

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 checked="" type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 其他 电话会议
参与单位名称及人员姓名	中金公司：张若熙；合远基金：庄琰；诺安基金：刘晓飞；万家基金：李杨；富国基金：武云泽、李娜；信达奥银：李泽宙；勤辰资产：赵乃凡；浦银安盛：王笑；开源证券：周磊；博裕资本：张甘露；富兰克林华美：颜笠赟；野村投信：何佳纹；瑞银证券：利林海；野村投信：吴维；太平洋证券：万伟；中银资管：宋柏宁、叶志成；混沌投资：周展立；海通资管：胡光华；丹羿投资：宝玥娇；GIC：谢楚轩；天风证券：吴佩琳；摩根基金：陈雁冰
时间	2023年10月27日 15:00-17:00
地点	公司
上市公司接待人员姓名	董事长：肖毅；董事：谢晶；财务总监：雷纯立；董事会秘书：夏海晶
投资者关系活动主要内容介绍	<p>1、公司目前分红比例较高，也有出台未来三年分红计划，三年后往长期看公司会是怎么样的考量？</p> <p>我们重视长期稳定的回报投资人，我们理解在A股市场，大多投资者目前更热衷于短线的收益，这个没有对错之分，目前在A股市场大家之所以不热衷于长线投资，是因为长线投</p>

资需要企业的经营足够长期利润足够持续，并且还需要企业有能力进行长期稳定的分红，在 A 股这样的公司太少。

而从我们的角度，我们希望向成熟资本市场的上市公司看齐，要把公司打造成一个百年老店，二级市场股价我们没有办法去控制，公司业绩好坏有时候也决定不了股价，但是稳定持续的分红是我们能够决定的，我们过往账上有足够的未分配利润，今年结束还会增加，以公司的负债率和现金流能力，举例来说即使每年把新增利润分完也不会影响经营和发展。

当然公司也会有一些其他的资本性支出，比如重大的投资之类，但目前公司的资产负债控制在 30%以内，有足够债权融资能力，未来还可以选择通过股权去融资。因此公司董事会做出决议提高分红比例并希望能够稳定的持续。

2、公司海外市场的规划和想法？

海外市场是公司未来长期增长的主要驱动。未来公司海外主要有几个方向，一是东南亚市场，疫情以后，东南经济亚增速全世界领先，人口基数大且制造业受政治影响较小，因此东南亚是马上要拓展的市场。

美国也是未来变压器最重要的市场，但因为地缘政治因素，对公司分接开关进入美国市场造成一定阻碍，现在也在通过各种渠道去沟通解决，当然在此之前公司也会不断增强走出去的实战的竞争力，比如美国技术标准同国内常用和欧洲的标准不一样，公司需不断更新产品技术，此外，未来的美国市场我们也需要在当地做本土化的布局。但是我们相信美国市场迟早开放，美国市场离不开中国制造，目前我们竞争对手在美国的工厂最近一年的订单基本排到 2 年以上，而能够达到美国目前现行标准的剩下就只有华明，这已经不利于美国整体的电网改造，况且电力公司自己就相对垄断，核心部件如被某一企业长久垄断没有任何话语权定价权他们也无法接受，但是在此之

前公司也会不断提升自己的内在能力。

3、对变压器景气度有将近 10 年的时间，如何理解？

这是同世界很大的变压器跨国公司的高管交流后，他们得出的结论。欧美目前的变压器服役年限已经远远超过正常的更换周期，平均都在 40 年以上，这已经限制了欧美用电安全；俄乌战争以后，欧洲要降低石化能源在能源中的占比，这需要提高电能的比例；欧美也在大量装机新能源，这和国内新能源带动变压器需求是一样的；现在的算力中心相当于一个小型城市的耗电量，人工智能要发展，离不开电力的支持。

