

华伟科技股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2023-011

<p>投资者关系活动类别</p>	<p><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（请文字说明其他活动内容）</p>
<p>参与单位名称及人员姓名</p>	<p>投资者网上提问</p>
<p>时间</p>	<p>2023年8月28日（周一）15:00-16:30</p>
<p>地点</p>	<p>公司通过全景网“投资者关系互动平台”（https://ir.p5w.net）采用网络远程的方式召开业绩说明会</p>
<p>上市公司接待人员及姓名</p>	<p>董事长、总经理：金雷 财务总监：童秀娣 董事、董事会秘书：姚佰林 平安证券 保荐代表人：金梁 独立董事：姜晏</p>
	<p>本次业绩说明会采用网络问答的方式，公司与投资者进行了充分的交流与沟通，严格按照相关规定，保证信息披露的真实、准确、完整、及时、公平性，没有出现未公开重大信息泄露等情况。公司就投资者在本次说明会中提出的问题进行了如下回复：</p> <p>1、 公司目前以国内销售为主，海外的客户情况如何？对海外业务有何展望？</p> <p>答：公司已进入了采埃孚、瀚德、克诺尔、班迪克斯等海外知名汽车零部件供应商的全球供应链体</p>

<p>交流内容及具体问答记录</p>	<p>系，随着近几年通胀对欧洲等地的影响，供货需求有所增长。目前公司的出口业务主要受限于产能。</p> <p>2、公司的员工持股计划进行到哪一步了？对公司产生了什么影响？具体体现在哪些指标上？</p> <p>答：公司目前暂无员工持股计划。</p> <p>3、公司产品能否用于机器人项目</p> <p>答：公司产品可应用于工业机器人领域。</p> <p>4、公司在轨道交通、工业机器人、农用机械等领域有无新进展？应用水平如何？</p> <p>答：工业机器人试验周期和寿命要求比汽车类弹簧更高，根据台架试验，机器人的弹簧寿命是汽车弹簧的十倍以上，所以试验周期也会相应增加。从技术来看，工业机器人的技术要求会更高。</p> <p>5、公司认为未来自身业务的增长点在哪里？</p> <p>答：稳定杆和弹簧都会增长，稳定杆原先基数较小，所以提升明显。</p> <p>6、公司下半年的发展规划如何？经营侧重点如何？</p> <p>答：主要取决于产品内驱，公司也在积极拓展汽车领域以外的其他需要弹簧的应用领域，如轨道交通、农用机械、工业机器人等。</p> <p>7、公司的客户集中度如何？对公司产生有何影响？</p> <p>答：公司产品主要应用在汽车领域，目前最大客户仍为比亚迪。公司同时也在积极拓展汽车领域以外的其他需要弹簧的应用领域，如轨道交通、农用机械、工业机器人等。</p> <p>8、公司中期分红基于什么考虑？</p> <p>答：公司一向注重股东回报，在保证公司长期可持续发展所需资金的情况下，会保持稳定的分红政策。</p>
--------------------	--

	<p>9、公司目前已与哪些汽车厂商建立了合作关系？合作模式是怎么样的？有在接触新的客户吗？</p> <p>答：公司的产品已成功进入了比亚迪、吉利、长城、红旗、长安、北汽、上汽、奇瑞、江淮、理想、小鹏、蔚来、领克、一汽东机工、瑞立集团、万都、万安科技、南阳浙减、法士特等客户供应链体系中；同时，还进入了采埃孚、瀚德、克诺尔、班迪克斯等海外知名汽车零部件供应商的全球供应链体系，积累了深厚的客户资源和良好的市场口碑。并且，公司持续进行新客户的拓展。</p> <p>10、公司在国内的销售版图如何？公司在二三线城市的渗透率如何？不同产品之间是否存在差异？</p> <p>答：公司主要客户为比亚迪、吉利、长城、红旗、长安、北汽、上汽、奇瑞、江淮、理想、蔚来、小鹏、领克、一汽东机工、瑞立集团、万都、万安科技、南阳浙减、法士特、采埃孚、瀚德、克诺尔、班迪克斯等。公司目前的产品皆为定制化服务，公司会根据客户的参数要求设计弹簧以满足客户需求。</p> <p>11、能否介绍一下公司在供应工业机器人弹簧领域的策略？</p> <p>答：用技术去延伸产品，为现有产品赋能是公司底层逻辑。公司的市场策略是从头部企业开始，再逐步往下拓展。</p> <p>12、公司目前处于快速发展阶段，管理模式如何？公司如何吸引和招募人才？</p> <p>答：公司注重人才引进和人才管理，前几年通过人才引进招募了来自清华的相关领域的博士。公司自上市以来，不断深耕人才基地和人才管理，具有相</p>
--	---

