

证券代码：000988

证券简称：华工科技

华工科技产业股份有限公司

投资者关系活动记录表

编号：2021-06

日期：7月30日

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	海通证券、安信证券、华泰证券、招商证券、东吴证券、中信建投证券、兴业证券、中银证券、中信证券、中泰证券、方正证券、国泰君安、国融证券、百年保险资管、太平资产、达诚基金、深圳海底泉投资、红筹投资、湖粤资管、英莱德等机构投资者及个人投资者合计 52 人
时间	2021 年 7 月 30 日
地点	华工科技智能制造产业园 8 楼会议室
上市公司接待人员姓名	1、华工科技党委书记、董事长、总裁马新强； 2、华工科技董事、副总裁、董事会秘书刘含树； 3、华工科技董事、副总裁熊文； 4、华工科技副总裁张勤； 5、华工科技财务总监王霞； 6、华工高理总经理聂波； 7、华工激光总经理邓家科； 8、华工正源总经理胡长飞； 9、华工投资总经理张丽华； 10、华工科技总裁助理李慧； 11、华工科技投资总监朱建锋。
投资者关系活动主要内容介绍	接待过程中，公司接待人员严格按照有关制度规定，没有出现未公开重大信息泄露等情况。
附件清单(如有)	调研活动纪要

附件

调研活动纪要

一、公司董事长、总经理马新强先生介绍了公司整体情况及校企改制情况

我作为华工科技创始人之一，“变革”是贯穿华工科技发展过程中的一条主线。22年来，我们着重完成了四大转变：

一、从规模扩张到结构优化：在华工科技的发展历程中我们进行了三次战略演进，2007年，通过股权结构优化，剥离和主业不相关联的业务，将战略聚焦到激光技术及应用、传感器领域，2010年，为更有力地参与全球竞争，提出向“高端制造、服务型制造转变”，优化产品结构；2021年，基于对产业发展及自身实力的思考，我们将过去的核心业务重新定义为联接业务、感知业务、智能制造业务，赋予业务主体通过“横向拓展、纵向延伸”，打开业务成长空间。在这一变革过程中，我们率先在行业内形成了“包括关键部件(器件)、整机研发、智能制造解决方案设计、实施于一体的完整产业链”布局。

二、以管理机制变革为先导，促进校园文化向企业文化的转变，锻造了一批职业化、事业型的核心人才队伍、公司治理机制也得以进一步优化，为未来可持续发展奠定了坚实基础。

三、从“技术、产品导向”向“以市场为导向、以客户为中心”的转变。在这一转变中，我们着重强化了基于大客户战略的营销能力建设，基于IPD变革的创新能力建设，基于精益生产的交付保障能力建设，夯实面向客户端的“能力三支柱”，使华工科技在定制化能力、响应速度、客户关系等方面形成了自身特有的竞争优势。

四、从国内市场向国际市场的转变。在这一转变中，华工科技大客户从早期的几十家到现在2000多家，基本上涵盖了各个细分行业内的头部企业，这为公司充分挖掘市场需求，形成全面且具竞争力的产品组合夯实了基础，也为华工科技这样一家业务相对多元化的集团企业，将业务协同能力打造为核心竞争力之一，发挥资源加乘效应奠定了基础。

在过去的 20 年中，华工科技经营团队竭力去改变我们能够去改变的，竭力去适应我们能够去适应的，那么最难改变的是什么？是体制机制的束缚。主要表现在两个方面：一是决策机制冗长，使华工科技错失了不少的发展机会；二是中长期激励机制欠缺，难以激发核心骨干恒久的干事创业的热情与活力。可以说，校企分离改革是华工科技跨越式发展的“东风”，借力这一东风，华工科技首先实现了机制破局，在机制破局引领下，初步实现了业务的破局和能力的破局。

面向未来，即使全球经济复苏的不确定性很大，但我认为华工科技机遇大于挑战。从目前来看，3C、锂电、新能源、智能工厂等下游应用领域行业景气度将持续提升，高速率光模块作为数据中心的的核心器件，激光作为工业转型升级的必选工艺、PTC 热管理系统作为新能源汽车核心部件，需求有望随之提升。

我们的总体战略思路是“平台赋能+赛道开源”，力争通过三年的努力，三大核心业务比肩世界一流企业。

平台赋能就是通过机制的安排覆盖更广泛的员工队伍，形成千帆竞发的良好局面；通过跨业务间客户资源的整合、使用，将业务协同能力打造成华工科技的核心竞争力之一；通过资本运作，聚集价值，服务主业横向拓展，纵向延伸，促进外延式扩张。

赛道开源就是围绕“新基建、新材料、新能源、工业数智化、汽车新四化”，做强现有市场，夯实基本面，持续开发新产品，发现新应用，做优新兴市场，做优增长点；通过人才本地化、产能本地化做大国际市场，开拓潜力区。刚才说的“三新两化”，赛道宽、前景好，我们已经在这两个领域积累了很好的基础和能 力，未来做好以上这三点，我相信公司的整体竞争力将再上新的台阶。

