

证券代码：300048

证券简称：合康新能

北京合康新能科技股份有限公司 投资者关系活动记录表

编号：2021-001

投资者关系活动类别	<input type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input checked="" type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 路演活动 <input type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 其他
参与单位名称及人员姓名	线上投资者
时间	2021年5月8日 15:30-17:00
会议地点及形式	约调研平台
上市公司接待人员	总经理宁裕、财务总监叶剑、董事会秘书范潇
投资者关系活动主要内容介绍	<p>公司于2021年5月8日（星期六）下午15:30-17:00在约调研平台举办2020年度业绩说明会，本次业绩说明会采用网络远程的方式举行，业绩说明会主要内容如下：</p> <p style="text-align: center;">一、介绍公司生产经营现状及公司的未来发展战略</p> <p>美的扩张之路可以说是一部教科书式的并购史。1998年，收购了广东东芝万家乐制冷和电机两家公司各60%的股权，美的自主掌握了压缩机和电机两项关键技术，在空调领域构建了完整的产业链。2004年5月，美的接手华凌大股东的股权，正式进入冰箱行业；11月，获取荣事达50.5%的股权，进入洗衣机领域。2008年，美的收购了洗衣机知名品牌小天鹅24.01%的股权，此后数年，通过二级市场增持、要约收购、换股吸收合并等多种资本运作方式，2019年美的实现了对小天鹅的完全控股。小天鹅从2008年到2019年，大约实现了市值10年10倍的增长，从几十亿到几百亿。</p> <p>2016年之前，美的集团进行的是家电产业链的横向和纵向整合。2016年之后，美的集团开始进行全球领域多元化产业布局，成功转变为多品类、多产业和全球运营的企业集团。合康也是在此战略阶段进入美的集团。众</p>

所周知收购易，整合难。相信美的历史上成功的并购经验、整合能力，能够带领合康复制小天鹅的成功，市值从几十亿到几百亿的发展。

美的集团拥有五大业务板块：智能家居事业群、机电事业群、暖通与楼宇事业部、机器人与自动化事业部和数字化创新业务，提供多元化的产品种类与服务。其中合康属于机电事业群。

机电事业群，具备专业化研发、生产、销售压缩机、电机、芯片、工控、散热组件等高精密核心部件产品的能力，拥有美芝、威灵、美仁、东芝、合康、日业、东菱和高创等多个品牌，产品广泛应用于家用电器、3C 产品、新能源汽车和工业自动化等领域。

2020 年末，美的将沿用 10 年的“产品领先、效率驱动、全球经营”三大战略，升级为“科技领先、用户直达、数智驱动、全球突破”四大战略主轴，标志着美的从产品领先到科技领先战略路径的进一步明确。科技领先更是合康未来的发展战略。

合康 2003 年成立，2010 年创业板上市，主要业务高压变频器。2010 年到 2020 年十年间，经历了高峰也经历了低谷，先后布局了低压变频器、新能源汽车，节能环保、光伏发电等业务。2020 年集团控股股东变成美的集团，之后主要工作是业务剥离与聚焦，管理整合与赋能。未来合康将发起一个新的征程。

2020 年合康营业收入 12.57 亿，总资产 26 亿，净资产 17.39 亿，净利润因为资产减值为亏损。2021 年一季度营业收入 2.81 亿，同比增长 79.36%。订单 3.2 亿，同比增长 60.07%。其中高压变频订单增长 86.73%，低压变频器订单增长 21.62%。

目前上市公司下面主要分三块，一是以北京高压、长沙低压、节能环保、光伏发电为主的产品公司；二是业务平台，为产品公司提供直接的业务帮助，包括行业拓展、海外营销、供应链等；三是支持管理，包括总经办、财经、战略企划、证券投资等。美的集团控股后，原有产品公司人员业务稳定，同时增加了一些新的平台和部门，由美的直接派人领导，为合康未来战略发展提供支持帮助。

合康经过剥离与整合后，主要业务包括以北京合康变频为主体的高压变频器业务；第二块是以长沙日业为主体的低压变频器业务；第三块是以节能环保和光伏发电为主体的运营类业务；此外公司未来会围绕着工业传动和能源服务进行布局和扩张。

