

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 checked="" type="checkbox"/> 其他 电话会议
参与单位名称及人员姓名	招商证券：刘巍 兴业证券：高元甲 富国基金：毕天宇、武云泽、张啸伟；太平洋证券：万伟 旭松投资：张泽政、陈倍佳、余鹏 立格资本：胡伟强；海通证券：房青、陶裕斌、孔迪
时间	2024年1月15日 16:00-17:00 2024年1月18日 14:00-15:00 2024年1月18日 15:00-17:00 2024年1月18日 17:00-17:30 电话会 2024年1月18日 17:30-19:00
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	<b>1、公司的行业壁垒？</b> 首先，市场格局优势，从全球的行业发展看，海外发展七八十年主要就剩下一家主要竞争对手，国内三十年发展下来剩下的主要是华明，国内没有成规模的竞争对手；其次公司具备

全产业链的生产优势，80%零部件自制，几乎可以实现全部零部件的国产化；最后，拥有行业先发优势，公司在细分市场发展多年，拥有自己的工装模具和生产管理流程，这些工艺水平、研发设计能力也都是通过漫长的时间积累起来的优势。

## **2、公司同海外竞争对手相比的优势？**

说优势之前我们首先还是要看清楚现实，首先公司海外业务基础很薄弱，与竞争对手差距巨大，23年也只能说公司海外业务增速较快，但不能定义为海外业务发展的很好，至少在市场份没有明显提升之前不能这样去定义。

有一些优势的话主要是供应链响应速度及成本优势，公司零部件大部分自产，几乎可以实现全部零部件国产化，定制更灵活且供应链效率更高，人工成本也低于竞争对手。公司在海外市场的发展是一个量变积累到质变的过程，产品的稳定性和可靠性还需时间去验证和积累。

## **3、为什么大厂不做分接开关？**

这就是专业化分工，跟电脑生产厂家不做芯片是一样的。国内外都是基本如此的状态，此外市场相对非常细分，这也导致市场规模相对有限，但是配套生产和零部件又比较复杂，相对规模效应和利润规模后发企业不具备很好的经济性。

## **4、公司的未来市场空间？**

公司所处行业是一个相对稳定性且持续性较好的行业，增速不一定会很快，但长期持续增长。短期还是看国内的产业周期和投资方向；中期看高端产品替代和产品结构升级；长期才是看海外市场及检修服务。

## **5、如何看分接开关行业？**

行业的增长趋势与经济发展紧密相关，社会用电量的增加推动了需求的持续增长。公司历史上的快速增长周期主要是受基础建设、房地产和新能源等产业驱动因素影响。长期来看，由于电力设备需更新替换，即使在没有明显经济发展和产业推动下，市场需求也会保持相对稳定。但是从每年用电数据和经济增速上也可以看到，相对匹配的增速水平就不会非常快。

#### **6、真空产品在公司销售情况？**

真空产品在数量上可能不占绝对优势，但其价值较高，因此在销售额中所占比例较大。

#### **7、海外不同市场对公司的贡献？**

产品需求主要跟经济规模挂钩，美国、欧洲是目前海外最大的市场，但是从增速看可能未来是东南亚和印度需求增长更快一些，这也是为什么公司在东南亚会有超前的布局，但是短期来看，这样的增速从绝对值的角度可能影响还是会比欧洲或者俄罗斯市场来的要小。

#### **8、国内变压器相较海外品牌的竞争力？**

从技术水平来看国内变压器已经达到全球领先水平，但品牌影响力相对一些全球化的海外公司还是偏弱一些。中国在供应链效率方面具有优势。

#### **9、怎么看待现在的行业需求？**

行业基本上就是匹配经济发展的自然增速加上个别产业或者经济周期带来的额外增速，自然增速就是一个相对较低的水平，但是个别产业周期会带来额外的快速增速。比如近期国内的新能源和新能源汽车的产业周期以及电网投资的周期。

### **10、海外市场的进展及未来增速预期？**

关于海外的增长，我们 21 年设定了一个目标，在五年左右的时间希望实现 6,000-8,000 万美金的规模。海外市场的增长需要时间，这既依赖于产品的认证及长时间的验证，也依赖于市场需求和营销的有效结合，是一个量变慢慢积累到质变的过程。

