**证券代码：603757 证券简称：大元泵业**

浙江大元泵业股份有限公司

2022年投资者关系活动记录表

编号：2022-002

|  |  |
| --- | --- |
| 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  √现场交流 √电话会议 □其他 |
| 参与单位 | 安信证券、招商证券、国信证券、天风证券、中泰证券、信达证券、兴业证券、国金证券、中信建投、鹏华基金、交银基金、兴全基金、汇添富、国寿养老、鹏扬基金、大成基金、融通基金、泰达宏利、海创基金共19家机构。 |
| 时间 | 2022年8月29日-9月1日 |
| 地点 | 线上电话会议及现场交流 |
| 公司接待人员 | 证券部：黄霖翔、张俊伟 |
| 投资者交流主要内容和介绍 | 公司证券部人员向机构和分析师介绍了公司2022年上半年发展情况、产品的应用市场，并回答了相关提问，主要内容如下：  **1、根据中报划分，公司业务构成为民用水泵、家用屏蔽泵、工业屏蔽泵、车泵四大板块，目前各个板块的发展策略是什么？**  答、（1）公司作为国内屏蔽泵领域的龙头，各系列产品主要技术指标达到国际先进水平，产品性能得到国内外下游主要客户的验证和认可，因此在目前较为有利的市场格局和竞争格局下，公司将主要采取以下措施：  ①巩固产品优势：继续加大技术投入力度，做好产品的升级、迭代，巩固市场先发优势。  ②改善产品结构：在屏蔽泵领域提升家用节能屏蔽泵渗透率，保持工业屏蔽泵稳定较快的增长态势。  ③提升将产品优势转化为市场优势的能力：不管是家用屏蔽泵还是工业屏蔽泵领域，其下游应用领域均较为广阔，其中公司家用屏蔽泵传统应用场景为壁挂炉，在目前下游家庭热管理系统发展态势较为良好的背景下，公司与国内外下游客户联系的广度与深度得到了增强，公司希望以此为契机提升产品在各类型下游客户中的认可度，为产品在不同应用场景端的市场开拓奠定基础；工业屏蔽泵领域，公司将继续提升在石化领域的渗透率，巩固市场优势；加大新业务场景的开发力度，培育新的增长点。  （2）民用水泵作为一个竞争更为充分的市场，随着中小市场竞争主体逐步出清，行业未来市场集中度有望得到提升，公司目前主要通过先进产能扩张和储备来迎接市场可能的发展机遇。  （3）基于屏蔽泵技术及较早的联合开发经验，公司在部分车泵产品端具备一定的优势，但是由于部分下游市场商业化程度较低，涉足汽车供应链领域的时间较短，整个板块的营收规模仍然较低。未来，在商业化程度较低的应用领域，公司将配合客户持续做好产品的迭代、升级，巩固先发优势；在其他较为成熟的应用领域，公司将提升自身的交付能力，做好客户开发及供应商资质建设。  **2、公司上半年产品的毛利率有所提升，请问提升的具体原因，是否是所有产品都有提升，其有可持续性么？**  答：（1）公司毛利率上升主要受产品售价调整及产品结构优化的影响；分产品看，公司民用泵、家用屏蔽泵、工业屏蔽泵毛利率同比有所小幅度上升或持平。  （2）公司2021年毛利率下滑主要原因为原材料成本上升所致，若原材料价格回调，以高效节能屏蔽泵、工业泵为代表的高价值量产品销售占比提升，公司毛利率将得到有效改善。未来，决定公司毛利率获取能力的核心在于能否继续专注于符合市场需求的高附加值产品研发及布局。  **3、公司屏蔽泵领域的竞争对手有哪些？公司产品相较国内外竞争对手优势是什么？公司如何看待未来家用屏蔽泵领域市场竞争？**  答：（1）屏蔽泵技术自问世以来已有超过80多的历史，国外厂商经过长期的发展，在该领域有绝对的先发优势，因此目前屏蔽泵领域主要对手均为外资企业，如家用屏蔽泵领域的格兰富、威乐，工业屏蔽泵领域的大连帝国、海密梯克。  （2）合肥新沪的屏蔽泵项目经过前期十几年的亏损投入及沉淀逐步形成了目前的产品能力及在行业的品牌美誉度，因此作为国内屏蔽泵龙头企业，新沪在产品技术及市场占有率等方面相较国内厂商具有先发优势；与外资品牌相比，公司对本土市场的理解及对成本管控上具备一定的优势。  （3）面对市场竞争，一方面，公司将加快传统屏蔽泵向高效节能屏蔽泵产品的调整，通过产品力的提升来获取市场先机，提高自身核心竞争力。另一方面，在新型家庭热管理应用领域，随着公司家用屏蔽产品整体性能已与国外产品接近，公司产品有望逐步提高在国内外新客户、新应用场景中的渗透率，享受增量市场带来的红利，但是若新客户开发进度、新型家庭热管理应用场景增速不及预期，公司也可能面临更为激烈的市场竞争。  **4、公司家用节能屏蔽泵能耗相较普通屏蔽泵能降低多少？**  答：具体能耗下降情况需要分具体的工况和应用终端，公司对节能产品的要求及目标是同等条件下的能耗较普通产品至少下降50%。  **5、公司产品在下游家庭应用环境的通用性如何？应用在热泵相关领域的产品及传统壁挂炉的产品在技术和价格上有无区别？**  答：（1）公司现有家用屏蔽泵产品在下游中的通用性较好，产线和产能基本能够共用，当然实际产品开发过程中也会根据不同的终端应用对相关产品进行系列化开发。（2）目前公司家用屏蔽泵领域产品价格差别主要还是取决于是否是节能产品，节能屏蔽泵的单台价值量要高于普通屏蔽泵。  **6、公司目前主要产品应用主要是在壁挂炉领域，壁挂炉市场目前国内外市场态势发展如何？未来热泵的产品需求会不会对壁挂炉市场产生影响？**  答：（1）2021年及2022年上半年，公司家用屏蔽泵的销量仍集中于壁挂炉领域，该品类市场发展整体较为成熟，目前这块市场的机遇主要为欧洲市场传统型壁挂炉向节能壁挂炉转型过程中对节能屏蔽泵的需求的提升；国内市场需求则与政策刺激密切相关，就这两年看需求仍较为萎靡。（2）热泵与壁挂炉应用场景存在部分重叠的情况，未来随着热泵的发展可能存在影响部分壁挂炉市场的情形，但从产品特点上看，壁挂炉未来仍有较为稳定的市场需求。  **7、公司民用水泵板块上半年业绩有所下滑，请问主要原因是什么？目前下滑这么多仍扩充产能是基于怎样的考虑？**  答：（1）2022年上半年民用水泵业绩下滑主要受两个因素影响：①2021年下半年大宗商品价格上涨较快，经销商在产品涨价预期下提前备货较多，导致2022年上半年渠道库存较多；②受疫情及房地产下行周期等因素影响，内销需求客观上也出现下滑。  （2）①受各类因素影响，民用泵行业在近几年面临较大下行压力，但是作为超过400亿的大市场，中小企业众多，随着市场、劳动力、环保监管、行业技术标准等外部环境及要求的变化，小企业面临的压力将逐步增大，整个市场有望从极度分散的状态下逐步集中，在此背景下，众多泵业上市公司均在扩大、储备先进产能以应对未来市场及技术变化。②2022年上半年公司民用泵业绩出现较大下滑，但从2019年-2021年数据看，公司陆上泵、潜水泵产能利用率分别为92.59%、117.73%、99.01%；112.19%、118.86%、104.48%，整体仍处于较高水平。公司民用水泵目前主要采取经销及备货销售的方式，因此进行产能扩张符合公司发展需要。  **8、民用水泵板块接下里能否得到比较好的修复？行业景气度能否回升？**  答：（1） 7-8月份全国比较干旱，在此背景下公司已通过营销政策调整来促进相关产品的销售；但是目前看三季度剩余的月份及四季度行业仍将面临一定下行压力。（2）民用水泵行业是一个需求相对平稳的市场，在正常的经济环境和产业升级的客观需求下，市场需求将逐步恢复到正常水平，相关企业能够在此中收益；同时，头部泵企的市场份额提升，市场格局变化也将有望成为未来行业发展的主旋律。  **9、上半年公司工业用屏蔽泵板块实现了比较好的增长，主要原因是什么？ 未来增长点在哪？**  答：（1）工业屏蔽泵领域以往一直是外资为主导，近年来随着新沪产品能力的提升及客户认可度的提高，公司工业屏蔽泵在国内大型石化项目中的渗透率不断提高，每年增长均能保持在一个较为稳定、快速的水平。未来随着国产替代的进程不断深化，公司化工屏蔽泵将持续受益于行业的发展。（2）除不断扩张、巩固公司在石化领域的优势外，公司将持续推动应用于半导体制造领域的旋涡泵、应用于激光领域的微型高速永磁屏蔽泵、应用于ICT领域的数据中心和机房用泵等配套用泵的项目开发或系列化工作，开发新的应用增长点。  **10、公司上半年汇兑收益比较多，最近外汇波动较大，公司外销比例高，是否有采取锁汇措施？目前账上外汇构成如何？公司卖给国外厂商的产品会以外币定价还是以人民币定价？**  答：（1）公司主要根据市场波动及公司实际资金需求进行结汇，未进行锁汇。（2）截止2022年6月30日，公司期末外币余额中美元为1,817.65万元、欧元385.97万元；应收账款中美元为805.67万元、欧元为327.15万元；美元和欧元折算汇率分别为6.7114、7.0084。（3）公司外销产品主要以美元及欧元定价。  **11、公司未来有无资本市场融资计划？**  答：目前公司在进行可转债发行工作，除此之外尚无其他再融资计划。 |
| 附件清单  （如有） |  |
| 整理日期 | 2022年9月2日 |