高低压变频器是公司主要收入利润来源，目前国内高压变频器 2020 年市场规模大概 40 亿，合康占比约 13.3%，高压变频器市场规模比较小且增速平稳，高压变频器未来战略主要是集中度的提升以及国产化的替代。低压变频器市场规模约 255 亿，合康占比约 1%，空间很大。目前市场主要以外资为主，处于集中度提升，国产化替代，业务创新的时代。相信未来随着公司在低压变频器领域研发和销售的变革，未来成长空间巨大。

美的入主后对合康研发、生产、销售、品质、供应链、财务进行了全方位的赋能与精进。

研发方面：依托集团的科技领先、数智驱动的战略主轴，构建以技术和产品为核心的公司竞争力。依托美的集团多层次的研发体系架构即组织结构上以中央研究院为核心、各事业部研发平台为辅的两层研发体系，研发内容上实施从先行研究、共性技术、个性技术到产品开发的四级研发体系为公司提供前沿和共性技术的研发支撑。

生产方面：依托美的集团在精益制造方面的资源和能力，持续投入新的智能生产线，逐步构建数字驱动的全价值链及柔性智能制造能力。公司正在进行 IT 系统系统升级，业务流程再造和工厂自动化升级。产能和效率提升 100%，交货周期从 45 天降低到 25 天，库存下降 60%。

销售市场方面：利用美的的全球营销渠道优势。进行以客户为中心的业务流程变革，构建业务支持体系，强化安装验收的技术能力。同时请华为专家进行营销业务变革辅导。同时协同兄弟部门进行产品营销层面的组合帮助。。构建以行业线为单元的业务拓展团队，精细化研究和客户服务需求。进行激励机制变革，变提成制为绩效导向制，打造员工与公司的利益共同体，为公司业务做大打下基础。

供应链方面：依托美的集团的千亿级的采购体系，拉通采购资源。打造了供应商布局体系、核价系统和寻源系统。同时借助美的 632 管理系统，大幅提高供应链反应速度和透明度。即使在当前大宗材料、电子材料涨价的背景下，公司仍然对现在乃至未来几年的采购成本控制充满信心。

品质方面：引进美的集团可靠性管理体系，对标集团 TRS 成熟度模型，全面推进构建公司产品全价值链的可靠性体系，覆盖包括可靠性设计与分析、可靠性试验、来料可靠性、制造可靠性、售后安装维修可靠性等一系列涉及影响产品可靠性的各个环节，持续投入研发队伍和实验室建设并依托美的的研究院和国家级的实验室平台，迅速提升产品竞争力。

财务和管理方面：与集团进行财经和管理一体化，在集团的资金支持和信用背书下，公司的资金成本大幅下降，资金实力大幅提升，同时公司正逐步构建完善且持续的激励机制，构建先进的现代化的企业管理制度。

合康未来战略方向将围绕“碳中和”工业领域，拓展新能源电力电子业务，一是包括现有的以电气传动、高低压驱动器为基础，进行机电一体化的方案，高效的服务电气传动方面的客户；第二块包括现在的节能环保业务，将余热转化成内部的蒸汽或电力供应，承接 BOT、EPC、EMC 等工程项目；第三块是新能源方面，以风力，光伏，储能为主打造配套的新能源解决方案；第四块是电能管理，包括高质量的电能输配与供给，产品包括 UPS、DVR、电压调节器等，围绕综合能源解决方案为中心，以客户为对象，进行全方位的服务。

二、投资者交流问答

1、公司以后充电桩业务发展规划如何？还大力发展吗？公司的主业还有新能源汽车项目吗？

公司刚刚剥离了做充电桩的子公司合康智能，充电桩短期没有发展规划。从长期来看充电桩是能源互联网的一个节点，但短期内公司新能源汽车项目不再考虑，美的集团也有新能源汽车相关的零部件公司。

