

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 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	Fidelity International: Jeffrey Wang、Dale Nicholls、Dhananjay Phadnis、Jochen Breuer、Madeleine Kuang、Theresa Zhou、Ronald Chung、Ben Li、Tina Tian、Casey Mclean、Flora Wang、Luke Li Janus Henderson: Jane Ye
时间	2024年4月29日 10:00-12:00 电话会 2024年4月29日 14:00-15:00 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	1、公司去年四季度及今年一季度业绩情况？ 去年四季度收入同比变化不大，环比略微下降，这主要与临近年底下游项目进展放缓，客户提货意愿不高有关，但订单实现了同比增长。毛利率则主要是由于收入结构的原因，电力工程收入占比增加，所以造成毛利率的波动。 公司一季度主要受到春节假期的影响，此外，铜价的波动也对订单转化节奏产生影响。从历史数据来看，一季度往

往是全年收入最低的季度，随后各个季度基本上都是环比持续增长，除非行业出现拐点，这一趋势通常都得以保持。今年一季度公司核心业务电力设备业务同比实现了 14.6% 的增长，维持较快的增长势头，这依然显示了一个较好的发展趋势。

2、公司一季度订单情况？

一季度订单情况受春节假期影响较大，可能不完全具备参考性。

3、如何看待今年电网招标节奏？

招标节奏目前看起来仍然正常，但每年电网投资及招标设备的侧重点可能会发生变化。过去两年电网在变压器环节招标量都比较大，今年是否还能保持增长目前无法判断。

4、从收入角度看公司网内网外情况？

去年公司国内收入中网内收入占比约为 1/3，剩下的为网外收入，此外间接出口被归类为网外收入，导致网内占比偏低，但实际影响不大。

国内相对来讲电网招标情况比较透明，网外比较难以提前判断，因为公司交付期短，尽管需求还是比较好的状态，但是对于具体什么时候能转化为订单和收入要根据变压器厂的排产节奏和项目的建设节奏来定，类似春节等节假日、原材料价格的波动、短期建设重点等情况都会影响具体获取订单的节奏，具体情况目前还无法做出判断，等到下半年可能会看的更清楚一些。

5、如何理解网外业务这一轮驱动情况？

这一轮驱动主要从 2021 年开始，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，为公司带来了新的增长点。对于公司来讲，有大的产业驱动增速会更快，过去房地产改革、08 年大基建以及高铁建设等为公司带来额外的增速。这一轮驱动已经持续两三年时间，很难再有长期的增长驱动，暂时来看也没有其他的产业有同样的驱动力。

6、海外业务一季度情况？

一季度海外业务仍然呈现增长态势，尤其是欧洲市场。去年一季度海外收入增长较快，部分是因为前两年订单的确认，不代表当季度的订单增长。今年一季度订单增速不代表全年水平，对全年的判断还需要更长时间的观察。此外还有大部分海外市场由于低基数的原因，增速参考意义不大。

7、目前美国市场的情况？

美国是海外最大的单一市场，也是公司非常重要的市场。过去两三年公司在美国市场没有主变的分接开关的订单，主要是配网设备的配套订单，但今年开始公司已经开始接到美国市场主变的分接开关产品的订单，不仅有直接出口给美国当地变压器厂的订单，也有通过外资变压器间接出口到美国市场的订单，这对公司来说有些惊喜，但目前的整体规模还很小，仅从一两个月对全年的判断难度也较大，考虑目前的国际形势，这是一种偏脆弱的关系，暂时来看对全年收入影响有限，考虑到因为基数很低这种增速水平至少在今年也未必具有参考性。

8、公司在美国市场的布局进展？

目前公司正在进行许多合规层面和法律层面的评估和分

析，仍在与律师团队进行持续性的沟通研究相关政策、法律法规以及税务等问题，以降低进入风险并寻找相对可控的合作模式，各方面达到预期以及条件成熟情况下，公司会推进下一步的工作。这一工作的复杂程度是超乎想象的，前期还需要有很长的准备工作。

