

长虹华意压缩机股份有限公司

投资者关系活动记录表

编号：2023-001

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（请文字说明其他活动内容）
形式	<input type="checkbox"/> 现场 <input checked="" type="checkbox"/> 网上 <input type="checkbox"/> 电话会议
参与单位名称及人员姓名（排名不分先后）	鹏华基金管理有限公司 高亦博 天风证券股份有限公司 于雪娇 天风证券股份有限公司 马元亨
时间	2023年02月03日 15:30-14:30
地点	腾讯在线视频会议
上市公司接待人员姓名	董事会秘书 史强 证券事务代表 杨茜宁 证券事务主办 胡姝颖
投资者关系 活动主要内容介绍	<p>1、问：公司冰箱压缩机业务 2022 年全年来看，大致销量多少，商用压缩机、变频压缩机量有多少？</p> <p>答：根据产业在线数据，2022 年冰压行业整体销量呈下滑情况，但公司全体员工仍努力完成 2022 年经营目标，公司已预约于 2023 年 3 月 30 日披露 2022 年度报告，具体情况敬请关注。</p> <p>2、问：公司 2021 年冰箱压缩机销量增长 20%+，增速比较快的原因是什么？</p> <p>答：2021 年冰箱压缩机销量增速较快主要系下游市场需求增加。2021 年因疫情原因，冰箱、冰柜等下游产品市场需求增长，订单饱满，带动了冰压的需求。公司抓住这个机会，早布局、早行动，在抓牢疫情防控的同时，积极组织保供保产，抢抓变频、商用、出口订</p>

单。因此，公司 2021 年冰压销量增速较快，且高于行业增长。

3、问：公司 2021 年收入快速增长，但扣非净利有明显下降的原因是什么？

答：公司 2021 年扣非净利润同比下降 42.89%，主要系主营产品毛利率下降以及并购格兰博形成的商誉和商标权、专利权增值部分减值损失所致：①2021 年公司面对全球疫情反复及经济恢复缓慢、航运价格暴增、原材料价格大幅上涨且居高不下、供应链压力较大等不利因素。虽然公司积极知难求进、化危为机、抢抓机遇，强化产品结构优化、运营效率提升及增收降本等工作，经营主业产销规模、销售收入同比均实现增长，一定程度缓解了外部环境对经营业绩的压力，但毛利率仍呈下降趋势；②公司并购格兰博形成的商誉和商标权、专利权增值部分减值损失进一步减少公司 2021 年度经常性利润 5,150.04 万元。

4、问：公司 2021 年三季度毛利率明显下降的原因是什么？

答：主要系自 2021 年三季季度公司按新收入准则将与合同履行相关的运输费用等重分类至营业成本，及原材料大幅涨价，致使三季度营业成本增长幅度大于营业收入增长幅度。

5、问：公司 2022 年半年度商用压缩机、变频压缩机占比提升，但毛利率依然下降的原因是什么？

答：主要系港口疫情、停运、爆仓、集装箱多次过夜、码头加载等导致额外运输费用增加致使营业成本增加。短期的费用浮动使得短期的毛利率也呈现波动，但随着公司产品结构的持续改善，长远看有利于提升公司盈利能力。

6、问：公司冰箱压缩机产销量在全球份额有多少？主要有哪些对手？

答：根据公司掌握的情况，冰压全球市场份额大概在 20%-30%。主要竞争对手有东贝、美芝、思科普、恩布拉科等。

7、问：公司客户结构如何？在每个大客户里面的份额如何？

答：1、海尔、海信、美菱、奥马等都是公司国内的主要客户；惠而浦、西门子、伊莱克斯、利勃海尔等是公司海外的主要客户。

2、公司已连续多年保持行业龙头企业，在客户方的份额中较为稳定，目前公司在主要客户中基本上都是第一大供应商。

8、问：公司资产负债表上应收账款比较多，这些款项对应的客户是谁？有没有大额减持的风险？

答：由于行业结算特点，应收账款呈现一定规模，但公司主要客户均是大型企业，公司认为应收账款风险可控。公司目前的应收账款管控情况较好，没有大额减持的风险。近年来公司强化了运营效率提升，虽然应收账款金额随生产销售规模增长而有所增加，但应收账款周转率在持续提升。

