

股票代码：002270

股票简称：华明装备

华明电力装备股份有限公司
投资者关系活动记录表

投资者关系活动类别	<p><input checked="" type="checkbox"/>特定对象调研 <input type="checkbox"/>分析师会议</p> <p><input type="checkbox"/>媒体采访 <input type="checkbox"/>业绩说明会</p> <p><input type="checkbox"/>新闻发布会 <input type="checkbox"/>路演活动</p> <p><input type="checkbox"/>现场参观</p> <p><input checked="" type="checkbox"/>其他</p>
参与单位名称及人员姓名	<p>泾溪投资:柯伟。</p> <p>GIC:谢楚轩;华夏未来:丁鑫;中金公司:刘倩文、曲昊源、张若熙;中庚基金:杨舜杰;淡泰资本:赵宇辰;国泰基金:郑浩;中欧基金:王蒙达;和谐汇一:孙纯鹏;相生资产:欧阳俊明、张涛;上海宝银:刘俊;CMR:应豪。</p> <p>西南证券电话会。</p> <p>天风证券电话会。</p> <p>工银安盛:甘晓瑶;禾其投资:王奇琪;融通基金:范琨、刘申奥;宁银理财:刘畅;德邦基金:汪宇;兴业基金:高观朋、徐立人;正心谷:张孝达;浦银安盛:王笑;恒越基金:陈思远;国海证券:王刚;永赢基金:于畅。</p> <p>广发证券:陈昕;财通基金:钟俊、张胤。</p> <p>醇厚基金</p> <p>富达基金</p> <p>光大证券</p> <p>西南证券</p> <p>东方财富:程文祥;保源胜知:王耿耿;上海茂典资产:杨怀宇;阿杏投资:范建平;毅行资本:褚嘉斌;曜川私募:黄昱诚。</p> <p>天风证券:吴佩琳、张晓霏;汇添富:林淦、邵蕴奇、花秀宁、张伟。</p> <p>路博迈基金:赵志铭。</p> <p>野村投资电话会。</p> <p>民生证券:许浚哲、李佳。</p> <p>.....</p>
时间	<p>2023年8月14日 13:00-14:00 (现场)</p> <p>2023年8月14日 14:30-16:00 (现场)</p> <p>2023年8月14日 16:00-16:35 (线上)</p> <p>2023年8月15日 10:00-11:00 (线上)</p>

	<p>2023年8月15日 13:30-14:50（现场）</p> <p>2023年8月15日 15:00-15:50（线上）</p> <p>2023年8月15日 16:00-17:00（现场）</p> <p>2023年8月16日 09:00-09:50（线上）</p> <p>2023年8月16日 10:30-11:50（线上）</p> <p>2023年8月16日 13:30-14:30（线上）</p> <p>2023年8月16日 15:00-15:45（线上）</p> <p>2023年8月16日 16:00-17:25（现场）</p> <p>2023年8月17日 14:00-17:00（现场）</p> <p>2023年8月18日 10:00-11:00（现场）</p> <p>2023年8月18日 14:00-15:00（线上）</p> <p>2023年8月18日 15:15-16:00（现场）</p>
地点	公司
上市公司接待 人员姓名	董事会秘书：夏海晶
投资者关系活 动主要内容介 绍	<p>1、 有载开关和无载的应用场景？</p> <p>无载分接开关是在断电的情况下进行电压等级调整和切换，有载分接开关可以在不断电的情况下进行电压切换，在必须带电完成电压切换的场合需要用有载分接开关，其他情况可以用无载分接开关，公司目前绝大部分的产品都是有载分接开关。通常理解对于用电环境稳定性要求极高和负荷波动较大的环境需要用有载开关，相对波动较小的环境可以用无载开关。</p> <p>2、 今年网内和网外客户的占比？</p> <p>在2020年以前，电网内和电网外的客户占比大约在1:1的水平，2021年开始，随着工业用户和新能源客户的增长，网外客户占比有所提升，去年电网内和电网外的客户大约在4:6的水平。从今年上半年的情况来看，网内和网外的差距有进一步被拉开的趋势，当然如果电网投资加速落地，网内的占比可能会出现新的变化。</p>

