

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	<p><input checked="" type="checkbox"/>特定对象调研 <input type="checkbox"/>分析师会议</p> <p><input type="checkbox"/>媒体采访 <input type="checkbox"/>业绩说明会</p> <p><input type="checkbox"/>新闻发布会 <input type="checkbox"/>路演活动</p> <p><input checked="" type="checkbox"/>现场参观</p> <p><input checked="" type="checkbox"/>其他 电话会议</p>
参与单位名称及人员姓名	<p>鹏扬基金：王哲 Avanda Investment Management: Ai Ning Wee; BlackRock: Truman Du、Gordon Fraser; Broad Peak Investment: Steven Zhijun Huang; Carrhae capital: Lihua Zhang; Foresight Fund: Lin Zhu; Fullgoal: Xiao Yu; GIC: Ee Mae Lim; Grand Alliance Asset Management: Matthew Dong; Keywise Capital: Sean Lin; Klay Capital: Aadil Ebrahim; Mirae Asset Global Investments: Daniel Zhou; Neo-criterion Capital Limited: James Liu; Nomura Asset Management: Selina Liu; OMERS: Ani Deshmukh; Open Door Capital: Shifeng Ke; Polen Capital: June Lui; Polymer: Tim Cheung; Putnam: Joseph Chua; Stillpoint: Sherry Zhang; Sycomore AM: Thibault Renoux; TD Asset Management: Sophia Tan; UG Investment Advisers LTD: Lucia Fong; WCM Investment: Dave Heng; Great Eastern Life Assurance Co Ltd: Cheng Kang Kwek; Temasek Trust Asset Management: Shida Wang; CharmT: Danny Lee; Pacific Eagle Asset Management: Desmond Lin; Ubiquant Asset Management:</p>

Yingxue Liu; Arki Capital: Anthony Setiawan; UBS: Ken Liu、Anna Yuan、Eason Tang; FountainCap: Neil Tu; Dacheng Fund: Yichen Cui
中金英国: Ginny Chong、Sam Wyatt、Sharon Song
摩根资产: 韩悦、陈雁冰、杨景喻、倪权生、叶敏
Aberdeen: Joanne Cheng; Ariose Capital Mgmt Ltd: Meng Cao; Balyasny: Jay Lu; Capital: Huiting Xin; China Inv Corp – Government Agency – National/Sovereign: Hanwen HU、Yan TENG; CPPIB: Guanglei Li; Citadel Intl Equities: Hao WU; Clearbridge: Todor Petrov; Coatue Mgmt: Bofei; Congest SA: Baijing Yu; East Capital Asset Mgmt: Hao Zhang; Eastspring Invs (Singapore) Ltd: Arthur Chai、Xiaohua XU; FIL Fund Mgmt China Co Ltd: Luke Li; Greenwoods Asset Mgmt HK Ltd: Aaron Zhang; INVESCO Asia Ltd – Hong Kong: Stanley XIA; Ishana: Tiffany He; Kadensa Capital Ltd: Lori Liu; Marshall Wace Asia Ltd: Nigel Gu; Millennium: Winnie Tao; Morgan Stanley Inv Mgmt – Investment Advisor: Freddie Cai; Orient Secs Co Ltd: Daian Huang; Pictet: Kevin; Pleiad Inv Advisors Ltd: Simon Sun; Point72 Hong Kong Ltd: Catherine Yu、Zexi Wu; Polymer Capital Mgmt: Fiona Cao; Polymer Capital Mgmt (HK) Ltd: Gary HSU; Schonfeld Strategic Advisors – Hong Kong: Howard Pang; Schroders: Kelly Zhang; Temasek Holdings (Pte) Ltd: Stanley Khoo; UG Funds: Eugene Wang
大和: Wen Quan Cheong、Shan Rui
中邮基金: 吴尚、张子璇、万昱东; 东吴证券: 司鑫尧、刘诗琦

