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：2021-001

|  |  |
| --- | --- |
| **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 |
| **参与单位名称及人员姓名** | 时彧 华泰证券  陈珺诚 中信证券资管  Chai Wei High Flyer Quant  杜婷婷 Strategic Vision Investment  马宇腾Eton Yongrong  祝凯伦 鹏泰投资  王书婷 复星集团  洪航云 深圳中兴威投资管理  侯雅杰 华西证券投资部  陈思远 安信证券自营部  刘海彬 中加基金  董治国 前海开源基金  童宇 诺安基金  贺根 光大证券  金川 人保资产金川  奚晨弗 人保资产  董治国 前海开源  冯汉杰 中加基金  王可汗 中融基金  赵岩 中加基金  田垒 人保资产  张炳炜 太平养老  许可 天弘基金  马宇腾 北京磐泽资产管理有限公司  朱晔 天风证券  王垠 华夏基金管理有限公司  叶芃 华银基金管理有限公司  程博文 天风证券上海浦东分公司  张铎 敦和资产管理有限公司  李倩倩 国海资管  张亮 深圳熙山资本管理有限公司  王茜 产品团队  季侃乐 兴全基金管理有限公司  张艺凌 上海耀之资产管理中心（有限合伙）  王子帅 上海晓煜商务信息咨询有限公司  刘洋 首创证券有限责任公司自营  万定山 观富资产管理有限公司  开明达 Hony / Goldstream Capital  周雨晖 歌斐资产管理有限公司  陈曦 浙江英睿投资管理有限公司  源承公共邮箱 湖南源乘投资管理有限公司  刘荫泽 农银汇理基金管理有限公司  杨朝晖 上银基金  王开展 景顺长城基金管理有限公司  贾仁栋 招商基金管理有限公司  才典 东方睿石投资管理有限公司  高翔 万联证券资产管理部  付羽 明己投资  邹静 中金公司  黄道立 国信证券 |
| **时间** | 2021年8月27日 10:00-11:00  2021年8月27日 13:00-14:00 |
| **地点** | 上海市嘉定区宝钱公路555号A栋4楼会议室 |
| **上市公司接待人员姓名** | 董事、厂用防爆事业部负责人李江；董秘郑晓荣；财务总监孙立 |
| 投资者关系活动主要内容介绍 | **一、经营情况介绍：**  公司上半年营收12亿，同比增长36%，构成方面厂用防爆7.6亿，同比增长14%；国内5亿，同比增长26%；海外业务2.6亿，同比下降3.8%。矿用防爆9400万，同比下降9%，光伏EPC业务上半年确认1.88亿，该业务为新业务，采用不主动发展、不垫资的经营模式;专业照明上半年1.3亿，同比增长35%。  公司上半年毛利率50.8%，同比下降7.1%，主要是上半年毛利率较低的光伏收入占比大于同期导致。厂用防爆毛利率59.6%，同比略低；专业照明64.1%，略有提升；矿用同比增长2%，光伏毛利率13.8%。  公司销售费用率27.9%，同比下降6.2%，主要是光伏EPC业务对应费用率比较低；厂用事业部的整个销售费用率降低2%，呈下降趋势；照明事业部基本持平；能源事业部受光伏影响下降较大。公司坏账基本是业务发展商承担，合并考虑减少5%。管理费用率略降，研发费用率略升。总体三项费用下降6%。厂用事业部净利率同比增长1.6%,能源事业部同比增长2.2%，主要是光伏贡献利润；照明事业部同比下降0.2%。合并净利润同比增长40%，净利率同比增长0.2%。  上半年现金流比较好，经营现金流同比大幅增加，回款较好，光伏有预收款，对现金流有正向作用。  **问答环节**  1.公司在国内新兴领域的进展？  答：近两年来自新兴领域的订单快速增长，业务构成中新兴和传统领域收入接近五五开。  白酒行业发展趋势良好，前三年业务收入主要来自于茅台，现在已向越来越多酒厂供货，包括：五粮液，习酒、古井贡等。此外，啤酒、红酒等行业也对防爆电器有所要求。  核电领域，国内存量核电机组50台左右，市场普遍预测每年新建机组6-8台。近两年中国核电进入国产化替代期，华荣开发的核级照明产品通过国家技术认证，填补了国内空白。2021年上半年公司获得了5个新建核电站的全部防爆防辐射灯具订单，目前正在逐批次交货，未来2年内完成交货。核电灯具更换周期约3年，随着存量的50余台存量核电机组中照明设备更换需求逐步释放，核电新建和维保更换订单将成为公司重要的增量业绩来源。  军工方面，2019年拿到军工三证，目前产品已应用于国防基地建设、舰艇配套、航空航天以及装备承制，在航母、火箭等领域都有华荣的贡献。