港：李睿、陈济、杨阳</p> <p>汇添富基金：黄耀锋、孙丹、劳杰男、胡昕炜、李超、谢昌旭、花秀宁、马翔、夏德婕、赵剑、吕天傲、刘昇</p> <p>招商基金：刘宇晨、邹成；国信证券：王晓声</p>
时间	<p>2025年01月24日 13:30-14:30</p> <p>2025年02月06日 15:00-16:00 电话会</p> <p>2025年02月06日 16:00-17:00 电话会</p> <p>2025年02月10日 13:30-14:30</p> <p>2025年02月17日 10:00-11:00 电话会</p> <p>2025年02月17日 13:00-14:00 电话会</p> <p>2025年02月24日 10:00-11:00</p> <p>2025年02月24日 13:00-14:00 电话会</p> <p>2025年02月24日 14:30-15:00</p>

	<p>2025年03月04日 10:00-11:00 电话会</p> <p>2025年03月04日 14:00-15:00 电话会</p> <p>2025年03月05日 10:30-11:30 电话会</p> <p>2025年03月07日 14:00-15:00 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
投资者关系活动主要内容介绍	<p><b>1、分接开关行业格局这么好的原因是什么？</b></p> <p>分接开关产品小众且市场规模有限，难以支撑众多企业获取足够利润持续经营。并且分接开关产品极为关键且十分复杂，虽然只占变压器成本的5%-15%，但作为变压器调压过程中唯一切换和动作的组件，在制造过程涉及多种复杂的如绝缘、耐热、耐腐蚀等零部件材料，因此对于用户来讲，通常不会轻易更换稳定的供应商。这些因素导致了新进入者耗费时间、精力及投资去进入这样一个门槛高、规模小的市场不具备经济性，小的厂家也很难保证产品的稳定性及可靠性。历史上变压器厂也曾尝试自行生产分接开关，但产品定制化程度较高，需要有足够的规模才能盈利，他们也没办法将产品销售给竞争对手，每年需求量有限，因此最终形成了专业第三方厂家在市场占据主导的格局。</p> <p>目前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是华明，这一状态符合行业发展的客观规律，公司的发展也是借助了国内过去二三十年发展的东风、国内电力设备市场的高集中度以及长期对产品的持续专注并且打通了产业链，这样的天时地利人和也很难复制，也共同造就了行业目前的状态。</p>

**2、公司网内网外占比情况？网外的需求中哪些行业的占比较高？**

实际上 2021 年以前网内外大概是 1: 1 的占比，2021 年开始，随着工业用户和新能源客户的增长，网外客户占比更高。24 年前三季度两者比例较前几年有所接近。网外行业较为分散，涉及到基础制造相关上下游产业链、产业基地、数据中心等，公司处于相对上游的位置，很难拆分各个行业的具体情况。

**3、有看到 AI 对公司的影响吗？**

截至目前，还看不到 AI 对公司有很大的影响，或者说目前还看不到它像新能源或者新能源汽车产业前几年那样对电力设备行业和整个社会投资杠杆的拉动，可能行业会有受益公司，但至少对公司的产品没有。新能源对于电力设备的驱动链条是比较清晰的，从光伏电站本身加上光伏电站上游硅料组件，撬动了钢铁、水泥、化工等整个社会的投资杠杆，明显拉动了对于电力设备的需求。从数据中心的角度，至少到目前还没有看到整个上下游产业链和社会整体投资规模有这么大的拉动，因此只能说在目前这个时点，AI 的影响并不明显，未来会不会有，公司现在还没有办法判断。但从生产经营的角度公司也会尽可能去利用 AI 提升工作效率，我们也在不断学习和探索，此外公司有一些出口的项目会配备在线监测的功能，未来 AI 也有可能对在线监测的数据处理发挥更大的作用。

**4、目前公司在海外市场的主要地域分布？**

目前公司海外最大的市场在欧洲，接下来就是东南亚，剩下如非洲、南美、北美，差别不大。

### 5、公司未来在海外市场开拓的计划是什么？

从未来发展的视角来看，目前我们的产品已在全球绝大多数国家形成收入，我们正步入一个从量变到质变的过程。因此，一方面我们致力于在海外还未完全进入的市场或国家实现突破，特别是探索在美国这一海外最大的单一市场当地化布局的机会及在中东这一潜力巨大的市场争取进入市场；另一方面，在我们已形成稳定收入的区域，我们希望巩固现有市场规模，在此基础上通过长期稳定性的验证慢慢积累更大的设备规模。公司去年在欧洲的法国、意大利已经成立当地的办公室，并计划在德国增设同类机构，利用当地直销团队去覆盖当地市场从而巩固在当地的机会和份额，加深同客户的关系。公司印尼工厂初步完工，新加坡团队也会进一步完善。

