

证券代码：300124

证券简称：汇川技术

## 深圳市汇川技术股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2022-07

投资者关系活动类别	<input type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input checked="" 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 type="checkbox"/> 其他_____
参与单位名称及人员姓名	总体参会人员 1,000 人左右。
时间	2022 年 4 月 26 日 10:00-12:00 AM
地点	/
上市公司接待人员姓名	董事长、总裁：朱兴明先生 董事、副总裁、董事会秘书：宋君恩先生 财务总监：刘迎新女士
投资者关系活动主要内容介绍	<p>一、2021 年度及 2022 年一季度业务回顾及对 2022 年业务的展望，主要内容如下：</p> <p>（一）产业趋势介绍</p> <p>1、产业趋势</p> <p>制造业是立国之本。而制造业又可以分为两个业务：一是制造业+自动化/数字化/智能化，即智能制造。对应汇川的业务是智能制造解决方案；二是低碳化。对应汇川的业务是新能源汽车业务和能源管理业务。</p> <p>2、客户需求的变化趋势</p> <p>①智能制造客户有自动化/数字化/智能化需求。体现在倾向于多产品的解决方案、个性化/定制化需求以及国产化需求。</p> <p>②新能源汽车随着过去的不断成长，现在的渗透率也越来越高。新能源汽车客户对供应商的可持续发展提出更高要求，综合考量成</p>

	<p>本、品质、技术以及及时交付，同时有多产品、集成化需求，不仅包括电机、电控、动力总成，还有电源的解决方案。</p> <p>③电梯整梯厂客户倾向于大配套解决方案，不仅能带来低成本，也能降低管理费用；同时要求低碳化和智能化。</p> <p>3、公司聚焦自动化、数字化、智能化的业务主航道</p> <p>公司从 2003 年成立起，一直聚焦于自动化，然后逐渐叠加数字化和智能化，分为 3 个战略阶段。①第一阶段，即 2003 年至 2011 年，有工业自动化和电梯一体化业务。公司最底层的核心技术有电力电子技术、电机驱动与控制技术、工业控制与通信技术。这是汇川从 2003 年开始一直在打造的。②第二阶段，即 2012 年至 2019 年，新能源汽车和工业机器人业务，延伸出精密机械技术。③第三阶段，即 2020 年后，公司陆续开始布局数字化、能源管理和国际化业务。其中能源板块最核心的技术就是电力电子技术。汇川将逐渐从工业自动化向数字化/能源管理延伸，由偏硬件公司向偏软件公司延伸，由国内市场向国际化延伸。</p> <p>在智能制造领域，汇川已经成为国内工业自动化&amp;数字化综合解决方案供应商；在新能源汽车领域，汇川的电驱系统&amp;电源系统在国内都处于领先地位；在智能电梯领域，汇川除了提供电梯一体化控制器、人机界面、门机系统和线缆系统外，今年会推出智能电梯的解决方案。</p> <p>经过 19 年的发展，汇川围绕产业发展趋势，在核心底层技术的基础上延伸出智能制造解决方案、新能源汽车的电驱系统&amp;电源系统解决方案以及智能电梯、电气大配套解决方案。</p> <p><b>（二）2021 年业绩回顾</b></p> <p>1、2021 年整体情况</p> <p>2021 年，公司实现营业总收入 179.43 亿元，同比增长 55.87%；实现归属于上市公司股东的净利润 35.73 亿元，同比增长 70.15%。</p> <p>营业收入增长原因：一是外部原因：2021 年工业自动化行业需求</p>
--	--

呈现前高后低的局面。上半年工控行业保持快速增长，下半年增速明显放缓，但全年仍然保持快速增长。无论是工业自动化板块、新能源汽车板块，还是电梯板块，整个下游整体上的增速还是不错的。二是内部原因：①国产龙头品牌效应叠加国产化率提升的大趋势；②抓机会。2021 年上半年抓保供保交付的机会，尤其是全球缺芯带来的机会；2021 年下半年通过强攻击 BT 模式抓结构性增长的机会。③管理变革提升了公司的运营效率。

