证券代码：603855 证券简称：华荣股份

**华荣科技股份有限公司**

**投资者关系活动记录表**

编号：2022-003

|  |  |
| --- | --- |
| **投资者关系活动类别** | □特定对象调研 □分析师会议  □媒体采访 □业绩说明会  □新闻发布会 □路演活动  □电话会议  ■其他 现场调研 |
| **参与单位名称及人员姓名** | 田垒 人保资产  吴志豪 建信资管  王奇玮 招商基金  张琰 海螺创投  祝仲宽 海螺创投  戴亚雄 平安资管  陶雨涛 汇丰晋信  李毓杰 静瑞资本  祝凯伦 鹏泰投资  张健 德邦证券  周承川 南方基金  赵一泽 容光投资  杜厚良 德邦资管  伍啸天 Elephas  张亨嘉 中泰资管  钱妍婷 歌斐资产  徐乔威 国泰君安  时彧 华泰证券  贺轶 招银理财  姚思劼 招银理财  丁志刚 兴业证券  吴子卓 博道基金  胡敏 名阳投资 |
| **时间** | 2022年7月6日 14:30-17:00 |
| **地点** | 上海市嘉定区宝钱公路555号 |
| **上市公司接待人员姓名** | 总经理 李江 董秘 郑晓荣 财务总监 孙立 |
| 投资者关系活动主要内容介绍 | **公司介绍**  **经营数据：**  **1.收入及利润**  公司2017年上市至今，销售收入从2016年的12亿元增长至2021年的30亿元，扣非净利润从1.13亿元增长至3.81亿元。2017年总资产24亿元，2022年一季度末增长至39.88亿元。华荣在上市以后的5年，持续保持稳定增长，没有上下波动，公司在稳建发展。  **2.分红**  上市5年来，公司一直推行高分红政策，传递了公司非常好的财务现金流状况以及稳定的盈利能力，也彰显了企业积极回报股东和投资者的良好意愿。本次分红每10股派10元，分红金额3.3亿元。  **公司现状**  **1.市场订单情况**  **1）国内、国际油气市场需求旺盛**  **2）光伏EPC**  两三年前，公司把光伏EPC业务当做一个实验的方向。现在在手订单已超过去年，预计今年光伏EPC确认收入金额同样会超过2021年。  **3）新兴市场**  公司把白酒行业的客户归类至粮油食品客户群体。白酒、核电、军工、国防、海工、新能源等新兴行业在手订单充沛。  **2.管理状态**  **1）2022年开始，公司进一步整合内部资源，进行业务板块运作，多点开花**  防爆业务在很长的一段时间里面是公司的业务主体，如今公司从防爆电器提供商，跃升到安全领域一站式解决方案服务商。公司身份从单一的制造商转化成服务商，这是一个华丽的完美的转身和置换。出发点在于彰显实力、赢得更多的市场空间和效益空间。  **2）进一步完善内部组织管理，激发创新**  今年公司的组织结构图，从事业部制改成了业务板块制，形成专业的、高绩效的团队。  **3.技术研发**  **1）安工智能系统升级**  公司业务范围不仅仅是防爆产品了，而是从防爆基础出发，提供系统化的、为用户提供所需要的一切安全需求。不单纯解决电器火花的防爆问题，而是更多的解决人身安全、公共环境安全、核工业、军工业现场安全等与安全相关的问题。  **2）智慧照明创新研发。**  **3）IE工业工程自动化项目技术改进**  主要对接军工、国防、海工、航空航天市场。按照用户的需求，把用户现场的资源进行优化组合，通过自动化、信息化、智能化，提升用户自身的生产制造能力和管理能力，满足顾客的安全要求。  **市场情况：**  **1.国际市场需求稳步增长**  **1）三年疫情，国际防爆行业发生变化**  **①一些国际知名品牌的防爆企业受影响很大。**  因为疫情很多国际项目延迟甚至取消，由此带来市场份额、年销售收入的萎缩，在行业内部是有目共睹的。Eaton、Emerson、R.Stahl、Bartec等传统同行，受影响很大。其中有些2021年基本上属于腰斩的状况。  **②原结构性防爆产业的同行萎缩更加严重。**  此前这类防爆企业跟着自家的EPC公司提供产品，做工程、做项目，现在这些企业在国际市场招投标中基本上很少碰到。  **③2021年总市场需求下降，但华荣的市场份额是上升的。**  **④排除不可抗因素，未来三年国际市场的需求会全面释放。**  国际市场的需求受疫情影响，很多项目延迟甚至取消，但是地下有油有气一定会挖出来的，仅仅是什么时间挖的问题。国内消费者仅仅感受到汽油价格大幅上涨，但欧洲天然气价格都是翻倍的。受俄乌战争、后疫情消费需求旺盛等影响，疫情三年的增量和存量都将逐步释放。  **2）公司外贸业务**  **1）2021年外贸业务情况**  2021年公司的外贸业务还保持增长态势。这彰显了华荣人的拼搏精神，也彰显了华荣的竞争实力。  **2）此前的业务布局进入收获期**  ①去年、前年公司外贸业务的定位，主要是夯实用户入围资格，提升产品技术、质量，增加国际代理商的基础性工作。目前在国际市场的招投标事务中，以前公司不具备资格的项目，现在已经全面深入获得投标资格，而且极有可能获得更多更大的订单。  ②渠道的积极性是非常高涨的，尤其是在中东区域和非洲。位于中东的卡塔尔是全球第二的天然气供应商、开采商，他们提出的口号要在未来三年变成全球第一的天然气开采和供应商。  **3）目前公司外贸订单量饱和**  公司与德国、法国、意大利、日本、韩国的几家大型EPC公司，都建立了长期的战略合作关系。从之前数据看，只要公司参与的项目，我们都有比较大的信心把订单拿回来。  **2.国内的油气化工传统行业扩产、技改提速**  **1）国内投资扩容**  公司市场管理部有项目资料库，每一个月刷新、增补一次项目资料库，一个季度做一次项目汇总。大于等于50亿的投资项目才能进入公司的业务项目资料库，现在公司收集到的全国石化项目超过3000个。  **2）油气化工提质改造升级**  原来的工艺、技术水平落后了，老装置的技术改造、升级换代进入爆发期。国内第一个千万吨的炼油企业海南炼化，经过十五六年的提升，现在已经提升为3000万吨了。现在国内有二十几个千万吨级炼油企业。目前3000万吨产能的镇海炼化，计划要提升到400万吨乙烯、6000万吨原油的产能。  **3）国内加大煤炭开采**  政治国际形势影响经济贸易，我国外供煤炭减少内供增大。开采煤炭带来矿用市场增量。预计今年公司矿用防爆产品业务增长也是可观的。  **4）国防战略物资储备加速**  我国的石油战略储备到现在为止远远不够。美国的原油储备可以达到9个月，日本可以达到6个月，我国的储备不足两个月，战略物资储备的建设越来越重要，越来越紧迫。  目前公司接到的原油储备库项目，包含了海南岛、香港、T字形沿线。T字一横是代表沿海，T字的竖表示长江沿线，布局战略物质储备，包含粮油、粮食、石油，以及其他更多的战略物资，如航空航料燃料油。  **5）防爆市场需求年增速超20%**  受国内需求的增长，以及国防战略物资储备的推动，预计未来3-5年国内防爆行业需求年均增速超20%。  **3. 全民安全意识+政策推动，提升国内更多新兴领域安全需求**  **1) 政策引导行业发展，安全整改需求增大**  安全事故使得石油化工的事故伤亡率比较高。随着人民生活水平的提升，大家的安全意识提升了，安全与第一责任人挂钩，同时监管力度加大。据应急管理部不完全统计：截至2021年8月，单一全国粉尘涉爆企业共计约4.35万家，预计整改需求便超百亿元。  **2)新兴市场安全管控需求旺盛**  国内以视频监控为基础的安全领域信息化管控、自动化管控、智能化管控需求量达上万亿级。尤其是智慧城市中的应急管理，如消防武警、医疗、抗洪抢险，最重要的是通讯调度、指挥监控，华荣在打造整套的应急管理指挥调度监控的通讯系统,城市的所有资源可以集中在这一个平台上，最高指挥者可以在短时间内快速调动城市的所有资源进行安全管理。  随市场发展，近年来，催生出更多新兴市场和行业，如新能源、电能汽车、5G互联网、生物制药、橡胶、建材、粮食仓储、白酒、核电等行业、轻工业、国防军工、船舶海洋工程、港口、码头、金属加工等领域对防爆电器的需求日益增多。  **4.工业企业加快数字化、智能化转型，全业务链安全智能管理的需求日益提升**  数字化、智能化是行业趋势。中石油、中石化、中海油等几十家大型的央企组成了一个数字化智慧工程协会，制定石油化工行业智慧工厂的营运模式需求，列了8大方面，刚好和华荣安工智能的八大子系统完全匹配。