	UBS: Manish Modi; Jefferies: Johnson Wan
时间	<p>2026年1月14日 10:00-11:00 电话会</p> <p>2026年1月14日 13:00-14:00</p> <p>2026年1月14日 14:15-15:15</p> <p>2026年1月14日 16:00-17:00</p> <p>2026年1月16日 11:00-12:00</p> <p>2026年1月16日 14:00-15:00</p> <p>2026年1月16日 15:00-16:00</p> <p>2026年1月16日 16:00-17:00</p>
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、今年国内和海外市场的需求怎么看？</p> <p>国内电网开始了新的五年计划，公开数据显示依然保持了稳定的增长，网外特别是工业上一轮周期主要是由新能源和电动车驱动的上下游产业链发展带来的，涉及硅料、支架、冶炼、化工、钢铁等多个行业的投资，从24年开始这一轮产业投资高峰期已基本过去，当前国内市场相对稳定的需求主要依靠电网投资的相对稳定的支撑。</p> <p>对于海外市场，从不同区域来说美国市场主要依托制造业回流、人工智能、电网改造以及光伏新能源的升级等，需求增速相对较快；欧洲市场更多依赖能源结构转型和电网、电力基建投资，增速相对美国较慢；东南亚类似过去90年代的中国，基建薄弱但处于发展阶段，增速不错但体量较小；中东则处于经济去石油化的过程，整体的需求景气度和持续性还是不错的。但是目前国内外的整体情况来看，并没有观</p>

察到额外的新增驱动产生，更多还是保持平稳发展的状态。

2、公司在国内和海外的市占率情况？

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，由于目前公司高端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。海外整体市占率仍很低，极个别区域稍高。

近几年的情况来看，公司在国内的高附加值领域和海外市场份额都有非常小比例的提升，但是真正要看到质变仍然会是一个漫长的过程。

3、海外市占率到哪个时间点会加速？

这个问题很难回答，公司自身发展是慢慢量变积累到质变的过程，海外市场尤其，很难判断量变到质变的时间点，也会受到各种客观因素的影响。过去几年公司海外增速更多受到基数的影响，海外市场份额并没有明显提升。

4、在国内、海外的电网与非电网客户占比及需求场景有何不同？

国内电网与非电网占比接近 1:1，海外比较难划分。国内电网主要就是国网和南网，非电网用户非常分散，工商业、发电企业等对用电质量要求比较高的领域都有应用。

5、海外目前处于向上的需求周期，怎么看待周期持续性？

公司只是产业链中一个非常小的供应商，从我们的角度很难看清行业的全貌甚至背后的宏观因素。目前来看需求还在持续，主要是由于能源结构转型、人工智能及配套投资、

东南亚基建更新及中东长期去石油化转型等的驱动，相对来讲还都是比较长期的逻辑，但因此行业也很难出现爆发式的增长，更多的是匹配宏观经济发展和基建落地的节奏。

6、海外业务未来增长的持续性？

公司这两年海外增速相对较高，主要由于前期基数较低，行业格局并没有根本性变化，竞争对手可能增速低但是收入增量绝对值反而高于公司；此外，公司市场占有率也略有提升；同时从 2024 年开始，公司更大的海外增速来自于间接出口，也受益于中国变压器厂的出海；目前海外收入的增长水平是需求变化、基数、市占率等综合因素的影响，并不代表行业的发展水平，这也不是一个理所当然的增速水平。随着基数的变化，这样的增速水平不可能长期持续，但是随着海外收入占比的提升，增速水平放缓也能对公司整体业绩提供支撑。

7、怎么看待公司在海外增长的驱动力？

从行业看，2024 年之前，中国是全球电力设备行业增长的火车头，2021-2023 年公司国内收入增长基本维持在 15%以上，中国电力设备市场规模在全球市场占比最高，也驱动了全球电力设备市场的发展，这两年海外不同国家或区域有着不同的增长驱动因素。公司增速快于行业正常增速，一方面是由于全球市场自然增长，公司能凭借一定市占率也能获得相应增量，另一方面公司海外增速较高主要是由于过往基数较低，不能抛开基数谈增速，此外还得益于借助中国变压器整体出海的东风，一定程度上节省了公司在海外大量招人、铺设销售渠道的成本和时间。

