

贵州泰永长征技术股份有限公司

投资者关系活动记录表

<p>投资者关系活动类别</p>	<p> <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 </p>
<p>活动参与人员</p>	<p>华创证券 代昌祺；南方基金 万朝辉；景林资产 张钊；博时基金 金欣欣；中融基金 王可汗；宝盈基金 陈金伟；诺安基金 赵森；望正资本 汪程程；平安基金 翟森；红土创新基金 王尚博</p>
<p>时间</p>	<p>2022年11月10日 10:00-12:00</p>
<p>地点</p>	<p>深圳市南山区高新中一道长园新材料港 F 栋 4 楼会议室</p>
<p>形式</p>	<p>现场</p>
<p>公司接待人员</p>	<p>董事、副总经理：盛理平、贺贵兵 董事会秘书、财务负责人：韩海凤</p>
<p>交流内容及具体问答记录</p>	<p> 一、简单介绍公司情况 二、主要问题 1、电气设备行业竞争激烈，公司的产品定位及市场竞争情况？ 低压电气行业处于充分竞争状态，能长期在这个行业并有增长态势的企业为数并不多。低压电气行业产品主要分为配电电器、控制电器等类别，具体产品的功能差异较大。以公司产品断路器为例，区分其质量水平的重要因素之一在于其运行的可靠性，而可靠性是与企业的设计能力、生产制造能力、测试水平、员工技术水平等密切相关，这些都需要相当长时间的技术积累、行业经验及市场检验来做支撑。公司产品的市场定位为中高端，发明专利占比专利总量在 40%左右，具备较高技术门槛和优势。 2、公司充电桩的客户情况及相关进展情况？ 公司目前主要以充电桩设备的生产和销售为主，注重产品的品质和可靠性、安全性及可持续的业务模式，致力于为用户提供优质的服务。在策略上，公司近期也在探讨业务模式是否有提升转型的空间。 公司充电桩产品的下游重点客户主要包括：①大型的运营商，如中国普天、比亚迪等，公司之前与中国普天以合作交流桩为主，今年直流桩的出货在逐步上升；另外，公司与比亚迪合作时间也较长，主要为其提供低压电器元器件及相关定制化产品，近来也在其“云轨”、“云巴”等领域逐步拓展充电桩设备的应用合作；②大型地产集团，公司与招商地产、旭辉、复星、阳光城等均有战略合作，但近期地产投建速度放慢，公司也在考虑逐步收缩在地产领域的相关业务布局；③公建领 </p>

域，如深圳地铁、深圳大学、部分省市的机场等，公司的充电桩设备均有相关项目应用。

3、目前公司充电桩收入体量？交流及直流充电桩的占比？

目前公司充电桩的销售收入占比尚不大，但增速相对较快，目前在定期报告中的销售收入中将其暂归类为电源电器类别。虽然公司充电桩出货数量占全国出货总量有一定比例，但由于其中销售交流桩的占比较高，所以在金额占比上没有显著的优势。直流桩金额约占公司充电桩销售总金额的 20%~30%。未来，公司在充电桩业务方面，计划逐步拓展在高速服务区充电站模式，如探索与政府投资平台共建共营的模式。

4、公司交流充电桩、直流充电桩的单价？直流充电桩的功率范围？直流充电桩成本构成？充电桩毛利率？

如上所提及，目前公司充电桩的业务主要以项目销售，直供设备为主，有一定的渠道优势和品牌溢价，交流桩单价在 1500~2000 元，高端的配置价格会高一些。直流桩的设备根据功率和型号不同，差异较大，以 120kW 为例，一般市场价格在 5 万元左右，并根据不同配置需求有一定浮动。

目前，公司直流充电桩的功率范围最高可达 480kW，公司还推出了充电堆等相关产品。现阶段，公司直流充电桩销售主要以 60kW、120kW 为主。直流充电桩的成本构成，主要是充电模块的成本占比较大。

根据行业可比上市公司来看，充电桩毛利率水平比较好的一般处于 30%上下，大部分公司目前毛利率较低。由于公司充电桩的销售及业务模式的不同，以直供给终端用户为主，没有经销商分摊利润，且公司充电桩设备的器件自制比例较高，交流桩的自制比例可达 80%，目前公司充电桩毛利率处于行业相对中等偏上水平。

5、充电桩的竞争门槛主要在哪里？我们的核心优势？

虽然充电桩的市场空间很大，但充电桩的技术门槛较低，尤其是交流桩，产品标准化程度较高，供应商数量多，因此市场竞争较充分。但不同公司生产的交流桩运行质量的可靠性和稳定性各有参差，如发热问题导致暂停运行需维修处理、是否负载有漏电安全保护等。公司具有充电桩系统集成的研发能力和构成组件的全生产流程、并具有自主开发的智能云充电运营管理平台，能为用户提供全方位的系统解决方案。公司产品性能优异、质量稳定、品牌得到了市场较高认可。