过去几年欧洲一些小的变压器厂业绩非常差，很多处于停产或破产阶段，但今年基本上都排满了订单，并且在 2025 年之前已经很难再接新的订单。

4、俄罗斯市场的情况，是否还有增长的空间？

俄罗斯能源资源储备丰富，拥有很多石油天然气资源以及依赖于能源便宜而产生的高能耗。今年俄罗斯增长量非常大主要是因为欧洲产品禁售，中国产品得以进入，今年俄罗斯市场很大比例在于石油、天然气以及铝业。钢厂和铝厂大概一个项目几十个开关，跟国内一个省电网主网一年的需求也差不多水平，所以工业上面的量非常大。此外，俄罗斯目前已经开始布局产能，预计明年初投入生产。俄罗斯和国内一样，很多高端市场他们需要本土化供应链的保障，也无法接受核心供应链被卡脖子，因此在我们大量进入当地市场，并且成功的实现本土化以后，我们认为俄罗斯市场仍然有增长空间。

5、同海外品牌竞争时的价格策略是什么？

很多人认为中国制造在全球有价格优势，但是对分接开关来讲并不如此，分接开关在变压器中类似于心脏的地位，因此

客户对价格并不敏感。竞争对手打造的品牌就是全德国制造，如果独立核算的话，他们可能在国内的工厂长期都没有盈利，主要是因为连螺丝、螺母等部件都从德国进口。在全球范围内，这是他们能够每年涨价守住价格的核心竞争力，但在分接开关这个产品上，如果你价格降低，用户反而会担心你的产品质量是不是会有风险。

在华明进入海外市场后，实际并不是公司在制定价格策略，而是竞争对手在针对公司的报价在不同市场做出不同的反应，公司是一个进攻者的姿态，而竞争对手是在防御，他们也不得不有时候在一些重要客户和重要项目去匹配公司的报价，但是可能也会捆绑一些其他条款例如服务等。甚至有些项目他们愿意接受亏损，但是海外有非常多的目前仍然指定使用竞争对手产品的区域，在这些区域他们最多甚至可以卖到公司售价的5倍，即使在个别区域的降价或者亏损，在其他市场也可以弥补过来。

但是用户始终是不愿意接受被垄断的，不愿意被掌握定价权，因此公司即使从一个配角我们也有机会慢慢的走出去，这是我们在海外的信心。

6、华明的成本情况？能够释放的利润空间有多少？

公司在过去几年对遵义的基地做了产业链配套和产能的升级，在上海基地做了非常多的工艺流程的改进，通过减少产品加工步骤降低成本，近几年持续减少加工环节，创造绿色生产，并且逐步的进行自动化改造，降低人工成本。

未来公司相信通过持续的技术改造也会有利于降低公司生产成本。此外公司也在不断推出技术附加值更高的新产品来保证自己的竞争优势。

7、公司技术和产品都是相对成熟的市场，为什么可以不断推出新产品？

公司新产品主要有 2 条技术路线。一个是从安全性和降低长期维护成本的角度，另一个是往低电压等级配网去做。

第一个我们推出了真空开关并不断迭代，现在也有第二代的真空开关，从长期使用成本的角度，会低于售价更低的传统油浸式开关。

第二个我们正在研发应用到 35kV 以下配网变压器的电力电子开关。

8、配电产品量大价格低，我们要如何做，优势在哪里？

配电变压器大概在 8 万-10 万元/台价格，目前的有载开关作为变压器的配件大概占比 5-15%，也就是说在配网具备大规模推广的条件之一是成本可以控制在约 8000-10000 元/台。传统机械产品如果在这个价格基本上没有利润了，因此生产产品和模式必须改变，目前公司主要是按单台排产，毛利率较高，但产量有限，未来配网的开关可能是毛利率很低，但以一年 10 万台以上的产量做出规划，进行标准化的生产。

实际这对我们也是很大的挑战，因市场大竞争就多，并且配电电压等级低，必然竞争对手也很多，对公司的销售模式也有很大的挑战。但是公司在这一领域会有很强的先发优势，我们的历史和行业地位，有载调压的产品都没办法绕开公司。

9、配网的产品何时会放量？

这是一个新的产品，新的市场，必然会有相互试探的过程，用在电网的产品都有从一台到小批量，再不断更新迭代，最终进入采购框架的过程，这和现在特高压发展是一样的，肯定还需要一定的时间和过程。

10、产品的趋势是尽可能减少维修周期及次数，做免维护产品，是否跟公司检修业务的开展有冲突？

真空开关产品在全生命周期的使用成本是他的优势，但是这并不是说产品就不需要定期的检查和检修，我们在产品的改进是降低单次检修的成本，延长检修的周期。事实上竞争对手现在有一种真空开关的产品就把可以单独更换某一个真空灭弧室而不需要整体拆开作为一个技术亮点。