2、去年以来公司有引进全日制博士学位以上的专业研究人才吗？引进了多少位呢？

过去半年引进不少人才，有引进 1 位博士后，硕士有 7-8 位，以及有海外经验的也有加入合康。

3、公司网站的产品信息都是最新的吗？

因为公司的一些业务在逐步剥离，新的业务也在研发当中，网站的信息也在逐步更新，预计今年内有相对完整且最新的产品信息。

4、目前高压变频器，低压变频器相关产品订单怎么样？产品在同行业中有何竞争优势？产品的毛利率和去年比有提高吗？公司在碳达峰，碳中和方面有什么重大的布局，有什么竞争优势？

目前 2021 年整个高压市场订单不理想，重工业，能耗大的产业都在限产和改造，整个市场订单都在下降，但合康一季度订单逆势上涨，也算给 2021 年开了一个好头。低压订单整个市场包括公司也都在增长。

高压产品去年下半年公司推出一个新的产品在市场，在行业里性价比是最优的。低压产品目前也在进行产品升级，在建筑电梯行业领先。毛利率高压方面竞争激烈，同时今年大宗商品涨价，电子物料也比较紧张，毛利率比去年有所下降。公司将通过内部提效、开源节流、提高存货周转率等方法使毛利率维持在合理水平。在碳达峰、碳中和的背景下，公司将依托变频器产业进行节能化、智能化改造，积极响应国家战略发展方向，布局碳中和产业。

5、美的集团对合康的定位是什么？合康在美的集团的战略布局中将起什么样的角色？

美的对合康定位主要是在工控、新能源领域战略延伸。合康目前也在进行业务聚焦，业务主要包括工业传动高低压变频器，同时辐射能源领域，工业控制领域。合康未来角色就要做到在工业领域和能源领域的触点与承接。同时发展自身业务，集团会大力支持合康的战略布局。

6、公司 2020 年销售费用大涨的原因是什么？后续有什么计划？

因为去年疫情，一季度的销售规模大幅下降，导致销售费用上升。同时为了三、四季度赶上订单数量，公司出台各种激励政策针对客户、市场、渠道、销售团队，确保 2020 年销售规模基本持平。后期为了降低销售费用，请华为做营销辅导，未来会继续对营销激励机制进行变革，通过这些措施相信后续销售费用会下降。

7、公司数字化转型的举措和成果？

数字化方面公司正在进行 IT 化，高效的数字化办公。之前合康还是通过纸面流程，目前公司网络已经接入美的集团内网，通过美的集团多年累积的 IT 化数字化成果和经验对合康流程决策赋能。

公司下一步会将整个工厂数字化智能化，目前北京、长沙两地的工厂已经在投资改造优化，新建总装车间，手工组装作业模式变成流水线模式。后一步会进行专业化提升，数字化智能化方面的工作。

8、资产重组方向与主产业关联度大吗？

目前合康还在进行资产的梳理，形成新的产业组合。不会跳跃性创业，在产品、技术、及市场基础上进行关联度大的产品延伸，形成未来的产业组合。

9、通过一年的努力，公司在各个方面做了巨大的改变。公司说“公

司会尽快完成相关规划,未来以更好的业绩汇报广大股东”,“依附美的内部先进的工业信息系统,构建公司自己的工业平台,开拓布局新的产品线”,请问公司的相关规划的详细细节内容,新的产品线的产品名称?

去年 11 月美的发布工业互联网平台 2.0 版本,依托美云智数为客户提供 IT 系统,精细化管理赋能制造型企业。合康的平台依托产品本身,做到产品智能化,在经过客户授权后,可以进行信息采集,对机器状态进行实时监控和数据传递。支撑工厂调度系统使之能及时调节。同时公司目前也与一些优秀的企业战略合作。进行平台信息化的联通。目前低压变频器产品已经是智能化的产品,可以实时监视工作状态。高压变频器新一代产品也已经有相应功能,只要客户授权,就能做到不需要人工,在线管理能力。

10、公司加入美的以来,工作紧凑,效率提高,但为何这次 2021 年 4 月 20 日董事会,股东大会审议董事会决议的日程安排在 5 月 28 日,间隔 40 多天,以往 15-20 天就完成程序,为何这次效率那么低呢?