3、 分接开关行业格局产生的原因、行业进入门槛？

首先，分接开关产品安全性可靠性的要求极高，产品质量问题导致的直接成本往往是产品售价本身的几倍甚至数十倍，间接影响更是无法估量，这就会导致产品本身的准入门槛极高；其次，分接开关产品生产难度很高，产品的规格种类较多，生产过程涉及上万种型号的零件、数千副模具以及复合生产工艺，对关键和核心的零部件也有极高要求；再次本身因为应用主要集中在关键核心的领域，市场规模相对有限，当不能形成规模效应时，生产将不具备经济性；最后，中国市场特殊的集中度优势和过去 30 年的快速发展的历史性机遇也是公司可以立足于这个市场的原因之一，在世界其他国家可能都不会有这样的环境，而在电力设备行业这样的历史性机会也很难再有第二次。

公司发展的过程也是一个持续进口替代，持续经受住各种环境下竞争的过程。

4、 公司的直接客户是哪些，最终用户的话语权？

公司的直接客户还是变压器厂，最终的下游主要分电网内和电网外两块。客户一般在压器的招标过程中直接或间接的有技术规范和指标等方面的要求，可能会具体到品牌、型号等技术规范等。因此在选用具体分接开关时，很多最终客户有较强的话语权。

5、 公司产品的季节性差异？

分接开关业务的季节性差异不是很明显，一般而言，一季度的订单和发货最少，二、三季度会相对高一点，但是各个季度差异相对不大。

6、 变压器能效等级的替换带来的影响？

变压器能效等级的替换预计将会对公司带来比较正面的影响，由于目前在网运行需要更新的变压器整体数量还比较多，需要投资的金额较大，预计这个过程可能会持续非常长的时间，可能会从使用年限较长的变压器开始升级。

7、 配网端变压器有没有可能会用公司的开关？

在配网端使用有载调压，可以起到平滑电网负荷波动的作用，有利于电网的稳定。未来随着新能源发电和电动车充电对电网系统的冲击越来越大，加上交直流互补的电网模式，有载开关调压有可能显现越来越重要的作用。尽管方向或者趋势是有利的，但是还要考虑从产品落地到推广可能不是短期内可以实现的。针对配网端变压器使用的电力电子分接开关，我们也已经在开发相关的产品，目前仍在做成本和体积方向的持续改进。

8、 公司上半年毛利增长的主要原因？

从业务的结构上看，今年上半年公司海外业务收入大幅增长，检修服务收入增长超 20%，检修业务的毛利相对较高，加上海外的毛利率相对国内会高一点。在产品结构上，公司真空开关产品的销售占比也在不断提升，真空开关的毛利相对于油浸式开关也比较高。公司目前的人员、设备还没有到规模效应的极限，随着销售收入的持续增长，本身还会有规模效应的释放，综合上述影响构成上半年毛利增长的主要原因。

9、 公司毛利增长的潜力？

公司未来还会有更多的高附加值产品，同时目前的流程工艺也还在持续改善，因此毛利有挖掘的潜力。

10、 公司上半年的订单增速，以及第三季度的订单情况？

继去年整体订单增速超过 20%后，公司上半年的订单也维持了这一水平，从细分市场的角度来说已经是非常高的增速，三季度目前刚过半，但从今年市场整体旺盛的需求来看，我们相信这一状态会得到持续。

11、 预计下半年的业绩情况？

利润会受到很多因素影响，但从公司以前年度的情况看，一般下半年收入会高于上半年。尽管每年情况会有所波动，但是正常状态今年下半年在收入方面预计还是会同往常一样高于上半年。

12、 公司产品价格上涨和降本的空间？

公司目前没有对产品进行过涨价，但是公司产品的销售均价有所上涨，这主要是由于新产品和新市场的进入，以及高附加值产品占比的提升。公司会对产品进行工艺流程持续改进，目前的产品自动化率相对较低，公司也在逐步推进生产的自动化改造，这可以在不断提高产品的性能及安全性的同时提高生产效率。从这两年的情况看，公司的人均产能在不断提升，未来还存在挖掘的潜力。

13、 电网招标的增速及转化周期，公司收入增速小于变压器招标增速的原因？

电网投资这两年的招标情况其实已经很理想了，具体到变压器招标这两年也持续在“大步向前”的状态，但毕竟类似公司产品涉及的都是大型的施工项目，转化的时间会受到项目进展的影响，因此电网招标转为公司的订单会存在一定的滞后性。电网投资可能看上去爆发性弱一些，但正是由于这样的特点会让需求的持续性更久一些。