二、各子公司经营情况介绍

1、感知业务

华工高理上半年营收 6.6 亿，同比增长 71.4%；净利润同比增长 145.5%。公司业绩增长主要受益于新能源汽车市场的高景气，此外包括光伏、电力以及新的高端装备制造市场的增长。公司新能源汽车热管理系统业务收入相较去年大幅增长。伴随上半年新能源汽车产销量均呈两倍增长的上升态势，公司五菱、理想、比亚迪、法雷奥项目继续保持迅猛增长，广汽、比亚迪、柳汽、东风日产等多个

新项目量产，新能源汽车加热器销售同比增幅超过 230%；温度传感器在新能源汽车充电桩、电池和电机领域拓展不断深入；风道温度传感器、冷媒/水温传感器等在法雷奥、电装等项目量产，上半年汽车温度传感销售同比增幅 103%。

展望下半年，公司量产项目较多，共 12 款车型会有新产品发布。订单方面，在新能源车市场，公司预计今年下半年将延续上半年态势，且在上游元器件短缺背景下，已有部分整车厂提前向公司下了明年的意向订单。

2、智能制造业务

智能制造分为两个板块，一是 3C 的精密加工，精密事业组营收在上半年增长 10%，利润较去年快速增长；二是智能装备，今年上半年收入同比增长 57%，利润增长 97%。公司智能制造板块将围绕客户需求，推动原有切割产品和智能化产业，可以快速响应客户需求，例如今年智能装备板块的激光切割产线一分为三，以更快响应客户需求；未来将围绕产品转型，从单一产品智能化到产线智能化，以打造智慧化工厂为最终目标；公司围绕“三新两化”，全局统筹，依托智能制造事业总部，整合公司原有高端装备制造及智能制造信息系统方面的优势，自主研发桥梁钢结构工程智能制造信息平台，首次借助 5G 网络将智能制造信息系统应用与桥梁智能生产设备相结合，打造制造数据实时采集、人机协调控制的首个桥梁行业智能生产车间。建立市场资源共享渠道，在桥梁船舶及工程机械等行业打造了武船、中铁宝桥、三一重工等多个标杆智能制造解决方案示范样板点，形成了以样板点为中心的多渠道立体式营销效应，增强行业和区域内的影响力。

3、联接业务

上半年营收 24.37 亿，同比增长 91.6%。公司围绕智能“光联接+无线联接”向产品多元化演进，打造一站式光电解决方案，布局硅光技术，5G 光模块巩固前、中、回传市场优势地位，数通光模块进入字节跳动、百度等海内外知名企业，Joinsite 系列无线小站快速有效解决“最后一公里”网络覆盖难题，手机潜望式棱镜形成新增长点。有源光模块业务方面，紧抓全球 5G 建设的市场契机，通过解决高速光电信号的技术难题，实现 5G 系列产品全覆盖。发货量位居行业前列；数据中心业务方面，已实现 400G 全系列产品批量发货；下一代数据中心领域的高容量 800G 模块将于本年度三季度发布。智能终端业务方面，成功开拓网络终端新领域，Joinsite 系列无线小站产品大批量发货，收入规模同比增长

877%。光学业务依托“棱镜+码盘”新业务，收入同比增长 90%。

4、投资业务

华工投资致力于扩大企业规模，双驱动战略由华工投资作为华工科技全资运作平台进行实施。华工投资的定位是产业投资人，围绕主业在 ICT、智能制造领域做布局。投资布局即通过前些年的孵化，已经形成了华工科技独具特色的从芯片、器件、系统到解决方案等全产业链的布局。同时，投资公司自身也做 PE 股权投资，对外沿着智能制造和 ICT 等赛道，向上游投资了一些芯片、封测、天线相关的优质项目。

校企改制以后，华工科技进一步深化资本协同，通过资本力量进一步扩大科技产业发展的空间。近期公司制定了投资管理制度，未来投资的决策流程将更加匹配产业发展的战略方向，通过重组、收购、新设等资本方式，丰富公司的产品线，延长公司现有产业链。例如上半年公司在激光全息领域重组新设了上海的华工艾马尔，会将激光全息技术和模内转印的技术结合，产品会进军到家电、3C、汽车领域，以上领域均有华工现有的客户资源，通过实现客户资源与其他资源叠加利用，将业务协同能力打造成华工科技未来快速发展的不可替代的竞争力，来发挥资源加成效应，以上是华工投资所做的一些资源协同的工作。

三、问答环节

1、提问：华工科技对产品研发投入和未来是怎样的规划？

回复：公司的感知层面主要研究方向在压力传感器和温度传感器方面，以及膜内注塑产品方向；对于智能制造解决方案这个方向，在很多行业我们的智能制造解决方法都处在一个相对领先的位置。研发投入情况来看，今年投入较去年增长了 21%，在高端光模块我们今年研发的增长为 56%。传感器业务的研发投入增长了 17%。未来将进一步加大研发投入，坚持创新至上，持续打造行业领先的新产品序列。

