

证券代码：002056

证券简称：横店东磁

横店集团东磁股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2022-004

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 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（投资者线上交流会）
参与单位名称及人员姓名	海通证券 张一弛、徐柏乔、甘嘉尧；广发基金 胡英燊；兴全基金 刘平；博时基金 金欣欣；华安基金 胥本涛；东方红 郑华航；中银基金 周斌、黄珺、时文博；招商 巫亚军；银华基金 范昭楠；富国 汤启；永赢 王克道；景顺 陈乐；长江养老 刘畅；光大永明 唐博文；润晖 邢天成；信达澳银 吴凯
时间	2022年4月28日
地点	
上市公司接待人员姓名	吴雪萍、何悦
投资者关系活动主要内容介绍	<p>公司参加了海通证券组织的电话交流会，以线上电话交流的方式与投资者就公司的经营、发展、财务等方面进行了沟通。现将电话交流会时的公司情况介绍及问答环节主要内容整理如下：</p> <p>一、公司基本情况介绍</p> <p>公司是铁氧体磁性材料行业的龙头企业，也是光伏和小动力电池的后起之秀。2021年，公司实现营业收入126.07亿元，同比增长55.54%，归属于上市公司股东的净利润11.20亿元，同比增长10.54%。</p> <p>2022年第一季度，公司营业收入和净利润均实现了高速增长，完成营业收入43.96亿元，同比增长71.85%，归属于上市公司股东净利润3.66亿，同比增长41.59%。</p>

(一) 磁材板块：巩固磁性龙头地位，纵向延伸发展器件。

产能布局：具备 20 万吨预烧料、16 万吨永磁、4 万吨软磁、2 万吨塑磁、4 亿只振动器件、10 亿只电感的产能。

技术研发：借助博士后工作站、院士工作站等创新平台，加强与国际知名大学及机构深入项目合作，加大新材料、新器件的研发力度，保持材料领先优势的同时，大力发展磁性器件。

市场拓展：巩固铁氧体永磁和软磁在业内的龙头地位，持续提升市占率；横向发展金属磁粉芯、复合永磁、复合软磁、纳米晶等全材料体系，构建独特的竞争优势；纵向延伸产业链至磁性器件及方案解决商的定位，主要发展电感、振动器件、EMC 等磁性器件，通过材料的优势发展器件，进一步打开成长空间。

经营业绩：2021 年公司永磁铁氧体产量 13.37 万吨，占全国总产量的 16.7%，软磁铁氧体产量 2.75 万，占全国总产量的 9.8%，行业地位突出且盈利能力强劲。2021 年度磁性材料产业实现收入 42.69 亿元，同比增长 26.39%；2022 年第一季度磁性材料产业总出货量约 4 万吨，实现销售收入超 11 亿元，同比增长超 17%。

(二) 光伏板块：厚积薄发，组件后起之秀。

产业规模及技术发展：今年下半年将具备 P 型 PERC8GW 高效电池+7GW 高效组件的内部生产能力。我们在强化 P 型 PERC 的先进产能的基础上，后续会把握新技术成熟进度和市场发展趋势，稳步扩张 N-TOPCon 产能；同时，也会结合 IBC 技术积累和东磁组件产品市场定位，发展 P-IBC 电池、组件新技术，构筑光伏分布式市场产品先进性，保持领先优势。

市场拓展：构建国内国际双循环格局，国外做深做透欧洲和日韩为代表的亚洲等市场，荷兰、比利时、卢森堡、法国等市占率数一数二；日本、韩国等市占率大幅提升；同步加大澳洲、拉美、非洲等国家的市场开发力度。国内市场通过加强与央企合作，并选择国内合适的区域开发光伏电站，逐步提升国内市占率。

经营业绩：2021 年光伏电池和组件的销售量均为 2.4GW，实现销售收入约 65 亿元，同比增长 87%，2022 年第一季度实现出货量电池约 970MW 和组件约 1.1GW，2022 年第一季度实现销售收入 26.8 亿元，同比实现翻番以上增长。