14、 公司产能有没有扩建的规划？

公司对遵义基地的产能扩建一直在循序渐进的进行，以及对其产业链的完整性进行相应配套，遵义基地的人工成本相对上海基地会偏低，在遵义地区完成相关配套后，将与上海地区产生更强的协同效应。公司目前生产主要以单班生产为主，在单排产能不足的情况下公司会通过增加排班的方式以在现有基础上提升生产能力，因此现有的产能水平实际还有很大的弹性。

15、 公司的国内业绩增长的主要来源？

电网内，只要经济规模在增长，社会总用电量在增加，电力设备需求一定会长期保持稳定的自然增速，同时各个不同的产业或者经济周期也会叠加额外增速。电网外的市场，本身具有分散性，并且在经济发展的不同阶段会有不同的侧重点，会给公司业绩带来更多的额外增速。近年来的新能源产业结构性机会直接作用于电力设备行业，不仅仅是本身的需求，同时还会带动电网配套投资和上游制造业的产能投资，而电网投资本身就有很强的拉动效应，因此多方叠加会带来更快的增速。而从未来看，公司在国内的进口替代还有巨大的份额。

16、 公司国内市场的主要竞争格局？

公司的产品现在主要集中在 35kV-220kV，在 500kV 及以上的市场占比较低，但本身 220kV 以上的变压器需求也较少。目前公司在 500kV 市场的占比还很低，挂网的特高压产品也只有两台。

17、 真空开关对油浸式开关的替代情况？

由于真空开关相对与传统的油浸式开关在安全性和使用寿命上都具有较强的优势，从长期看油浸式开关的检修费用相

对较高，并且随着使用的年限越长油浸式开关的总成本相对于真空开关就越高。近两年真空开关在公司产品中的销售占比也正在逐渐地提升，国外的竞争对手也已经宣布了停产油浸式开关。从长期看，我们相信真空开关将会逐渐替代油浸式开关，但是这可能需要一定的时间和过程。

18、 网外的主要客户有哪些，有哪些超出预期的需求？

电网外的市场呈现的较为分散，涵盖了光伏、风电、钢铁、化工、硅料、地铁、高铁、大型写字楼等非常多的领域，单个行业或者领域的需求不会特别大，但是累加起来会形成比较大的规模。同时在经济发展的不同阶段会有不同的侧重点，每段时间都会有所变化，一开始是玻璃行业、水泥行业，现在是碳化硅行业、硅料行业，未来随着不同经济周期，产业结构侧重不同，也会带来新的需求。像前两年硅料厂的建设所带来的需求是超出了我们预期的。

19、 光伏电站装机量的增长带来的影响？

首先用装机量去衡量本身并不准确，光伏电站的建设会直接带来对公司产品的需求，但是整体的占比相对较低。因为公司的产品主要应用在集中式光伏电站的升压站上，现在单个光伏电站的规模越来越大，在同样的装机容量下，电站的数量比原来要少，光伏电站的开工数量才决定对公司产品需求。但是从动态去看新能源电站带来的需求不仅限于其本身的增量，它还会带来上游制造业的需求，以及拉动电网的配套，电网投资又反过来会影响很多传统制造业的产能需求提升，例如新能源投资带来硅料厂的建设，同步带动了很多对公司产品的需求。

20、 公司订单的交付周期？

公司采取以销定产的模式组织生产，公司接到订单到交货，周期较短，一般要求在1个月以内。海外订单的交付周期会相对长一些可能在3个月左右，公司一般在完成交付后确认收入。

21、 海外订单增长的主要原因，能否持续？

除了需求确实旺盛以外，海外订单的增长主要来源于个别市场爆发性的增长，其中俄罗斯的增长较为突出，美国、欧洲、中亚等市场增长也比较明显，但这个高增速也存在去年基数较低的原因。由于海外市场相对比较分散，单个市场的规模一般比较小，公司会从个别优势市场出发逐步地打开海外市场，同时考虑到本身在海外整体的市场占有率还非常低，并且今年以来海外的需求包括很多下游变压器行业订单排得非常长，我们预计海外需求是可以保持增长的，但考虑到去年同期可比属于较低的基数，因此对今年下半年和明年增速的判断不适合使用上半年为参数去线性外推。