企业顺势而为，一定会得到更长久的发展。  **5. 绿色智能照明替代传统技术，头部企业市场份额将持续提升**  智能照明、绿色智能是行业发展趋势，市场空间广阔。此前海外企业逐步退出市场，被国内后起之秀的照明制造商填补了，现在专业照明市场竞争格局比较分散，到了行业洗牌的时候，公司专业照明业务有望得到更好的增长。  公司在去年年底开始动手成立智慧照明技术研发中心，投入大量的人力、物力、财力，今年下半年将开始释放研发成果。  **6.新能源市场极具扩容**  国资电能公司极具爆发力的EPC业务模式，催生民营资本加大对光伏电站的建设速度和热情。  海洋风能利用加速发展，海工业务增加新业务板块，增量提升。海洋风力发电机组里面很多配套的东西，都是公司供应的。  **公司看点**  **1.国际市场将持续发力**  公司已经为2022年开始国际市场的爆发做好了充分准备，“拓展+收割”同步走，2021年在疫情影响下仍能实现逆势增长，公司未来外贸业务会持续发力。  **2. 安工智能管控系统替代传统防爆产品**  公司安工智能系统锁定的市场不单单是传统的油气化工，而是适合于各行各业以及公共安全应急管控。现在正在施工的超过千万的订单有12个，还没有确认销售收入，大约8-9月份即可交付。  **3.专业照明新基地投产**  专业照证明采取线上和线下结合的营销模式。南浔第一期6万平米的专业照明基地已投入使用，第二期6万平方米的照明基地基建工作即将启动，刚刚举行完招标，公司招标的要求是300天交付使用。  **4. 光伏EPC业务**  随着“碳达峰、碳中和”工作的推进，公司将进一步扩大光伏 EPC 业务的资质，充分利用自身专业技术和专业产品，为“碳达峰、碳中和”服务，提升新能源业务板块的核心竞争力，加强新能源业务的持续盈利能力。  公司整合光伏EPC多方资源，确保光伏 EPC 业务快速增长，形成公司新的业务增长点和盈利点。2022年公司光伏EPC业务有望超过10亿，将成为公司新的业务和利润增长点。  **未来战略**  **1. 改变传统制造企业定位，向“安全智能解决方案”服务商转型**  由此公司从单一的防爆领域向安全领域拓展，从百亿级的市场需求向千亿级的市场需求突破，市场用户从“石油化工”向“全工业系统”进军。“技术和市场双同步”奠定公司百亿级的发展战略。  **2. 以SCS安工智能管控系统为抓手着力拓展工业互联网蓝海市场**  公司SCS安工智能管控系统中前面的S指安全，中间的C指控制，后面的S是system系统的简称。公司以安工智能管控系统为抓手，去拓展工业互联网蓝海市场，从传统的制造向智能型转变。  **3. 创新盈利模式：产品销售单点盈利模式向智能化系统多点盈利转型**  公司的身份变了，格局也变了，盈利的手段和方法应该也随之变化。以前是卖产品，接下来是靠智能化、系统化的多点盈利。原来是硬件产品单点盈利，现在至少有平台搭建、智能终端、安装施工、维护运行服务4个盈利点。  同时也会优化现有的业务发展商模式，业务发展商会转型为安全维运服务商，为华荣提供的服务内容发生根本性改变。很多传统的营销在智能化、信息化的前提下可能就会被淘汰，公司要新增更多的血液来增强团队活力。  **问答:**  **1:** **客户检修周期？**  答：石化领域传统市场检修周期是一季度小修，半年度中修，一年一大修。安全防爆产品是为了事故的预防，石油化工系统现场的高腐蚀性很容易造成安全性能的失效。为了避免工艺出现异常，用户一般在8-9月高温季节停产检修。而用户对防爆电器是没有检修能力的，公司派出去的售后服务人员都是防爆电器检修证书上岗。公司有200多个大型用户的年度检修采购框架合同，满足客户年度检修所需要的防爆电器更换。公司防爆电器的使用寿命是三年。  **2:** **公司安工智能系统中哪些部分是自主研发的，哪些是集成的？**  答：1）防爆电器类的开关公司不做。开关是采购施耐德、ABB、天水、常熟开关厂等知名品牌的产品，公司会将其改造成防爆电器。  2）安工智能系统中的软件是华荣自主研发的，公司具备知识产权。  