应优势。

13、公司过去一年与政府有哪些合作？还有其他招投标项目吗？

答：公司目前与政府接洽的项目主要为“年产900万根新能源汽车稳定杆和年产10万套机器人及工程机械弹簧建设项目”。

14、如何看待汽车零部件的国产化趋势？对公司带来了哪些积极影响？

答：随着自主品牌新能源汽车产业的爆发式增长，我司产销量实现较好增长。

15、公司未来是否会继续加大非汽车业务的研发投入？是否会影响弹簧制造业务？

答：弹簧制造属于工业产业，汽车弹簧只是其中一个品类。公司这两年发展最快的是汽车行业类弹簧，但我们的理念是不把产品过度集中在一个产业链里，需要进行风险分散，让整个产业结构更加安全，使得公司受某个行业的波动影响相对减弱。

16、公司有无横向或纵向的产业链拓展计划？以及时间轴？

答：公司目前主要产品为汽车弹簧，同时也在积极拓展汽车领域以外的其他需要弹簧的应用领域，如轨道交通、农用机械、工业机器人等。

17、与外资汽车弹簧制造商（蒂森克虏伯等）比较，公司的优势与劣势分别在哪？

答：公司在产品设计的开发响应速度上相较外资品牌更具优势。我司凭借自身的技术优势、质量优势、研发优势、服务优势等，与上下游供应商和客户建立了长期稳定的合作关系，已形成了与公司发展相适应的稳定成熟的业务模式。

	<p>18、公司如何应对下游汽车行业受宏观波动影响较大风险？</p> <p>答：弹簧制造属于工业产业，汽车弹簧只是其中一个品类。公司这两年发展最快的是汽车行业类弹簧，但我们的理念是不把产品过度集中在一个产业链里，需要进行风险分散，让整个产业结构更加安全，使得公司受某个行业的波动影响相对减弱。</p> <p>19、公司未来在高端产品和常规产品的生产规划如何？有无侧重点？</p> <p>答：公司目前主要产品为汽车弹簧，同时也在积极拓展汽车领域以外的其他需要弹簧的应用领域，如轨道交通、农用机械、工业机器人等。</p> <p>20、请问贵公司产品有可能进入特斯拉吗？有相关进展吗？</p> <p>答：公司目前未与特斯拉合作。</p> <p>21、公司如何看待新能源汽车的发展前景？</p> <p>答：在我国能源战略及发展环保低碳经济的背景下，新能源汽车产业迎来爆发式增长，产销量已连续八年位居全球第一，截至2023年6月，新能源汽车产销分别完成378.8万辆和374.7万辆，同比分别增长42.4%和44.1%，市场占有率达到28.3%，已成为全球汽车产业电动化转型的重要驱动力。2023年1-6月新能源汽车销量排名前十位的企业集团销量合计为318.3万辆，同比增长58.8%，占新能源汽车销量的85%，且基本上都是公司的客户。</p> <p>22、公司如何在采购、生产和销售环节加强内部控制以进行有效的存货管理？</p> <p>答：在采购方面，为有效降低采购成本，并保证原材料供应的及时性、质量的稳定性，公司主要采取</p>
--	--

合格供应商集中采购的模式。公司和主要供应商签订年度框架合同，逐月下达采购订单。在生产方面，公司弹簧生产主要采用“以销定产”的生产模式，并根据经验结合对销售的预期，保持一定的产品库存。公司由物流管理部进行生产计划控制，根据客户订单跟踪情况实时更新日生产计划。在销售方面，公司与主要客户均建立了长期的业务合作关系，采用“框架协议+即时订单”的合作方式。客户实际需求时下发采购计划或逐笔签订订单约定具体产品规格型号、数量、交货日期、价格等内容；对于一般客户，公司则主要采取逐笔签订合同的销售模式。