但是当我们回到长期增长的问题，还是要看公司如何去提升海外的市场份额，这是一个从战略到布局，从产品到服

务，从质量到品牌，这是一个长期和困难的过程。我们必须清晰认识到目前行业基本情况和我们自己所处行业位置，这不是因为一两年增速快就可以想当然的。

8、产品进入海外市场是否需要当地电网验证？

目前公司产品已进入全球上百个国家及地区。每个国家情况都是独立的，要求和标准也各不相同。

9、是否某个国家第一个项目认证后第二个就会更容易？

不一定，即使同一个国家之内不同下游和用户要求也存在差异性。

10、海外重点验证或研发的产品有哪些？

目前主要是集中在外挂式分接开关，和低电压等级变压器用的电力电子有载调压开关。

11、公司国外和国内的产品结构有不同吗？

没有太大差异。

12、海外的客户有哪些？

全球大大小小的变压器厂都是公司的客户。

13、数控设备业务去年前三季度海外发展较快的原因是什么？今年是否可持续？

去年数控设备业务的发展重心主要在海外市场，加大了在海外市场的营销力度及参加展会等，海外市场的发展取得一定成效，考虑到目前的订单水平，短期收入应该还能保持增长，但目前不太好判断这样的增长是否可持续。

14、公司出口分区域怎么看？直接出口和间接出口国家一样吗？

目前海外市场中，公司在欧洲销售规模最大，其次是亚洲，亚洲主要在东南亚。其他区域因为基数较低可能增速较快，但贡献度较低，参考意义不大。直接出口中的国家去掉俄罗斯以后，同间接出口的国家区别不大。

15、公司目前在海外产能布局的想法？

公司目前在海外主要在土耳其、印尼有装配及试验工厂，。目前公司的产能布局已足以应对未来一段时间的市场需求，公司在海外的工厂布局更多是为了拓展及巩固当地及周边的市场，获取更多的市场机会。最接近的下一步计划是推进在沙特的产能布局及完善土耳其本土供应链。

16、从决定建设海外组装厂到投产需要多长时间？

通常一年左右。公司在海外建厂属轻资产模式，一般会找当地合作方，土地和厂房倾向于租赁，若合作方有现成土地和厂房，则通过合资入股等方式缩短前期时间，避免大量固定资产投入，灵活性较强，风险也较为可控。

17、海外组装厂是否需要达到特定本地化比例？

目前公司的海外生产基地都有本土化生产证明。

18、海外基地是全流程生产还是仅做装配？

装配为主。

19、公司历史上有几个海外市场是突然起来的，比如巴西、土耳其等国家，美国未来发生什么事情有可能带来这样的突破？

美国本身更多是地缘政治的因素，这个方面我们没有办法判断。

20、海外比较看好的国家有哪些？

海外有近 200 个国家，每年的全球发展也并不平衡，因此在不同时间，产生需求的区域也会发生轮换，可能今年是某些国家增长较快，明年又换了一批国家，所以对公司而言需要把业务规模和范围做大，这样才会降低个别国家和市场波动带来的影响。

21、公司在中东市场的进展？

目前还没有更新的内容。

22、公司在巴西及土耳其市场较成功的原因是什么？

核心是本土化布局，当某一市场能够稳定贡献收入利润时，公司会考虑在当地布局，通过在当地建厂、招聘本地员工及在当地交税等方式成为本土企业。品牌认可需要长期积累，但本土化布局能快速提升并巩固公司在当地市场影响力，也有机会在当地招标中增加一定优势。

23、土耳其工厂的进展及产能的变化？

目前公司也在计划进一步完善土耳其工厂的供应链布局，产能没有太大参考意义。

24、乌克兰之后的预期？

或许市场的规模和空间长期来看会变大，但考虑到目前乌克兰是通过援助资金重建，未来战后是否有这样多的资金进行重建难以判断。此外考虑到其本身市场规模有限，未来很难成为增长点，更多是保持稳定销售规模。

