

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	<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 checked="" type="checkbox"/> 其他
参与单位名称及人员姓名	国海富兰克林：程刚 摩根基金：王丽军；光大证券：殷中枢、叶小舟。
时间	2023年8月28日 10:00-11:00（线上） 2023年8月29日 10:00-11:15（现场）
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、真空开关替代油浸式的进展情况？</p> <p>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长期检修费用相对较高，并且随使用的年限越长其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的提升，从长期看，我们相信真空开关将会逐渐替代油浸式开关，但是这需要一定的时间和过程。海外已经停产了油浸开关，趋势和方向实际是比较确定的。</p> <p>2、真空开关和油浸式开关的价值量的差距？</p>

在同一电压等级内不同型号的真空式、油浸式的分接开关的价格和成本的差别会很大。具体到同样产品，真空开关的价格会贵比较多。在真空产品占比持续提升的过程中，即使销售数量不发生大的变化，销售额也还能持续稳定的增长。

3、 从长期看，公司未来的增速可以持续吗？

只要电力仍然是最核心的能源，越往长期看，增长越是确定的，短期有时候遇到一些瓶颈和波动是正常的，比如去年的海外销售情况，但是长期来说需求的中枢是持续向上的。

从电力设备的情况看，行业本身会有一个长期的自然增长率，不同的经济结构和产业结构周期也会叠加额外增速。除了本身市场需求的增长以外，中期来说，公司还有国内的替代空间，长期看还有海外的市场。

4、 电网招标有大年和小年，对公司业绩的影响？

电网招标落地是需要一定转化周期的，因此从未来一段时间来看都会对公司业绩有正面的影响。

5、 特高压和核电领域的市场空间大吗？

特高压本身单条线的价值量并不是特别大，未来特高压市场如果能够实现高比例的进口替代，市场空间还是比较可观的，同时特高压线路的建设会带动支流电网的建设需求，其配套的设备总量也会带来大量的产品需求。特高压市场突破最重要的意义主要还是为公司 500kV 以上市场的突破以及海外市场的拓展带来品牌效应。我们现在的产品也已经进入国内核电领域，公司的市场地位也正在稳步提高。

6、 特高压的进展和实现替代的周期？

按照目前的情况看，应该会在明年有批量投运。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不断去进口替代的过程。

7、 海外市场突破的难点？

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。同时相对中国制造，客户可能会更加青睐德国和日本的制造。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。

8、 不考虑俄罗斯市场的影响，海外市场的整体的情况？

即使不考虑俄罗斯市场的影响，我们海外市场今年也保持了增长。考虑到我们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，我们预计海外需求还是可以保持增长，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。

9、 俄罗斯市场的发展规划，未来的目标？

我们在俄罗斯现在有一个服务中心，未来会考虑在俄罗斯

那边也投一个组装厂。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市占率的水平。俄罗斯本身市场并不大，但是考虑到公司在当地有一定定价权，这个市场规模是有可能具备一定弹性的。

10、 电网外的主要客户有哪些，是来自于新能源电站吗？

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，他的驱动可能是房地产的发展，基建的发展，高铁的发展，新能源的发展等等，未来随着不同经济周期，产业结构侧重会发生变化，也会带来新的需求。

如果静态的去从新能源电站的角度考虑，光伏电站的建设会直接带来对公司产品的需求，但是其总体需求主要是由光伏电站的开工数量来决定的，因此整体的占比相对还较低，增速也会很有限。但是从动态去看新能源电站带来的需求不能仅限于其本身的增量，例如光伏电站建设会带来组件支架的需求，组件投资又会带动电池片，继而带来硅料厂的建设，支架就会拉动传统的钢铁冶炼等上游制造业的需求，同时为了保障接入并网拉动了电网的配套，而电网投资本身是带杠杆的，又反过来会影响很多传统制造业类似钢铁水泥化工材料等产能需求提升，这些都同步带动了很多对公司产品的需求。

11、 配网端的变压器会用到公司的产品吗？

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，将有利于电网的稳定。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，加上以交直流互补的电网模式有

可能有载分接开关会起到越来越重要的作用。尽管方向或者趋势是有利的，但是从产品落地到推广可能不是短期就可以实现的。公司现在已经有相关的产品研制并通过实验，目前仍在做成本和体积的持续改进，另外针对电力电子方面的分接开关我们也在做持续的研发。

12、 公司在海外的布局情况？

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。我们目前重点发展的海外市场是东南亚，东南亚今年已经开始进行服务、销售等人员的招聘，年底也会考虑规划产能。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。但是海外销售收入的增长是需要由量变不断积累形成质变的过程，不是线性的增长。

13、 检修业务目前的发展规划？

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。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。

14、 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。

15、 公司业务的抗风险能力？

一般情况下，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。考虑到非常特殊的格局优势，公司所处的行业不太可能出现急剧的下跌。

16、 公司对数控业务未来的规划？

这次我们准备成立一个数控业务子公司，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。

17、 公司在海外市场的发展模式？

未来从长期转型的角度上来讲，对海外市场会循序渐进的进行投入，通过搭建新的本地化的团队去开拓新的海外市场，目前策略上公司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的打开市场。

18、 公司对上海和遵义的生产的定位？

由于遵义基地具备生产成本对比上海基地的生产成本偏

低，距离主要客户的运输半径小、运输成本低，且人力资源较为丰富等方面的优势，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，其他的产能可能会放到遵义基地；遵义基地未来定位将以通用型产品制造和产品销售为主。

19、 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；再次因为分接开关的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。

20、 公司产品相对于竞争对手的优势？

第一、公司的产品的品类比较多，相较于竞争对手具备一定的优势；第二、国内成本还是会比德国低一些；第三、分接开关是一个定制化程度比较高的产品，公司全产业链的生产模式在定制化灵活性上会更强；第四、在技术和产品质量差异不大的情况下公司总体的定价策略相比国外竞争对手有一定性价比。但是从制造工艺上来说德国、日本制造相比中国制造还是具有一定的优势，这两年公司也在不断对产品进行技术和生

	<p>产工艺方面的改进。</p> <p>21、 公司产品毛利的上升的空间？</p> <p>公司最近几年对遵义和上海基地都做了升级，以更好的发挥了两大生产基地的协同效应，提升公司的整体效益。公司目前的人员、设备也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。未来还会有更多的高附加值产品，对流程工艺也还在持续改善，公司开展的检修服务业务、特高压产品的毛利率也会比现在普通产品的毛利率略高，因此毛利有挖掘的潜力。</p> <p>22、 公司产品价格降本增效的空间？</p> <p>公司一直在对产品进行工艺流程持续改进，由于目前产品的自动化率相对较低，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。</p>
附件清单	无