23、此前公司募投的新增8000万只各类高性能弹簧及表面处理技改项目，今年第四季度能释放多少产能？

答：“新增8000万只各类高性能弹簧及表面处理技改项目”预计在2023年第四季度有部分产能释放，最终在2024年度的第三或第四季度全部产能释放。

24、公司在弹簧制造行业内的主要竞争对手有哪些？如何考虑价格因素？

答：公司在弹簧行业内的主要竞争企业有慕贝尔、中弹、华德、蒂森克虏伯、美力科技等。在价格方面，因为公司的产业链向上延伸到原材料加工，与钢厂联合开发高强度定制性材料，实现高强度材料的批量应用，对整车的轻量化有巨大的贡献，提高了公司的市场竞争能力。

25、公司过去一年在弹簧制造方面主要有哪些制造成果？

答：制造成果主要体现在：通过弹簧钢丝水淬技术、高性能弹簧钢丝制造技术、先进感应热处理生

产线技术、高温合金弹簧制造技术有效提高了弹簧材料的强度，实现了从高强度到超高强度不同强度级别的淬火钢丝的制造；通过空心稳定杆制造技术，有效增加钢材的利用率、降低生产能耗；通过二次硫化技术，有效提升了橡胶件的耐磨性能、耐高低温性能和疲劳性能，彻底解决了稳定杆异响问题。

26、目前公司稳定杆技术水平如何？产能释放节奏如何？

答：公司目前在稳定杆技术水平上有了提升。其一，公司在稳定杆减重设计、空心稳定杆材料性能研究、空心稳定杆成型工艺、各种空心管材料的热处理工艺等方面积累了大量的实验验证数据，空心稳定杆相比实心杆重量可以减小约30%-50%，有效增加钢材的利用率、降低生产能耗，提高了产品的竞争力。其二，公司在稳定杆上采用二次硫化技术，使用专用硫化模盒将衬套和稳定杆抱紧，通过中频加热方式将橡胶衬套粘接在稳定杆的表面，有效提升了橡胶件的耐磨性能、耐高低温性能和疲劳性能，彻底解决了稳定杆异响问题。

在稳定杆产能释放方面，公司今年新增“年产900万根新能源汽车稳定杆和年产10万套机器人及工程机械弹簧建设项目”，预计2023年第四季度有部分产能释放，在2025年年底完全释放产能。

27、公司的技术优势体现在哪些方面？对外是否能够形成一定壁垒？

答：公司在材料开发上已有多年的技术积累和技术迭代，通过材料的改进，可以用更轻的材料达到更高的性能，使产品更具竞争力。

28、公司如何看待汽车行业竞争格局？对公司的影响有哪些？

答：在我国能源战略及发展环保低碳经济的背景下，新能源汽车产业迎来爆发式增长，产销量已连续八年位居全球第一，截至2023年6月，新能源汽车产销分别完成378.8万辆和374.7万辆，同比分别增长42.4%和44.1%，市场占有率达到28.3%，已成为全球汽车产业电动化转型的重要驱动力。2023年1-6月新能源汽车销量排名前十位的企业集团销量合计为318.3万辆，同比增长58.8%，占新能源汽车销量的85%，且基本上都是公司的客户，因此国内新能源汽车产业的迅速发展可以促进我司业绩的持续增长。

29、公司正在积极开拓工业机器人弹簧市场，预期该市场会给公司带来怎样的业绩贡献？

答：开拓机器人的弹簧市场是个相对漫长的过程，从短期来看其增长较为缓慢，但从长期视角来看是呈现不断增长趋势。公司今年新增的“年产900万根新能源汽车稳定杆和年产10万套机器人及工程机械弹簧建设项目”也涉及机器人的弹簧，经测算，项目税后投资回收期6.51年（含建设期），税后财务内部收益率20.44%。新项目相较汽车类弹簧产品的利润率较高。

