

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     | <div><input checked="" type="checkbox"/>特定对象调研 <input type="checkbox"/>分析师会议</div> <div><input type="checkbox"/>媒体采访 <input type="checkbox"/>业绩说明会</div> <div><input type="checkbox"/>新闻发布会 <input type="checkbox"/>路演活动</div> <div><input checked="" type="checkbox"/>现场参观</div> <div><input type="checkbox"/>其他 电话会议</div> |
| 参与单位名称及人员姓名   | 汇添富基金：胡奕、谢昌旭、刘昇、童心、林炜；中金公司：刘倩文、焦阳<br>Platina Capital：葛冰                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| 时间            | 2024 年 1 月 26 日 10:00-11:30<br>2024 年 1 月 26 日 14:00-15:30                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| 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、如何看待国内发展？</b></p> <p>网内主要取决于电网招标，近年来都是持续增长的状态；网外需求是看社会整体投资情况，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，只是驱动环节可能会发生变化，没有办法准确的预测。电网个别年份可能会有一些节奏的波动，从趋势看，现在新能源发展对主干网和配网的改造需求应该是持续存在的，网外主要取决于驱动投资的环节和方向。此外，间接出口规模从 20 年起每年都维持快速增长，这部分也属于国内收入，考虑国内扩</p>                                                                    |

产及供应链效率, 不排除间接出口的增速持续超过直接出口的可能性。

## **2、如何看待海外未来增长？**

目前来看, 全球市场的整体需求位于一个高度景气的周期中, 但这种景气可能是一个中长期稳定的需求增长, 而不是爆发性的短期增长, 这为我们在未来带来了额外的增长机遇, 但海外市场份额的提升是一个量变慢慢积累到质变的过程, 这需要时间, 23 年高增长是有单一市场的爆发和短期供需平衡的影响。此外, 中国变压器厂的出海也可能带来一定机遇, 基于国内具有供应链效率的优势, 未来直接出口和间接出口的占比不排除会发生变化。今年公司重点海外区域包括俄罗斯、欧洲以及中东, 同时东南亚市场我们也会做一些超前布局。美国市场我们也在探索落地方法, 海外增长很可能不是一个线性的过程。

## **3、公司长期发展规划？**

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, 但越长期看增长的确性就越强。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; 长期是看海外市场及检修服务。

## **4、公司在国内市占率情况？**

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, 很多相关领域还是以进口产品为主, 因此占比会低于销售量的水平。

## **5、公司制造环节壁垒高的原因？**

|  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|--|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  | <p>产品看上去不起眼，但是种类多，批量小，零部件又数量庞大，定制化程度高，我们现有的复杂的生产环节、工装模具以及管理流程，能够保持在高度定制化下产品装配的高精度和高标准，这些都是需要很强的生产管理能力，这是经验和时间的积累，也是每一个环节和零部件累积起来才形成了公司在生产环节的壁垒。</p> <p><b>6、公司去年海外较好的原因？</b></p> <p>主要是上一年由于特殊情况的影响使得相对基数较低，并且有单一市场爆发及短期需求提升的原因，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。</p> <p><b>7、新能源对国内市场的影响？</b></p> <p>新能源是一个产业性的驱动因素，新能源装机影响偏有限，但新能源带来的产业结构调整如新能源的上游的组件厂、支架厂及硅料厂等配套产业以及新能源汽车的整体供应链的投产带来了大量的工业需求。这是一个偏周期性且时间相对较长的影响，但具体到每年增速不会特别快。</p> <p><b>8、网内网外及海外从招标到订单到交付的周期？</b></p> <p>公司接到订单到交付，国内通常在 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。</p> <p>招标到订单取决于很多因素，通常都有较长的滞后性。</p> <p><b>9、公司在海外发展策略？</b></p> <p>公司在海外主要进行本地化布局，当某个市场的积累能够支撑当地建厂或者建服务团队的支出，公司就会靠本地化的布局去扩展当地市场。公司在奉贤有近万种零件，这种供应链无</p> |
|--|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