### 6、现在来看未来一年业务或者团队可能存在的风险和压力有哪些？

国内在经历了新能源和电动车的扩产周期后，马上又要迎来新的十五五周期，在这样的过渡阶段公司国内业务不可能再保持过去三四年的增长水平，目前又没有看到新的产业去接棒新能源，公司还面临长征电气的诉讼，虽对生产经营无实质性影响，但会增加成本和精力消耗，目前还存在不确定性。

海外团队建设相对来讲存在压力，尤其是美国团队的搭建，大家对其预期很高，但项目进度难以把控，如公司去年计划在欧洲建立销售团队，但直到年底才在法国及意大利建立办公室。过往公司在东南亚计划以新加坡为总部搭建海外发展平台，但这些推进都需要时间。中东市场一旦打开，短期也可能给公司带来正面的影响，目前也在进行相关工作，但这些都存在不确定性。就像国内特高压的项目目前为止也

没有挂网运行，这些在推进过程中都会遇到各种各样不可控的情况，国内如此，海外更难。

#### **7、公司为什么在海外招聘比较困难？**

在行业景气度还可以的情况下想要招聘一个有渠道资源的合适人才本身难度还是挺大的。

#### **8、公司主要是通过直接出口去进入这些国家吗？**

直接出口与间接出口并非此消彼长的关系，两者共同服务于我们的海外市场拓展战略。直接出口与间接出口的增长受多种因素影响，包括全球需求分布、出口目的地特性以及海外变压器的产能状况等。因此，我们不能简单地将它们视为相互排斥的选项，两者也有机会实现共同增长。但无论采取何种方式，都将促进我们海外市场份额的提升和海外收入的增加，同时也有助于提升我们分接开关品牌在海外的知名度和影响力，从而驱动整体业务的增长。

#### **9、分接开关在不同变压器厂家的同一等级的变压器中是通用的吗？**

不同厂家变压器的设计标准规格可能都不一样，即使同样一个容量的变压器，应用在不同地区也会存在差异，分接开关的关键设计和材料可能都会不同。公司分接开关产品涉及到上万种零件，在什么样的环境下使用何种材料都是有要求的，这需要达到一定的量的积累才能更清楚怎么样设计或者用什么样的材料更合理。

#### **10、公司未来增长的驱动是什么？**

短期主要看国内经济发展、电网投资规模和产业周期等，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。

### **11、公司如何判断间接出口的订单？**

产品的质保、说明书和配套附件等事项会涉及到不同语言的选择，通常用户会提前同公司确认，并且型号、外壳颜色等也会同国内订单存在差异，因此公司通常可以知道产品的使用地区。

### **12、海外业主会在什么情况下选用公司的产品？**

或者过去有销售，或者通过自己的考察，有第三方的数据支持，愿意尝试使用公司的产品，他们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，当有了销售机会后，随着产品可靠性及安全性得到验证，公司有机会获得更多的订单，公司对自己的产品有信心，但需要时间。

### **13、很多其他电力设备公司去年海外发展还不错，公司为什么在海外发展这么困难？**

不同产品的重要性和难点各不相同，因此将我们的产品与其他产品进行比较实际意义不大，例如手机出口和手机芯片出口是一个概念吗？此外每个国家和客户的需求、痛点各不相同，有些客户可能只关注产品的即时可用性，而有些则更注重安全性和稳定性，或者程序上的问题，甚至可能涉及与竞争对手的商业冲突等，因此海外市场的突破是一个复杂且没有统一标准的过程。竞争对手在分接开关领域已有七八十年的历史，其产品经受了时间的考验。公司在分接开关领域已经发展三十多年，但在海外市场真正取得显著进展还是近几年的事情。我们的难点主要在于在海外品牌影响力不足、产品在海外缺乏长期的可靠性验证、海外团队布局跟不上，以及中国制造与德国制造等海外口碑的差异等。同时，

即使是同一国家的不同客户，也可能存在很大的区别。

**14、公司在海外的发展的转折点在于什么？**

足够的时间和足够的保有量，这两者缺一不可。

**15、公司目前在欧洲的情况？**

欧洲一直是公司海外销售占比最高的区域，去年公司在法国、意大利分别成立了办公室。欧洲是个充分竞争的市场，相对较为开放，公司在欧洲绝大部分的国家已经有一定的销售规模，剩下的就是慢慢提升份额的过程，在当地成立办公室也有助于跟进我们已经有合作的客户，寻求进一步扩大规模的机会。

