

股票代码：002747

股票简称：埃斯顿

南京埃斯顿自动化股份有限公司

2023年5月6日投资者关系活动记录表

编号：2023008

投资者关系活动类别	<input type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 其他	<input type="checkbox"/> 分析师会议 <input checked="" type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 路演活动
参与单位名称及人员姓名	参与南京埃斯顿自动化股份有限公司2022年年度网上说明会的投资者。	
时间	2023年5月6日 10:00-12:00	
地点	本次活动通过“约调研”线上交流平台进行	
上市公司接待人员姓名	董事长：吴波 财务总监兼董事会秘书：何灵军 独立董事：汤文成	
投资者关系活动主要内容介绍		
<p>1、问：RV减速器国产化比例多少？自然语言在人机交互进步很快，公司在机器人“人”的能力方面有没有布局？</p> <p>答：公司RV减速器已经引入了部分国产减速机厂商，国产化率在逐步提升。“人”是以AI技术为核心的人工智能发展领域，智能化是机器人未来发展的方向之一，公司在机器人智能化方面将会持续研发投入，以保持在行业的领先地位。</p> <p>2、问：（1）观察过去的产业规律，大的国内市场会孕育出国内有</p>		

竞争力的头部企业，在与跨国公司的本土竞争中走向全球市场，并最终在本土市场领先跨国公司。埃斯顿目前在国内市场已经处于国内公司第一名，国际市场布局已具备雏形，与发那科在机器人这个领域国内出货量有多大的差距？大概什么时间能够超过？（2）在行业整体增长放缓前提下，埃斯顿四季度与今年一季度都取得了非常优异的增长，但扣非利润率仍然不如预期，公司今年扣非利润率目标到多少？明年，后年目标是多少？（3）在新能源汽车行业，智能制造整线有没有取得突破？在新能源电池行业，智能制造整线有没有取得突破？

答：（1）根据MIR睿工业的数据统计，发那科是全球最大的工业机器人企业，2022年在中国的出货量接近5万台，目前公司出货量与发那科存在较大差距。当前国际四大机器人厂商的产品在中国机器人市场中仍占据重要地位，国产品牌随着技术研发、制造能力及质量管理的提升，其影响力及市场占有率在逐步扩大。工业机器人是一个充满机遇和竞争的市场，从长期来看，国产替代是发展趋势，公司有信心在未来几年通过不断提升自身能力进入机器人国际第一阵营。

（2）公司处于快速成长期，扩大市场规模，提升品牌影响力仍是公司近期的主要发展策略。随着公司品牌知名度的提升，业务规模的扩大，大客户战略的有效实施和公司正在推进的降本增效、精细化管理及组织变革，公司的盈利指标会逐步改善，逐年提升扣非净利润率已经列入到公司的发展规划中。

（3）作为国产机器人品牌，为了能够建立基于性能和可靠性的客户信任，我们需要在一些行业建立能力证明和性能标杆的应用案例，为未来全面打开行业应用复制奠定基础，这是公司发展智能制造业务的定位。目前智能制造业务已经覆盖动力电池、汽车零部件行业的头部客户。

3、问：请问公司是否有人形机器人业务的发展规划？

答：“人形机器人”体现了AI技术在机器人领域的应用，这也是未来机器人发展的方向之一，“人形机器人”未来可能在某些特定场所优先会得到应用。公司现有的部分核心部件及技术和“人形机器人”有相通性，具备条件和可能性在未来根据市场发展情况和应用场景的变化来适时开展相关布局。

4、问：目前公司重点客户分布在哪些行业？

答：下游应用行业主要包括光伏、锂电、新能源车、储能等新能源行业，金属加工，电子产品、其他通用行业等等。

5、问：如何看待2023年工业机器人行业竞争格局？

答：2022年中国工业机器人行业保持平稳发展，国产品牌的市场占比进一步提升。随着国产品牌企业在技术、制造能力及质量管理等方面的提升以及中国具有完整供应链的优势，国产替代是发展趋势。2023年随着中国经济发展的恢复和国家产业政策的支持，工业机器人行业将会进入一个长期快速发展的阶段。同时，行业的参与者也会越来越多，竞争也会更加激烈，国产头部企业会逐步在主流市场与国际品牌展开竞争，众多中小企业会会在细分领域争夺市场，行业会逐步进入一个优胜劣汰的发展过程。

