

华伟科技股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2024-002

|           |   |
|-----------|---|
| 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<br><input type="checkbox"/> 媒体采访 <input type="checkbox"/> 业绩说明会<br><input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 路演活动<br><input type="checkbox"/> 现场参观<br><input checked="" type="checkbox"/> 其他（电话会议） |
| 活动参与人员    | 淳厚基金：陈 印<br>世纪证券：李俊杰<br>嘉实基金：刘智琪<br>鹏华基金：王子恒<br>长证国际：吕宛霖<br>建信保险资产管理有限公司：潘正<br>天壹资本：雷芳<br>太平养老保险：张浩<br>淳厚基金：顾伟<br>长江证券：胡加琪<br>中国人民健康保险：利铮<br>国信证券自营：闵晓平<br>泓德基金：时佳鑫<br>致远资本：吴宇森<br>建信保险资管：杨玥<br>（上述排名不分先后）  |
| 时间        | 2024年2月22日（周四）15:30-16:30   |
| 地点        | 电话会议  |
| 形式        | 线上  |
|           | 1、公司近期经营情况如何？   |

|                    |  |
|--------------------|--|
| <p>交流内容及具体问答记录</p> | <p>答：公司已对外披露2023年年度业绩预告，公司经营情况一切良好，具体经营数据请关注后续披露的2023年年度报告。</p> <p>2、公司客户结构情况如何，这两年重点开拓客户有哪些？</p> <p>答：从整体来看，公司前五大客户依次为比亚迪、吉利、一汽东机工、南阳浙减、长城，从稳定杆客户来看，前三大客户依次为吉利、比亚迪、长安。2024年公司发展客户一方面是比亚迪、长安、奇瑞等老客户的自身增量，另一方面是对外资、合资、新势力品牌的新开拓。</p> <p>3、公司产品规划布局、释放节奏如何？</p> <p>答：公司产能释放按正常节奏进行中，弹簧端去年新释放产能30%左右，而稳定杆端因需求紧迫，建设节奏更快，去年已经落地2条生产线，今年预计再落地4条生产线。</p> <p>4、阀类及异形弹簧产能情况如何？</p> <p>答：阀类及异形弹簧的产能建设是持续进行的，产能相较以往有所增长。公司目前重心仍在悬架弹簧和稳定杆，待后续悬架弹簧和稳定杆产能与需求相平衡后，会对其他品类进行进一步的扩产。</p> <p>5、弹簧、稳定杆毛利率变化趋势如何？</p> <p>答：弹簧的毛利率与过往相似，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，并且还会继续增长。在规模效益影响下，毛利率会逐步向弹簧靠拢。</p> <p>6、工业机器人领域，公司的产品单机价值量是多少？</p> |
|--------------------|--|

答：工业机器人公司配套部分是在一组1000元左右。

7、公司给工业机器人领域配套的契机是什么？

答：公司给工业机器人领域配套可以追溯到数年前，一方面公司在积极开拓非汽车领域，另一方面对方也有合作的意向。整个资质认证到产品的试验、调试等经历了较长一个周期，直到近些年才开始量产。公司供应在工业机器人上的弹簧主要是装在平衡缸里的,相当于一个杠杆的作用,可以降低对电机和功率的需求,其他也还有一些小弹簧。

8、比亚迪、吉利的占比如何？

答：在比亚迪，公司悬架弹簧占比约70%左右,稳定杆处于爬坡阶段,目前占比10%以上。在吉利，因为悬架弹簧供货方式有2种，合起来看悬架弹簧占比与比亚迪占比类似，稳定杆在30%左右。

9、目前比亚迪公司占比较高，公司还会继续增长这一占比吗？

答：公司内部也在调整策略，这两年公司发展最快的是汽车产业,但我们的理念是不把一个产品过度集中在一个产业链里,就和不要把鸡蛋放在同一个篮子里的概念一样,需要进行风险分散,让整个产业结构更加安全,使得受某个客户或某个行业的波动相对减弱。

10、公司未来会有资本性支出吗？

答：公司在未来会有投资计划，届时会及时对外披露。

11、悬架弹簧的供货方式是怎样的？

答：前簧一般是通过一汽东机工、万都、南阳浙减等减振器厂供应,后簧一般直接供应给主机厂,主要由

车型所配减振器类型决定。

12、公司产品的原材料是钢材，钢材的价格波动对公司影响大吗？

答：钢厂端有两种采购模式，一种是锁定价格型的采购模式，一种是浮动制的采购模式。如果后续钢材价格上涨，公司会多在锁定价格型的采购模式中放量，如果后续钢材价格下跌，公司会多在浮动制的采购模式中放量。

13、公司后续是否有非车端弹簧的开拓？

答：公司一直有非汽车板块的弹簧业务，如轨道交通、电气能源等，目前这部分体量较小。

14、公司的主要竞争优势体现在哪里？

答：公司能在这个领域扎根，主要是我们材料自主研发上，有多年技术积累和沉淀，通过与国内弹簧钢企业合作，在钢厂提供母料后公司内部会进行弹簧钢的热处理工艺，从而让材料的性能上有所提升。实现汽车弹簧的高性能和轻量化要求，具有市场独特的竞争优势。

15、公司未来业绩增量在哪里？

答：稳定杆仍会是2024年的增量点。

16、弹簧、稳定杆的制造工艺上有区别吗？

答：弹簧和稳定杆都属于汽车底盘功能件，用的材料基本都是弹簧钢，技术的底层逻辑上具有一定的共通性。弹簧和稳定杆在主要的工序上，如成型、热处理、抛丸、表面涂层等工艺技术上大同小异，工艺逻辑上有很大的相通性。

17、弹簧、稳定杆的单车价值是多少？

答：一辆车上需要4个悬架弹簧，传统燃油车整车价格在130-200元之间。稳定杆一辆车上需要用到前后

|   |   |
|---|---|
|   | <p>两根,传统燃油车整车价格在120-160元之间,新能源汽车相较传统汽车,其整备质量增加,所以单车价值有20-30%的提升。</p> <p>18、下游厂商会考虑自产弹簧吗?</p> <p>答: 有过先例,有厂商自制弹簧,但在实际生产中发现投入产出不对等,后续便不再自制弹簧而是选择外采。</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>  |