**16、公司合作的变压器厂有哪些？**

基本上全球大大小小的变压器厂家公司都有合作。

**17、间接出口主要跟随外资在国内的变压器厂商吗？**

去年开始国内厂家的占比明显提升，不仅有国内头部的变压器厂家，一些相对小一些的变压器厂家的间接出口订单也在增多。

**18、为什么小型的变压器厂也能出口？**

中国变压器制造业在技术与制造能力上已经处于全球领先的地位，大和小只是相对概念，任何一个所谓的小变压器厂，收入都可能是公司的数倍，但以往海外市场更倾向于选择他们更为熟悉且信赖的国际品牌。在海外市场的激烈竞争中，国产变压器品牌的国际形象建设面临挑战。不过，当前海外市场需求情况也为国产品牌提供了更多拓展海外市场的契机。



### **19、中东市场的情况？**

中东地区目前正处于经济去石油化的转型阶段，伴随着众多新能源项目的落地以及如阿联酋等国计划在未来几年内建设多个大型沙漠绿洲城市项目，该地区对电能的需求以及电网投资的需求较为迫切，电力增速可能是全球较快的区域之一。

### **20、中东市场看起来对中国市场接受度很高，为什么我们推进似乎很难？未来怎么预期？**

当地市场对于关键设备较为敏感，欧美相对更为开放。公司去年年底有接到当地市场的一些项目订单，但量还很小，这些都是积极的信号，但是真正要成规模还为时尚早。中东市场无疑是一个极具潜力的市场，对我们的业务发展至关重要，因此除美国外，中东也将成为主动推进的重点区域之一，我们会继续寻找机会突破。

### **21、印度市场公司怎么看？**

分接开关产品一定程度上属于电力设备的奢侈品，用于提高用电质量，但是印度国内目前很多环境下还在考虑保证供电而不是质量，因此本土有大量质量和工艺水平较低的产品，高端产品很难进入。

### **22、印尼工厂目前的情况？**

印尼工厂去年底完工，目前主要是装配的试生产，计划今年从印尼工厂发货。公司对东南亚的规划是涵盖从生产销售服务包括研发的海外总部，未来根据东南亚市场规模去匹配合适的产能，也会考虑配备一定比例的供应链。

**23、公司目前在北美市场的进展？**

目前还没有值得更新的进展。

**24、美国客户如果有需求，会因为什么环节进展比较慢？**

过往公司在当地的案例较少，由于产品的关键性，如果之前没有使用过，客户就会比较谨慎。几年前当地因为政策的原因，公司在当地的供货有中断，去年才开始接到一些小批量的订单。美国尽管一直在推动制造业回流，但是目前产业工人和管理人才的稀缺也是一个非常现实的问题。

**25、美国关税对公司的影响？**

目前影响相对有限，在进军北美市场的过程中，我们更为关注是否会直接对相关产品采取严格制裁措施，这构成了我们决策的关键考量。

**26、俄罗斯业务目前的情况？今年怎么看？**

取决于制裁规则的变化。

**27、乌克兰市场灾后重建的空间？**

或许市场的规模和空间长期来看会变大，但是考虑到目前乌克兰是通过援助资金重建，未来战后是否有这样多的资金进行重建难以判断，考虑到其本身市场规模有限，未来很难成为增长点，更多是保持稳定销售规模。

**28、公司进入一个新的国家，要经过多久的认证可以拿到订单？**

没有统一的标准，各个国家及地区情况甚至每个客户都不一样。

**29、随着公司体量的增长，是否会遇到供应链管理的问题？**

当然会遇到。我们奉贤工厂有近万种零件且自给率超过80%，难免也会遇到预投不足等情况。尽管这会对短期有一定影响，但自制零部件也带来了定制化能力强、响应速度快和产品改造灵活等优势，我们也可以快速修正这一问题。如何有效管理供应链、提升效率并充分利用规模优势，这是我们或者说制造业面临的长期课题。

