

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	易方达：方宇翔；泰康资管：庄珺涵 建信基金：孙晟、高青青；浙商基金：柴明；天风证券：吴佩琳 道明资产：Sophia、Alfred 百瑞信托：宋中原、辜良杰、朱兆伟、刘琳
时间	2024年1月19日 10:30-11:30 2024年1月19日 13:00-15:00 2024年1月19日 15:00-16:00 电话会 2024年1月19日 16:00-17:00 电话会
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、公司在全球市场尤其是海外市场的竞争情况如何？</b> 目前行业格局是历经三十多年缓慢发展形成的状态，已经达到相对终局的状态，主要是公司及海外竞争对手。公司同竞争对手在海外市场出货量相差不大，但销售金额较竞争对手有一定差距。此外，由于整个市场规模并不大，分接开关的安全

性及可靠性极为重要，且在变压器产品中成本占比较低，因此双方定价相对稳定，但在不同区域有不同的定价策略，在充分竞争的市场两者价格相差不大，在竞争对手相对垄断的区域对方价格是公司的 4-5 倍。

## **2、公司订单交付周期？**

公司国内订单交付周期在 1 个月左右，海外订单交付周期在 2-3 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。

## **3、公司 2023 年前三季度业绩较好的原因？**

2023 年前三季度业绩较好的原因一方面主要是由于 2022 年因为特殊情况基数较低，此外，国内需求较好以及海外复苏及单一市场的爆发对公司业绩也有影响。这样的增速水平不能线性外推到今年的情况，但目前来看需求是向上且持续的。

## **4、变压器行业的供需状况及对分接开关的影响？**

海外看目前变压器行业的需求是旺盛的，并且可能这是一个长期且持续性的状态。由于变压器行业过去长期以来全球范围内都在降低产能，使得需求上升时短期内出现供需不平衡的情况。但海外变压器厂过去经历了多轮周期波动，所以对于扩产持谨慎态度，市场维持在供给相对紧张的状态，具体还需看需求的兑现速度和海外经济的发展情况。对于分接开关行业，虽然需求持续，但整体行业每年的增速可能并不会太高，虽然公司也感受到海外需求的变化，但离真正海外市场份额的改变还需要很长时间。

## **5、海外需求的驱动因素有哪些？**

海外客户认为海外需求的驱动因素包含设备更新换代、新

能源的推动、电气化改造以及数据中心的建设等。全球需求主要还是由经济发展速度和整个电网建设的规模和水平所决定。

#### **6、对公司在海外增长影响最大的区域？**

海外在绝对值上影响最大的主要来自俄罗斯单一市场的爆发，其次是中亚和欧洲，东南亚、巴西等市场，有一些市场因为基数较低因此大幅增长，但绝对值贡献有限。

#### **7、如何看待海外市场的增长？**

海外市场的发展是一个量变积累到质变的过程，市场发展是非线性的，可能连续几年保持稳定而后突然间大幅增加，这样的增长模式更像是跳跃式的而非平稳线性增长。

#### **8、公司在海外发展的优劣势？**

优势主要在于产业链的完整性、定制能力以及快速反应能力，劣势主要在于品牌影响力、基础零部件的工艺水平以及历史积累方面与竞争对手相比存在差距。但在海外市场，用户通常不愿由单一供应商控制价格和市场，因此他们愿意给予新进入者机会。我们正在通过本地化策略，如在土耳其、俄罗斯等地建厂来进行市场拓展，这种本地化战略有助于我们获得并维持市场份额，并利用时间来弥补与竞争对手在海外市场发展的差距。

#### **9、公司在海外市场的发展战略？**

对于海外市场，我们的策略主要依赖于产品质量的逐渐认可和本地化布局的推进。产品在海外得到广泛认可需要时间。从产品开始在海外销售到被客户信任，往往需要经历十几年，甚至更长时间的验证。在这个过程中，价格并不是明显的优势，关键在于熬过前期，积累到足够长的运营数据和信任。长期使

用后，客户会感觉到即使我们的品牌可能暂时不如欧洲竞争对手，但我们的产品能够满足他们长期的需求，这时价格优势就变得显著。在本地化方面，我们会通过在当地建厂和融入当地市场来增强竞争力，虽然起步晚，但通过本地化我们有信心抓住当地市场需求。

#### **10、如何看待美国市场？**

美国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，公司现在也在通过各种渠道去沟通解决。在此之前，公司也会不断增强走出去的实战竞争力，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会开放，美国市场离不开中国制造，但在此之前公司会不断提升自己的内在能力。

#### **11、公司未来更多靠直接出海还是间接出口？**

海外市场品牌的建立需要通过直接出口来实现，因为分接开关的产品核心是用户指定。当品牌通过直接出口建立起声誉后，间接出口能有更大优势，随着中国变压器在全球供应链中的份额逐步提升，间接出口会带来更大的提升。

#### **12、从需求上看公司产品同产业驱动的关系？**

从需求的角度，主要看短期经济周期及产业侧重点是否能拉动投资和产业供应链的发展，公司历史发展比较快的几个阶段也是跟产业驱动有关，如房地产改革、08年基建、高铁建设高峰期等。目前光伏电站的建设可以带动组件厂、支架厂、钢厂、铝厂等上下游产业链的建设，因此产生大量的工业变压器的需求。