归母净利润增长原因：①收入快速增长；②软件退税/政府补助增长较快；③投资收益增加。

2021 年，公司经营活动产生的现金流量净额 17.66 亿元，同比增长 20.35%；加权平均净资产收益率 27.35%，提升了 5.65 个百分点；公司产品综合毛利率为 35.82%，下降了 2.16 个百分点。

毛利率下滑原因：①产品结构变化，新能源汽车业务相对低毛利的产品占比提升；②全球缺芯、大宗材料涨价。

全年费用：销售费用 10.5 亿元；管理费用 8.66 亿元；研发投入 16.85 亿元。总体费用增长较快，主要原因：①人员及薪酬增加；②股权激励费用分摊；③控制系统软件、数字化、能源管理等战略业务投入加大。

## 2、2021 年公司各业务板块情况

分业务看，通用自动化业务实现销售收入约 90 亿元，同比增长约 65%；电梯电气大配套业务实现销售收入约 50 亿元，同比增长约 14%；新能源汽车业务实现销售收入约 30 亿元，同比增长约 171%；工业机器人业务实现销售收入约 3.6 亿元，同比增长约 111%；轨道交通业务实现销售收入约 5.3 亿元，同比增长约 49%。

具体来看：

### （1）通用自动化业务

包括通用变频器、通用伺服系统、PLC、电液伺服系统等。其中通用变频收入 31.45 亿元，通用伺服收入 37.69 亿元，PLC&HMI 收入

	<p>7.03 亿元，电液系统（含伊士通）收入 7.65 亿元。</p> <p>通用自动化业务整体实行“BT 模式强攻击，做强控制器”经营策略。①行业&amp;大客户拓展方面：先进、高端、能源、过程工业、通用 5 个 SBU 快速增长，重工 SBU 较快增长；订单过亿行业超过 20 个，包括锂电、硅晶、手机、机床等；500 万以上客户数量增长 80%。②产品拓展方面：伺服产品市场份额跃升中国市场份额第一名；PLC 产品得益于“应编尽编”策略的有效实施，订单实现快速增长。</p> <p>（2）电梯电气大配套业务</p> <p>整体聚焦 TOP 客户，引领低碳化/智能化，实现销售收入 50 亿元，同比增长约 14%。①在市场拓展方面，跨国&amp;海外 SBU、国内 SBU 板块销售同比实现稳健增长；②在产品与技术方面：电梯智能化技术实现突破，构建了云、边、端智能架构，完成了包括视觉融合、云边协同、健康自诊断等智能模块开发；完成手机 APP 平台优化，提升了电梯调试的易用性；完成了 Bright-Smart 新一代门机平台的开发。</p> <p>（3）新能源汽车业务</p> <p>包括新能源汽车的电驱系统和电源系统，2021 年订单爆发式增长，全力保供保交付。收入规模达 30 亿元，同比增长 171%。①乘用车方面，2021 年新定点超过 30 个，涵盖国内一线车企和海外车企。定点产品在生命周期内产生的订单额快速增长。销售产品结构优化，份额提升。2021 年电控在中国市场的份额为 9.5%，排名第三；电驱总成在中国市场的份额为 5%，排名第五；电机产品在中国市场的份额为 4%，跻身 TOP10 供应商之列。②商用车方面，微面、轻卡订单快速增长。</p> <p>（4）工业机器人业务</p> <p>凭借对下游行业工艺的深刻理解以及“核心部件+整机+工艺”解决方案的竞争优势，2021 年工业机器人业务实现收入 3.6 亿元，同比增长 111%。</p> <p>行业拓展方面：全年工业机器人订单超过 10,000 台；2021 年 SCARA 机器人在中国市场的份额为 14%，排第三名，且为内资品牌第</p>
--	---

