

证券代码：300124

证券简称：汇川技术

深圳市汇川技术股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2024-5

投资者关系活动类别	<input type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 其他_____	<input type="checkbox"/> 分析师会议 <input checked="" type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 路演活动
参与单位名称及人员姓名	总体参会人员约 960 人。	
时间	2024 年 4 月 23 日 15:00-17:00	
地点	进门财经平台	
上市公司接待人员姓名	公司董事长、总裁朱兴明先生 董事、副总裁、董事会秘书宋君恩先生 财务总监刘迎新女士 独立董事张陶伟先生	
投资者关系活动主要内容介绍	<p style="text-align: center;">一、董事长致辞</p> <p>2023 年是公司成立 20 周年，营业收入和净利润均创新高。尤其是新能源汽车业务，取得了阶段性成功。该业务：①验证了公司切入新赛道的发展模式是正确的。在发展的过程中既提升了公司的能力，也提升了公司战略自信和发展自信；②抓住了汽车技术路径变化的重要窗口期，不仅带来公司的发展，也助力了中国乃至全球汽车工业的发展。</p> <p>在 20 周年之际，公司对过去的发展进行了提炼、总结和反思，参考公司发展过程、工业发展历史和自动化行业发展历史，将公司的发展道路总结为“四化”，即定制化、平台化、全球化、规模化，通过平台化的定制化和全球化，最终达成规模化。</p> <p>实现“四化”的策略：①通过技术创新与高效运营，打造产品和解决方案竞争力与极致性价比；②随着全球竞争加剧，高端差异化在未来变得更重要，公司希望通过高端差异化来构建公司未来全球的品牌形象；③全球自动化市场空间广阔，以 Globallocal 的创新理念，</p>	

实现研发、销售、制造和服务的本地化，使定制化服务贴近客户，打开全球市场，最终通过全球化实现规模化。

二、2023 年回顾

（一）关键财务数据

1. 营业收入：304.2 亿元，+32%。

归母净利润：47.42 亿元，+10%。主要原因为：制造业需求不佳导致的行业内卷和产品价格下滑，产品结构变化导致的整体毛利率下降，以及股权类投资公允价值带来的收益减少。

扣非归母净利润 40.71 亿元，+20%，主要原因为：费用控制较好。

2. 经营性现金流净额：33.70 亿，+5%。

加权平均净资产收益率 21.66%，下降 2.65 个百分点。

毛利率 33.55%，下降 1.46 个百分点。主要原因为：新能源汽车业务毛利相对较低但占比提升；市场竞争加剧导致了部分产品价格承压。

3. 公司销售费用、管理费用、研发费用合计 58.7 亿，+28%，整体费用率控制在 20%以下。

研发费用 26.2 亿元，研发费用率为 8.6%。

（二）业务回顾

通用自动化业务销售收入：150 亿元，+24%；新能源汽车业务销售收入：94 亿元，+超 80%；智慧电梯业务销售收入 53 亿元，+3%；轨道交通业务销售收入 5.5 亿元，+20%。

1. 通用自动化业务：逆势增长

1) 战区+行业运作模式，发挥销售平台优势；

2) 多产品组合销售，工业机器人、机械传动、电机等产品快速增长；

3) 光伏、半导体设备、空压机、空调制冷等十几个细分行业较快增长；

4) 实施“千巡计划”，国产龙头品牌影响力持续提升。

2023 年，通用变频器实现销售收入约 52 亿元，通用伺服系统实现销售收入约 60 亿元，PLC&HMI 实现销售收入约 16 亿元，工业机器人（含精密机械）实现销售收入约 8 亿元。公司通用伺服系统中国市场份额位居第一名；低压变频器产品中国市场份额位居第二名，位列内资品牌第一名；中高压变频器产品中国市场份额位居第一名；小型 PLC 产品中国市场份额位居第二名，位列内资品牌第一名；工业机器人产品销量中国市场份额位居第四名，SCARA 机器人产品销量中国市场份额位居第一名。

