

证券代码：000657

证券简称：中钨高新

中钨高新材料股份有限公司 投资者关系活动记录表

编号：2021-11

投资者关系活动类别	<input checked="" type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input 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	汇添富基金、富国基金、国泰基金、华夏久盈、国新投资、平安资管、财通基金、浦银安盛、九泰基金、北信瑞丰、深圳红年资产、财信证券、川财证券、招商证券、互兴资本、国投瑞银基金、银华基金、国寿资产、望正资产、万方资本、日兴资产、盘京投资、广发资管、睿郡资产、健顺投资、长城自营、世豪投资、华安资产、鹏华基金、大摩华鑫基金、誉辉资本
时间	2021年8月29 - 9月9日
地点	线上交流&现场调研
上市公司接待人员姓名	副总经理兼董事会秘书邓英杰、证券部总经理王丹、证券事务代表王玉珍
投资者关系活动主要内容介绍	一、经营业绩情况 上半年公司实现营收 62.3 亿元，同比增长 41.88%；归属于上市公司股东净利润 1.93 亿元，增长 82.1%；扣非归母 1.81 亿元，增长 98%。截至报告期末，上市公司总资产突破 100 亿元，较上一报告期增长近 10%，净资产规模相应提升。二季度较一季度保持持续增长的势头，营收环比增长 30%，归母净利环比增长 47%。自 2019 年以来，面对中美贸易摩擦、钨行业

剧烈波动、疫情影响等复杂而艰巨的环境因素，公司总体保持稳步上涨的势头，除少数季度外，整体保持环比增长。2021年上半年，在2020年度经营效益创上市25年最好水平的基础上，扣非归母净利润增长了98%。回报率水平较2019、2020年度大幅提升，上半年每股收益达到每股0.18元，净资产收益率达到4.4%。国内外布局方面，出口有所回升，积极融入国内大循环，国内市场销售大幅增长，增量不仅有效抵消了国外市场带来的不利影响，总量还有明显增长。

二、问答环节

1. 请介绍一下公司业务和主要的经营主体。

中钨高新直接管理5家硬质合金企业分别为：株洲硬质合金集团有限公司（简称“株硬公司”）、自贡硬质合金有限责任公司（简称“自硬公司”）、南昌硬质合金有限责任公司（简称“南硬公司”）、株洲钻石切削刀具股份有限公司（简称“株洲钻石”）和深圳金洲精工科技股份有限公司（简称“深圳金洲”），其中株洲钻石和深圳金洲是株硬公司的子公司，股权上为中钨高新的三级公司。株硬公司产品主要为粉末制品、棒材、矿用工具、采掘工具、钻齿、轧辊、异型及钨钼钽铌制品等；自硬公司和株硬公司业务相类似，只是在硬质合金产品种类上相对株硬少一些，其钨钼丝材、精密零件、表面工程等在国内处于领先地位；南硬公司产品以钨粉和棒材为主；株洲钻石主要生产硬质合金切削刀具，包括数控刀片、数控刀具、整体刀具、机夹焊接刀片等；深圳金洲主要生产PCB用精密刀具，包括微钻、微型铣刀等精密刀具。

2. 从定期报告披露的情况来看，国内同行业的硬质合金刀具刀片毛利率高于公司，主要原因是什么？仅看数控刀片，公司的毛利率水平未来变化趋势是怎么样？

公司定期报告中披露的切削刀片及刀具的分类包括了数

控刀片、整体刀具、数控刀具、机夹焊接刀片和 PCB 用刀具等，种类较多；公司数控刀片的毛利率在 45%以上，但机夹焊接刀片、整体刀具、数控刀具及 PCB 用刀具等产品的毛利率低于数控刀片，因此由于产品结构化差异，定期报告中披露出的切削刀片及刀具的毛利率在 37%左右。

针对数控刀片而言，同行业同质化产品会有一些的价格冲击，但株钻公司的发展战略是走差异化竞争路线，发展重点是中高端领域。一定时期内为促进销售，扩大市场占有率等而策略性的调整部分产品的价格，毛利率有所降低但不代表趋势。未来公司也会持续对产品结构进行优化调整升级，进一步增强盈利能力。

3. 今年整体而言数控刀片市场的情况如何？同行业公司都在扩产能，未来会不会有价格战？

目前中国数控刀片的市场规模将近 6 亿片，其中 1.8 亿片来源于进口，其余 4 亿片是国产的。数控刀片市场的生产厂家众多，全国大大小小的数控刀片厂几百家。国产数控刀片的竞争主要集中在偏低端领域。株钻公司的产品定位目前是在中端偏上甚至是高端领域。国内刀具市场大致可以分为以下几个层次：第一层次以欧美产品为主。主要是一些直接的终端用户；第二层次以日韩产品为主的中端偏上领域，是株钻公司的主要竞争领域。该领域中的进口刀具中 70%的份额为日韩刀具。株钻公司的产品直接跟日韩进行竞争，抢占日韩在该领域的份额；第三层次为国内企业。该层级的竞争主要集中在量比较大，技术含量相对较低的产品，不是株钻公司的主要竞争领域。

株钻的竞争目前主要是跟日韩在直供户和提供整体解决方案、整体配套能力方面进行 PK。由于自身产能受限的原因，没有多余的产能去更多的参与低端领域。公司在高端产品的研发上投入了很强大的技术和人才力量，尤其是在航空航天和汽车行业，根据客户的需求做定制化的方案，是公司的核心竞争