	<p>一名；2021 年首次实现盈利。</p> <p>（5）轨道交通业务</p> <p>实现销售收入 5.3 亿元，同比增长 49%。2021 年新增订单 9 亿元，同比增长 70%，城轨牵引市场占有率位列行业第二。</p> <p>（6）数字化业务</p> <p>2021 年是数字化业务战略性投入元年：①重点开发新一代工业互联网平台和智能硬件；②纺织、线缆、空压机、电梯、港口等行业建立了样板点，并与纺织龙头企业形成了战略合作。</p> <p>（7）能源管理</p> <p>基于全球低碳化趋势，支撑公司双碳战略，2021 年公司将能源管理业务升级为公司战略业务。</p> <p>①市场拓展方面：储能业务产品涵盖 100kW-1.668MW 功率段，场景涵盖发电侧、网侧和负荷侧；大容量协控技术取得了突破并完成样板点建设，为构建新型电网提供技术支撑。②产品开发方面：积极推进 DC1000V/1500V 大型储能 PCS、液冷 PCS、IPS 一体化储能集装箱、低压大电流电源、高精度双向 DCDC 电源等产品开发，不断提升储能平台产品和电源产品竞争力。</p> <p>3、2021 年重大经营任务回顾</p> <p>（1）保供应、保交付：通过与战略供应商加强合作、拉通研发/采购/销售、多品牌设计替代，寻找机会；</p> <p>（2）多地生产基地：苏州本地的产能提升、常州工厂（电驱&amp;电源产品）扩建、以及岳阳工厂（电机）扩建，通过多地连续性生产布局，降低供应链风险；</p> <p>（3）品牌体系建设：进行品牌变革，成立了品牌铁三角。</p> <p>（三）2022 年第一季度经营情况</p> <p>1、2022 年第一季度业绩回顾</p> <p>2022 年第一季度，公司实现营业收入 47.8 亿元，同比增长 40%；</p>
--	--

实现归属于上市公司股东的净利润 7.2 亿元，同比增长 11%；公司产品综合毛利率为 34.57%，同比下滑 4 个百分点。毛利率下滑的主要原因系产品结构变化以及全球缺芯、大宗材料成本上涨。

#### 2、2022 年第一季度公司各业务板块情况

分板块看，2022 年第一季度，通用自动化业务实现收入 25 亿元，同比增长 28%；电梯电气大配套业务实现收入 12 亿元，同比增长 28%；新能源汽车业务实现收入 9 亿元，同比增长 167%；工业机器人业务实现收入 1 亿元，同比增长 54%；轨道交通牵引系统实现收入 0.7 亿元，同比下滑 44%。

#### （四）对 2022 年的经营展望

##### 1、2022 年经营目标

2022 年经营目标：收入目标为同比增长 25%-50%，归母净利润目标为同比增长 10%-30%；

##### 2、2022 年重大经营任务

公司 2022 年将围绕以下重大经营任务：①保供保交付；②国际化；③持续管理变革；④发布双碳战略。

#### 二、主要问答：

1、在行业短期相对偏弱的情况下，通用自动化业务订单保持强劲增长的原因？

回复：有如下四个原因：①经济下行周期下，产业链各个环节都会现强者恒强。客户集约化就是表现方式。公司以前客户也是行业龙头，经济下行，公司竞争力反而会增强；②国产化趋势，客户为保供应会选择有实力的国产供应商。汇川通过多年技术和解决方案的积累，是最大受益者；③公司凭借高效、高精度、高安全的多产品解决方案，善于抓产业升级的结构性增长；④“有货就是竞争力”，保供能力远超同行。

##### 2、通用自动化 PLC 产品的市场开拓情况？

回复：近几年基于公司在 PLC 控制层软件的大量投入，公司中大型 PLC 可以对国外产品进行替代了。去年下半年，公司实施“应编尽编”策略，随着产品性能的提升以及产品功能的完善，公司 PLC 产品在锂电、硅晶、手机制造、印包等领域已经实现了大规模销售，今年一季度，PLC 产品达到 80% 的快速增长。从变频器的国产化，到伺服的国产化，预计今年以及明年会是 PLC 的国产化。

### 3、CNC 本土化落地的进展？

回复：CNC 是我国的痛点和难点，特别是高端的工业母机一直没有解决。公司收购的德国 PA 公司，虽然在高端的工业母机上有些积累，但由于国际知识产权区域性划分的规则，德国很多技术未能移植到国内。在国际化进程中，我们也需要遵守法律准则。从去年开始，公司发力做中国自主可控的数控系统，通过引进消化吸收积累了宝贵的经验。

我们去年下半年陆续发布一些解决方案，特别 PA9000 的产品，应用在激光、雕刻领域。预计将来在泛机床、金属加工、木材、玻璃加工等领域，CNC+伺服解决方案能力比我们过去单一解决方案的能力要强得多，会带动伺服+CNC 的规模销售。

