

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 | Columbia Threadneedle: Derek Lin 泉果基金：郑磊、钱思佳、刚登峰、张希坤 华宝基金：普淞锐；西部证券：王渝、曾俊辉；华泰证券：蒋煜卿 |
| 时间 | 2024年3月8日 09:00-10:00 电话会 2024年3月8日 14:00-15:30 2024年3月8日 15:30-17:00 |
| 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 | <p>1、公司的发展历程以及如何看待未来发展？</p> <p>公司 80 年代 90 年代初建厂，随着国内对于用电的稳定性和质量要求不断提高，国内市场分接开关需求开始提升，但供给较少且主要依赖于进口，在国内供应商有限的情况下华明凭借自身技术形成了自己的品牌，逐渐具有一定规模并成为国内主流分接开关供应商。</p> <p>进入 2000 年后，国内经济发展势头强劲，变压器行业也</p> |

步入高速发展期，公司随之而上了新台阶，建立了全产业链的生产基地，不断迭代更新产品，公司也逐渐提升并巩固了自己在国内市场销量第一的地位。

2015 年上市后，公司在土耳其建立生产基地，开始正式迈向国际市场。2018 年收购国内最大竞争对手后进一步巩固了在国内领先地位。2021 年后公司开始进入全球新能源产业驱动的发展周期，业绩也迈向新台阶。

未来短期主要还是看国内电网投资以及相关产业驱动的影响，中期主要看高附加值产品占比变化，长期是海外市场及检修服务。

2、新能源如何影响变压器需求？

新能源是一个产业性的驱动因素，静态看一个新能源升压站的影响有限，但新能源带来的产业上下游产能提升如光伏电站上游的组件厂、支架厂及硅料厂，继而延伸到传统的冶炼化工等配套产能提升，包括新能源汽车的整体供应链的投产也带来了大量的工业和电力变压器需求，但受限于产能扩张速度及人工效率，这可能更多会长期带来一个稳定的需求，不太可能持续贡献很高的增速。

3、真空开关同油浸开关的区别及未来的趋势？

真空开关相对来讲稳定性及安全性会更高一些。此外，虽然真空开关的单个价值量高于油浸式开关，但从全生命周期的角度来看，真空开关更具备成本优势。现在公司产品中真空开关的占比也在不断提升，从长期看我们相信国内真空开关也将会逐渐替代油浸式开关，但需要一定的时间和过程。

4、为什么真空开关占比提升相对较慢？

这里面既有成本的原因也有用户使用习惯的原因，我们相对竞争对手真空开关的比例提升相对慢一些。

5、公司的客户的情况？

公司的直接客户是变压器厂，最终下游用户主要分为电网内和电网外。客户一般在变压器的招标过程中会直接或间接设置技术规范和指标等方面的要求，可能会具体到品牌、型号等，因此在选用具体分接开关时，很多最终客户有较强的话语权。

6、公司定价策略？

不同市场定价不同，在有竞争的市场，公司同竞争对手价格差别不大，在相对不太开放的市场，竞争对手的报价可能是我们的 4-5 倍。公司海外产品价格通常要高于国内，但也有一些地区价格和国内没有明显差异。

7、公司订单的交付周期？

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 个月左右。

8、不同电压等级的产品对应的价格？

产品价格和电压等级没有确定的关系，主要取决于产品规格及类型，有时候低电压等级产品价格也会高于高电压等级产品。

9、需求端比较快的产品来自什么等级？

电力设备本身随电压等级是一个金字塔型的分布，随着电压等级升高，产品需求会越来越少的，但是因为比例相对稳定，因此整体都会有一些增长。

10、分接开关产品的使用寿命？

公司产品设计寿命通常跟随变压器寿命来走，一般不会比变压器寿命短，正因为如此，在长期的运行过程中需要对分接开关进行定期的保养和检修。

11、公司特高压的情况？

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，后续需稳定运行一段时间后，慢慢提升份额。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。任何新产品新领域都需要一个逐步推进的过程，产品的安全性和稳定性是根本，只有靠产品才能形成突破。

12、如何看待国内业务发展？

网内主要取决于电网招标，已经持续增长好几年了，这部分是公开数据；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。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还是持续存在的，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，考虑国内扩产及供应链效率，这部分也是国内增长的新驱动。

13、如何看待海外市场过去的发展速度？

海外市场的发展是一个从量变到质变的过程。当一个市场对我们的产品不熟悉时，它需要时间来验证产品的稳定性及可靠性。随着时间的积累，客户对产品的信心将增加，从

而可能增加采购量。

海外低价策略并不是优势，反而可能引起客户对产品质量的担忧，海外市场的拓展需要时间来累积信任，在难以形成规模以前，不具备在海外大规模组建团队的条件，即使大规模的铺设团队可能短期效果也并不明显。目前公司海外销售团队覆盖区域还相对有限，但海外的发展速度与公司的布局相对还是比较平衡的，当然在规模和盈利提高以后海外也可以有一些提前的布局。