25、沙特情况如何？

公司在当地无论是本地化布局，还是主要电网的准入程序都没有最终完成，现在公司需要的是一步一步把自己能做的工作做好，最终是不是能拿到订单，订单金额如何，都还不是公司现阶段主要考虑的问题。

26、公司比较看好美国市场的原因是什么？

现在外部的信息已经足够多了。

27、美国市场目前的进展及后续的规划？

公司目前在对外挂式分接开关进行试验，实际上去年美国市场很多非电网领域也使用了内置式分接开关，去年公司在美国市场的增量也都是内置式分接开关，如无意外情况，美国市场在目前的低基数状态下可以实现一定规模的收入和增长，但能达到的收入规模有限，在目前的海外业务体量下可能影响有限。要实现更大规模的收入还是要看公司在当地本土化布局的进展或者政策的变化，暂时没有可更新的内容。

28、美国市场面临的挑战是什么？

美国市场的发展符合公司预期，公司对其增长有信心而且已经是现在正在发生的事情了，但要进一步扩大规模面临两大挑战：一是地缘政治因素的影响；二是当地布局尚需时间。目前公司产品多通过韩国、巴西、中国台湾等地的变压器厂家出口至美国，该趋势可能持续一段时间。但是我们也在通过完善土耳其基地供应链做一些短期应对的方案。

29、竞争对手在美国产能增加对我们有影响吗？

无论竞争对手产能如何变化，长期来看我们的发展最终在于提升自己在海外的市占率。

30、海外需求是否与 AI 数据中心建设电网相关？

全球范围内可能仅美国市场是 AI 的影响比较大，这个逻辑可能在其他任何区域都不成立，但是 AI 尽管发展很快，这也并非是美国市场需求唯一甚至最大的驱动，美国市场需求还受到制造业回流、新能源转型、电网设备更新换代、本土政策拉动投资等因素影响。

31、公司业务与竞争对手相比，区别及未来突破点在哪里？

竞争对手是一个百年老店，在海外发展快速发展七八十年，有深厚的历史积累和品牌沉淀，部分国家的行业标准以其为基准；公司 2016 年才在土耳其设立第一个海外生产基地，海外业务发展仅 10 年左右时间，23 年开始海外收入才有一定规模，在生产布局、销售网点及服务团队等方面与竞争对手差距相对较大，产品得到客户的认可需长期稳定性及服务保障，这些都需要时间。这两年借助中国变压器市场整体出海的东风，公司海外业务有了一定发展，目前公司也在希望抓住这一难得的历史机遇完善海外布局和团队建设，希望有机会缩短海外发展的时间，但短期内市场份额也难以大幅提升。

32、“十五五”期间电网投资规模超出预期了吗？

公司一直对“十五五”电网投资规模有信心，目前公开看到的数字比此前预期略好，但不至于对公司国内业务有质的影响。目前计划投资规模可能稍好于预期，这也反映了电网企业的担当，但国内其他投资环节可能目前并没有看到变

化。

33、非电网的工业板块需求，2027-2028 年是否有望走出低谷？

从历史的情况和维持经济增速角度，确实国内每过一段时间会有一定机会，但目前的时间段还没有看到很清晰的方向。

34、非电网会因为反内卷好转吗？

投资增加不是如何去消化产能的过程，要真正回到类似 21 年到 23 年或者 08 年之后一段时间那么高的增速水平，最重要的是能不能有能力去撬动整个社会的投资杠杆。

35、特高压 25 年已经挂网，目前挂网情况？后续怎么看？

目前整体运行情况正常，客观来说各方对于继续使用公司产品态度较为积极，不排除获取小规模订单的机会，但即使有机会，也很难在短期贡献较大规模的收入，目前现实一些的目标是能够持续作为供应商之一小批量稳定提供产品。我们只能说每年都比前一年的机会更大一些，但很难确定什么时候会有大变化。