### **13、公司在国内市场的市占率情况？**

从销售量的角度看，公司分接开关在国内的市占率较高。从销售额的角度看，目前公司在更高附加值市场领域的占比还很低，很多市场还是以进口产品为主，因此占比会低于销售量的水平。

### **14、真空开关跟油浸式开关的区别？**

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，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。而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会低于油浸式开关。现在公司产品中真空开关的占比也在不断提升，从长期看我们相信真空开关将会逐渐替代油浸式开关，但需要一定的时间和过程。

### **15、公司产能利用率情况？**

目前主要以单班生产为主，在单排产能不足的情况下还可以通过增加排班等方式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。未来海外的产能落地以后也会有更大的空间释放。

### **16、原材料对公司的影响？**

公司使用的是基础原材料，如铜粉、钢锭、铝锭、钨粉、锡粉，在原材料成本中占比都不大，实际采购额有限。因此，即使单一原材料价格影响较大，对公司的整体影响有限。由于加工环节的附加值都在自己公司内部，因此在收入持续增长的过程中成本的波动对公司的影响相对较小。

### **17、公司目前的产品结构？**

目前公司的出货产品绝大部分是有载开关，真空产品的占比也在逐步提升，公司希望未来能持续提升这一比例。

### **18、有载和无载分接开关应用场景的区别？**

通常情况下，两者一般是二选一，很少会同时使用。主要根据使用场景是否有经常性的调整需求和较大的负荷波动。

### **19、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。

### **20、不同电压等级所使用的分接开关产品之间的关系？**

产品之间没有固定的关系。每种产品的设计、应用场景以及需求是不同的，这主要取决于电网的设计。

### **21、公司在技术升级发展方面有无明确的战略规划？**

公司的产品升级并不意味着要改变产品结构或原理，而是专注于提高核心零部件的稳定性和精度，包括零部件的制造工艺水平和装配准确度。核心战略是持续优化生产过程，比如调整生产工艺或改进零部件。虽然我们会不时推出新的高附加值产品，但因为市场需求相对稳定，因此产品研发的方向更多地聚焦在产品迭代及改进核心零部件上，而不仅仅是推出全新产品。

### **22、公司自主研制的零部件比例如何？**

目前公司自制的零部件比例能够达到 80%以上，这表明我

们已实现了较高程度的国产化。虽然在加工精度和工艺方面可能与德国制造存在细微差距，但这种差异还不至于影响到整体产品性能，公司持续在基础零部件加工水平和稳定性上努力缩小与国外制造商的差距。

### **23、高端产品的扩展情况？**

特高压方面，公司去年 10 月底公告已签订一个特高压批量销售的订单，预计今年上半年交付完毕，今年底能够正式投运，后续需能稳定运行一段时间后，慢慢提升份额。其他高端产品也在稳步推进。任何新产品新领域都需要一个逐步推进的过程，也不排除特高压这两年会获得一些很小批量的订单，但是对收入可能影响极小。尽管国家目前强调国产化，特高压和核电的核心部件必须实现国产化，但产品必须经得住考验才能真正替代进口产品。

### **24、如何看待配网端发展？**

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有载调压，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。

### **25、公司收购长征电气后的情况？**

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，主要在服务、客户关系和差异化产品等方面展开竞争，这样可以更好的服务客户。长期来看，我们特别关注销售团队的服务能力和客户覆盖能力，需要

逐渐向服务方向转型。

此外，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。

## **26、如何看待检修业务？**

检修业务因其高人工成本及专业操作要求而很重要。检修业务具有极高的技术含量和专业性，并且会涉及到备品备件以及现场操作，因此通常费用较高。

从技术发展的角度，定期维修靠人力去支撑收入的方式并不是长久之计。检修业务有非常大的季节性影响，一年只有少数几个月能够开展。

未来可能考虑两种模式，一种是类似汽车 4S 店模式，提供技术服务授权及零配件，不需要维持团队，收费相对较少但规模可以做大；另一种是进行在线检测及远程控制，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。

## **27、公司如何看待电力工程及数控业务？**

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。

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。

### **28、公司电力设备和电力工程预付款和回款的情况如何?**

#### **国内外的回款情况是否有差异?**

电力工程业务可能会涉及到一些预付款,收到款项后再去结清。分接开关业务回款主要分三种,一部分现金提货,一部分有 3 到 6 个月的滚动账期,剩下的可能会在年底一次性结算当年的账款,公司每年的回款率都在 90%以上,国外的回款情况相对更好,也会更快一些。

### **29、公司销售费用的情况?**

尽管优化销售费用的过程比较缓慢,但公司已经逐渐采取措施进行改善。未来几年公司将继续努力降低销售费用的支出,提高公司的盈利能力和市场竞争力。当然如果海外出现较大的增长,海外销售费用还是会提升比较快。

### **30、公司的财务状况和分红政策?**

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。

公司的分红很有竞争力,计划 2023-2025 持续进行不低于 60%的分红,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。

至于留在账上的资金,主要是为了海外市场的进一步扩张以及应对潜在的新产品开发或新工厂建设等情况预留。

### **31、公司股权激励及减持情况?**

公司目前暂无股权激励或者减持计划,后续如有会进行信

	息披露。
附件清单	无