3）智能终端，包括智能灯、智能传感器，也是公司自主研发的。  4）中间传输的WiFi网关，是公司采购后改装成防爆的。  5）摄像头是采购大华、海康威视的，现在慢慢找到第三家更具有价格优势的供应商。公司采购来之后变成防爆摄像头。  6）通信系统是公司自主研发的。  **3:** **50亿的项目，对应的防爆安工智能系统价值量比例？**  答：依据项目的性质不同，比例有所不同。假设是纯石油化工的50亿项目，比例约5%。而一个50亿码头建设项目，防爆电器比例就不高了，可能化学品码头专区用得要多一些。民用物资领域基本上是以三防（防水防尘防腐）的产品为主，所以华荣在做防爆的产品同时，也有特色的三防灯具。  **4:** **新能源汽车的防爆业务拓展有没有？**  答：1）这是一个潜在的市场需求。很多的新能源汽车制造商、技术团队与公司交流，询问公司是否可以做汽车用新能源电池箱以及防爆电池。需要一个配件嵌入到整个电池箱里面去，及时发现电池组的异常情况，做到安全监控，直接提示车主。  2）除了新能源汽车以外，还有更广阔的相关领域，如：  光伏电站储能。装备在风光电站的储能电池组储能一定需要防爆。工信部对于储能电池的安全性早就提出了一些要求，公司有14位技术专家是在国家库里的，很清楚标准的制定，领先一步。  中国移动、联通、电信的营运商发射塔，每一个基站下面要大量的电池储备，保证在停电的情况下能够继续工作。这些电能储备站是全部需要做防爆的。  **5：电动车和储能领域今年或明年能出产品吗？**  答：还没有。潜在市场可期，但是该市场爆发有偶然性。公司的研发是建立在订单上的，一定有真正的订单才会开始研发产品。公司做了很多军工研发项目，都是签研发合同，把钱打给公司，才给客户研发。  **6:** **相比防爆产品，安工智能管控系统产品在不同领域里面的差异性是否更大了？**  答：华荣的安工智能系统每一个点可以按照用户需求量身定制。总体构架、系统的功能设计是大同小异的，是模块化的，可以按照用户个性化要求来重新调整，响应个性化用户的要求。  安全工程最早用户用的是传统单点巡检的制度，后来通过一些自动化仪器仪表，在某个工艺点上体现工艺参数，但是不形成系统。后来设备管理安全领域就出现了机器人自动巡检的说法，数据对接采送、掌上电脑、视频识别等技术，都是点的信息化。而现在用户不再买掌上电脑、防爆巡检车、无人巡检机器人了，更先进的系统化产品出现了。公司打造的安工智能管控系统，目前在石油化工系统里面独一无二。  **7:** **公司做安工智能系统以后，现有的销售模式能够适应吗？**  答：必须是直销。因为业务发展商已经不具备足够的技术能力了，仅仅作为一个联络，确定时间地点，公司来人给客户做安工智能的技术、方案交流。  **8：安工智能系统的收入占比？**  答：纯软件的销售还很少，系统业务同比增量很好。  **9: 疫情后公司派出去多少销售人员？**  答：1）内贸7大营销系统的人员全部派出去。包括营销总监、营销副总监，华南的、西南的、华东的、华中的、华北的、西北的全派出去了。还有一个大的团队是在4月1号之前就派出去了，一直到现在才回来。安工系统的六七十个人也都全部派出去了。  2）海外现在出不去，疫情之下签证比较困难。  **海外市场：**  **10:** **公司在海外市场和印度低价品牌是否形成正面竞争？**  答：是错位竞争的。目前印度的所谓低价产品对公司不造成冲击，因为不在一个量级上面。公司做的都是一些比较大型的项目。而在大的项目采购里面，EPC公司，不敢采用这些公司的产品。  **11：现在海外项目是否已经派人出去竞标了，后续的安装是否会继续派人去？**  答：海外整个招投标大部分都是线上。很少有到现场去的，到现场去的人员一般是投标之前，或者是供货之后的售后服务环节。目前卡塔尔有个大项目，现在第一个包立马就要线上传输准备投标了。  **12：海外需求明显好转后，公司当前在海外的售前和售后人员能否忙的过来？**  答：忙得过来。公司售前、售后服务的交流，公司几十个管理体系都是网上评审、视频审查，现场验货都是远程视频解决的。全是远程办公，视频对接，相对来讲比派人出去效率还要高，成本还要低。  **13：如何看待印度的防爆电器厂商的竞争力？