6、未来对充电桩业务的规划？

(1) 政策倾斜及支持

国家陆续出台了相关政策支持充电桩相关技术、模式和机制创新，在解决新能源充电桩发展问题的同时，构建新型电力系统，完善相关基础设施，助力“双碳”目标实现。2022 年 1 月，国家发展改革委、国家能源局等出台《国家发展改革委等部门关于进一步提升电动汽车充电基础设施服务保障能力的实施意见》，提出到“十四五”末，我国电动汽车充电保障能力进一步提升，形成适度超前、布局均衡、智能高效的充电基础设施体系，能够满足超过 2,000 万辆电动汽车充电需求。多项政策落地，使得我国新能源充电桩行业的发展方向和发展目标逐渐清晰，为行业发展提供有益土壤。

(2) 市场需求及前景相关数据

根据乘联会（乘用车市场信息联席会）数据显示，2022年10月新能源乘用车零售销量达到55.6万辆，同比增长75.2%，1~10月形成趋势性上升走势。1~10月新能源乘用车国内零售443.2万辆，同比增长107.5%。10月新能源车国内零售渗透率30.2%，较2021年10月18.5%的渗透率提升11个百分点。

公司会大力聚焦于新能源领域相关业务的研发投入和业务布局，不仅是充电桩，目前公司组织架构上已增设独立的新能源事业部，后续将加快直流桩的拓展，加快推进光储充一体化、有序充电、大功率快充、V2G充电等先进技术的研究布局、产品开发、工程应用等，延展和丰富公司现有的产品业务线和商业模式。未来，公司一方面会依托现有的业务基础加大与大型央企、国企等建筑企业的充电桩业务合作；另一方面加大单体公工建项目的开发数量及规模。

7、充电桩海外收入占比？出海有什么规划？

截至目前，公司所有的充电桩营业收入主要来源于国内，公司尚未布局海外团队。不过由于海外的需求确实比较大，以现阶段需求来看，海外的充电桩和国内的充电桩的参数和认证上都有一定差异，公司在现有业务拓展中也会接到关于海外充电桩的开发需求，并已与合作方开展产品样机和认证工作。未来，公司会根据海外市场需求及公司实际发展情况做相关布局，积极拓展随主机厂出海的业务机会。

8、公司整体业务下游客户所属行业的布局？重点和未来的增长点在哪里？

先前，国产一线品牌大多在建筑领域收入占比高达50%，但近两年行业内下游客户结构发生了较大变化。目前公司主要看好并着重发展公建、工业智慧配电领域、轨道交通及通讯数据中心智慧配电领域以及新能源领域等，且本年度在这些领域的市场份额增量也较为显著。

在营销策略上，针对公建、工业智慧配电领域，公司已建设专门团队，紧盯行业头部企业，如宁德时代、邦普、正威等，已应用项目具有头部效应且有示范效果；在新能源领域，除现有的充电桩业务外，公司在新能源风电、光伏配电产品和解决方案方面已经具备较为完善的产品和基础，在一些新能源项目上实现了重大突破，对未来业绩增长具备重要支撑。

9、针对光储充，公司主要计划是什么商业模式？新能源发电对低压电器的需求大概有多少？

在新能源光储充领域，公司会尝试选择性的做项目集成，以公司园区为示范点，实现集光伏发电、储能、充电于一体的综合功能电站，形成以项目为主的自产自用的可复制性光储充业务模式。

根据行业研究机构公布的《中国低压电器市场2022白皮书》，2021年，在光伏领域的低压电器的市场规模达到18.4亿元，风电领域的市场规模达到13.7亿元，我们预计后续仍有较广阔的市场空间。针对新能源领域，因其大部分要应用于封闭的集装箱空间，且国内光伏电站大多建在西部高温或高海拔地区，对内部设备的电压等级、设备的高温稳定性等均有较高的要求，公司目前已有全系列相匹配的配电开关设备。

	<p>10、公司销售收入中，直销及经销的占比？ 公司的业务模式对公司毛利率起正向的促进作用，公司的业务营销团队辐射全国，公司一直重视品牌建设，直销的项目前期运作较为深入，渠道主要是作为物流效用。另有一些大客户，公司采取直供的方式。截至 2022 年 6 月 30 日，公司直销占营业收入的比例在 60%左右。</p> <p>11、公司认为目前主要的竞争对手？ 近年来，低压电器行业市场格局在发生变化，以前公司主要的竞争品牌是国内一线品牌，目前在细分市场中主要为合资企业，如施耐德等，公司也在努力拓展以实现更大份额的进口替代。我们竞争优势主要集中在技术创新和差异化等方面。</p> <p>12、地产客户的坏账风险对公司的影响？ 公司与地产公司基本上不直接发生贸易，中间有成套集成厂，地产行业客户对公司的坏账风险整体可控。</p>
<p>关于本次活动是否涉及应披露重大信息的说明</p>	<p>不适用</p>
<p>活动过程中所使用的演示文稿、提供的文档等附件</p>	<p>无</p>