30、公司不同产品之间的产能利用率和毛利率存在较大差异的原因是什么？

答：不同产品的产能利用率和毛利率存在差异主要体现在弹簧与稳定杆之间。稳定杆前期处于研发投入阶段，涉及的开发周期长，研发费用高，这也导致了其毛利率不显。但今年稳定杆已开始量产，稳定杆收入是呈上升趋势，增量、增速非常快，并且

	<p>还会继续增长。</p> <p>31、公司的高精度新能源汽车悬架弹簧智能化生产线项目进展如何？</p> <p>答：公司的“高精度新能源汽车悬架弹簧智能化生产线项目”募集资金18,520万元，截止2023年6月底已投入4,668.31万元，投资进度已完成25.21%，预计2025年3月前该项目全部建设完成。</p> <p>32、能否展望一下今年全年的经营业绩？</p> <p>答：公司的产能利用率一直比较高，预计后续经营业绩也会随着产能的提升而上升。公司前三年复合增长率在30%左右，预计未来三年也会保持增长趋势。相关情况请留意公司定期报告。</p> <p>33、能否介绍一下公司主要的弹簧类产品？在同行业中有哪些优势？</p> <p>答：公司产品包括悬架弹簧、制动弹簧、阀类及异形弹簧、稳定杆等，主要应用于汽车行业。此外，公司产品在工业机器人、工程机械、电气能源、轨道交通等领域亦有广泛的应用。凭借多年的技术积累，公司已掌握多项生产高性能汽车弹簧的核心技术，具备独立自主的研究开发能力；引进了国际先进的全自动生产设备，具备规模化生产能力；公司建立了较为完备的质量管理制度，已通过了IATF16949:2016、ISO9001:2015、ISO14001:2015、ISO45001:2018等认证体系，拥有先进完备的产品质量控制方法及检测手段。此外，公司拥有先进的水淬火弹簧钢丝生产工艺，具备加工生产弹簧钢丝的能力。公司通过弹簧钢丝合金配比的设计，应用弹簧钢丝冷拉加工处理技术、快速感应热处理技术等，实现了从高强度到超高强度不同级别淬火钢丝</p>
--	---

	<p>的加工制造，具备了与下游主机厂合作开发新品的能力，能满足各大汽车主机厂对高应力、抗疲劳、轻量化弹簧的技术需求。</p> <p>34、上半年公司订单情况如何？</p> <p>答：2023年1-6月公司总营业收入为502,238,623.71元，其中悬架弹簧收入占比59.93%，制动弹簧收入占比12.98%，阀类及异形弹簧收入占比6.86%，稳定杆收入占比17.23%，其他占比3.00%。具体详见公司2023年8月18日在《证券时报》《证券日报》《中国证券报》《上海证券报》《经济参考报》及巨潮资讯网（http://www.cninfo.com.cn）披露的《2023年半年度报告》。</p> <p>35、公司目前是否有产品定制化服务？</p> <p>答：公司目前的产品皆为定制化服务。公司会根据客户的参数要求设计弹簧以满足客户需求。</p> <p>36、公司如何提升生产线产能及自动化水平以满足市场对高性能汽车弹簧的需求？</p> <p>答：公司注重生产自动化的提升，在现有生产设备的基础上引入全自动精密卷簧机、工业机器人、自动喷房系统、全自动测力机等自动化设备，生产自动化的改进实现了弹簧制造工艺水平稳步提升，生产效率、产品质量稳定性得到了进一步提高。且自动化生产线各加工流程运用了MES系统的智能化管理模块，工艺流程和参数控制精度较高，保证了产品的质量稳定性和可追溯性。同时，公司会将募集的大量资金投入生产线建设中，将采用国内外先进的智能化生产设备，各工序间采用工业机器人连接，实现更程度的自动化生产，避免人员操作的疲惫和厌倦感导致生产效率降低及不良品的出现，</p>
--	---