(三) 锂电板块：聚焦小动力，市场渗透率快速提升。

产能布局：2022 年底将达到 7GWh 产能。

技术研发：持续加大研发投入，提升产品性能（高倍率、长寿命），丰富产品类别（三元、磷酸铁锂、钠电池），持续推进产品结构升级。

市场开拓：把握小型动力锂电池需求增长及国产化替代加速的机会，在技术和产能的保障下，保持电动二轮车和便携式储能的市占率进一步提升；积极开发电动工具头部客户；并向扫地机器人等其他小型动力应用领域延展。同时，积极探索其他有着巨大规模潜力的新兴应用场景（如储能），争取五年内进入小动力电池产业全国第一梯队。

经营业绩：2021年出货量超1.3亿支，2021年度实现收入8.7亿，同比增长87%。2022年第一季度出货量5,000多万支，实现收入约4亿元，同比实现翻番以上增长。

二、问答环节

1、公司 Q1 各项业务收入和利润拆分？

答：Q1 光伏收入 26.8 亿，利润同比增长超 100%，税前利润约 1.5-1.8 亿，其中组件占利润大头，毛利率与去年同期差不多，但是量提升了。Q1 锂电池收入约 4 亿，税前利润同比增长 100% 以上，税前利润约 4-5 千万。Q1 磁材收入约 11 亿，税前利润近 1 亿元。

2、2021 年度利润拆分？去年光伏利润占比也有 Q1 这么高吗？

答：21 年光伏税前利润贡献占比约 30%，磁材占比约 50%，锂电池占比约 10%，其它约 10%。2022 年 Q1 光伏板块的利润占比快速提升，接近 50%。

3、去年四季度业绩低于预期的原因？

答：去年四季度不及预期有两方面原因，经营层面：磁材和光伏都有受使用高价原材料的影响，磁材的永磁、软磁和光伏产业每一块均有 2-3 千万的影响。财务处理层面：公司特殊坏账计提也有约 3-4 千万。

4、磁材今年一季度的净利率后续能维持吗？光伏呢？

答：今年一季度，磁性材料产业需求趋缓，价格有所松动，公司做为铁氧体行业的龙头企业，综合竞争力强，客户高端，市占率会提升，但市场竞争激烈，价格传导速度会有影响，故后续磁材产业的收入增长会大于盈利的增长。如在俄乌战争等外围因

素和国内多地疫情影响下，永磁的下游家电和汽车有受影响。另外，后续新能源汽车销售的快速增长，使得传统汽车的占比逐步下降，在传统汽车中的启动电机、发电机、水箱风扇电机会被替代成稀土永磁类驱动电机，但随着工业智能化、自动化提升，电机需求会有所提升，预计永磁行业整体维持稳定发展状态，软磁的下游通信通讯、消费电子、大数据、新能源汽车相对较好，增长会较快。

预计光伏 Q2 能与 Q1 保持差不多，基本能维系 Q1 利润率。

5、锂电池全年销售收入？后续是否能维持 Q1 盈利能力？

答：以目前的销售价格判断，公司预计锂电池全年收入约 15-18 亿。一季度实现收入 4 亿左右，税前利润 4-5 千万。后续主要看原材料的价格波动情况，上游材料有所松动，如果碳酸锂价格继续向下走，在原材料价格下行阶段短期可能会影响盈利能力，长期看会有好处。

6、预计公司光伏今年下半年到明年情况会如何？

答：公司看好今年下半年，主要订单是为海外准备的，主要是国内价格涨到 1.9 元/W 后很多项目都不好做。Q3 如果硅料价格下跌，下游企业会有一波小红利。明年 Q1 上游供应量急剧释放后，组件利润空间我们目前也不清楚。我们对欧洲分布式市场有信心，但加上其他市场平均下来，毛利有下降的可能。未来毛利能有 10%-12% 就已经很不错了。

7、公司光伏组件在欧洲占比较高的原因是什么？产能和产量情况能否介绍下？

答：公司组件出货到欧洲的占比约 70%。欧洲占比较高的原因：1、深色系组件在中北欧很受欢迎，而国内黑组件我们做得很好，同行部分头部企业也向东磁采购。2、欧洲对本地化服务要求高，公司 11-12 年就开始深耕欧洲市场，会为不同客户给不同的特定场景提供定制化服务。3、欧洲对产品品质和外观要求高，客户一旦认准产品后忠诚度会很高，而国内项目很多是打价格战，分布式产品品质也相对偏弱。4、光伏产业 18 年“531”对海外分销市场冲击很大，我们通过主动调价，不仅为欧洲客户分担了风险，也与不少欧洲分销客户建立了商誉上的信任。

