

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	广发基金：罗洋、柴嘉辉
时间	2023年12月21日 10:30-11:30
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><b>1、公司出口的业务模式？</b> 公司产品中直接出口和间接出口都会有，绝大部分是直接出口，但间接出口比例这两年增长也比较明显。</p> <p><b>2、国内变压器行业情况？</b> 行业相对比较分散，除了一些规模比较大的已上市公司，许多未上市的变压器厂规模和体量也很大。</p> <p><b>3、国内变压器厂同海外厂商的差异？</b> 从技术水平来看已经达到全球领先水平，但品牌影响力相</p>

对一些全球化的海外公司还是偏弱一些。

#### **4、海外项目对销售团队的要求？**

要在当地实现持续供货，本土化布局非常重要，不仅是销售，还包含服务、生产等本土化的落地，这也是海外市场突破的关键点。

#### **5、海外销售模式？**

公司一般采用直销为主，在一些市场前期发展过程中也会考虑经销商或合作的模式，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。

#### **6、公司海外销售网点的布局？**

公司主要在俄罗斯、土耳其、巴西、美国布局销售网点，今年在新加坡也有布局，其他区域主要由国内直销团队负责或者同当地合作去建立联系。

#### **7、土耳其的布局情况？**

公司在土耳其有一个装配工厂，主要覆盖中东和北非，未来计划会进一步覆盖欧洲。

#### **8、对海外发展的展望？**

公司海外市场的目标一直是希望能够先实现 6000 到 8000 万美金以上的收入规模。从今年的情况看，海外市场的收入情况好于公司的预期，整体呈现了较高的增速，当然这也有单一市场变化较大和去年同期基数较低的原因。海外市场未来一段时间需求确定性相对比较高，但是目前看公司海外市场份额除了个别国家以外仍然没有太大变化，短期主要还是仅靠需求驱动，真正能够在份额上有突破还需要时间。

### **9、公司在海外的投入情况？**

公司在海外最大的投入是建厂，主要以组装工厂为主，但公司也会考虑投资一些偏资金收益的项目，其他类似于海外电站 bt 等项目会做一些考虑，以提升公司在海外市场的品牌影响力，有利于加速海外市场的拓展。

### **10、公司在美国市场的情况？**

美国是未来变压器最重要的市场之一，但因为地缘政治因素影响，对公司分接开关进入美国市场造成一定阻碍。现在公司也在通过各种渠道去沟通解决。在此之前公司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。但我们相信美国市场迟早开放，美国市场离不开中国制造，在此之前公司也会不断提升自己的内在能力。

### **11、如何看待海外增量？**

从绝对值的角度，经济体量越大对产品需求就越大，此外就是发展速度快的区域新增需求就越大。

### **12、公司同竞争对手的差异？**

公司相信从技术参数和整体稳定性的角度公司同竞争对手并没有明显差距，但是客观上还是要承认德国制造在很多基础零部件生产的工艺水平上还是有明显优势。

### **13、公司产品出口各电压占比？**

变压器的需求本身呈现金字塔结构，从台数占比来看，绝大部分都是 220kV 以下，220kV 以上的占比相对偏低。国内国

外都是差不多的分布。

#### **14、公司特高压进展？**

公司前段时间公告已签订一个批量销售的订单，预计明年上半年交付完毕，明年底能够正式投运，后续需能稳定运行一段时间后，慢慢提升份额。

#### **15、公司产品零部件情况？同竞争对手比较？**

公司奉贤工厂拥有近万种零部件，80%以上零部件自产。虽然基础制造工艺德国、日本制造相比中国制造具有一定优势，但公司这两年也在不断对产品进行技术和生产工艺方面的改进，并且个别零部件、材料性能和加工工艺也有可能高于竞争对手。

#### **16、分接开关国内竞争格局？**

公司是国内分接开关龙头企业，部分型号也有一些其他厂家在做，但规模较小，没有成规模的竞争力。

#### **17、变压器厂是否会进入这个行业？**

分接开关跟变压器生产工艺和水平不同，分接开关除了组装，零部件的工艺包含从粉末冶金、铸钢铸铝到精加工机加工表面处理环氧注塑以及绝缘材料等，与变压器的生产工艺和材料不相同。此外，分接开关作为变压器最核心的设备，变压器厂很难销售给自己的竞争对手，没办法做到规模效应，生产将不具备经济性。例如市场上有非常多笔记本电脑生产厂家，但CPU的供应商主要是英特尔和AMD，现在可能还有苹果，但苹果的CPU就只是自己用，那么多笔记本电脑生产厂家没有往上游去做CPU，虽然是上下游但彼此产品和生产流程并不完全相通。另外行业是在几十年的发展过程中逐渐变成由独立的第三

方厂家进行生产和销售的模式，目前的状态符合行业发展的客观规律。

#### **18、配网端的情况？**

公司产品主要应用在 35kV 及以上的变压器上，在 35kV 以下的变压器上一般不会使用公司的产品。但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，加上交直流互补的电网模式，有载分接开关可能会起到越来越重要的作用。尽管方向或者趋势是有利的，但从产品落地到推广目前无法判断还需要多少时间。

#### **19、数控和电力工程业务情况？**

数控业务方面，公司会通过尝试走一些差异化竞争的道路，引入一些新的团队和技术，整合现有产品的功能做出定制化程度更高的复合式产品，以此来提升竞争力。公司希望通过 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。

国内的工程业务，公司会优先考虑在回款效率的情况下适当开展相关业务。海外工程方面，公司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，其利润率水平也会远远超过国内。

#### **20、同长征电气的协同情况？**

任何一个行业的发展离不开竞争，公司保留“华明”和“长征”两个品牌，有两个销售队伍，会在合理范围内进行竞争，这样可以更好的服务客户。并且，公司收购长征后主要对遵义

基地进行产业链的配套和完善，近几年毛利率、销售规模逐步提升，体现了较好的协同效果。未来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销售为主。

### **21、公司产品的价格空间？**

分接开关是变压器的关键核心组件，但成本仅占其 5%-15%，客户对价格较不敏感，考虑到价格对比竞争对手仍有明显优势，因此产品价格没有太大压力。

### **22、公司产品的交付周期？**

国内订单交付周期在两周到 1 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。

### **23、如何看待网内外的的发展？**

网内主要取决于电网招标，近年来都是持续增长的状态，网外需求看整体社会投资情况，跟经济发展和社会用电需求相关性较强。如明年经济保持增长，电力设备投资还是会有增量，只是驱动的环节可能会发生变化，没有办法精准的预测。

### **24、公司资本开支情况？**

国内没有太多资本投入计划，产线、扩张产能及零部件布局也已完成，每年大概有几千万固定资产升级改造方面的投资，没有其他大额开支。海外等区域以组装工厂为主，这部分不会对公司利润和现金流造成压力。总体来说，公司的资本开支会是一个循序渐进的过程。

### **25、公司布局新业务的规划？**

	<p>公司每年尽调的项目会很多，但在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。</p> <p><b>26、毛利率情况？</b></p> <p>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，因此毛利率有增长的潜力。但近几年公司人工成本提升，也会有一些工艺改进、厂房及设备投资等因素会对公司毛利率造成影响。但不考虑进一步提高，公司有信心维持现有毛利率水平，当然前提还是需要收入增长。</p> <p><b>27、公司分红情况？</b></p> <p>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。</p>
附件清单	无