**30、如果竞争对手海外扩产导致对国内产品需求降低，公司如何应对这一局面？**

考虑到市场格局，公司并不太担忧这个问题，行业长期处于增长趋势，即使公司市场份额保持不变，随着蛋糕越来越大，公司仍有机会实现长期增长，并且目前公司在海外市场份额仍然很低，还远未达到需要焦虑这个问题的阶段。我们目前更关注的是如何在短期内巩固和扩大市场份额。海外竞争对手的扩产虽然短期内可能会使公司错过一些市场的溢出机会，但从长期来看，竞争对手在竞争中可能会面临成本和人员效率的压力，公司成本结构相对稳定，即使不调整价格策略，也能在市场竞争中保持相对优势。并且竞争对手作为一个谨慎的德国企业，在近几年明显增加资本开支，也意味着需要对全球总需求进行重新估计和判断，这是一个非常积极的信号，对于公司来讲，公司也希望蛋糕能够越来越大，即使真的会影响一段时间，长期看仍然是利好。

**31、美国电力设备企业扩产意愿会比德国更强吗？**

海外这一轮的扩产相对克制，实际产能变化主要体现在两个方面，一是产能布局的重新调整，如将原本在东南亚、

日本或欧洲的产能转移到中国或美国，以靠近供应链或者客户；二是部分企业存在扩产情况，但主变的整体产能增长比例并不大，增速快更多是由于价格的红利，单从体量来看，一年开工数量有限，所需设备数量也相对有限，且海外普遍基建能力弱于中国，因此纯增量部分相对有限。

**32、公司怎么看海外变压器厂这一轮扩张对我们的影响？**

我们需要观察在这一轮主变的扩产完成后，是否会对分接开关的交付时间提出更高的要求。

**33、这些海外变压器厂的扩产计划未来几年陆续落地，他们在建设过程中会向我们预定产能吗？**

通常变压器厂在排产阶段才会向我们下订单，届时产品类别、型号、参数等也较为清晰。

**34、公司目前产能布局及对未来产能的规划？**

公司过去几年首先完善了遵义工厂的产业链布局，确保稳定的零部件供应能力，其次也对土耳其生产基地进行了扩产。公司目前在国内的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、印尼有装配工厂，未来条件允许的情况下公司也会考虑在美国布局。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。实际上公司过去三年人数几乎没有增加，厂房设备有所增加，但人均产值和产量明显有所提升。

**35、公司对于新建的产能规划是基于什么样的判断？**

我们会跟踪一段时间变压器厂的订单情况，结合公司了

解到的在建项目及公司目前产能效率，多方面结合制定产能规划，通常并不只是应对短期的需求，更多是考虑长远的规划并预留一定的设备空间，并且根据实际情况去匹配相应的团队规模。

### **36、竞争对手同公司产品价格的差异？**

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，竞争对手的售价要远高于我们，客户通常更认可竞争对手的品牌可靠性，这些比价格更为重要。竞争对手是一家百年企业，在行业内领先发展七八十年，在海外许多市场有着几十年的沉淀，尽管我们同其在技术参数及整体稳定性来看并没有明显差异，但竞争对手的品牌影响力、完善海外服务与销售团队以及网点布局，公司短时间难以追赶。

### **37、公司产品均价有变化吗？**

公司近年来均价有提升，主要是由于公司海外收入占比提升及高附加值产品占比提升。

### **38、竞争对手价格有变化吗？**

竞争对手通常会根据通货膨胀率、原材料价格波动以及人工成本增长等因素，每年进行涨价。此外对于公司一些未进入到的市场和客户可能会有一些价格竞争。

### **39、公司同竞争对手的产品差异吗？**

公司相信从技术参数及整体稳定性来看公司同竞争对手的产品并没有明显差异，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。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。

#### **40、公司目前的交付周期？**

目前国内订单大概 2-3 周可以交付，海外订单大概 6 到 8 周可以交付，个别海外订单交付周期会长一些。

#### **41、国内高附加值产品竞争对手较有优势，主要是哪些领域？**

竞争对手在电网 500kv 及以上、工业整流变、特高压等这些环节都会占比更高。

#### **42、公司特高压产品的进展？**

公司去年交付 7 台特高压产品的订单，目前已经运到项目现场，今年有希望投运。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。电网对产品的认证本身也是需要一定的时间，尤其用在特高压，观察久一些其实也很正常，但长期来看市场份额的显著改变是一个确定的趋势，就如同我们在其他电压等级的发展过程一样，但很难确定是否短期内会有突破。

#### **43、这批特高压产品为什么还没有挂网？**

这是条正式在投运的商业化线路，变压器交付、其他配套设备的产能、运输、实验、土地及开工的资格批复等环节都会对项目进展产生影响，这是项目建设的客观规律，谈不上原因。

#### 44、公司真空开关的比例还有提升空间吗？

真空开关占比的提升是一个渐进的过程，从海外市场来看这是长期的确定趋势，但不一定会每年都有所变化，公司真空开关的占比提升到现在的状态也是经历了十几年的时间，这不是一个很快的过程，公司的营收利润持续在增长，也不是每年或者每个季度都在增长。行业本身就是长期平稳的发展特点。