9、问：请介绍下公司 2023 年的冰箱压缩机销售目标，总量和结构？

答：2023 年的目标正在制定中，行业普遍认为冰箱压缩机将面临更严峻的竞争环境，公司将继续坚持“由大向强”的战略目标，坚持既定的“做强做优冰压主业、做快做好新型产业”的战略方针。2023 年公司将继续通过产品领先、制造提效、管理增效等举措努力消除不利影响，继续推动公司高质量发展。具体经营计划敬请关注公司 2022 年度报告。

10、问：2023 年冰箱压缩机的毛利率如何展望？

答：公司在总的产销量上预计增长有限，更多努力的方向是优化产品和客户结构，增强产品盈利能力。变频、商用等高端产品的毛利率较高，公司将不断加强变频、商用技术方面的投入，调整冰压产品结构，以求提升自身竞争能力。

11、问：22 年原材料价格下降对公司利润的贡献有多少？如何看待 23 年和之后的毛利率？

答：1、原材料价格下降有利公司产品成本降低，但同时原材料价格下降原因之一是需求减少，包括公司下游冰箱产量减少，而需求的下降将带来的竞争加剧也会影响利润。2、公司产品毛利率更多与行业竞争态势有关，明年公司面临的冰箱压缩机行业竞争环境仍然很严峻，公司将继续加大技术投入，进一步调整产品结构和客户结构，提升盈利能力，努力以更好的业绩回报投资者。

12、问：格兰博是做 OBM 还是代工？为何要做美国市场？定价如何？

答：1、格兰博公司主要生产家用扫地机器人及相关配件，目前主要以为客户 OEM 为主；2、公司于 2017 年并购格兰博公司，此前格兰



博公司一直与美洲市场客户建立了长期合作；3、产品价格根据市场行情以及客户需求等因素合理定价。

13、问：公司是如何进入新能源汽车空调压缩机赛道？

答：公司的主业冰箱压缩机业务，自 2013 年起公司产销规模上已连续多年保持冰压行业第一，开拓新业、寻求新的利润增长点是公司发展的战略方向。经过调研，公司认为新能源汽车及其核心部件是国家政策重点支持发展的战略新兴产业之一，具有很大的市场发展潜力和增长空间，公司自 2017 年收购威乐公司成功进入新能源汽车配件领域。

14、问：我们新能源汽车空调压缩机在手订单有多少？客户是谁，对应哪些车型？23、24 年预期收入有多少？有何竞争优势？与主业有何协同？

答：1、公司旗下威乐公司 2022 年半年度实现收入 6,597 万元，同比增长 358.33%；2、主要合作客户有上汽通用五菱、易捷特、东风柳汽等；3、每个客户的车型都不同，须进行匹配；4、冰箱压缩机的技术主要是活塞式压缩机，新能源汽车空调压缩机采用涡旋式压缩机，两者在技术上差异较大，但公司长期从事冰压行业的相关生产和管理经验将对威乐公司发展新能源汽车空调压缩机业务提供参考和帮助。公司将通过各种方式支持威乐公司发展，未来几年将大力在产品研发和场市开拓方面进行投入，以抓住新能源汽车的发展机遇，力争进入新能源汽车空调压缩机行业第一集团。

15、问：目前产能是否匹配业务？是否有新增产能的意向？

答：公司的产能情况良好，后续产能规划主要围绕结构上的调整进行相关技改。

16、问：公司未来的发展方向和业务重心如何分配？

答：公司冰箱压缩机业务已连续 10 年保持产销规模全球第一，公司在冰压业务方面将继续巩固现有行业地位，加大变频和商用产品占比，实现冰压行业“第一强”目标；在新能源汽车空调压缩机业务上，紧抓新能源汽车飞速发展机遇，提升自身综合能力，发展高端产品，向行业前列的目标前进；在扫地机器人业务上，提升技术开发和生产制造能力，大力拓展国际国内市场。尽管面临宏观经济和行业竞争等方面的各种挑战，我们仍将努力以更好的业绩回报投资者。



	<p>17、问：公司是个国企，有没有国企混改方面的计划？</p> <p>答：公司已是上市企业，且股权结构已较为多元化。</p> <p>18、问：近期公司高管连续增持，原因是什么？</p> <p>答：本次公司高管增持是根据《长虹华意压缩机股份有限公司十四五业绩激励方案》的规定，公司部分董事、监事、高级管理人员承诺在收到十四五业绩激励基金的3个月内通过公开市场购买本公司股票。</p>
附件清单（如有）	上述特定对象均签署承诺书
日期	2023年02月03日