海外的发展更可能呈非线性增长，去年海外增速快较好主要是因为 2022 年基数、订单交付节奏及个别市场短期需求爆发等多种因素叠加导致，这样的增速很难复制。

14、如何看待海外变压器需求情况及对分接开关行业的影响？

海外部分客户认为这一轮变压器可能是长期需求，但变压器行业本身可能还是一个增速偏稳定，很难出现爆发性增长的行业，分接开关在一个还要细分的领域更是如此。加上因为海外市场的发展主要依靠产品长时间安全性可靠性的验证，客户较为看重长期的稳定性，在目前公司海外占比还非常低的情况下，海外市场的发展还需要很长时间。当然对公司有利的是我们能够去争取的市场空间在未来的几十年可能会越来越大。

15、公司海外工厂布局情况？

海外在土耳其有装配工厂，主要覆盖中东、北非、土耳其等地，今年会在东南亚考察产能的布局，如果美国市场能够放开，也会考虑在美国布局。

16、海外建厂同直接出口相比的优势？

海外建厂的优势主要在于本地化。竞争对手在海外发展七八十年，他们有长时间积累的人脉及资源，品牌效应较强，因此，公司进行本地化布局，通过在当地建厂、招聘本地员工搭建销售及团队、在当地交税，一定程度上可以有利于稳固我们在海外的份额。

17、海外业务的团队布局情况？

公司目前在海外的布局相比竞争对手还只是处于起步阶段，海外收入占比仍然比较低，海外团队规模也有限。目前公司拥有海外销售部门，也在土耳其、美国、巴西等地搭建销售团队。海外发展是一个长期的过程，量变积累的过程中可能很长时间也难以看到成果，公司此前都是坚持区域有能够覆盖团队成本的销售规模时才会组建团队，这样可能会走的慢一些，但每一步会很扎实。

18、公司目前海外团队的人员构成？

海外团队包括了生产、服务、销售和技术的人员组成，国内也有直销的团队。

19、海外扩展的困难有哪些？

现在品牌上还是有差距，没有积累足够的时间让用户可以完全相信我们的产品。有时候随着业务的需求，团队和业务规模会出现一定程度的不匹配。不同的市场产品上还是会有一些区别，因为基数小对公司来说容错率更低，现在也还有一些政治层面的原因。

20、海外员工招聘情况？

公司会根据实际的业务规模去匹配人员。公司产品主要是直销，对销售和技术服务的专业人才有一定要求，因此海

外招聘成本相对较高，如销售需要有客户资源，熟悉客户群体，有销售背景及经验，这样方便在相对较为封闭的新市场推广新产品，但公司本身也拥有行业、格局及产品等优势，也具备一定的人才吸引力。

21、美国市场的情况？

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。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。

22、海外市场空间？

海外市场的总量比较大，但是市场比较分散，单个市场的集中度很难像中国这么高。全球的经济发展也是不平衡的，除非行业有内生性的因素，不然也会出现不同区域此消彼长的过程。相对未来全球最大的市场可能还是中国、美国、欧洲，增长比较快的可能是印度、东南亚等。

23、公司在国内的市占率情况？

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，由于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。

24、电网招标确认收入所需要的时间？

电网招标的订单完全转化为收入需要大约两到三年的时间。这种滞后性首先是由于电网按照批次招标，有些下半年的项目本身无法在当年就转化为订单，其次是因为从招标到变压器厂去投标、中标再到排产及下订单需要时间，会根据项目进展的不同有一些时间上的波动，因为转化会比较滞后。

25、公司的扩产情况？

国内公司主要是遵义基地在持续扩产，遵义基地扩产完成以后国内基本上不会再做扩产，未来更多会投入在生产效率、工艺优化、流程和自动化改进上。公司在海外扩产主要以装配工厂为主，这是一个循序渐进的过程，不会对公司利润和现金流造成压力。

26、公司后续研发重点？

研发的布局不仅仅是关于产品的升级，我们也有很多对于零部件的调整和升级，包括对工艺、配方、材料以及生产工艺流程进行调整及设计，甚至是对于生产设备的改造和设计。研发投入更多的是在零部件和生产工具的改进。从产品角度讲，我们也在不断研发新产品，如针对配网进行电力电子产品的研发，但产品从落地到推广短期无法实现。

27、对配网政策的看法？

最终还是要看电网企业，目前改造的方向、计划及产品路线尚不清楚，还是需要未来看电网投资计划和招标数据比较直观，公司无法判断。

28、检修服务情况及未来规划？

检修业务近两年订单完成率不高。检修业务的季节性特

| | |
|------|--|
| | <p>点在国内非常明显，造成实际可工作的时间窗口较短，并因此面临人手安排的困难。但检修业务是未来公司很重要的业务发展方向，并且随着海外保有量及规模的提升，检修业务发展潜力仍然很大。</p> <p>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；另一种是进行在线检测及远程控制，将产品装上传感器，通过数据判断是否需要派人去现场检修。</p> <p>29、公司分接开关的毛利率？</p> <p>毛利率有增长的潜力，但近几年公司人工成本提升，以及有一些工艺改进、厂房及设备投资等因素会对公司毛利率造成影响。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。</p> <p>30、海外市场毛利率情况？</p> <p>海外市场的整体毛利率要高于国内，但不同地区的毛利率也会差别比较大。</p> |
| 附件清单 | 无 |