#### 45、检修业务未来怎么看？

国内业务规模与人员配置存在不匹配的问题，国内业务呈现明显季节性特征，一年中仅有几个月为业务旺季，若在旺季配置大量人员，淡季则面临较高的人力成本，而现有人员在旺季又难以满足业务需求，目前短时间内难以找到完美解决方案，但公司正在对人员进行优化调整，并希望通过在线监测的方式减少对人力的依赖。海外市场是检修业务的优质市场，但公司目前在海外市场的份额较小，保有量不足，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。

#### 46、公司在海外售后人员的投入？

运维检修业务本质是根据保有量来决定的，目前公司在海外绝大多数区域现有的保有量不足以支撑上规模的海外服务团队的建设。并且产品通常并不会每年都需要去检修，产品故障概率也极低，短期并不需要去维修，因此我们通常会根据当地现有业务规模去匹配服务的配置。

#### 47、公司目前在海外的办事处人员规模？未来计划拓展的规模？

公司在海外大部分办事处如法国、意大利主要是几个

人，因为公司目前在海外大多数国家的规模体量相对有限，重点在于前期对接之后能够持续跟进项目，而不在于人员规模有多大，这样也会有利于海外业务的逐渐积累，当然如果后续当地业务规模有所扩大，也会匹配相应的人手。

#### **48、公司配网的进展？**

公司去年初有配电用的电力电子产品在挂网试验，目前正常运行，但目前配网端尚未有明确商业化和批量化应用的定位，短期也很难看到有明确的信息，还需要看电网的整体规划。

#### **49、公司自身孵化新产品的方向？**

主要是 10kV 配网用的电力电子产品以及分接开关在线监测，配网产品已经挂网试验有一年左右的时间，很多场景如农网确实也会需要相应产品去稳定电压，未来主要看电网侧和用户侧是否会有机会市场化，公司内部也会持续关注并不断研发升级。

#### **50、电力工程业务未来的规划？**

电力工程业务不是公司的核心业务，目前主要是对之前的项目做收尾工作，未来公司会优先考虑项目的收益水平及回款情况，如果没有合适的项目，公司可能不接新的项目或者完全不做。

#### **51、未来的资本开支计划是怎么样的？**

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。目前公司印尼工厂也已经建设完成，未来主要考虑在印尼配备一定比例供应链以及是否在美国建设工厂。

### **52、公司未来发展是否考虑有其他延申的可能？**

公司这几年一直在持续进行一些海外及国内业务的尽调，同行业目前处于相对估值高点，从长期产业布局角度，并不处于一个合适的时机，从效率来讲公司主业盈利水平相对会更高一些，因此公司近几年的重点在于发展分接开关业务的海外市场。但公司也会持续关注市场上的一些机会，我们主要聚焦于制造业领域，尤其是与变压器配套服务相关的产业，与我们协同性较强，或者客户都是变压器厂或者是公司终端下游客户的服务机构等，此外我们也会关注可以提升公司零部件加工水平的企业，可以在供应链上同我们产生协同，并且最好像公司一样穿越过多轮周期，可以长期持续经营，抗风险能力较强，这样标的比较少，也不是市场主流方向，但我们还会长期持续跟进。

### **53、未来如何看公司毛利率？**

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，因为此前国内的扩产，公司固定支出明显增长，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。

	<p><b>54、目前诉讼的进展？</b></p> <p>目前尚未开庭，没有进一步的更新，暂无法判断对公司财务状况的影响，但不会对公司生产经营构成实质影响。</p> <p><b>55、前段时间公司有发布回购公告，主要是为了后续股权激励，目前进展？</b></p> <p>公司目前暂无公告的股权激励计划，后续如有会及时进行信息披露。</p> <p><b>56、公司增发的股份将于近期解禁，怎么看待？</b></p> <p>公司目前暂未获悉任何的减持计划，后续如有会进行信息披露。</p> <p>当时增发的对象是公司控股股东，除了近期即将解禁的股份以外，控股股东本身就有不受买卖限制的股份。</p> <p><b>57、公司未来分红怎么看？</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%，这反应了公司对未来的经营情况和发展的信心。未来公司希望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。2022、2023 这两年分红率对未来净资产有影响，也会间接影响负债率，去年三季度报表上也有反应，未来公司会根据各方面情况平衡。</p>
附件清单	无