|  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
|--|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  | <p>法在当地复制，因此海外主要以装配工厂为主，目前公司在土耳其、俄罗斯已有布局。竞争对手在海外许多市场根基深厚，这个历史优势我们打破起来比较困难，只能靠本地化部署及产品可靠性慢慢发展，公司在海外市场的发展是一个量变慢慢积累到质变的过程，需要时间去验证。</p> <p><b>10、公司产品为什么能走出去？</b></p> <p>任何客户的角度都不希望被一家所垄断市场，这时候华明是唯一的选择。</p> <p><b>11、公司零部件对外销售情况？</b></p> <p>公司奉贤基地有近万种零部件，80%以上零部件自给，主要以自用为主，不会对外销售。</p> <p><b>12、目前海外市场的需求来源？</b></p> <p>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。</p> <p><b>13、美国市场的情况？</b></p> <p>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。</p> |
|--|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

#### **14、公司同竞争对手在海外的定价策略？**

公司在海外不同区域和市场的定价不同，有些市场公司同竞争对手的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，这取决于该市场的垄断程度。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。

#### **15、公司同竞争对手产品的差异？**

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优势的。在国内市场，我们的产品质量和寿命已经得到了验证，但在海外市场还需要更长的时间来证明我们的产品质量和稳定性。长远来看，公司有信心展现出我们的技术和产品的实力。

#### **16、如何看待间接出口？**

近年来间接出口持续保持了比较快的增速，中国企业也在积极布局海外市场，将出海作为关键的发展战略，未来国产变压器的占比有机会持续提高。从中国制造的角度来看，变压器制造能力和技术已经达到了国际先进水平，希望中国的变压器能够在全球达到更重要的比例，为中国企业带来更多的出海机会。当中国企业在海外市场的整体份额提升，有机会真正迎来海外竞争格局的变化，从而拉动海外销售规模的提升。

#### **17、公司特高压进展？**

公司去年 10 月底公告已签订一个特高压批量销售的订

|  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
|--|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  | <p>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。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，任何新产品新领域都需要一个逐步推进的过程。</p> <p><b>18、公司检修业务进展及未来规划？</b></p> <p>目前公司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。</p> <p>公司考虑了两种服务模式。首先是类似汽车 4S 店模式，将服务全面外包，公司不持有服务人员，仅提供培训、技术支持和配件。第二种模式是通过在线监测提供服务，公司需要更新产品和提升用户接受度，主要有两个问题需要解决：产品更新速度和用户接受程度以及数据使用权和所有权的划分。长期来看，检修业务会成为公司的重点。</p> <p><b>19、公司电力工程及数控业务？</b></p> <p>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。</p> <p>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。</p> |
|--|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

|  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
|--|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  | <p><b>20、公司收购长征电气的背景以及目前的规划？</b></p> <p>主要是由于长征电气原股东因资金问题寻求出售。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。此外，任何一个行业的发展离不开竞争，公司收购长征后保留“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，可以提升员工服务意识，未来往服务方向转型。之后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。</p> <p><b>21、公司产能利用率情况？</b></p> <p>公司过去三年人数几乎没有增加，厂房设备略微增加，但人均产值和产量明显有所提升。目前的产能利用率高于之前，配套的零部件仍有余量，只是组装环节处于相对饱和的状态，但由于目前主要以单班生产为主，在单排产能不足的情况下还可通过增加排班等方式在现有基础上提升生产能力，公司也在推动生产效率、工艺流程和自动化的改造。此外，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。</p> <p><b>22、公司毛利率情况？</b></p> <p>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。保持收入增长的情况下，公司维持目前毛利率水平是有信心的。</p> <p><b>23、如何看待公司分红政策？</b></p> <p>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</p> |
|--|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

|      |                                                                                                                                                                        |
|------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|      | <p>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。</p> <p><b>24、公司股权激励情况？</b></p> <p>公司目前暂无股权激励计划，后续如有会进行信息披露。</p> |
| 附件清单 | 无                                                                                                                                                                      |