22、 公司目前收入在俄罗斯市场增长的原因，未来的市场空间？

俄罗斯在欧美的多轮制裁下，会更多地选择购买中国的产品。明年以后我们相信可以拿下更多的份额，我们的最终目标是希望在俄罗斯的市场占比可以达到国内的水平。俄罗斯本身市场并不大，但是考虑到公司在当地有较强的涨价能力，这个市场规模是有可能往上浮动的。

23、 海外提升市场空间的难点？

海外市场虽然更大，但是整体呈现比较分散的状态，分接开关市场对产品的安全性和可靠性要求极高，这就导致了市场的认证周期很长，因此海外市场本身不是一个靠烧钱就打开的

市场。同时海外客户对检修服务也有相关的要求，我们现在相对于竞争对手在品牌效应上的差距较大，同时在市面上的积累和沉淀还存在不足，竞争对手依靠现有的积累开展服务业务已经可以维持其目前市场的发展。因此公司现在策略还是希望通过自身的布局，一步一个脚印逐步提高市场占有率，从个别优势市场出发逐步地打开局面。

24、 公司海外市场发展的优势？

海外市场的用户不希望看到市场被 MR 所垄断，因此华明的加入为客户提供了其他的选择机会，这是客户所希望看到的。而且公司产品在技术上有足够的能力对标竞争对手的产品，甚至在部分类型产品，在技术上我们有自己的优势，另外我们的产品品类相对于竞争对手也会更加齐全，能够满足客户各种定制化的需求，这也是竞争对手不及我们的地方。

25、 公司的产品的认证周期？

分接开关市场一般认证周期在 2-3 年，长一点的甚至在 5 年以上，公司目前的海外市场也是经过了前期数年及数十年时间的努力争取到的。

26、 公司海外团队方面的布局以及业务的开展模式？

目前我们在土耳其有一个组装工厂，在俄罗斯、美国和巴西都有服务中心，另外我们在东南亚这两年开始在布局，今年已经开始进行服务、销售等人员的招聘，未来可能会设立一个研发中心，年底也会考虑规划产能。公司海外业务开展主要通过现有的网点和组装中心辐射周边市场，其中土耳其子公司辐射包括其本地市场以及中东、北非等地区。从效率上来说公司可能会花更多的精力在海外电网公司客户的开发上，在前期电

网客户的持续性更好，规模更大，推进的速度也会更快一些，但是海外的电网公司也呈现了一个非常分散的状态。

27、 公司海外看好东南亚市场的原因？

东南亚近年来的需求保持了较快地增长，其目前的基础设施还是比较薄弱，相对于目前，他持续不断的工业化发展才是最大的潜力，相当于复制了中国过去快速的发展的过程，加上本身现在东南亚较弱的基础设施，未来将存在较大的潜力。另外东南亚市场对中国制造的接受度较好，未来随着一带一路出国也会更方便，所以我们在东南亚也做了比较大的布局，未来东南亚的定位可能包含技术中心、制造中心、销售服务中心等。

28、 海外市场的销售模式？

公司一般都采用直销为主，在一些市场前期发展过程中也会考虑经销商的模式，由于海外用户对于服务的要求相对国内用户要高，会对售后的实时响应速度有要求，因此公司未来主要还是通过本地化的部署来实现海外业务的拓展。

29、 海外市场的目标？

我们海外市场的目标一直都是希望能够先实现 6000 万美金以上的收入。从今年上半年的情况看，海外的市场收入情况好于公司的预期，即使抛开单一市场的影响，其他方面整体都呈现了较高的增速。但是海外市场增长需要长期的积累以达到一个从量变积累到质变的过程，某个市场一旦形成突破，订单量会加速上升。

30、 目前比较重要的公司海外市场有哪些？

目前主要的海外市场有东南亚地区、巴西、俄罗斯以及土耳其等市场。美国市场的前景也比较广阔，其电网存在升级改

造的需求，但是由于贸易摩擦的原因，推进起来会遇到一些困难。

31、 特高压的进展和实现替代的周期？

在年底或者明年春节前预计会有批量的交付，最终的交付情况还是需要根据实际情况来确定。任何产品的市场替代都要经历从第一台到第一批再到高比例替代的过程，目前我们已经完成了第一台的应用，正在向第一批的阶段去迈进，在第一批以后预计也要两三年时间会渐渐放开应用比例，因此开始替代的阶段最快预计也要到后年左右。但是一旦开始实现批量应用，我们很有信心能够实现高比例的国产替代，毕竟华明的发展史就是一部国产替代史，截至目前也还没有出现过实现国产替代后被替代回去的情形。