### 4、公司对项目型市场的布局 and 规划？

回复：去年下半年，项目型市场比 OEM 市场好，有几个机会点：①替代。利用我们的工程传动产品，以及成本、服务的优势去替代国外品牌在生产工艺环节的设备，比如冶金等行业的替代；②节能，特别是双碳战略下的节能需求爆发，我们布局了节能的变频器和节能电机；③智能化应用，比如在冶金、有色行业的抓取的环节，针对智能化的技术，汇川有解决方案。以及在电、机械方面预测性的诊断等。利用这 3 个机会点，围绕我们的高低压变频器、数字化方案、智能化技术去做业务布局，这也是未来重点关注的市场。



**5、2021 年新能源汽车业务定点的具体项目？2022 年竞争格局如何以及营收目标如何？**

回复：公司新能源汽车业务包括电驱系统（电控、电机、电驱总成）和电源系统（DC/DC、OBC、电源总成）。

（1）定点方面：过去纯电定点多，2021 年混动定点是亮点，超过新增定点的 30%以上。客户结构方面：过去主要定点新势力，2021 年增加很多国内的 A 级厂家，项目质量好于以往，累计近 10 个项目；海外也有 3 个小项目。从 2022 年第一季度来看，从定点角度，除了新势力造车的订单，传统国内 A 类车企的订单也逐渐起来了。

（2）新能源汽车业务不是只投入资本就能做好的，有三个特点：一是资金密集，二是人才密集，三是技术密集。公司的目标是成本、质量、技术做到极致。经过这几年的积累，首先要盈利，再做到净利的提升。

（3）2021 年，产品结构、客户结构的基础还是非常好的。订单方面，2022 年除了新势力，传统的 A 类车企都将放量。

**6、工业互联网的通用平台的优势？可以实现的产品输出有哪些？什么时候实现软件平台化布局？**

回复：通过几年的跟随，包括技术、客户需求，以及寻找盈利模式，我们发现工业互联网业务的如下特征：①要用得起；②要用得好，让经营管理者、制造的管理者、实际操作者、维护者等不同层级的用户觉得好用；③布局快，在最短的时间布局起来。

针对工业互联网应用场景的复杂性、多元化，从价值出发，公司做了平台的设计，目前已经进入了第二阶段（推广试点），在公司汽车零部件产线上已经在应用这套系统。

公司工业互联网产品的应用场景：第一个场景是电梯，第二个是数字能源，第三个是数字工厂，第四个是空压机的能耗管理，第五个是人工智能和视觉系统。公司成立了生态战略规划部，要把更多的人工智能技术导入到工业场景中。



**7、公司数字化转型与原来定制化的方案是否冲突？**

回复：是不冲突的。数字化是为了更好的定制化，转型的关键是数据。对企业主数据结构的定义是最核心的部分，若主数据结构不科学，不符合业务本质，则转型就会失败。我们特别强化了数据变革，数据变革的目的，它就要符合客户定制的这种要求。

**8、对于实施双碳战略，布局了哪些产品？**

回复：首先将双碳“源网荷”给“场景化”，电网端、工业端及居民端均有“源网荷”，“储”是源网荷的手段。

①电网侧（大三电）：公司做“被集成者”，提供解决方案给集成商；②工业级（中三电）会成为集成商，公司投入较大，目前方案在常州等工厂落地验证，后续有望向全国辐射；③居民端（小三电），观察跟踪，暂不开展业务。

**9、投资收益的绝对值比较高，能否具体拆分？**

回复：主要分三部分：①理财、期货、衍生金融工具的投资收益约 1 亿元；②公司直接投资的项目公允价值变动约 1 亿元；③公司参与的 LP 项目，国内基金和海外基金收益约 3 亿元。

**10、费用端的压力会贯穿 2022 年全年吗？**

回复：2021 年销售费用增长 38%，管理费用增长 50%，研发费用增长 64%。有如下原因：①人员增长。今年一季度的人数同比增长也较多。②去年下半年的薪酬调整。总体目标是控本降费，费用增速低于收入增速，但是战略性业务的投入是不控的，仍然持续投入。预计目前费用会是一个常态，但是增幅会下降。