9、公司相较于对手竞争优势有哪些？

就海外市场而言，现实来看，公司需要缩短与竞争对手的巨大差距，目前并没有到可以谈论优势的阶段。竞争对手是百年老店，又是德国品牌，在海外拥有完善的销售渠道及网点，公司在海外市场的布局时间还很短，所以与历史悠久的品牌相比，我们仍需时间沉淀。但相对来讲，公司的全产业链生产模式、定制化能力、灵活响应速度以及更快的交付周期具有一定优势，并且客户也需要新的供应商平衡价格。当前行业需求的增长为公司的海外发展提供了机会，因此公司有望缩短实现市场份额增长的时间，公司也会抓住这一历史机遇，加速对海外重点区域的当地化的布局，尽可能缩小同竞争对手的差距。

10、公司在海外市场拓展最大的瓶颈？

品牌和时间。

11、公司在东南亚市场情况及布局进展？

虽然东南亚市场整体经济体量相对较小，但可能是未来经济增速最快的区域，并且东南亚相比海外其他区域具有距离优势，一带一路政策在东南亚落地也会更快，去年公司间接出口到东南亚的收入占比也较高，因此东南亚市场增量空间潜力较大，公司进行超前布局，主要以装配及试验工厂为主，目前东南亚的选址和方案已基本确定，团队组建和细节

谈判正在进行中，计划今年确定建厂方案并推进。

12、中东市场情况？

公司在中东的光伏项目中已有产品应用，也在逐步寻找机会慢慢突破。市场对公司产品需求与经济总量和人口息息相关，目前欧美和东南亚市场是公司更为关注的区域，但公司也会持续关注各国的具体情况，实时跟进及评估各个市场的发展潜力。

13、公司产品的应用领域？

公司产品主要用于 35 千伏及以上的变压器中，应用领域包括网内（国网、南网）和网外（如机场、地铁、高铁、生产型企业、数据中心、发电企业等），这些领域对用电质量要求较高，因此需要使用我们的分接开关产品。

14、分接开关的行业壁垒有哪些？

首先，分接开关是一个高度定制化的产品，根据不同的应用场景和需求，需要设计上千种不同的规格，在设计研发层面极有难度。其次，分接开关生产工艺复杂，因为分接开关在高压环境下工作，是变压器中唯一带负荷动作的组件，对零部件的材料强度、密度、导电性能和绝缘性能有极高的要求，公司的奉贤工厂拥有近万种零件，80%零部件自制。最后，分接开关行业小众且生产过程复杂，且对可靠性和安全性要求极高，但产品在变压器中成本占比较低，一台产品可能关联着过亿元的项目，因此极为关键，用户在选择时更倾向于选择有品牌保证的产品，对产品价格并不敏感，这种市场特性形成了较高的竞争门槛。同时在市场空间有限的情况下，大厂不愿进入，小厂难以保证产品质量，因此这个行业逐渐形成了由专门的第三方厂家来提供产品，海外市场也是

同样如此。公司在这个行业具有明显的先发优势，参与了多个行业标准的制定，还掌握包含特高压在内的多个核心技术，随着时间积累，技术优势会更加明显，也会进一步巩固市场领先地位。

15、分接开关产品如何分类？

主要根据应用领域的需求进行分类，公司产品有十几大类，每个大类下还有多个细分类别。这些分类反映了不同场景和切换要求下的具体需求。公司产品的定制化程度很高，但由于其机械结构的特点，不同产品在设计 and 功能上存在共通之处。

16、公司是否会对产品进行更新升级？

公司会不断推出更新迭代的产品，这些产品可能在效率或安全性上更具优势。此外，因为公司产品零部件种类特别多，生产过程中对材料要求非常高，因此除了产品升级，公司也会对零部件生产工艺、材料配方等方面不断进行尝试和调整。

17、分接开关的市场格局及公司在国内市场的市占率？

从全球的行业发展看，海外发展经过七八十年主要就剩下一家，国内三十年发展剩下的主要是华明。公司是国内分接开关龙头企业，虽然部分型号也有一些其他厂家在做，但规模较小，没有成规模的竞争对手。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。

18、如何理解高端市场？

不仅仅基于产品的技术难度，更多是基于场景对安全性的严格要求。在高端市场中，客户倾向于选择信誉好、历史悠久的品牌，以降低选择风险。特高压、核电、工业整流变等都是公司可以争取的高端市场。