公司目前组件有内部产能 3.5GW 和外协 2GW，今年年初 2.5GW 项目下半年若顺利投产后，预计会有 7-8GW 组件产能。电池有 8-9GW 产能。今年一季度组件出货约 1.1GW，电池出货

约 970MW。

8、欧洲光伏市场需求展望？边际变化？市场竞争格局？

答：欧洲一个季度出货超 10GW 的确超出我们预期，去年大概 20GW+装机，分布式 15GW 左右，今年预计分布式市场会有 25-30GW 的需求。

公司本身一开始就注重分布式市场的开拓，去年组件出货欧洲的分布式约占 70%，其它项目约占 30%，这占比与其它同行正好是反过来的，其它同行以大项目为主。目前欧洲因能源危机，分布式市场对价格敏感度较低，价格接受度较高，同行也在加强分布式的出货。

对于公司来说，欧洲市场出货量可以预见，但随着同行业的关注和切入度提升，产品价格可能会受到冲击。欧洲有 20GW+潜力，再加上定制化的部分产品，同时欧洲闲置土地较少，土地二次利用也是个潜在市场，现欧洲市场进入爆发期对公司的发展会有不错的支撑，我们会争取今年欧洲出货 4GW，但由于欧洲 Q3 通常是淡季，可能会不到 4GW。

我们和竞争对手比，体量差距较大，但量的差距并不代表利润率的差距，同时我们对新技术的投入也不小。横店东磁的发展策略是有质量的扩张、基于能实现盈利的基础来扩张，目前我们定位正好契合现在欧洲市场爆发的需求，后续我们会加快开拓市场进度，随着产能的提升，在国内也会根据情况开拓电站市场。

9、其他企业为什么没有做深色组件？

答：深色组件不是简单一道工序能做到，是需要系统性的体系。这个市场大家一开始并不重视，对大体量的公司来说几个 GW 的市场不值得他们花费那么大的精力来服务，但是现在想赶上就会有难度，我们量也起来了。

10、公司在欧洲市占高，全部是自己品牌吗？

答：我们在荷比卢、法国市场占比较高，都是自己品牌。德国相对来说不算多，去年德国占比不到 10%，德国一部分是自己品牌，一部分是当地品牌。

11、在欧洲分布式份额较高的同行有哪些？

答：天合比较好。总量来说我们应该不是分布式里最高的，分布式要看本地化服务，局部市场还不错。

12、产品特色和渠道布局哪个更重要？

答：个人认为渠道不是特别重要，现在欧洲遍地开花，普遍

	<p>供不应求。能将产品与不同应用场景需求结合较好更重要，比如意大利、西班牙就不需要黑组件，而是对防火性能要求较高，或者需要彩色的。我们成本会吃点亏，但是有溢价，整体来说反而有收益。这样成长性会比较慢，不像大项目可以低价抢占项目，所以我们产能扩张的步伐会谨慎的多。</p> <p>13、公司很早介入光伏，但一直增长不大，近两年开始爆发的原因是什么？</p> <p>答：从公司内部因素来看，我们注重团队能力和市场把控能力的匹配，在不具备市场把控能力的时候，就不会盲目扩张。公司投资历来比较稳健，16-17年 PERC 的那波行情，我们就没有盲目扩张。20年我们强化团队能力，逐步强化掌控能力。从外部因素看，欧洲市场与公司产品定位很契合，正处于加速爆发期。</p> <p>14、电感客户开拓情况？</p> <p>答：电感项目按计划有序推进中，汽车电子领域已经介入了一些企业，主要应用在汽车大灯控制器、中控系统等；在消费电子领域部分头部客户也已经开始批量生产；在工业服务器方面也进入全球知名的服务器厂商；通讯类领域也有进入知名企业，同时还有客户在认证中，大客户的认证周期较长。预计今年1亿多收入。</p> <p>15、各项业务都在公司总部吗？各板块三项费用差异大吗？</p> <p>答：是的，主要产业均以事业部制管理，业务在公司本部为主，但在河南、四川、安徽、广西等和境外印度、越南等地设有部分生产型子公司。</p> <p>磁材板块的三项费用占收入比重超10%，光伏和锂电的人员占成本会相对少一些。</p>
<p>附件清单 (如有)</p>	<p>无</p>
<p>日期</p>	<p>2022年5月5日</p>