36、公司在超高压领域与竞争对手的差距？

从产品角度，去年公司在直流特高压线路有载换流变这一可能代表分接开关产品最高技术难度的领域，已实现批量化投运，技术上达到了相应标杆水平。公司去年在 500kV、750kV 这些超高压环节的市占率也有提升。虽然目前这些高端环节仍由海外厂家占据绝对主导地位，但公司通过特高压产品展现了技术和制造能力，也已成为相关环节稳定供应商

之一。虽然特高压领域从零起步，但公司有信心像在其他低电压等级那样逐步提高市占率，不过这需要时间积累。

37、公司在国内市场份额高的核心原因是什么？

一是行业特点，分接开关是细分市场产品，仅用于 35kV 及以上变压器，市场规模小、在变压器成本占比低，但却是决定变压器运行稳定性、安全性和切换效率的核心部件，零故障容忍度；二是公司专注，30 年聚焦分接开关及上游零部件，掌握核心技术、团队和专利；三是竞争格局，行业长期增速不快，大厂不感兴趣，小厂无能力做好这一关键部件，海外以竞争对手为主，国内公司占据主导。

38、分接开关行业基本上过去几年都没有特别大的供应缺口，原因是什么？

分接开关供应链及生产中限制产能的环节较少，海外供应商交货时间虽长但未形成瓶颈，并且分接开关不是变压器供应链交付中最短的那块板，变压器其他环节可能交付周期相对更长、产能更受限，且原材料价格波动等因素都有可能导致局部或者暂时性的缺口。

39、公司是否考虑通过多元化扩品类的方式去实现更快增长？

公司目前重心仍聚焦于分接开关业务，海外市场仍有较大发展空间，盈利质量也较高。对于拓展新业务，从上市公司的角度如何能在更长的阶段创造更高的利润水平或者现金流是我们一直考虑的重点，我们更倾向于制造业或者同我们一样是变压器核心零部件的供应商，能够像我们一样穿越多轮周期，能证明其现金流和利润的稳定性，我们也希望时机和对价合适，这是公司真正愿意去长期参与的业务，并不追

求热门赛道或概念。

40、公司是否有扩产计划？

公司过去几年已完成对遵义基地的扩产，奉贤基地也通过自动化改造、设备更新释放一些产能，公司目前国内的产能规划已经足以应对未来一段时间市场需求，因此没有扩产的需求，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。海外工厂的扩产会根据当地和周边市场的需求来决定，如果需求增长，公司也会根据人员配置和市场需求调整产能，而不是一味追求规模扩张。

41、产品组装的自动化难度大吗？

难度较大，因公司多为非标产品，一年上万台产品出货可能涉及上千种规格，因此零部件生产流程尽可能标准化及自动化，但装配环节无法实现。

42、公司的长期发展策略是什么？

海外方面主要是通过重点区域本土化布局，巩固当地市场份额；国内方面持续推进高附加值产品国产替代。无论国内外，持续性去推进检修和服务业务的发展也是非常重要的。

43、公司目前最大的风险是什么？

一是市场波动，公司没有办法创造出需求，因此宏观层面的因素如经济发展、原材料价格上涨、项目落地节奏变化难以控制，这些会影响公司的发展；二是如何在海外快速发展的状态下保证产品质量和稳定性，海外市场销量基数小，一旦出现问题，对用户来说感官会非常大，甚至导致部分区域和客户发展大幅度倒退，这也是目前海外业务的一个关键

点。

44、客户选择直接和间接出口的依据是什么？

哪里能买到就从哪里买。

45、公司目前的交付周期？

公司目前在国内 1 个月内可以交付，海外大概 2-3 个月可以交付，公司的交付能力没有什么太大的变化。

46、公司目前产能利用率？

目前装配产能相对饱和，但仍是单班产能，零部件生产出现差异化状态，部分环节实行多班生产，部分环节仍有余量，这种差异源于从原材料加工到零件制造的全产业链生产模式。

47、检修业务情况如何？未来怎么看？

去年前三季度，检修业务订单整体增速显著，远超前几年水平，但季节性因素会对订单完成率产生一定影响，面临业务窗口如何同员工规模及效率相匹配的问题。从长远来看，检修业务是公司收入和利润的重要贡献点。未来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。