**11、公司在控制应收账款的风险上有什么举措？**

回复：根据自己测算，我们 2021 年的应收账款周转天数为 82 天，

同比有很大进步。在应收账款上也做了很多管控，财经管理部制定了一系列管控政策和规则。比如，对各个利润中心，特别是对交付利润中心，会对回款设 KPI 指标。

#### 12、公司计划对公司的商誉如何处置？

回复：公司商誉账面余额是 19.2 亿。2021 年贝思特有 1.12 亿的减值，贝思特的销售完成度还是可以的，但是因为上游大宗商品涨价等原因，利润完成度不够好，出于谨慎性原则，公司对收购贝思特形成的商誉计提了减值。后面公司会对子公司利润的管理进行支持，使公司的商誉处在一个比较正常的水平。

#### 13、为什么 2022 是汇川国际化年？实施国际化战略的思路和长期目标是什么？

回复：（1）实现公司的战略，必须要走出去，因为绝大比例的市场在海外。从发展空间的管理考量，这是我们的主要驱动力。做国际业务的前提是，自动化业务的敏感度不会像某些产业那么强，并且公司在国内制造业积累的解决方案是可以拓展到全世界的；（2）进行全球布局，研发、制造、营销逐步本土化，通过强行业线、基于国际企业在中国的合作，辐射到他们其他国家的子公司。（3）海外收入要占公司业务比重的 1/3，才能称作国际化公司。

#### 14、公司做海外业务的优势是什么？

回复：如果我们沿着国外竞争对手的发展路径、技术路径做，机会是不多的。未来的工业市场会发生较大变化，我们需要抓住以下 3 点来开辟另外一条成长的路径。①数字化技术，即互联网带来的技术革命；②人工智能技术。我们专门成立了 AI 应用研究所，把人工智能的技术引入到工业场景里。③无线技术，不仅仅是 5G，还有毫米波的无线技术、WIFI 的技术目前在工业市场都是没有应用的。预计无线技术会改变中国以及全球的工业自动化和数字化。带着这三项技术的

加持，再叠加我们的电力电子技术、电机控制技术、通信总线的技术，才能够实现我们远大的愿景。

#### 15、公司业务在欧洲的布局规划？

回复：公司在欧洲有两个主要业务：①最紧迫的是电梯。客户有本土化服务的要求；②新能源汽车业务。在欧洲定点的几个项目有本土化快速交付的要求。对于拓展汽车业务的一流客户，因为没有海外制造平台，还是处于劣势的。公司先用租借场地的方式进行产能建设。

#### 16、疫情对二季度以及全年的影响？

回复：公司在 2022 年上半年压力还是很大的。今年一季度实现收入 47 亿元。按照以往来说二季度是高峰期，预计二季度能够保持较快的增长，收入口径压力不大，利润端压力较大，毛利率同比应该还是有下降的，人员费用同比会提高。在一季度疫情形势严峻的情况下，通过政府的支持，以及自己的努力、各部门的配合，保供保交付相对同行做的较好。全年来看，预计下半年公司业务会比上半年表现更好一些。

#### 17、制定公司 2022 年经营目标是如何考虑的？

回复：（1）以汇川现在的业务布局和市场情况，收入的增长问题不大，疫情有一定影响。若疫情改善，可能会超过中值或者偏上限，最终到何种程度取决于疫情形势。

（2）利润比收入增长的预期低。规模增长是第一位的，在工业自动化领域，规模是非常关键的，汇川规模的增速要高于利润的增速，我们要把更多的力量投入到产品研发中，让公司尽快的长大变强。未来在规模扩大的同时会进一步提高利润。最近我们引领了涨价潮，客户也理解，能够把成本的压力适当地进行传导。

（3）公司长效激励计划之第二期（2022 年）激励基金提取目标值为 42 亿元。汇川一定要有所担当，而不是让经营的台柱子去享受

	<p>利润，一定要把利润提升上去。</p> <p>接待过程中，与投资者进行了充分的交流与沟通，严格按照《信息披露事务管理制度》等规定，保证信息披露的真实、准确、完整、及时、公平。没有出现未公开重大信息泄露等情况。</p>
附件清单（如有）	无
日期	2022 年 4 月 27 日