	<p>2. 新能源汽车业务：规模再创新高，业务实现盈利</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) 产品多样化：电驱类、电源类均大批量交付； 2) 客户结构多样化：新势力、国内 A 类、国际车企客户； 3) 定点车型多样化：纯电、插电式混动、增程式混动； 4) 新增定点：约 30 个，覆盖全系车型； 5) IPO 推进。 <p>2023 年，公司新能源乘用车电机控制器产品中国市场份额排名第二，第三方供应商中排名第一；新能源乘用车电驱总成中国市场份额排名第五；新能源乘用车电机产品中国市场份额排名第六；公司新能源乘用车 OBC 产品中国市场份额排名第九。</p> <p>3. 智慧电梯业务：稳健增长</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) 国内及跨国 TOP 客户份额提升； 2) 海外业务较快增长； 3) 大配套业务快速增长； 4) 后服务市场较快增长。 <p>4. 轨道交通业务：突破空白市场</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) 新增中标订单：12.7 亿； 2) 牵引业务：突破南京、济南、广州、重庆等空白市场； 3) 新业务：空调控制器批量、市域列车项目、轨交数字能源试点； 4) 新产品：架控牵引变流器、车载控制器、集成式市域牵引系统等。 <p>5. 国际化：全球布局</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) 公司海外团队超过 400 人，目前已在全球设立 15 家子公司及办事处，海外分销商超过百家，服务团队覆盖全球 20 多个国家和地区。 2) “行业线出海”与“借船出海”。 <p>6. 数字化：行业与客户突破</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) 数字装备：推出多种设备解决方案； 2) 数字能源：突破汽车、锂电客户，部署岳阳、苏州、常州等基地； 3) 数字工厂：光伏、港口、冶金、印染行业落地； 4) 迭代 InoCube 数字化平台，基于平台构建多款产品及解决方案。 <p>7. 能源管理：多场景拓展与落地</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) PCS 出货量 4.5GW，在中国企业全球储能 PCS 出货量排名中位列第六，在中国企业国内储能第三方大功率 PCS（215kW 以上）出货量排名中位列第三位； 2) 奥力库与一体机产品批量销售，落地储能电站等项目； 3) 户储产业链合作，打开海外市场。 <p>8. ESG</p>
--	--

2023 年，公司在 ESG 领域取得了较好的成绩，MSCI 评级获得 A 级，CSA 评级处于行业前 7%。

三、未来展望

（一）行业趋势与机遇

面临各种挑战的同时也存在众多机遇。特别是智能制造带来的自动化、数字化、智能化发展，各行业新的技术、方向和工艺，存量市场的技术改造和设备升级都创造了结构性机会。另外，新能源和双碳目标也为相关行业带来了发展机遇。从长远来看，这些领域机遇大于挑战。

（二）各业务领域情况

1. 通用自动化：第三方报告显示通用自动化行业未来三年呈现弱复苏的态势，行业中内资品牌的占有率预计会持续提升。

2. 新能源汽车：2023 年，行业规模约 950 万辆，渗透率达 31.56%，虽然第三方数据显示 2024 年行业增速会有所放缓，但较大的规模仍会带来较大绝对值的增量机会。

3. 智慧电梯：中国市场电梯保有量已接近千万级，根据电梯寿命和往年电梯销量情况，预计替换/维保市场需求将持续提升。

4. 国际化、数字化与能源管理：海外市场具有巨大的潜力，公司从 2022 年开始通过“行业线出海”和“借船出海”策略加大海外市场的拓展力度；抓住数字化趋势，重点发展数字化平台、FA 软件、数字装备和数字工厂解决方案；在储能 PCS 硬件外，还将推出数字化的能源管理系统。

四、2024Q1 业绩及全年目标

（一）2024 年一季度经营业绩：

营业收入：64.9 亿，+35.6%。

归母净利润：8.1 亿，+8.6%。

扣非归母净利润：7.9 亿，+26.7%。

毛利率 34.6%，下降 1.9 个百分点。

通用自动化（含工业机器人）业务销售收入约 32 亿元，+10%；新能源汽车业务销售收入约 23 亿元，+150%；智慧电梯业务销售收入约 9 亿元，+2%；轨道交通业务销售收入约 0.34 亿元，+32%。