首先规则要求年度股东大会至少提前 20 天通知。此外今年公司总部新的大楼在月底完工,届时同时召开股东大会,欢迎投资者 5 月 28 日当天来公司实际考察交流。

11、过去合康业绩一直不好,美的入主之后公司是否从今年开始走上发展的快车道。业绩是衡量企业好坏的唯一标准,今后合康业绩会不会是芝麻开花节节高。

合康过去业绩有好有坏,跟企业战略息息相关,应该以用长期发展的眼光来看。今年一季度的表现可以看出公司正往稳定发展的通道上行进,未来业绩值得期待。但还是要靠今后团队努力。同时要看公司产品、市场拓展是否能抓住风口和机会。

12、美的收购合康后,与合康的关联交易在 2020 年并没有大量出现,也就是说美的集团的入住没有给合康带来营收和利润上直接的增益,合康目前从美的获得的最大的好处有哪几点?今后美的会不会大量采购合康的变频器等产品,或者注入新的资产到合康,助力合康发展?美的的持股比例也没多少,能否认为美的对合康的信心也不是十分的高?

关联交易与业务有关,根据合康的产品结构,美的集团与合康只是变频器应用于暖通领域时发生关联交易。公司去年也有研发高低压变频暖通专机。开发周期比较长,目前产品匹配、认定工作已经做完。没有大规模

供货主要是因为暖通产品变频化率不高，暂时量不大。

美的持股比例和信心两回事。未来的合康一定不是今年的合康，在美的支持下，合康会找到自己的战略方向和产品组合布局。

13、美的集团控股合康新能已经一年多了，资产剥离还需要多长时间剥离完？美的集团资产注入什么时间开始？

剥离会很快完毕，美的集团没有承诺资产注入。合康会以自身出发，如有合适的资产会以并购的方式，不存在美的集团资产注入的问题。

14、看年报在建工程有合康变频二期工程，请问二期工程何时才能投产？投产后能给合康多少产值和效益，谢谢。

厂房和研发大楼在验收阶段，已经具备投产条件。新的生产线在产能和创新工艺上大幅提升。以前合康一年产出 1600 套，目前规划能做到 2500 套以上，扩大 50%以上的产能。

15、合康目前的主营产品就是高低压变频器了，国内高压变频器市场年度容量大概在三十到四十亿，合康占了 10~11%的份额，排名第一，中低压变频器，国内市场容量大概在 350 亿左右，外资主导，内资就汇川技术的份额占到了百分之十几，其余的国内品牌还要加油。合康以后要想有发展前途，必须要在中低压变频器突破，能占到 10%市场份额的话也有三十多亿了，现在营收才 13 亿不到。请问合康在低压变频器的发展计划如何？有没有计划在几年内赶超汇川？

市场容量低压大于高压，高压是存量慢增长时代。低压市场合康拥有巨大的空间去拼搏奋斗，过去一年一直在调研布局。300 亿市场分两大块，其中项目型以外资为主；非项目型传统渠道型分两类，其中通用型以国内品牌为主，竞争大，合康在这块是正常有序发展，主要突破中央空调低压配套。第二类是专业型研发应用，公司思路是跟行业客户合作的形式共同开拓市场。公司每年做好自身，不存在超越谁的问题。

16、公司未来的发展是大工业自动化吗？

合康未来方向是新能源，工业自动化也是新能源领域的主要角色，未来怎么让工业消耗更加节能是合康未来的课题。节能就是变频化的应用，未来大工业自动化只是合康的一部分。

17、一年以来的各项变革成效显著，通过年报了解到公司将加大科研投入力度。请问公司在科研上具体有哪些措施？

三方面，一是构建基础研发能力；二是研发实验室，包括可靠性品质验证，加大投入设备；三是对外合作，跟国内外专业机构、院校、研究院产业合作。

18、请问公司的主要客户？公司定位为高端装备吗？还有这次参加的太原煤炭展有取得订单吗？公司还有氢燃料电池方面的产业吗？谢谢

高压方面客户主要聚焦电力、煤炭、钢铁、水泥、化工五大客户。活跃客户有 1000 多家，主要客户以央企、国企为主；低压以民营企业为主，主要在电梯行业客户为主。太原煤炭展关注度很好，沟通很多，但是订单因为周期较长，很少现场直接获得。燃料电池在关注目前没有产业。