**  答：印度本土企业人力资源成本低，但其产品质量相应也弱，所以虽然其产品低价，但公司并不担心。原因：  1）公司国际认证及质量被当做防爆行业典范，已编入了国家质量监督总局出版的中国质量认证40年，这是彰显华荣在国际市场的技术底蕴。  2）印度低价产品没有真正的质量保证，是一种短视行为。很多客户用一次就不会再合作了。  **光伏EPC:**  **14：公司光伏EPC业务的优势？**  答：国家的五大电力公司，推出一种非常好的EPC模式，即电力公司出钱委托公司来做项目。公司具备比较好的渠道、资源，与一些大型能源企业都有相互信任的战略联盟协议，双方的合作模式不可以随时随意被破坏掉。  **15：公司光伏EPC业务的利润率？**  答：利润率约4-5%。  **专业照明：**  **16：专业照明今年的预期？**  答：也受到疫情影响，传统的领域基本上有疫情的原因，招投标都停了，有两个月基本上没有任何招投标，现在才开始恢复，下半年会恢复过来。此外，本身专业照明业务是集中在下半年，尤其是有一些属于市政工程，在四季度采购的更多。专业照明板块目前所表现出来的增长态势好于竞品。  **其他：**  **17：业务发展商的分成比例？**  答：业务发展商没有分成的说法，公司请业务发展商帮公司来做市场拓展，业务发展商获取市场拓展费和佣金，佣金比例是5个点左右。业务发展商需要帮公司做很多的市场拓展、新产品、技术交流工作，要付出很多的成本。  **18：客户看到毛利比较高，是否会去压价格？公司如何应对低价竞争？**  答：1）在所有的采购过程中间，价格永远是核心部分。但是一般情况下，用户不会因公司毛利高而跟公司压价，因为毛利不含经营管理等成本。  2）公司会引导客户，同等质量比价格才是合理的。以前中石化以及一些政府采购，在一段时间里面都是最低价中标，而现在中石油、中石化、中海油已经规避掉了最低价取标的方案，他们取的是性价比，比质量、比技术、比资质、比供货能力、比质量控制保证能力，而不是单纯的比价格。所以很多的业务开始集中采购，向头部企业靠拢，行业正在洗牌，很多微小企业因为不具备实力自然而然被淘汰。  3)这些年来华荣的毛利率相对稳定，费用逐步降低，净利润率在往上升。  **19：业务发展商人数、人均创收指标的变化，是否反应公司未来收入体量的发展？**  答：不是。  1）业务发展商的更替是市场法则，能者上，不能者让，选择权是在公司。  2）业务发展商团队人数的变化，公司不干预，公司和业务发展商的协议是一个总量的要求和控制。一线员工每天的工作任务不是直接向上级传递，而是通过公司系统。每个生产线都有一台电脑，挂在装备线上，每天早上点击了进去就显示到当天的任务和优先级等。围绕这个工作任务，涉及到的图纸、领料单等全部在电脑里面，自己点击自动发送。业务发展商货款回笼报表、业考核统计表、开票额、外欠款余额、考核结算等全部在系统里面，所有数据都在公司掌控之中。  3）业务发展商的客户都在公司系统里面，公司是直接对用户供货，业务发展商随时可以走，公司也不会因此流失用户。  **20：为什么公司智能化业务等不断发展，人员数量没有大幅提升？公司后续是否会增加资本开支？**  答：1）公司增加了很多机器设备，如增加了一台1台1000多吨的大型压铸机，同时提升了很多设备的压铸范围，提升产能，接下来还要继续新增，为增量市场的生产做准备。  2）公司人员数量没有同比例提升，主要是由于公司的自动化程度提升了。公司1台机器人管三台数控自动加工中心，可以抵上7个车工，而且1个加工岛中心可以加工大约十几个品种。所以公司员工尤其是制造员工增量很少，现在公司缺的最多的是装配员工以及安工智能现场施工和商务技术对接人员。公司今年招了大量的结构架工程师、算法工程师。  3）公司的生产基地会逐步外移。上海的人力资源成本比较高，后续公司可能会按照专业照明的模式外迁。其实专业照明外迁是公司的一个试点，选择靠近上海的南浔。后续总结到更多的经验，可能会移到管理成本更低的地方。据公司推算，整体外迁的话，每年至少可以节约4到5千万成本，转化为纯利润。 |
| **附件清单** | 无。 |
| **日期** | 2022年7月6日 |