此外从技术发展的角度，定期维修的方式靠人力去做支撑收入并不是长久之计。检修业务有非常大季节性影响，一年可能能够开展的时间只有少数几个月，未来需要更多靠在线监测，将产品装上传感器，通过温度等数据判断是否需要派人去现场检修。收费模式也会按照每年收取在线监测费用，改变现有市场的收费模式，这样才可以走的更加持久。

11、检修按年付费的方式客户是否能接受？

首先，目前类似电网公司每年就有固定的分接开关检修预算，其次，国内的电网公司现在在推全寿命报价，未来报价会分产品价格和产品寿命期维护的价格，在采购产品时，会综合考虑，因此长期看这样的业务模式是可行的。

12、公司海外检修和服务业务的布局？

我们的服务能力也是海外市场推进较慢的一个制约因素，服务团队需要走到产品前面，以前更多要考虑回报率，可能只会在有足够规模后才会组建团队，但是未来的话考虑目前公司盈利能力、现金流好，我们会更多提前做布局，事实上新加坡作为东南亚乃至海外总部的布局就是提前走到了市场的前面。

13、问董事长个人的问题，是否有比较钦佩的榜样或者企业家？欣赏什么文化特别突出的企业？

名字就不提了，说一下理想的状态。最近二三十年涌现了很多有名的企业家，有时候就只是企业家有名，我个人并不在乎企业家是否有名，更多的是看企业能否成为一个百年传承的老店。当然一个企业文化跟老板的性格关联很大，但从一个稳健的企业来讲，最好淡化企业家本身形象。德国、日本等传统制造业很强的大公司，大家一般想不起来企业家是谁，都是职业经理人的模式，但是他们可以发展的非常持久，我们最大竞争对手已经有 150 年以上的历史。

现在企业主要有两类，一种是像美国的快速创新、快速发展和快速迈进，上市并马上实现套现退出；另一种是类似德国模式，可能规模不大，但非常稳健，走的持久，对华明来讲，后者更为合适。国内从来不缺企业家，但缺少能够安分在一个行业深耕很多年并做到全球行业领军的企业。现在国内企业都在讲快速成长，什么赚钱去做什么，把市值做到多少，但对于一个国家的核心竞争力未必有好处，说远一些，美国的产业空间大家可以看到，可以想象一下美元不是世界通用货币美国的经济情况。人民币不是世界通用货币，所以更应该提高每个行业中至少有 1-2 个企业成为国际领头企业，这样国家也会不一样。

企业家应该甘于淡泊，甘于寂寞，要在细分行业立足靠深度而不是速度，公司的历史从 80 年代末期开始，到 2015 年公司没有任何资本运作，企业要存在就要赚钱，服务好客户赚市场的钱，而不是投资者的钱。在这 20 多年时间里，公司在一个小小的细分领域以一家民营企业做到了世界第二，全国第一。

2015 年之所以上市，也是为了市场，公司 2013 年国内市场份额已经非常高，接近于发展的天花板，因此公司计划往海

外发展，但中国高端装备制造进入海外核心市场靠价格很难打动客户，需要本地化，而以当时公司的规模很难承受海外波动带来的风险，公司需要加强融资能力，提高抗风险能力，这是推动了公司上市的原因。

但公司的初心及目标一直是做大市场，一个公司只有围绕市场和利润现金流才能发展，只有技术创新、企业文化围绕市场和客户才能发展。竞争对手也是我们学习的方向，每个企业都有民族的性格，德国企业比较保守及刻板，产品从设计到应用时间非常久，但这样的好处在于产品稳定。中国企业会感知到客户需求时会第一时间跟进，因此市场反应速度更快，但也会存在频繁的质量瑕疵，因此，要学习百年老店的技术固化的流程，也重视技术灵活改造的投入加工和管理。

14、公司高管的分工？

目前总经理陆总海外市场经验较多，因此首先会专注于海外，拓展公司海外市场，其次，陆总拥有外资及大企业管理经验，会对公司进行生产组织架构的规范化调整，提高公司生产质量。职业经理人也给公司带来了更多新的视野。

