

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	☒ 特定对象调研 ☐ 分析师会议 ☐ 媒体采访 ☐ 业绩说明会 ☐ 新闻发布会 ☐ 路演活动 ☒ 现场参观 ☐ 其他 电话会议
参与单位名称及人员姓名	国泰君安：李启文
时间	2023 年 11 月 22 日 15:00-16:00
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。	1、公司对于未来的展望？ 行业的增长驱动其实首先是整体经济的发展，经济在发展对应电力需求驱动了相关投资的增长，然后在不同的产业大周期中也会提供额外的增长驱动，例如此前的地产行业、08 年基建投资，后面的高铁建设高峰期，以及现在的新能源。社会在发展，经济在发展的过程中对电力的需求会越来越多，因此越往长期去看，公司的发展确定性就更强。 2、公司如何做到目前的地位？ 首先是注重产品的研发及技术的可靠性，这也是公司在行

	业在立足的根本。从华明起步的角度上来讲，是公司的创始人对技术的钻研和产品的不断打磨造就了过硬的产品竞争力。 其次是公司的产业链，当时主要是为了降低生产成本，在竞争环境中生存下来，但最后形成了天然的壁垒，享有产品的附加值。 再次，借助了国内过去二三十年发展的东风以及国内电力设备市场的集中度较高，拥有足够的增量空间，使得公司得以高速发展。 最后也是跟公司性格有关。公司经营风格稳健，始终专注于分接开关的生产及零部件产业链的搭建，显示了企业足够耐得住寂寞，坚持稳健运行的企业性格，这也是公司能够发展到现在的很关键的因素。 3、分接开关使用周期？ 正常跟随变压器的寿命，欧美目前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，存在更新需求。 4、公司各电压等级产品出货情况？ 变压器的需求呈现金字塔结构，从台数占比来看，绝大部分都是 220kV 及以下，高电压等级的占比相对偏低。 5、怎么看待真空替代有载开关的趋势？ 从安全性来看，真空开关安全性更高，具有天然的安全优势。从长期实用角度，油浸式开关单次检修和维护成本更高，长周期来看，虽然首次购买价格低，但后续维护及检修成本使得产品全生命周期总价并不低。真空开关维护及检修次数要低于油浸式开关，从全生命周期来看真空开关的成本要低于油浸式开关。
--	---

	6、国内竞争对手占据比较大的细分市场有那些？ 竞争对手主要集中于高端市场，如核电、特高压、工业整流变等，销售单价较高。 7、特高压的发展情况？ 特高压方面公司前段时间公告已签订一个批量销售的订单，标志着公司在特高压领域正式进入批量化应用的阶段，是国内特高压和高端市场的重大进展。 8、如何看待中国检修的市场？ 从客户来看，电网公司已经把全生命周期的报价纳入招标的标准，这对未来业务发展是有好处的。 9、海外市场的需求情况？ 首先，欧美目前的变压器服役年限已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；其次，俄乌战争以后，欧洲要降低石化能源在能源中的占比，需要提高电能的比例；再次，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；最后，现在的算力中心耗电量巨大，人工智能要发展，离不开电力的支持。 10、海外市场拓展主要有哪些难点？ 公司产品在技术、品类等方面与竞争对手不存在明显差距，主要是在海外的积累和沉淀相比竞争对手还有较大差距。此外包括基础制造工艺，品牌效应上跟德国制造和日本制造相比会有些弱势。 11、公司跟竞争对手的定价情况？ 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，他们有时候也不得不在一些重要客户和重要项目上去匹配公司的报价，但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，但目前海外仍有非常多指定使用竞争对手产品的区域，在这些区域他们甚至可以最高卖到公司售价的 5 倍。因此即使在个别区域降价或亏损，在其他市场也可以弥补过来。 但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做起，我们也有机会慢慢的走出去，这是我们在海外的信心。 12、公司订单的能见度？ 公司订单转化率较快，国内订单交付周期在一个月左右，海外订单交付快的话在 3 个月，部分海外订单受定制化或项目进度影响，交付周期接近甚至超过半年，过去三年这个时间会更长一些。但是因为变压器厂在接到订单到给公司下单还有一段时期，因此市场能见度主要还是看客户在手订单情况，从海外情况来看确实很多变压器厂订单都已经排到几年以后。 13、公司目前产能利用率如何？ 公司目前的产能利用率高于之前，组装环节处于饱和状态，配套的零部件仍有余量。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可通过增加排班的方式以在现有基础上提升生产能力。公司对遵义生产基地的产能也在进行升级，并同时完善其产业链的布局。 14、海外竞争对手的产能情况？ 竞争对手目前产能有瓶颈，在美国的一个工厂交付周期大概在 2 年，在欧洲大概 6 个月到 1 年左右时间。但由于欧美 1-
--	--

	2 年交付很正常，客户又比较倾向于使用竞争对手的产品，因此可以等待较长时间的产品交付。竞争对手在海外也在提升产能，欧洲效率相对较高，主要其以欧洲特别是德国供应链为核心，但在东南亚、美洲、中国等地无法匹配当地供应链，因此可能短期产能提升有限。 15、公司电力工程业务情况？ 公司国内电力工程业务有助于加强与分接开关下游客户之间的联系，提高资金周转效率，并扩大公司在电力能源和新能源市场的影响力。 从电力工程业务布局角度来讲，公司会更多希望在海外做一些尝试，因为海外利润率较高，没有相应限制，可参与项目前期开发并获得更多利益。同时，海外工程业务有助于树立公司品牌形象，扩大品牌效应，体现公司的实力并拉动开关产品在海外的销售。目前公司仍在进行相关项目的考察。 从整体来看，公司最核心业务是分接开关业务。电力工程业务核心是保持回款效率。在海外争取 1-2 个标志性项目，不考虑长期持有，更多类似于 BOT 或 BT 形式，国内做 EPC 项目。 16、公司毛利率情况？ 目前公司毛利率稳定，回归收购长征电气前的毛利率水平，未来公司海外收入占比提升，特高压、高附加值产品收入增加，整体均价会提升，毛利有增长潜力，但近几年公司人工成本提升，也会有一些工艺改进、厂房及设备投资等会对公司毛利上涨造成影响，但是不考虑增长，维持目前毛利水平的公司有信心。 17、公司费用率情况？ 最近几年费用率稳步下降，今年一到三季度跟去年相比都
--	--

	比较稳定，变化不大。随着规模效应体现，呈现稳中有降的趋势，但财务费用需要看融资需求或利息收入等。明年我们也会持续推进费用的改善。 18、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。 19、公司未来的分红规划？ 公司未来三年股东规划中已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，未来分红的具体情况还是要根据当时所处的经营情况和资金需求来安排。 20、公司的股权激励情况？ 公司目前暂无股权激励计划，后续如有会进行信息披露。
附件清单	无