（二）2024 年度经营目标：

销售收入同比增长 15%-35%，归母净利润同比增长 5%-20%。

五、问答环节

1、海外业务占比还不高，未来公司在海外通用自动化业务的布局，以及如何提高市场占有率？

回复：公司 2023 年海外收入 17 亿元，主要包括电梯、新能源汽车和通用自动化领域的业务。2022 年，公司洞察到海外市场机遇，加大了海外布局，目前拥有 400 多人的团队。未来，公司希望在全球工业自动化市场占据较好市场份额。

在欧洲市场，公司主要通过“行业线”运作模式来拓展；在非欧洲市场，则是推广在国内市场形成优势的解决方案。另外，我们还会采用“借船出海”的策略，随着中国设备出口、中国设备商海外建厂、终端客户海外建厂等趋势，与生态伙伴协同出海。

2、公司在海外也成立了研发中心，新能源汽车与海外车企的合作情况和推进节奏怎么样？

回复：虽然海外新能源汽车的整体发展弱于中国，但汽车的电动化、智能化是一个确定性的方向，海外车企也会加大在新能源汽车领域的投入，公司会进一步推动与海外车企客户的合作。

3、国内工控业务受到行业景气度的影响，面对这种压力如何将多产品协同的策略落地执行，尤其是变频器及伺服系统未来期望的市占率？

回复：外部环境确实有一定的周期性，但公司还是实现了逆势的增长，这种环境也是我们切入 Top 客户的契机。中国仍有很多行业的 Top 客户使用外资品牌产品，在相关产品仍占有一半以上的市场份额，公司将通过平台化的定制化，坚持打造行业线解决方案，优化战区营销模式，进一步提升市场占有率。

4、经营目标较往年有所调整的原因？

回复：行业存在机遇但同时也有挑战，整体的行业形势还是比较低迷的，行业竞争态势也比较激烈，公司基于审慎的原则制定了全年的经营目标。公司会在紧抓结构性机会的同时，通过持续的管理变革提升经营效率。

5、公司 2020 年以来持续推动数字化业务落地，请公司分享一下数字化业务未来发展？

回复：公司数字化平台目前已经开始走向应用，第一步是公司自身应用并持续迭代，第二步是紧抓自动化与数字化强关联的场景进行推动。公司目前已经推动港口、空压机、注塑机、电梯、纺织等行业的落地，也在规划大型行业比如煤矿行业的数字化。未来几年数字化业务还会处于投入期，该业务营业收入虽在增长但对公司整体影响还不大。

6、公司对人形机器人的看法？

回复：人形机器人行业的发展还处于早期阶段。在人形机器人所需的技术中，公司在运动控制、传感等领域具备技术能力和优势，后续会陆续研发基于关节运动的核心零部件产品。

7、大宗商品价格有一些明显的上涨，是否对公司成本端有影响？

回复：大宗商品上涨会造成成本上升，针对这一不利影响公司会对铜、铝、稀土、钢材等关键原材料通过期货套保、现货锁价等形式锁定大部分大宗采购成本。

8、我们看到公司在销售组织的调整，特别是加强了区域销售的布局。公司“上顶下沉”的市场策略中，上顶 TOP 客户一直做得非常好。下沉的市场，是不是会使用更为通用的产品或者高性价比的产品去竞争？公司在下沉市场的竞争力如何？

回复：在中国市场，存在很多区域的小行业以及产业集群。近两年，公司希望通过战区运作的模式和利用渠道的力量，下沉到这类市场中。针对这类市场客户的不同需求，公司会跟渠道紧密合作，利用公司的品牌、解决方案和服务及时性等优势，做好市场份额的拓展。