力。公司发展战略重在谋质，国外企业在航空、军工、能源等高端制造业占据了 80%以上的份额，该领域的特点是单件、小批量，附加值很高。该领域可能用到的刀具数量不大，但产值高。

4. 切削刀具行业内比较难加工的材料是什么？株钻公司产品水平如何？

像航空行业用到比较多也是较难加工的为高温合金、钛合金及复合材料，株钻公司的产品技术水平跟伊斯卡相当，部分牌号的产品性能一定程度上已超过他们。

5. 株钻公司在海外市场情况如何？

株洲钻石在国外构建了完备的营销网络，在北美、欧洲设立了独资销售子公司，并在东亚、东南亚等国家和地区设立了经销商，贸易网络遍布五大洲七十多个国家和地区。经过近 20 年的发展，公司硬质合金刀具的性能、质量在国内外均享有良好的信誉和美誉，市场认可度高。株钻公司在德国杜塞多夫有厂，德国对产品是相对比较挑剔的，奔驰、奥迪、宝马等都是公司的客户，公司的产品是得到市场验证的。目前公司在海外做的最好的也是欧洲市场，在欧美市场的销售价格并不比海外厂商的价格低，在海外也有较好的市场认可度。

6. 公司其他硬质合金产品今年的增长情况？

公司主要优势产品今年上半年产销量均实现同比大幅增长，其中轧辊同比增长 53%，棒材同比增长 23%，异型合金同比增长 34%，钻齿同比增长 32%等。

7. 金洲公司的产能扩张规划？

金洲公司已制定符合市场和自身情况的产能扩张计划，除深圳外，在华中、华东等做了多个生产基地的布局。

8. 公司如何防止人才和技术的流失？

首先，公司有竞业禁止协议，并将严格执行、追究责任；其次公司有一系列的市场化激励措施。中钨高新层面已实施的

限制性股权激励，逐步推广的职业经理人机制，新产品研发的超额利润分享等等，公司员工收入水平也具有相当的市场竞争力；第三，公司对知识产权保护非常重视，对于人员流失后的技术泄露等有严格的责任追究规定，公司正在持续研究和制定一系列的措施来管控，防止技术泄露和加强知识产权保护。近段时间公司也在着力开展打假维权行动。

9. 汽车行业的下滑或者说新能源汽车的发展对株钻公司的影响？

株钻公司的客户中汽车行业占比较大，约为 40%左右。随着新能源汽车的发展，加工汽车零部件所用的刀具量越来越大，公司业务并未因为新能源汽车逐步取代传统汽车而受到影响，反倒在该领域的业务保持了增长，并未出现下滑。

10. 进口替代的趋势是否会因为疫情的好转而减缓或者暂停？

进口替代更多是出于各产业链上企业客户自身发展的要求，出于产业链安全、自主、可控，避免“卡脖子”风险的考虑。国家关键领域、重要领域等提高国产化率、实现国产化是大趋势。

11. 请介绍一下株钻公司“航空航天及医疗器械加工用高精密切削刀具项目”的情况。

株钻公司今年成功中标中航工业成都飞机工业（集团）有限责任公司刀具总包项目。为提高我国航空航天等领域高性能硬质合金刀具整体解决方案的能力，增强行业产业链供应链自主可控能力，提高企业竞争力，株钻公司针对行业需求启动“航空航天及医疗器械加工用高精密切削刀具项目”。项目新增报批总投资为 9518.55 万元，建设周期 18 个月，预计明年可实现投产。该项目的实施可有效提高株钻公司在航空航天领域刀具整体配套的能力，逐步解决航空航天重点零部件加工生产完

全依赖于进口刀具的问题。

12. 矿山的经营情况如何？预计什么时候装到上市公司？

矿山经营情况较好，公司大股东五矿集团将积极履行承诺。但是前期基础性工作需要准备好，解决好矿山资产的相关问题，满足上市条件，达到国资委、证监会等各方面要求，时点需要根据进度确定。请关注公司公开披露的信息。

13. 怎么看待未来刀具市场的竞争？

硬质合金刀具的赛道前景较好。现在市场是多、小、散，目前国内硬质合金刀具 200 亿的市场看，山特维克作为国内市占率第一的企业也就不到 10%，株钻超过了 7%。未来市场的发展和竞争将是差异化的。一方面是科技的发展，科研创新水平的提升；第二方面是刀具的质量保障和技术水平的提升；第三是整体解决方案、配套能力，产品种类丰富性上的 PK。

14. 目前行业需求是否有下降的趋势？公司订单情况？

目前公司在手订单仍然比较饱满，排产很满，未感觉到需求下降。

15. 公司产品的主要销售模式？经销和直销的毛利率差异？国内范围内，行业直销情况是怎样的？

公司不同产品销售模式不同。像株硬公司、自硬公司和金洲公司的产品以直销为主，株钻公司以经销为主。株钻公司的直销比例目前在 20%内，而山特维克的直销比例 65%左右。近年来，株钻公司一直在加大直销力度，开发直供户。尤其是国外疫情蔓延出现国内阶段性市场窗口的时候，瞄准一流抢占高端市场，大力发展终端客户，先后与航天、军工、汽车、船舶等行业内的多家龙头企业签署了战略合作协议，形成多家产品直供客户。公司有竞争性的定制化产品毛利率高于平均，在销

	量提升且智能制造水平提升之后，整体协同效应也会提高。目前国内数控刀片刀具行业主要销售模式还是以经销为主。
文件清单(如有)	无
日期	2021年9月10日