19、合康公司 2021 年营业收入目标是多少？未来一年内美的集团是否会有资产注入整合动作？

公司会尽全力去挑战更高的目标，同时有股权激励，会尽力做好业绩去回报股东、回报员工。

20、有没考虑更名叫美的新能？

没有考虑，集团文化上不会考虑名义上的事情，脚踏实地去搞好实业。合康多年来在工业领域也有一定影响，尊重合康人之前的努力和品牌。

21、美的供应商链对公司采购成本上有那些帮助？

首先美的拥有千亿规模优质的供应资源，对合康开放，采购成本和美的一样。二是大宗材料价格上升，美的拥有自己的采购中心，通过集中采购有利于合康采购成本的下降。三是供应链管理体系对合康赋能与支撑，包括采购寻源，国产替代，集中采购、招投标等，各个维度改善合康的供应链系统。今年就会体现效果。

22、请问贵公司有对未来的市值预测吗？

公司当前目标还是做好业务，随着业绩变好，资本市场会给出合理定价。

23、公司子公司华泰润达上下游产业的主要内容是什么？可以分析一下其商誉减值迹象除疫情影响以外的成因吗？

华泰润达定位节能环保，以工程项目型为主。上游产业主要是工业配套设备，合康也属于之一。新项目余热回收，达到经济型重复利用。下游就是工业客户，进行业务整合工作。疫情是商誉减值主要原因，除此之外

秉承美的务实的文化基因，未来取得更好的发展。

24、公司对于新能源和节能环保业务未来两年的营收占比规划是怎样的？

新能源和节能环保是合康两个业务板块，节能环保未来是刚需，危废对工业客户是一个痛点，合康除了余热回收，垃圾处理发电，也在补充新的能力和解决方案业务，跟工业客户合作拓展与赋能。新能源其中未来光伏，风电，储能市场空间巨大，合康也在思考如何构建合康的能力占据一席之地。整个行业相对竞争比较激烈，优秀的企业很多，未来也是从长期谨慎的角度构建合康的能力。

25、公司针对政策变动增加海外市场份额，对其未来五年的营收占比预期如何？

海外市场是合康今年的工作重点。美的集团接近一半营收 50%来自海外，合康之前海外业务很少，今年一季度取得了一些进步，今年内部目标希望海外业务突破 1 个亿，达到翻倍增长。但是最近因海外疫情原因，无法去现场面对面的沟通，今年的海外目标压力还是比较大。

26、请问预计公司今年业绩能实现盈利增长吗？

以此为目标在努力。

27、美的机电科技公司跟合康未来会有关系吗？

没有关系。

28、请问美的集团的股份份额会不会增加？

未来存在资本运作的可能，短期无法确定。

29、可以比较一下公司国内西北地区和中东部地区的发展空间吗？公司未来发展在区域规划上是否存在侧重？

公司工业客户分布在西北有巨大市场挖掘空间，合康优势的市场在京津冀、华北、西南地区，西北、中东部相对偏少，未来会增加西北部营销人员。

30、截至 21 年一季度，HC4 系列变频器是否有投入市场？可以谈谈公司对其的期待和规划吗？

HC4 变频器在去年第四季度投放市场，目前超过 100 台，已经在市场进行大量验证，投入大量人力物力。目前也在测试产品可靠性和一些未知

	<p>的风险。存在的一些小问题，经过与客户沟通已经解决，未来会大量接单。HC4 系列性价比、可靠性都比之前产品有所提升，未来也会有新一代 HC4 产品研发工作，周期大概 1 年以上。</p> <p>31、请问公司在亦庄新城有新的布局吗？</p> <p>暂时没有布局，刚刚完成北京总部的二期投入。目前已经完全够用。</p> <p>32、请问低压变频器业务预计在什么时间上会发力？</p> <p>发力需要实实在在的技术、产品，公司争取短期内做到国内一流，公司目前产品仅在电梯专业线上有优势，受行业局限。未来低压变频器业务聚焦行业线方向发力。此外也会形成系统性的解决方案去创新应用场景。未来先把产品做好，才能有市场。</p>
附件清单	
日期	2021 年 5 月 10 日