6、问：请问公司有信心完成股权激励2023年业绩不低于3亿元目标吗？

答：2023年利润不低于3亿元是公司新一期股权激励的考核目标，也是公司的经营目标，公司将会为实现此目标做好全面的工作规划。

7、问：请问贵公司在市值管理方面做了哪些工作？

答：公司从不同方面开展工作来做好市值管理，具体包括：1、不断改善公司经营指标，对标行业标杆企业；2、公司加强投资者关系管理，与专业机构和机构投资者保持顺畅的沟通，及时获取市场对公司的反馈，提升投关的工作能力和成果；3、在公司的投入、融资、并购等方面，聚焦主营业务的发展，维护好股东的利益；4、平衡好股东分红和保障企业发展资金之间的关系。

8、问：请领导详细介绍一下销售模式，地域分销商这部分销售占比有多少？

答：公司业务主要以直销为主(包括终端用户、系统集成商及设备商)，部

分产品与一些代理商展开合作。

9、问：请问公司今年为完成净利润目标将采取哪些措施？相关措施更侧重于扩大营收还是控制成本？此外，下半年五万产能的新工厂将开始投入使用，请问预计产能利用率将达到多少？

答：2023年公司将继续推动部件国产化替代和减费降本增效，持续提升利润率水平，具体措施包括：（1）利用全产业链的竞争优势，强化核心技术和供应链自主可控的业务发展战略，实现国产化原材料的替代，通过规模化生产，提效降本；（2）在供应链管理、制造提效等方面强化精细化管理；（3）新产品研发带来的毛利率提升；（4）加大市场的拓展，通过业务的增长，降低固定成本的分摊。在费用方面，通过组织管理变革，强化销售费用等预算管控，保证人均创收和人均创利，有效控制费用的增长，使得费用率逐年下降。

为进一步支撑埃斯顿发展战略，埃斯顿机器人智能产业园二期工程正在加紧建设中，目前部分厂房已经完工，逐步进行搬迁布局，计划2023年中完成整体完工投入使用，届时，可以把产能提升至50,000台套/年，以满足公司2025年经营目标对产能的要求。

10、问：请问公司对于负债率越来越高有什么举措？

答：公司坚持内生性发展和外延并购相结合的“双轮驱动”，过去几年公司海外并购使得公司的负债率上升，公司未来通过盈利能力的提升、经营现金流的改善、优化融资结构，不断改善资产负债率水平，增强公司抗风险能力。

11、问：贵司和特斯拉有合作吗？

答：公司暂未与特斯拉进行合作。

12、问：公司国外业务开展了怎么样？

答：公司目前的海外业务收入主要来自于海外子公司在海外的销售，出口业务占比不高。2023年，通过支持行业头部客户在海外拓展是公司海外业务的重要发展策略，未来公司机器人产品、通用自动化核心

部件产品会随着客户在海外拓展进行市场布局，以共同推进全球化业务发展。

13、问：2022年度营业收入和净利润增幅较大，主要是哪一块业务的因素？

答：2022年，受益于汽车动力电池、光伏等新能源行业的发展机遇，公司的工业机器人及智能制造业务保持了快速增长，埃斯顿品牌工业机器人本体销售增长超70%。

14、问：请问今年公司的销售目标是什么？

答：基于各项鼓励智能制造及机器人+的政策加持、下游一些应用行业的复苏，公司将继续保持较快的增长，2023年的销售增长率目标高于2022年度的增长率。

15、问：董事长对公司未来三年的发展规划是？

答：公司继续以国产第一品牌，国际第一阵营的“2025双一”战略为奋斗目标，坚持“All Made By Estun”的全产业链的发展思路，进一步加强核心技术和供应链自主可控的业务发展模式，充分发挥公司海内外协同效应，加大研发和市场投入，扩大规模，坚持以客户为中心，为成为受尊重和认可的国际化品牌而奋斗。

2025年预计全球工业自动化市场规模将达五千亿美元，要获取更多全球市场份额，需要公司具备技术的远见性和市场的敏感度，充分利用国内国外的协同优势，在技术研发、产品和市场上提早布局，通过持续的长远投入，为公司长久发展、实现长远目标保驾护航。