	<p>能更便捷地结合产品质量、性能要求对生产过程进行调整和控制。高自动化生产设备将大幅提高劳动生产效率，同时也将节省材料及能源，满足下游客户对汽车弹簧高应力、高可靠性、轻量化等方面不断提升的要求。</p> <p>37、公司如何做好悬架弹簧等产品的品控以满足客户需求？</p> <p>答：公司注重生产自动化的提升，实现了弹簧制造工艺水平稳步提升，生产效率、产品质量稳定性得到了进一步提高。且自动化生产线各加工流程运用了MES系统的智能化管理模块，工艺流程和参数控制精度较高，保证了产品的质量稳定性和可追溯性。同时，公司通过了 IATF16949:2016、ISO9001:2015、ISO14001:2015、ISO45001:2018 等认证体系，拥有先进完备的产品质量控制方法及检测手段，在各个流转过程中对产品做好品控。</p> <p>38、公司产品的原材料为弹簧钢材，近年来国内钢材价格波动幅度较大，公司将如何应对原料价格上涨风险？</p> <p>答：主要原材料由公司供应部统一向供应商采购。为有效降低采购成本，并保证原材料供应的及时性、质量的稳定性，公司主要采取合格供应商集中采购的模式。公司和主要供应商签订年度框架合同，逐月下达采购订单。公司已建立了完备的供应商管理及采购管理程序，对供应商准入、采购执行、绩效评价、质量改进等进行系统化管理。由公司供应部会同品质部、技术部、生产部、物流管理部等部门对供应商进行筛选评级，并对供应商的供应过程进行管理，符合要求的供应商纳入公司合格</p>
--	---

	<p>供应商名录，由品质部负责对采购物资的进厂检验。</p> <p>39、公司的主营业务中，不同产品的占比情况如何？</p> <p>答：2023年1-6月，公司的主营业务中，悬架弹簧收入占营业收入59.93%，制动弹簧收入占营业收入12.98%，阀类及异形弹簧收入占营业收入6.86%，稳定杆收入占营业收入17.23%，其他占比3.00%。具体详见公司2023年8月18日在《证券时报》《证券日报》《中国证券报》《上海证券报》《经济参考报》及巨潮资讯网（http://www.cninfo.com.cn）披露的《2023年半年度报告》。</p> <p>40、近年来公司业务快速增长，公司是如何提升产能利用率以满足市场需求的？</p> <p>答：公司会将募集的大量资金投入到了生产线建设中，将采用国内外先进的智能化生产设备，各工序间采用工业机器人连接，实现更高层次的自动化生产，避免人员操作的疲惫和厌倦感导致生产效率降低及不良品的出现，能更便捷地结合产品质量、性能要求对生产过程进行调整和控制。高自动化生产设备将大幅提高劳动生产效率，同时也会节省材料及能源，满足下游客户对汽车弹簧高应力、高可靠性、轻量化等方面不断提升的要求，提高产能利用率。</p> <p>41、公司目前在弹簧制造行业的销量和市场占有率情况如何？</p> <p>答：目前公开市场暂无弹簧产品市场占有率的权威统计数据。鉴于公司主要产品悬架弹簧用于国内汽车配套，因此公司悬架弹簧产品的市场容量以发布的国内乘用车产量数据为基础测算。2023年1-6月，</p>
--	---

	<p>国内乘用车产量1128.1万辆，按每辆乘用车配套4件悬架弹簧计算，按目前公司内部统计，1-6月悬架弹簧销量为940万件，在不考虑汽车售后市场的情况下，2023年1-6月公司悬架弹簧的国内市场占有率测算为20.83%。</p> <p>42、公司上半年归母净利润和扣非净利润较上年同期都实现了较大幅度的增长，主要原因是？</p> <p>答：这受益于自主品牌新能源汽车行业的拉动，产销量实现较好增长。同时，基于公司前期稳定杆研发试制项目进入量产阶段，收入较去年同期大幅度增长。此外随着募投项目的逐渐投入，部分瓶颈工序得到改善，生产节拍不断优化，规模效益进一步体现，盈利能力持续提升。</p>
<p>关于本次活动是否涉及应披露重大信息的说明</p>	<p>否</p>
<p>活动过程中所使用的演示文稿、提供的文档等附件（如有，可作为附件）</p>	<p>无</p>