9、公司多年以来在做电控相关的产品方面非常成功。在一些新的品类上，包括非伺服系统上应用的传感器、气动产品以及机械类的直线滑轨方面，公司在多产品解决方案融合方面是否有新的战略？多产品解决方案是否具备足够的竞争优势？

回复：随着工业机器人的量产，公司开始深入切入精密机械领域。目前，公司已经部署了丝杠、直线导轨、气动等精密机械产品。这些新品类需要较大的投资、更先进的工艺以及人才，属于中国制造业的短板。

目前，这些新的产品线正陆续进入量产阶段，并逐渐打开市场空间，预计未来会成为支撑公司业务发展的新的增长点。公司在南京部署了精密机械产品的制造平台，预计将在今年六、七月份投产。投产以后，公司在精密机械领域的制造能力将得到加强。

10、公司在推进国际化战略的过程中，是否会借鉴国际友商过去的发展经验？

回复：日本自动化企业的全球化进程，也是随着日本制造走向全球而发展起来。公司“国际化”战略推进中的一个重要策略“借船出海”，也类似于过去日本自动化企业拓展海外市场的进程。

11、公司的新能源汽车业务在 2023 年销售规模达到了 94 亿，且实现了利润。往后看，新能源汽车业务整体的盈利趋势怎么样，如何展望未来的盈利水平？

回复：新能源汽车在 2023 年实现了盈利，是个较好的经营结果。从长远来看，伴随着新能源汽车业务品牌、规模、市场地位、平台化产品优势的提升，联合动力的盈利趋势会越来越越好。

12、从公司的财务指标来看，“应付-应收”的指标近两年来从前些年的负数逐步转正，这既有公司在产业链竞争地位的体现，也是公司在经营管理和精益生产方面有所提升的表现。从公司的客户和供应商的角度来看，公司在财务管理方面采取了哪些有效的措施？

回复：公司近几年应付账款和应收账款的改善情况较好，得益于公司在财务管理方面落地的有效措施。

在应收账款管理方面：①制定了集团层面的管理政策，对各事业部和子公司进行应收账款结果的监控；②财经部设有风险管理部门，通过对客户事前、事中、事后的回款风险进行有效的管理；③集团内引入数字化手段，利用数字化的信控系统，加强了对客户的资质审核。

在应付账款管理方面：①优化采购谈判；②2023年拉通了集团内各子公司的供应商账期标准，使得集团整体应付账款账期有所优化；③从外部环境看，2023年大宗商品和芯片的供应形势相对平稳，公司减少了部分应付账款，修改了部分预付条款。

13、国际化方面，公司提到将通过行业线的模式出海。我们看到公司在欧洲区域市场，从生产到研发、到服务中心的模式，也是深层竞争力的体现。请问公司对于区域市场，会如何搭建一套涵盖研发、生产交付、销售服务的模式？

回复：国际化是公司未来几年的第一大战略。

海外业务的推进，公司是以区域型客户的需求和区域型客户推进的节奏来构建我们海外市场产、销、研一体化的本土化布局。从区域市场角度，公司把全球市场分为两部分：

①欧美市场：工业相对发达的经济体，客户是全球高端制造业客户，且客户正面临巨大的竞争压力，同时开始追求性价比。公司在德国斯图加特规划了研发中心，在匈牙利部署了欧洲工厂，以满足产品在欧洲需求。

②非欧美市场：包括东亚、东南亚、南亚、中东等区域。公司在印度市场的拓展策略，从过去的销售和服务中心变成了系统集成中心。其他区域也会根据将来的市场拓展情况，优化布局。

14、在当前的宏观形势下，新质生产力备受关注。请教公司独董张教授，如何看待新质生产力对制造业带来的影响，公司在其中又会扮演怎样的角色？

回复：新质生产力：“新”指的是创新，关于产品、技术、管理模式等方面的创新，是一种新的生产力形态。以电动汽车和汽油车举例，汽油车代表的是工业化时代的一种成熟产品，而电动控制的人工智能、自动驾驶的汽车代表未来的方向，属于我们说的新质生产力。