2021年上半年已完成交付量相当于2020年全年业务量，预计未来会获得更快速的发展。  医药领域属于精细化工，也对防爆有了新的要求，在传统气体防爆+粉尘防爆的要求上增加了洁净防爆的需求，华荣为客户提供定制化产品，产品具有溢价性。  2.粉尘防爆新规定对公司及整个行业的影响？  答：这对整个防爆行业都是利好，不仅有行政监管力度的加强，还有推动用户安全意识的提升。应急管理部公布了《工贸企业粉尘防爆安全规定》，粉尘涉爆企业应当规范选用与爆炸危险区域相适应的防爆型电气设备，《规定》于2021年9月1日起施行。目前全国粉尘涉爆企业共计约4.35万家，涉及金属制品加工、木制品加工、农副产品加工、纺织品加工、塑料橡胶制品加工等多个细分行业领域，预计整改需求超百亿元。其中粉尘作业场所30人以上的企业近三千家，头部企业更易成为华荣客户，华荣会抓住这个机遇激发增长。  3.防爆电器这几年变成了硬性标准，存量市场未来需要多少年完成改造？  答：整个市场中，存量市场占比约60%，增量约40%左右，未来存量占比会提升。存量市场有大量的防爆电器，使用年限在3年左右，新产品的迭代，老产品更换，存量的更换维修是一个持续滚动的过程，很难把他框在一个时段内。  4.请介绍一下安工智能系统和业务发展情况？  答：公司2012年提出打造工业物联网设想，并通过与高校产学研的模式孵化。技术成熟后邀请外协团队执行开发，公司具备完全的自主知识产权。目前安工系统由公司信息部门维护升级，已从之前的6大子系统扩展到了现在9大子系统，可以将所有智能防爆硬件产品接到安工平台，为用户提供智能化管控服务，从单一的“防爆制造商”向“服务商、营运商”的转型。  安工系统和智能化硬件产品2019年正式商业化推广，2020年有6个订单落地。客户基本上集中在中石化、中石油、中海油、中化、招商局等大型央企和国企。  5.华荣在全球市场的竞争优势？  答：华荣的产品质量，跟国际龙头公司相比在同一水平，成本优势非常明显，服务的能力和响应速度超过国际同行，公司是全产品线的防爆电器供应商，为用户提供从设计、安装、培训一条龙的一站式服务方案，获得用户在项目部采购和打包采购的优选。销售方面，公司拥有快速、全方位的营销服务，执行“4、8、24”服务原则，远远超于国际同行传统的营销服务理念，具有强大的竞争力。公司对海外市场的发展充满信心，认为长期来看海外市场收入规模会超过国内。  6.海外业务的增长动力？  答：华荣海外业务的增长主要来自海外油气行业的存量市场和增量市场。华荣海外市场占有率仅2%左右，不存在天花板，海外的存量市场、增量市场都是增量业绩来源。华荣作为国际防爆行业中的新兴力量，经过16年的海外探索，无论在产品技术、质量，还是产品价格、快速响应的服务能力以及国际市场影响力和国际用户认可度上，都得到了长足的发展。近几年相较海外4家头部可比公司具备明显的竞争优势，这是华荣海外业务增长的重要保障。  7.海外市场情况以及展望？  答：华荣海外业务目前是全球式的展开，中东、非洲、远东以及东南亚这四个板块已经成为华荣海外业务的主力市场。目前，华荣已经成为将近百家国际大型油气公司和EPC公司的“合格供应商”，几乎覆盖了所有头部石化企业，2021年正在启动新一批用户的“入围”工作，预计到今年年底将新增50家用户公司，不断加大“入围”工作推进力度将进一步提升华荣在国际市场的知名度，更将直接带来业务订单的直线增加。2005年-2015年，华荣用10年的努力已经全面突破国际防爆认证壁垒，华荣品牌得到了国际用户的认可和赞誉。  8.海外扩张的策略？  答：“国际化”是华荣的战略方向，华荣海外扩张坚持：公司投资，资源优化，海外布点，直销总控。目前，公司已经完善了迪拜子公司公司在海外拓展的经营模式，并计划未来5年内在全球范围内复制迪拜公司的成功模式，不断完善全球营销网络，加快海外布局，提高海外增速。目前由于疫情导致进度放缓，但不影响公司整体海外拓展的大方向。  9.目前海外大约有多少停滞的项目订单？已经拿到订单，疫情缓和后能逐步交付的那种？  答：据不完全统计，截至到目前，尚有已签合同、已宣布中标而因为疫情暂缓执行的业务，这些业务主要集中在中东和阿盟地区，多个项目因为现场施工人员全部感染新冠而直接暂停项目，个别项目是投资方暂停项目追加投资。  10.请介绍一下公司的业务发展商模式和发展商布局情况？  答：业务发展商模式本质是直销模式，业务发展商收集所在区域市场信息、客户潜在需求信息，精准定位客户，协助华荣对接客户，最终由华荣直接面对终端用户，对客户需求和痛点推出定制化的产品及解决方案，并直接与客户签订合同。因此，业务发展商无法脱离华荣品牌独立展业，业务发展商所有展业信息均同步在华荣内部管理系统，华荣对业务发展商的投标和业务推广情况均可实现可视化跟踪。  