特高压本身单条线的价值量并不是特别大，但是特高压线路的建设会带动支流电网的建设需求，其配套的设备总量可能会大于这一条线本身的价值总量。特高压市场突破最重要的意义主要还是有利于 500kV 以上市场的突破以及海外市场的拓展带来的品牌效应。我们现在产品现在已经进入国内核电领域，标志着公司的市场地位正在稳步提高。

32、 公司产品在变压器成本中的占比？

分接开关占整个变压器成本的 5%-15%左右，分接开关作为变压器中的核心部件之一，具有重要影响，很多最终用户在分接选用上有更强的话语权，因此客户对价格不太敏感。

33、 公司的产品在技术上与竞争对手的差距以及产品定价策略？

公司的产品在技术上与竞争对手相比不存在太大的差距，公司的产品序列相对于竞争对手会更为完备，只是相对中国制

造，客户可能会更加青睐德国和日本的制造。在国内互为竞品的市场，公司的产品与 MR 的产品不存在明显的价格差异，但是在一些基本是进口产品为主的市场，这个价格差距就会非常大。在国际市场上，由于在每一个国家和地区双方采取不同的定价策略，因此价格情况会有很大的差别。在成本方面，由于公司产品采用全产业链的模式组织生产，所以每一个加工环节的技术附加值都留在公司体内，而海外竞争对手没有本土化的全产业链生产的优势，如果要做本地化意味着放弃了“德国制造”这一优势，因此同样型号的产品公司的成本可以做到更低。

34、 原材料价格波动的影响？

公司产品采用全产业链的模式组织生产，生产从最基础的铜粉、锡粉、钢锭、铝锭等原材料开始，做到最后的产成品，加工环节大多是公司自主完成，所以各加工环节的技术附加值都留在公司体内。原材料价格上涨虽然对成本有影响，但影响较小，另外公司会通过保持研发和产品更新迭代弥补原材料价格波动的影响。

35、 分接开关的使用寿命？

公司产品设计寿命通常跟随变压器寿命来走，一般要求在 30 年以上甚至更长。正因为如此，在长期的运行过程中需要定期定量的对分接开关进行保养和检修。

36、 公司检修业务的市场目标及毛利情况？

检修业务本身有固定的需求，随着保有量越来越大，市场空间也会相应扩大，从国外同行的情况看，检修业务的利润差不多占到其整体利润的一半。但是检修业务由于存在明显的季节性的特点，在用电高峰期无法停电检修，因此大规模的进行

人员配备不太具有经济性，公司现在的目标是希望尽快实现2.5-3亿的规模。

未来公司可能会使用在线监测技术等形式来开展业务，以提高检修业务的市场空间和利润水平。公司现在特高压变压器上已经有公司主导研发的在线监测产品投运，意味着我们在其他电压等级上也是有技术和质量保障。同时在客户端，特别是电网端已经越来越重视服务，随着全生命周期的设备维护的提出，我们相信对产品带电或者吊芯检修的频率和规范性也会越来越高。检修业务的毛利率比较高，但是现在的规模还比较低，因此净利率还比较低，以后在达到一定的规模以后，检修业务的利润率会存在一定的规模效应。

37、 数控业务未来的规划？

这次我们准备成立一个子公司，这两年会把更多的精力投入数控业务中。在目前数控业务的细分领域价格竞争非常激烈，而公司目前人员和固定资产的规模成了一个竞争的负担。法因数控原来是经过IPO的上市企业，技术和硬件制造能力是很多竞争对手没有办法达到的。公司希望通过成立新的公司，整合现有产品的功能做出定制化程度更高的复合式产品，尝试走一些差异化竞争的道路。同时引入一些新的团队和技术，提升目前的精度和效率，以此来提升竞争力。我们希望通过5年左右的努力，可以将数控业务恢复到原来上市时的竞争力，但是短期内可能对公司整体营收和利润都不会构成重大影响。