### **11、公司在海外的定价策略？**

公司在海外不同区域和市场的定价不同，有些市场双方价格可能不会有明显差距，有些市场可能竞争对手会比我们贵 4-5 倍，取决于该市场他们的垄断程度。因为分接开关只占变压器成本中 5-15%，但产品的安全性及可靠性关系到整个项目。由于价格通常并不关键，客户更看重品牌，竞争对手在海外发展已经七八十年，有着长时间的积累和沉淀，公司仅有十几年的发展历史，因此客户愿意接受竞争对手较长的交货周期及较高价格。

### **12、公司未来更倾向于依赖自身还是合作的方式开拓市场？**

公司主要还是会依赖自身去开拓市场。虽然与变压器厂合作非常重要，但是其中有一个前提依然是自身要有足够的品牌效应。

### **13、去年前三季度海外市场直接出口增速快的原因？**

公司去年前三季度直接出口的增速较快主要是上一年由于特殊情况的影响使得相对基数较低，并且像东亚、中亚市场等一些市场，虽然增速特别高，但实际贡献的金额却非常有限，公司在一些海外市场实现了从 0 到 1 的突破。因此，虽然海外市场需求趋势较好，但考虑去年的特殊情况，不能线性外推。

#### **14、变压器产能扩张对公司的影响？**

变压器厂很多都经历过多轮周期，扩产较为谨慎，可能会保持产能偏紧张的状态，因此在产能没有大规模释放的情况下，对上游供应链的敏感度还不高。如果今年这种情况有所变化，对我们而言可能会有更多机会，毕竟交付速度还是会比竞争对手快一些。

#### **15、公司在海外主要是对变压器厂还是终端用户进行销售？**

海外市场开发中终端用户还是核心，公司的产品通常都需要先得到终端用户的认证。但是同样是电网公司，在国外的情况，没有像国内这样集中的电网公司，因此分散程度远远高于国内，开发起来效率就会低一些。

#### **16、海外新市场开拓所需的时间？**

通常情况下一个客户的验证就需要 3-5 年的时间。这是因为国外各个市场各个客户的标准各不相同，每进入一个新的市场和客户就需要重复一样的工作，因此真正要打开需要很长的时间。

#### **17、公司如何考量海外不同市场的布局？**

从长期来看，海外市场极为关键。公司在土耳其的工厂辐射中东及北非，有计划扩产，未来还会进一步辐射欧洲市场。公司在俄罗斯市场进行本土化布局，对于稳定市场份额至关重要。虽然东南亚市场整体经济体量相对较小，但可能是未来经济增速最快的区域，并且东南亚相比海外其他区域具有距离优势，一带一路政策在东南亚落地也会更快，因此东南亚市场增量空间潜力较大，公司进行超前布局。如果美国市场能够放开，

公司也会考虑在美国布局。

#### **18、如何说服海外客户使用公司产品？**

在海外市场，客户对于产品安全性及可靠性有很高的要求，尽管公司的产品在价格上具有优势，但品牌和市场信任需要时间来建立。初期，客户可能会因为价格优惠而选择我们的产品，但随着时间的推移，只有在产品经受住了长期使用的考验后，他们才会更加信任我们的品牌并增加订单量。公司需要时间来证明产品的安全性和可靠性，从而逐渐增强客户的信心并获得更大的市场份额。

#### **19、如何能加速海外发展的进程？**

海外发展就是量变到质变，会加速核心就是靠保有量的基础加上时间积累。因此类似现在这样的行业周期，以及公司长期的本地化布局，包括还需要一些标志性产品的突破。

#### **20、海外业务除了市场认证外其他的要求？**

海外用户会有一些服务上的要求，如我们同某个海外客户的合作要求建立本地服务团队并 24 小时响应。公司在海外业务面临的挑战之一也是服务的即时响应，部分市场缺乏人手满足服务要求，因此公司在部分销售较好的区域开始进行本地化布局。

#### **21、原材料对公司的影响？**

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，单一原材料占产品成本的比例都不会很高，即便单一原材料价格上涨，由于我们的销售额在增长，这种上涨对公司的整体影响并不大。

**22、公司产品长期稳定性如何验证？**

定制化的产品，缺乏标准的加速验证的手段，因此主要只能靠时间去验证。

**23、目前在贸易方面有没有遇到任何壁垒，尤其是电网安全方面的担忧？**

目前我们没有贸易壁垒，公司提供的是机械产品，不是电子产品，也没有远程侵入的手段，因此不会影响到电网的正常运作。

**24、公司产品迭代和新产品开发的计划？**

公司注重产品迭代，每三到五年会推出一批新产品，主要通过技术提升产品稳定性、可靠性、操作便捷性以及通过降低检修成本来增加产品价值。新产品通常定价会更高，但不会完全取代旧产品，主要是为了确保新旧产品的平滑过渡。公司的产品结构调整和新产品开发是我们保持长期增长和市场竞争力的关键。