19、公司特高压业务进展？

公司去年 10 月底签订了特高压产品批量化销售的订单，目前产品的技术考核已通过，但还没有交付完毕也没有现场投运，后续需要运行一定时间后才能慢慢提升份额。不排除特高压这两年会获得一些很小批量的订单，但对收入可能影响极小。

20、公司产品的更新周期及产品更新的动力？

公司产品设计寿命通常跟随变压器寿命来走，一般会比变压器寿命短，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。产品更新的动力既包括变压器本身的更换需求，也包括产品因使用频繁而提前更换的情况。此外，如果市场上出现了更适合的产品，也可能促使用户更换。

21、公司订单的交付周期？

国内订单的交付周期一般在 2-3 周，海外订单一般在 6-8 周，部分海外订单受定制化或项目进度的影响，交付周期可能接近或者超过半年。

22、公司开拓新产品的想法？

公司主要以分接开关产品为核心，从提高产品性能及提升生产效率两方面不断推进产品更新迭代。从业务解决角度一方面公司将继续研发配网使用的电力电子等创新产品，并

不断优化和改进现有产品线，提高产品的可靠性和稳定性。另一方面公司未来还将在检修业务上寻求新的突破。我们将结合在线监测技术，实现更精准、更高效的设备检修服务。

23、电力设备以旧换新？

目前并没有看到直接有关联的需求。在设备更新的大背景下，许多高能耗的装备制造企业可能会维持甚至提升产能和产量，间接可能会拉对电力设备的需求。

24、公司检修业务情况？

检修业务是公司长期核心驱动点。去年公司的检修业务主要是由于受到季节性和人员规模瓶颈的影响，不及预期。今年公司希望先恢复增长，但具体增速还需结合三季度的情况。

未来公司会加大对在线监测产品的研发力度，推进技术手段以实现长期运维和检修，减少对人力的依赖，此外近几年公司也在不断进行产能升级和调整，随着这部分效率的释放，人员调配也会更加灵活，并且随着海外收入及保有量持续提升，检修业务在海外会更为稳定。

25、公司未来几年增长驱动力？

短期主要看国内经济发展、电网投资规模和产业周期等方面，中期将依赖于产品结构的优化以及高附加值产品能否打开市场，长期则看海外市场及检修业务的发展。

26、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，环氧树脂等多种原材料，单项原料在原材料成本中占比都不大，实际采购额有限。从年报中也可以看到公司

前 5 大供应商采购额并不高且都不是铜粉、钢锭等这些原材料，因此只要不是很长期的整体原材料的价格的持续上涨，对公司整体盈利的影响有限，此外由于加工环节的附加值都在自己公司内部，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，公司也可以通过提高出口以及高附加值产品的占比来对冲原材料成本上涨的风险。但是如果目前的原材料价格持续增长，成为一个长期因素，就会对公司毛利率产生不利影响。

27、公司分接开关毛利率？

毛利率的稳定取决于收入的增长和成本的控制。如果一些扩产计划提前并快速进行，新增的折旧和制造费用可能会对毛利率产生影响，并且近几年人工成本、原材料成本等也在持续增加。但总体来说，在收入能够保持增长的前提下，以及高附加值产品占比提升以及海外收入占比能够不断提升，公司有信心维持现有的毛利率水平，但是否增长就要取决于更多的因素。

28、公司资本支出情况？

国内没有太多资本投入计划，产线、扩张产能及零部件布局也基本完成，每年大概有一些固定资产升级改造方面的投资，暂时没有其他大额开支。公司在海外主要以装配工厂和销售及服务团队为主，资本开支并不大，并且公司在海外的资本开支是一个持续且循序渐进的过程，不会一次性完成，会根据具体规模、产能需求和人员配置等因素分阶段投入，因此不会出现某一年资金压力特别大的情况。

29、公司分红情况？

出于从存量现金、融资能力以及公司现有业务发展需要

	<p>等方面的考量，目前的分红不会影响到公司发展，同时也可以使投资者共享公司的发展收益。并且公司对维持现有利润水平也有足够信心，这是公司能够进行更高比例分红的原因。</p> <p>公司未来也会根据 2023-2025 股东回报规划的指引，每年的现金分红不少于当年实现可分配利润的 60%，，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>
附件清单	无