48、公司订单能见度如何？

公司订单能见度不高，很多项目是一次性的，特别是网外用户每年都可能不一样。

49、目前产品在不同电压等级的出货情况？

变压器电压等级的分布呈金字塔结构，电压等级越低规模越大，公司产品也是如此。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，国内外都是如此。

50、低压和高压变压器增速差异较大的原因是什么？

这是电压等级分布导致的规模基数不同，高压变压器全球一年的需求都非常有限，但是低压变压器可能是指数级的倍数于高电压变压器，即使同样只是个位数这样的增速水平，他带来的体量完全是不同等级的。

51、应用于工业变压器产品的电压等级、使用场景和替换周期是怎样的？

能用到分接开关产品，基本上就是在 35kV 以上，分散到冶炼、化工、水泥等不同产业，需求景气时，新建工厂或旧设备更新均带来新增投资，工业变一般运行非常频繁，一天可能切换成百上千次，替换周期快于电网变压器。

52、35kV 以上变压器主要增长来源是什么？

电力设备的需求主要依赖于用电量的提升，用电量的增长与经济增长紧密相关，因此电力基建背后的需求逻辑主要是与整体宏观经济形势和产业周期有关。全球来看，经济发展呈现不平衡的特性，不同经济体在体量、规模以及增速方面存在较大差异，这种差异也反映在产业周期的驱动因素上。就国内而言，过去主要靠房地产、大基建、高铁建设以及前两年新能源的发展，驱动因素较为集中。近两年全球产业驱动呈现多元化以及地域化的特征，如欧洲主要是能源结构转型，美国主要是能源结构转型、制造业回流以及人工智能等，中东主要是经济去石油化以及东南亚因为工业化加速带来大量基建建设需求。行业本身是个位数增长的水平，从微观层面看部分企业的增速会受基数、价格红利等因素影

响。

53、数据中心若采用 800V 直流架构，是否会带来增量市场？

对公司来说不会。

54、数据中心相关的供电模式对变压器行业有何影响？

作为电力变压器给整个数据中心供电的话，可能也就一两台的量。当然数据中心成规模以后，会间接拉动新增电源和电网建设的需求，有可能会带来一些新的增量，就像前几年光伏电站建设对变压器的直接拉动有限，但上下游产业链投资拉动作用会更大。这更多也只是适用于美国的逻辑，在世界其他地方包括中国可能并不适用。

55、数据中心在公司业务中情况如何？

数据中心一直是分接开关下游非常细分的一个应用领域。目前从台数角度没有值得展开甚至统计的必要，分接开关应用于数据中心时，更多是提供给供电的大型变压器使用，在数据中心项目中尽管可能会采购很大金额的其他电力设备，但用到分接开关的变压器数量极小，最终对应分接开关数量和总价值量都很小，因此同样一个大型数据中心项目对我们整体销量和销售额的拉动作用有限。但数据中心成规模以后，会间接拉动新增电源和电网建设的需求，可能会带来一些新的增量。

56、储能需求是否会带动 35 千伏以上变压器需求？公司有相关订单吗？

关键看储能项目是否需要新建升压站，有需要公司肯定会有相关订单。但总体很难对增长产生较大驱动作用，储

能、光伏、风电等这类新能源属于电源侧，目前光伏需求可能减少，储能最好的情况就是填补光伏部分需求缺口，很难拉动整体需求，并且过往并非光伏本身拉动电力设备需求，更多是靠钢铁冶炼、化工等这类上游产业链的拉动带来的增长。

57、固态技术对公司业务有影响吗？

没有太大影响，固态技术的电压等级难以做到很高，相对来讲不会冲击到公司所在的产品领域。

58、过去一两年公司产品有涨价吗？

公司目前在海外市场处于开拓市场的阶段，在这种情况下公司的价格体系相对稳定，但因为公司海外产品价格高于国内，随着海外收入占比提升以及产品结构的改变，公司的整体均价也在提升。