16、问：请问当前公司的产品/收入结构中，以磁钢为原材料的零部件及总成占比，大致有多高？

答：磁钢原材料主要用在公司伺服电机的生产中，电机是公司伺服运动控制产品的主要部件。磁钢原材料目前在公司整体的采购额中占比不大。

17、问：公司对一带一路国家有怎么的布局？

答：公司的海外业务目前已经覆盖欧洲、亚洲、美洲，产品出口60多个国家和地区，其中涉及一带一路的国家和地区有30多个。

18、问：公司进行管理变革，未来是从哪些方面进行变革呢？

答：变革是每个公司为适应不同的发展阶段必须要推进的工作，公司去年底对组织架构进行全面的调整，以适应公司未来的发展。通过流程再造、销售调整、服务升级、组织优化，以构建行业领先的组织能力和以客户为中心的管理体系。未来公司将围绕公司治理、战略管理、销售与服务、集成供应链等领域全面推进管理变革，全方位打造以客户为中心的流程型组织。通过组织治理梳理，强化组织能力，打造对客户需求变化敏捷和流程化的组织能力与体系，真正打通端到端的能力体系建设，实现管理能力高效高质量的提升。管理变革涉及到公司经营的方方面面，变革是一个渐进的长期过程，变革的成果会在未来几年逐步得以体现。

19、问：公司近两年大客户战略取得了哪些成效？

答：近两年公司大客户战略已取得很大成效，在光伏、锂电、新能源汽车等多个应用行业头部客户的渗透率不断提升。公司也在加大战略终端用户（EU）的攻关，通过终端用户对公司品牌及产品的认可，推动公司业务的发展。

20、问：2023收入增长预期如何？

答：2023年公司预期收入增长率目标是要高于2022年的增长率。

21、问：公司产品在汽车领域的规划和进展是怎样的？在汽车整车行业的渗透率如何？

答：公司机器人产品已经在汽车整车和零部件行业得到较为广泛的应用，公司通过深度研究新能源汽车行业机器人应用场景，陆续推出多款适合汽车行

业的中大负载机型，适合弧焊、点焊、涂胶、冲压、搬运、滚边、铆接等多种场景，同时定向开发了汽车行业专用软件包。整车厂家对生产用工业机器人的稳定性、可靠性要求非常高，这也是对包括公司在内的国产机器人厂家的能力考验。公司与多家整车制造客户就推进相关产品的应用开展合作研究，部分产品已经实现批量应用。

22、问：请问公司未来研发方向是怎样的？

答：公司未来的研发重点包括：新产品的开发，以满足新兴行业的需求及开拓现有行业的深度应用；核心部件的国产化率提升；产品软件的易用性和数字化增值业务的发展；加强高端应用如汽车点焊、涂胶等的开发等。

23、问：2023年会继续加大研发费用和研发力度吗？

答：公司所在的行业技术进步快，市场竞争激烈，研发的高投入是公司核心竞争力的有力保障。2023年公司会继续加大研发力度，研发费用会继续维持较高比例。

24、问：原料价格上涨，对企业有何影响？企业怎么预防？

答：过去两年原材料价格维持高位，芯片及部分零部件的缺货情况持续，对自动化核心部件及机器人的正常生产及交付产生了一定的影响。公司密切关注芯片等关键物料及大宗材料的供需情况，加强与战略供应商的合作，加大关键物料的储备，进一步国产替代，并采用一定的保价措施降低采购风险与成本上涨风险。

25、问：如何看待机器人价格战

答：公司作为工业机器人的国产龙头企业，产品正在进入各个主流市场，与外资品牌的竞争不可避免，目前公司的产品相比外资品牌整体上仍有一定的价差。随着公司产品得到更多的市场应用，国产替代的优势会逐步展现，公司在光伏、金属加工等行业已经建立了自己独特的竞争力，通过为大客户开发定制产品满足客户需要，实现共同发展。

26、问：公司最近满产满销吗？

答：公司近期生产负荷基本处于饱和，订单情况较好。

27、问：公司自动化核心部件收入增长不大，未来几年展望？

答：公司将利用自身具备的自动化核心部件和机器人的综合优势，形成以运动控制器、伺服系统为核心一体化自动化解决方案。同时针对细分领域为客户场景进行定制化开发，拓展解决方案的应用场景，为客户提供有竞争力的增值服务，带动公司核心零部件业务的发展。

28、问：公司2022年销售了多少机器人？2023年有完成2.5万台有信心吗？

答：根据MIR睿工业数据，2022年公司机器人产品出货量约1.7万台，再次成为国内整体工业机器人、国产六关节工业机器人出货量最高的国产机器人企业。2023年公司制定了完成超2.5万台的工业机器人出货量目标，目前公司正在这个目标的牵引下做好全面工作规划。

29、问：公司对已有客户的售后承诺是什么？

答：公司通过严格遵守与客户签订的合同来履行约定的义务和相应的承诺。

本次接待过程中，公司与投资者进行了交流与沟通，严格依照信息披露相关管理制度及规定执行，保证信息披露的真实、准确、完整、及时、公平，未出现未公开重大信息泄露等情况。

附件清单（如有）	无
日期	2023年5月6日