业务发展商是独立主体，自负盈亏，协助公司与所辖区域的用户更多的建立合作。业务发展商要回款负责，首先保障公司货款全部回笼才能提取业务发展费，因此发展商会精选偿付能力强的优质客户，并配置足够多资源深耕客户，这也间接成为华荣的市场壁垒。  业务发展商是华荣在发展过程中形成的一种独特的销售模式，如今拥有200多家业务发展商，已覆盖国内所有主要区域。华荣建立了完善的营销管理制度，采用统一的发展商管理制度进行管理。公司针对技术服务+市场拓展，带领业务发展商开展活动。公司销售费用已经逐年降低，未来公司会加大对费用的管控，稳步降低销售费用率，提高公司净利率。  11.请介绍一下公司在照明行业发展历史和现状？  答：华荣专业照明事业部从2006年9月成立，业务从零开始起步，连续五年保持高速增长，到2011年销售达4.3亿元,在专业照明领域异军突起，成为行业领军企业之一。  2012年公司为统一销售模式，将专业照明事业部由大量引进销售人员的“人海战术”转换成业务发展商模式，当时因营销团队对业务发展商模式不理解，直接导致销售人员流失大半，留下的销售人员对新模式也持怀疑态度和抵触情绪，导致销售业务减半而陷入低迷。专业照明领导层通过各种措施，耗费大量的精力，用五年时间才将队伍稳定下来，扶持的部分业务发展商得到了较大的发展，才从根本上树立了整个业务发展商队伍的信心，当然也有部分业务发展商因不适应而被淘汰。  从2018年开始，专业照明事业部的工作重心重新回到新产品开发、质量服务提升、强化技术服务队伍和管理团队培养等工作上来，业务逐渐步入正轨。今年搬迁南浔后硬件设施有了质的提升,生产自动化、管理信息化推动产业升级。此前场地限制很多大型设备无法进场的问题也迎刃而解，产品线扩充可以让华荣照明产品满足更多应用场景的需求，拓展更多应用领域。渠道方面，经过近两三年的磨合、优化，业务发展商展业能力大幅增强，渠道建设进入收获期。  12.照明行业未来的增长趋势？  答：照明的增长趋势预计较好，是公司未来一个比较大的增长点。公司将致力于渠道的改善和拓展，以及产品线的延伸。目前该产业已搬迁至新的生产基地，由全资子公司华荣照明有限公司运营，凭借已经调整磨合多年的优秀团队，相信华荣照明业绩会有质的提升。今年上半年受搬迁影响，专业照明增长速度超过30%，行业竞争格局仍然分散，华荣照明品牌知名度较高，未来会进入快速增长期。  13.专业照明行业市场空间多大？公司业务涉及哪几个细分领域？每个细分领域市场规模多少亿？  答：目前缺乏产业上的统计信息，国信证券估算工业照明市场规模约700亿元。据内部测算，目前华荣照明产品涉及的细分领域市场容量约为70亿元，其中固定照明产品约45亿，移动照明产品约25亿。随着国家经济发展和社会进步，用户对产品品质和安全性要求会越来越高，许多普通照明产品用户会改用专业照明产品，专业照明的需求呈持续扩大趋势。  14.照明板块壁垒相对较低，会不会存在业务发展商自己出去单干的情况？  答：专业照明行业壁垒不算低，从行业和可比公司毛利率可以印证。华荣照明向用户提供的不仅仅是照明灯具，而是一整套照明解决方案，因此销售服务尤其是技术服务的重要性十分突出。华荣照明凭借高质量的产品和专业服务赢得了广大用户的认同，成为专业照明行业公认的明星品牌。  华荣照明业务发展商模式的一个重要特点，就是技术服务是由公司来保障，业务发展商对公司有很大的依赖性。用户与华荣签订合同，即使业务发展商与公司终止合作，也很难带走客户，因为用户认同的是华荣照明品牌，不是业务发展商。  根据华荣照明相关政策，业绩突出的业务发展商获得的回报十分丰厚，业务发展商不会轻易改换门庭。如果业务发展商做不好业务，公司就会根据相关制度采取措施，将市场收回交由其他团队运作。  15.净利率提升的原因？  答：销售费用率考虑坏账同比下降1.8%，公司销售部门发生的费用增速低于收入增速，公司持续压缩传统领域的市场拓展费用。此外，今年材料成本上涨，公司提高了对业务发展商的考核价格、适当提高产品销售价格作对冲。  16.公司的毛利率较高，但净利率只有十几，为什么销售费用率那么高？  答：采用业务发展商模式本质也是直销模式，这个模式有其历史形成原因，也与公司业务特点相关，该模式在不断演变完善，公司觉得该模式有其优势，是公司的核心竞争力之一。与业务发展商模式相比，自建销售团队的直销模式净利率并没有优势，还需要花费大量精力用于内部管理，而且没有办法保证回款和现金流。  17.原材料采购在成本中的占比是怎样的？  答：防爆电器作为总体测算，原材料部分大概占总成本的20%左右，单一原材料价格波动对成本端影响有限。这么多年原材料价格都有波动，但公司毛利率比较稳定。 |
| **附件清单** | 无。 |
| **日期** | 2021年8月30日 |