2、提问：公司激励计划对于较高层的管理人员产生的效果非常好，那么公司针对中层的管理人员以及技术骨干，在长期的激励这一块是怎样的机制？

回复：这是一个系统性强且复杂的问题，而且是需要长期去关注和改善的问

题。公司接下来有一个核心员工能力提升的三年行动方案，接下来的改革包括四支队伍，第一支队伍是技术队伍，第二个是管理队伍，第三个是营销队伍，第四个是技能队伍。从公司整体来讲，各个中层干部，公司自己内部的两句话叫培养引进并举，约束激励协同，在公司有限的资源的情况下，公司依次来进行倾斜性的激励，来优化我们的分工和分配的管理制度。

3、提问：公司光通信业务上半年毛利率下滑较多，是什么因素造成的？公司有没有一些应对的方案？

回复：确实上半年毛利率有所下降，主要是几个因素。第一个是从去年开始，上游半导体芯片供需紧张，上游价格波动传递的影响较大。第二个电信市场公开招标，带动产品价格下滑。现在经营策略需要对产品进行 100G、200G、400G、800G 升级，要把我们 100G 的产品和 400G 的产品联合投放到市场抢占份额，预计从下半年随着高端产品发布数量增长加快，毛利将会好转，随着下半年和明年把 400G 等全新高端产品推出，毛利率将会回升。

4、提问：小基站业务上半年增速很快，主要的应用场景是什么？全年预计出货量有多少？明年是否会有持续性？

回复：小基站是公司做的是室内覆盖的无线网络设备，比如企业的无线小站，网络设备包括宏站、微站、皮站、飞站，微站就是我们的无线小站。上半年公司小基站出货量为 30 万个，预计 2021 年全年达 80~100 万个。在 5G 覆盖方面来看，小站在覆盖公共场所上非常有利，现在使用在高铁站飞机场等地方，5G 信号在一些城市越来越好，得益于小站的建设。预计未来 5 年的 5G 室内覆盖的增长会快于室外的。

5、提问：华工高理传感器目前位于行业前列，请问公司可获得的市场空间和份额情况？

回复：公司温度传感器在大白电市场领域占据 70% 份额，格力、美的、海尔、海信、奥克斯、松下、东芝等公司均有覆盖。汽车市场方面，公司通过 2 至 3 年覆盖了几乎所有主流厂家，领域内的竞争对手是德企和韩企；在家电市场国内

没有太大竞争。公司目前跟奔驰、宝马、现代、日产等正在做中长期规划的产品，因为公司相比于国外（德企、日企、韩企等）具有价格优势，预计未来几年在行业里能够保持持续快速发展。

6、提问：对于汽车传感器的格局，目前竞争对手是一些德企、韩企，国内的初创公司未来会不会成为对手？未来我们的市占率展望？

回复：国内有初创公司，但进入汽车领域有一个过程，汽车行业对于供应商资质有行业本身的标准，新车型最快也要一年半。我们给蔚来、理想、上汽、东风等做的都是三到五年后上市的车型，汽车领域的占位优先优势高，前期投入大，初创企业需要很长的过程。我们对德企、韩企有两个优势，一是加热器芯片自己做，出货量占比高，每天可达 200 万片；二是有价格优势。

7、提问：关于激光业务，今年从国内来看 3C 是有一定的下降的，如何应对这样的一个问题？

回复：国际 3C 大客户的三季度报表已经出来了，营收、利润均实现了较好增长，明年有望是大年，在投资采购有可能快速提升。从国内角度来看，现在国内的一些品牌商，他们整个产线也有较大的提升需求，这些需求的提升会带动整个装备还有投资的增加。公司现在研发能力和创新能力比较强，所以公司要围绕智能制造的解决方案，拥抱制造业的转型升级，用激光去替代传统技术。

8、提问：公司在智能制造方面如何进行布局？

回复：在激光智能产品及装备方面，今年上半年重点开展了以下几项工作：一是数控系统等核心部件、工业软件自主化率快速提升，差异化竞争优势凸显；二是围绕钣金、航空航天、消费电子、显示面板、新能源、半导体等应用领域开发了多款代表行业最高水平的产品及自动化线体，实现 0 到 1 的突破；三是优化“行业+大客户+区域+服务”的营销组织模式，推进国内、国际市场融合发展。

在智能制造解决方案方面，公司已在工程机械、桥梁船舶、家电、日用消费品等多个行业形成标杆案例，并加速向更多行业客户渗透，软硬件集成优势、工艺技术优势行业领先。为进一步形成竞争壁垒，公司也在联合更多企业，共建智

能制造生态圈，上半年与富士康达成战略合作，这也将大大拓展华工科技电子智能制造领域的深度和广度。