38、 公司开展工程业务的目的是及工程业务上的规划？

公司原来开展电力工程业务主要考虑与分接开关业务的协同效应，开展工程业务能够让我们采购一些客户的产品，可以提高公司资金的使用效率，也让我们和客户的关系变得更为紧密。工程业务由于目前光伏组价价格的波动较大，今年我们

还是根据客户的需求开展相关业务。公司的核心业务还是分接开关业务，工程业务对公司利润的影响相对比较有限。国内的工程业务，我们会有限考虑回款的效率，海外工程方面，我们需要在海外有一些标志性的工程项目，通过提升公司在当地市场中的品牌知名度和影响力，建立品牌效应以更好地打开当地的分接开关市场，如果有机会可以在海外开展工程业务，其利润率水平远远会超过国内。

39、 公司保留了“华明”和“长征”两个品牌，对两个基地的未来定位？

公司保留两个品牌，一方面保留了客户的选择的权利，另一方面也有利于保持合理的内部竞争关系，提高员工对产品质量和服务的意识，这将有利于公司的长远发展。我们未来对两大生产基地的定位，上海基地主要以高附加值新产品、特高压、海外市场拓展等为主；遵义基地主要以通用型产品制造和产品销售为主。

40、 公司产品更新换代的动因？

公司一直在对产品进行更新换代、工艺改造等工作，这一方面可以来提高公司产品的竞争力和盈利能力，另外也可以满足客户新的定制化的需求，以及保持相对于竞争对手的竞争优势。分接开关产品本身对安全性有着不断提高的要求，因此持续的研发也是关键的一环。

41、 公司应收账款的收款账期情况？

公司在 2018 年以前电力工程业务的收入占比较高，工程业务的回款周期比较长，从 2019 年至今工程业务的应收款一直在下降。公司分接开关业务的整体回款较好，公司会根据客户的资信情况，将客户分为三个等级：第一等级的是战略客户，

对战略客户公司会在年内持续发货，在年底完成回款；第二种是信用客户，公司会提供 3-6 个月的信用期，最后一类客户公司一般要求带款提货。从经营性现金流情况可以看到报表日后的回款情况都是正常的。个别季度的期末应收账款余额会显得比较大，主要是因为客户账期的问题。

42、 公司现金流比较充裕，未来有没有并购计划？

公司一直在关注并购相关的项目，关于筛选项目的方向主要还是与公司整体风格比较匹配，也会关注企业的利润水平和现金回报率，所以想要找到合适的项目会比较难。在无法找到合适的投资项目的情况下，我们也会考虑进行股东回报。

43、 公司未来的股东分红计划？

公司未来三年股东规划中计划将现金分红调整为不少于当年实现可分配利润的 60%，这其实也反应了公司对未来的经营情况和发展的信心，从公司的角度来看，我们的经营情况在持续进步，公司长期保持很好的现金流、净利润水平，我们相信未来也可以持续，业绩提升的同时股东回报也作相应提升其实是比较正常的，这次中期分红水平也超过了去年。

44、 公司有没有股权激励的规划？

公司目前尚未实施股权激励，公司如有股权激励计划会根据相关法律法规及时履行信息披露义务。

45、 公司未来增长的目标？

公司在 2021 年的年报和 2022 年的年报分别对收入增长和业绩增长有过一些判断和目标，目前公司对未来其实是更有信心了，有的目标也有希望提前实现。目前看，行业的发展逻辑

	<p>和趋势并没有大的变化，我们还是会保持持续稳定的发展节奏。</p> <p>46、 未来三年的重点发展方向？</p> <p>此前也多次讲过，公司从业绩的驱动因素来说，短期我们会受益于产业周期，中期会受益于国产替代，长期则是海外和检修服务；因此公司近年来着重在推进特高压的落地，检修服务业务的发展和海外市场的持续布局。从近两年时间来看，国内我们收入正持续增长，还完成了特高压和核电的首台套，检修业务规模去年也突破了一个亿，海外业务在经历了去年的波动以后今年不但强势复苏还有超预期的发展。</p> <p>这些成绩一定程度上反应了公司目前所处的发展道路是正确的，在这些方向上还有更多的发展机遇，我们也在不断适应和学习遇到的新问题，公司对更长期发展也充满信心。</p>
附件清单	无