**25、如何看待高附加值产品推向市场？**

高附加值产品的推广和市场占比的提升是一个渐进的过程，并不是短期内可以见到成效的。比如特高压，虽然存在进口替代的空间，但是一个逐步替代的过程，去年 10 月底已签订一个批量销售的订单，预计今年上半年交付完毕，今年年底能够正式投运，后续需要能稳定运行一段时间后，才会慢慢提升份额。任何新产品新领域都需要一个逐步推进的过程。

**26、今年对于产品结构有何预期？**

我们希望今年能够进一步提升真空产品的比例，由于真空

产品的售价可能相对会高一些。这一策略将有助于我们提升产品的平均售价，即使订单量及台数没有明显变化也能维持收入的增长。

### **27、对配网端的看法？**

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确定时间。

### **28、公司订单交付时间？**

通常国内会更快，一般 1 个月左右。海外订单可能需要 2 到 3 个月，部分受定制化或项目进度影响，接近甚至超过半年。

### **29、如何看待公司未来员工及产能的瓶颈？**

公司在过去三年工人几乎没有增加，但产值和人均利润有所提升。目前公司组装环节较饱和，但可以通过增加排班等方式提升产能，因此产能有足够的弹性，并且配套零部件生产还有余量。此外公司也可以通过自动化和生产流程的优化来节省人员和空间。凭借公司 30 多年的生产管理经验，可以更好的掌控产品生产过程，这也是公司的核心壁垒。

### **30、公司在检修业务的进展及未来规划？**

检修业务确实存在一些挑战。一方面国内客户对检修业务不够重视，另一方面过往在国内竞争市场时，维保服务通常是作为增值服务免费提供的。因此，目前检修业务开展存在一定



的困难。但市场存在检修服务需求，随着市场份额的扩大，盈利潜力也会增强。目前检修业务主要受限于季节及人员匹配问题。由于季节性原因，检修窗口期短暂，且难以抽调足够的一线人员去实施维修工作，导致订单完成率不高。

未来我们考虑采用两种不同模式。第一种是建立类似 4S 店的模式，进行技术授权和培训，通过加盟商来提供服务，从而减少对人力的高依赖。另一种是利用在线监测技术进行服务，客户每年付固定的服务费用，出现问题了我们再提供现场修理。对于海外市场，我们会根据成本情况进行本地化，如在土耳其、俄罗斯等地建立基地，只有进行本土化布局才能更好地融入当地市场。

### **31、电力工程和数控设备业务的未来规划？**

在电力工程方面，公司将尽可能拓展海外机会，寻找 BT 和 BOT 项目。对于数控设备业务，将依托新的产品和团队希望能够提高销售规模。

### **32、公司的毛利率？**

毛利率有增长的潜力，近几年公司人工成本提升，以及一些工艺改进、厂房及设备投资等因素会对公司毛利率造成影响。但是如果能够保持收入增长的情况下，公司对维持目前毛利率水平是有信心的。

### **33、公司的应收账款的情况？**

公司应收账款较长主要是之前工程类项目的账期较长，但其实大部分分接开关产品的款项都能在当年收取。目前账期已经有所改善，主要来源于一方面电网公司的资金占比不高，另一方面是通过一些管理上的优化来提高效率。

### **34、国内客户的账期情况如何？**

在国内市场，下游客户在价格和付款方式上都比较理想，账期通常在一个月左右。一部分客户是现款交易，一部分客户有3到6个月的滚动账期，剩下的是比较大的战略客户，会统一当年底结清。这样的付款结构多年来保持稳定，现金流也很好。

### **35、公司目前的财务状况如何？**

公司目前财务状况良好，截至2023年三季度公司账面现金及等价物超过了10亿，且负债率在26%左右，公司的经营现金流稳定，并且每年的现金流相对利润来说是非常可观的。公司计划2023-2025持续进行不低于60%的分红，并且还能保持适当的资本开支。

### **36、管理层的考核指标？**

主要通过销售目标及内部管理水平这两个指标进行考核。

### **37、公司股权激励情况？**

公司目前暂无股权激励计划，后续如有会进行信息披露。

### **38、如何看待公司的现金分红政策？**

公司2023-2025三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。此外，公司业务现金流强劲、负债率低且账上拥有足够的现金储备，具备实现高分红的能力。因此公司希望未来能够维持稳定的分红政策，但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。

附件清单	无
------	---