59、铜价等原材料价格变化对公司有影响吗？

公司使用的是多种基础原材料，如铜粉、钢锭、铝锭、钨粉、锡粉，环氧树脂等，单项成本占比都不高，实际采购额有限。只要原材料价格不会长期上涨，不会对 company 成本有重大影响，随着业务结构和产品结构优化也能对冲原材料上涨带来的影响。但铜价等原材料价格变化有可能影响下游项目的落地节奏，这是一个相对较长的传导周期，无法预期。

60、原材料涨价后，变压器供应商合同中是否有相关应对条款，对于新签订单节奏会放缓还是会延迟？

主要看变压器厂商与客户的合同约定，我们不太清楚。此外电网投资或其他基建投资不是只有变压器会用到铜，因此项目节奏并非仅由变压器环节决定，还受整个供应链成本

消化和传导情况影响，目前很难判断，需要根据实际情况去考虑。

61、若 AI 资本开支需求发生变化，对公司业务有何影响？

对国内业务可能影响不大；可能导致海外市场的需求和景气度变化，对海外业务产生一定影响，这两年很多海外变压器销往美国，从需求角度全球的电力设备发展的火车头可能是美国市场，所以如果出现这种情况可能会导致行业发展速度放缓。但长期来看，公司目标是提升海外市占率，虽短期可能受波动影响，但公司对海外长期发展有信心。

62、上半年费用绝对值增长较多的原因是什么？

主要由于海外业务的发展，海外费用如渠道、销售佣金、客户拓展、人员招聘、办事处设立等产生的费用高于国内。

63、截至三季度，公司海外收入占比情况？直接与间接出口的比例、增速及毛利率情况如何？

海外收入占比超 30%，其中直接与间接出口比例接近 1:1，直接出口略高；间接出口增速远快于直接出口，直接出口毛利率仍高于间接出口及国内，但直接出口与间接出口的毛利率正逐渐接近。

64、电力设备业务毛利率怎么看？

在收入增长且具备足够规模效应的前提下，由于业务结构中海外业务占比不断提升，我们至少有信心维持毛利率稳定。

65、未来费用率的变化趋势如何？

员工持股计划的激励费用会按人员分布计入各部门费用，会对费用产生一定影响，不考虑这部分费用，管理费用和研发费用相对稳定，甚至可能因规模效应有所优化；销售费用我们认为会随着海外业务扩张有所提升，将结合海外收入增长情况管控海外销售费用，如果费用增长比例能够低于海外业务收入的增速，我们认为是相对健康的发展状态，而非单纯看绝对金额或费用率。

66、公司有信心完成持股计划目标吗？

如果要三年累积的目标 100%实现是非常困难的，但公司会尽自己最大的努力。国内发展相对平稳，公司对于三年的计划目标设立也是基于电网投资稳定增长的预期，实际上已经考虑到了目前这些公开的因素，海外虽然增速较快，但是我们是借了中国变压器出海的东风，实际目前海外的布局和团队是远远滞后于业务发展的规模的，很多区域正处于初期布局阶段，还有很多工作要做，并且基数变大以后持续高增长也很难持续。在没有其他能观察到的变化情况下，公司认为目前指标的设置是现实也是客观的，之所以要做这个激励也是希望大家奔着更高的目标去努力。

67、公司股权激励费用情况？

取决于员工持股计划目标的实现情况，如果预计完不成业绩目标，当然这部分费用也就不存在了。

68、公司为何设定较高的分红比例？

公司对自己在资本市场的定位是业务稳定、发展稳健。回报稳定，公司希望通过可预期的现金分红回报股东并且公司现金流稳定，也具备持续高分红的能力。

	<p>69、公司未来分红计划？</p> <p>2025 年仍处于 2023-2025 年股东回报计划承诺期内，公司承诺每年现金分红不低于可分配利润的 60%。公司分红原则始终是在结合资金安排和对经营情况影响最小的基础上，尽可能多的对当期利润进行分配。</p>
附件清单	无