中国经济经过三四十年的高速增长，要进入到一个转型时期，要把过去靠房地产的粗放式的增长方式进行转型。在这个转型的时代，新质生产力具有非常重要的意义。新质生产力需要一些新模式、新产业、新动能，创新是它的灵魂。

公司所做的产品和解决方案，都是围绕先进制造，是代表未来的新质生产力。公司从工业控制的底层开始，具有非常好的延展性和扩张性。我个人希望公司未来在国家提倡的新质生产力方面，结合自身的发展战略，一步一步地树立中国制造的领先地位，将来在全球市场能够追赶世界级的优秀企业。

15、关于大规模设备改造更新的政策，公司在与不同客户类型（比如国企、民企）以及在不同地区和行业客户交流时，设备更新替代的动能是否存在差异和趋势？

回复：政府最近出台了比较多的设备更新的配套政策，从政策推出到落地还需要时间。在这个过程中，特别有利于新型设备以及国产化设备领域。其中，煤矿、有色、冶金等行业在中国的大规模建设周期大多在 15 年甚至 20 年前，这些设备已进入更新换代阶段。

这一轮设备更新重点在三个方面：①工艺更新，即以提升质量为目的的工艺更新；②提升效率的整线更新；③绿色环保。中国在双碳领域和能耗环保领域投入力度非常大。相信这一轮设备更新带来的市场机会，会成为公司业务增长的重要支撑。

16、公司的中大型 PLC 和数控系统最新的进展如何？

回复：公司的 PLC 产品中，面向流程工业的大型 PLC 还在研发阶段，而 AC800 系列中大型 PLC 产品，已经在锂电、光伏、印包等行业实现了大批量应用。

CNC 数控系统方面，公司从 2018 年开始切入该产品，过去几年进展偏慢。目前，公司的 CNC 产品分两步走：①基于激光类的控制系统，公司从 2021 年推出产品并且已经在中国的激光类设备 TOP 客户端形成大批量销售；②面向传统的车铣刨磨等机床设备的 CNC 系统，目前已经切入精雕机等设备。

17、新能源汽车板块，今年一季度实现了高增长，但我们是否看到部分车企客户在自制动力总成方面加大力度？

回复：汽车零部件自制需要有一定规模。公司新能源乘用车的业务，经过八年的积累，已经形成非常好的规模优势。另外，公司在新能源汽车业务方面的产品力也形成了优势。公司采取“预研一代、开发一代、销售一代”并不断迭代的策略，应用碳化硅器件等新技术，持续打造超前的产品力。公司有能力在做好平台的基础上，实现高效的客户定制化以及实现低成本，从而在激烈的市场竞争中赢得市场。

董事长总结：

当前，外部环境存在着许多不确定性，但公司会在这些不确定性中寻找确定性。拥抱不确定性的能力是公司最核心的竞争力。

	<p>2024 年，在中国市场，公司会紧抓几个风口带来的市场机会：①设备更新的风口；②国家在双碳领域存在一些新的风口，比如电力行业；AI 的发展、算力的提升，也会带来一系列的风口行业。在海外市场，公司会紧抓中国客户国际化的风口，以及发达经济体基于供应链安全、供应链质量带来的风口。</p> <p>自 2012 年开始，公司就形成共识：公司要穿越周期，不仅要抓确定性，还必须拥抱不确定性。十几年来，公司打造的拥抱不确定性的能力，仍会继续发挥优势。相信在公司未来的发展过程中，公司会不断地利用这些不确定性，提升自身拥抱这些不确定性的能力，让公司实现跳跃式的发展。任何一场危机都是格局重塑的开始，管理危机的能力已经成为公司的本能。这是公司二十年发展里最重要的经验总结。</p> <p>接待过程中，与投资者进行了充分的交流与沟通，严格按照《信息披露事务管理制度》等规定，保证信息披露的真实、准确、完整、及时、公平。没有出现未公开重大信息泄露等情况。</p>
附件清单（如有）	无
日期	2024 年 4 月 25 日