15、公司在海外建厂节奏？

俄罗斯这边会非常快，土耳其也会扩产，公司在土耳其做北非的市场也是花了很多年，相信今年年底或者明年会有大批量的新增订单，接下来也会向沙特、阿拉特这些地区发展，虽然国土不大，但加起来一年量也很多。明年的重点可能是东南亚，未来美国市场打开也会去美国。

16、保留华明和长征两个品牌的想法？

任何一个行业的发展离不开竞争，我们目前两个团队仍然保持了充分的竞争，甚至有价格的竞争，但是这样可以更好的

服务到客户，可以最大程度保持两个销售团队的竞争性。

17、公司今年的业绩预期？

我们没有这方面业绩指引，前三季度已经取得了非常好的业绩，对第四季度也充满信心。

明年目前我们看到海外需求非常好。前三季度订单始终保持 50%以上增长，原来可能我们认为国内能够维持类似 20 年和 21 年的增速会比较现实，但是现在的需求显然不允许我们定这样低的目标，国内订单在去年第三季度非常高的基数上仍然保持增长，这说明了市场强势的需求在延续。

18、国网的招标及明年网内网外情况？

电网招标的落地本身就有一定的延迟性，这两年招标非常快，即使不考虑明年招标也会有增长，如果加速落地可能更快，如果产品结构上高附加值产品更多一些，增速还会加快，明年网外项目有可能出现很多项目会国内项目国际化，我们会有更多间接出口，即使前两年驱动的一些产业有需求变化，这部分间接出口也有可能弥补，此外新能源开工和经济持续增长都会带来增量，因此整体上我们对明年是更有信心的。

19、公司股权激励规划？

目前没有具体方案，后续如果有进展会做相关披露。

20、公司对未来三年增长有什么样的考量？

大家可能都没有太仔细关注，但实际公司在 2021 年年报和 2022 年报中都有对未来两年到三年目标的指引，现在实际上也正在一个个实现这些目标，有些目标也可能超额提前实现，基于现在的市场需求情况，如果公司有了新的目标，我们也会在 2023 年的年报中更新新的目标。

21、数控业务的发展？

公司数控业务三季度增长近 30%，海外占比在 10%，但是因为推新产品，有些研发和市场费用在上升，利润率可能仍然不高，但是去年年报里我们提出的目标希望这块业务今年有一些变化，从收入的角度，我们认为这是实实在在已经做到的，但是目前数控业务的规模确实对整体没有太大影响。

22、有没有布局新业务的计划？

公司每年尽调的项目会有很多，但是实际投资决策的阶段，会更加的谨慎，我们看项目所关注的重点，第一必须是我们行业相关的，需要能看得懂、看得透；第二，项目本身必须是盈利的；第三项目要有现金流。在这样的情况下，又要有合理的估值可能就会比较少，但是我们不会放弃。未来如果有合适的并购项目，会按要求履行相关披露义务。

23、公司目前发展很好，什么地方会是公司潜在的风险？

公司最大的风险主要是行业的发展周期，目前变压器行业非常好，但未来如果电力设备市场萎缩或者增速放缓，一定会对公司有影响，毕竟这样的细分市场的波动很多时候只能被动承受，但即使再萎缩，公司仍可保持稳定盈利，这是我们的自负。目前公司关键在于在周期来临之前，能否成功进入海外市场，一旦海外竞争格局真正发生变化，公司有信心跨越周期的影响。

24、公司每年的扩张节奏？

公司这两年技术改造非常大，在收购长征电气后这几年投入 2.7 亿，主要从组件到技术改造等，收购后产能已经翻倍。

考虑到产能的弹性，遵义基地完成扩产建设之后国内分接开关产能不会再扩张，但更重视精密化和质量，明年及后年更

	<p>多在于数字化改造，未来公司产品质量信息和用户打通，特别是内控方面的质量服务，能够看到车间结构零件产品的质量监测等。</p> <p>25、四季度费用情况？</p> <p>一般来讲第四季度公司会确认一部分销售费用、奖金提成或奖励，因此从单季度来看，跟往年趋势基本一致，四季度会有集中体现。</p>
附件清单	无