

大元泵业 2022 年度暨 2023 年第一季度

业绩交流电话会议纪要

一、会议情况

(一) 会议时间：2023 年 4 月 23 日晚上-2023 年 4 月 24 日下午

(二) 会议形式：电话会议

(三) 会议地点：电话会议

(四) 参会人员：

1、公司参会人员：

董事会秘书 黄霖翔

证券专员 张俊伟

2、机构参会人员：

上海领久私募、兴业基金、上海留仁资管、嘉实基金、上海理成资管、德邦基金、中融基金、安信证券、湘财基金、鹏华基金、中金公司、申万菱信基金、上海睿亿投资、中银国际证券、上汽集团金控管理、华富基金、西藏源乘投资、万家基金、天弘基金、融通基金、银华基金、诺安基金、富国基金、拾贝投资、上海石锋资管、上海勤辰私募、新疆前海联合基金、太平资管理、富安达基金、北京成泉资管、平安基金、淳厚基金、上海东方证券、弘尚投资、汇添富基金、银杏全球、进门财经、大成基金、兴银理财、深圳多鑫投资、浙商基金、深圳天马资管、诺德基金、华夏理财、招商基金、工银瑞信基金、中信建投、新华基金、国投瑞银基金、海南容光、华泰证券、尚雅投资、上银基金、睿远基金、光大资管、路博迈基金中国、中英人寿、宝盈基金、建信基金、国信证券、国华人寿、中银国际资管、海富通、中银基金、广发基金、煜德投资、中英益利资产、西部利得基金、南土资产、信达澳亚基金、工银瑞信基金、泓德基金、上投摩根基金、华富基金、摩根士丹利华鑫、南方基金、汇安基金、中加投资、申万自营等 79 家机构投资者。

二、电话会议的主要内容

(一) 公司 2022 年度及 2023 年第一季度业务情况介绍

1、2022 年度业务情况

分板块来看，2022 年全年，公司民用泵板块销售收入约 6.5 亿元，同比下滑 7%，全年降幅较 2022 年上半年的 22%明显收窄；家用屏蔽泵产品实现销售收入约 6.7 亿元，同比增长 32%；工业泵板块约 2.1 亿元，同一口径下同比增长 31%；液冷泵板块销售收入约 0.4 亿元，同一口径下同比增长超过 2 倍。

2、2023 第一季度业务情况

公司民用泵板块销售收入同比增长超过 10%。主要的原因是民用泵内贸的销售情况得到较好恢复。

家用屏蔽泵板块是在低基数的前提下实现了快速增长，从整个板块来看，增长的幅度超过了 60%。主要的原因是在传统壁挂炉节能化改造及热泵产品需求量增加的双重因素驱动下，公司节能泵产品的下游景气度仍然较高。

工业泵板块同比增长约 30%，仍然维持了平稳的增长速度。但由于 2023 年开年以来，开展的各类展会活动较多，销售费用增长较快，同时公司继续加大研发投入，研发费用同比增长较多，因此本板块在 2023 年一季度对公司利润增速尚无贡献。

液冷泵板块实现的销售收入不到一千万，因为基数仍然较小，同比增幅较大，目前其体量占比比较小，对公司整体的利润影响也不大。

（二）投资者提问

问题 1：请问公司 2023 年第一季度利润端的增长主要来源于哪几个方面的贡献？接下来展望如何？

答：2023 年第一季度，公司净利润在去年低基数的基础上实现了较好的增长，主要的影响因素有以下几点：

（1）原材料价格下降因素。随着公司原材料周，在高位时积累的库存被逐步消化，更新后的原材料库存带动了总体产品毛利率提升。

（2）应收账款坏账准备的冲回。目前下游需求较好，客户打款积极性较高，因此在一季度公司业务规模扩大的同时应收账款余额在降低，部分前期计提的坏账准备被冲回，对公司业绩产生正面的影响。

（3）公司产品结构的优化调整，各类型屏蔽泵产品占比不断提升。

目前从销售回款情况、存货、合同负债等几个维度看，下游相关需求景气度仍然维持在一个较好的水平。

问题 2：请问公司如何看待行业的周期性？

答：公司产品中比较有周期性的还是内销的传统壁挂炉泵产品，该产品的销售情况一直以来受到国内煤改气政策的影响较大。（1）从目前来看，2023 年第一季度，国内壁挂炉市场在去年剧烈下滑的基础上已经出现复苏的趋势，公司相关产品的销售也受益于此。（2）这块业务在公司总体业务中所占的比重逐渐减小，公司产品结构的优化调整使得这类偏周期类的产品对公司总体业绩影响减小。

问题 3：请问公司合同负债的订单构成主要有哪些产品？

答：目前来看，公司合同负债中的订单构成主要还是屏蔽泵类产品为主。

问题 4：请问公司海外销售的地域构成是怎么样？其中销售模式中经销和直销的构成是怎么样？

答：（1）海外销售地区按产品类型来看：民用泵海外销售主要以东南亚、非洲等地为主。家用屏蔽泵海外主要的销售地区还是在欧洲。

（2）从销售模式来看，民用泵主要以经销模式为主，其他业务主要还是直销模式为主。

问题 5：请问公司认为支撑节能泵未来发展的动力在哪？

答：（1）公司自从生产销售传统的壁挂炉泵产品开始，与欧洲的主要客户都维持着良好的合作关系，在商务拓展领域有充足的经验。

（2）公司在 2022 年节能泵的销售量超过 100 万台，但相对于整个欧洲甚至北美的市场空间，市占率依然是一个很小水平，未来的发展空间依旧广阔。

问题 6：请问公司接下来节能泵产能的规划如何？

答：公司的节能泵产能在 2022 年底扩张到了 150 万台每年的水平，目前整体下游需求较好，为满足市场长期需求，提升客户响应速度，一季度及二季度公

司将在原有计划基础上继续加大对重点产品产能的扩充力度，进一步提升交付能力及交付质量，扩大市场份额。

问题 7：2022 年公司的汇兑收益比较多，而且公司也在年底发行了可转债，这些费用对公司 2023 年度的利润影响有多大？

答：2022 年公司的汇兑收益大概有 1900 万元，而且在 2023 年公司会对可转债的费用进行摊销，预计在不转股的情况下每季度会产生 300 多万的费用摊销。但利润的关键还是在主营业务的收入，按照一季度情况看，业务快速发展能够克服上述因素的影响。

问题 8：公司节能泵产品的出口主要用于壁挂炉的节能化改造，这个主要是以存量改造为主，还是新装为主？这一需求的主要原因是什么？

答：目前欧洲这一块还是以存量改造为主。

主要的原因：

（1）从客户终端需求角度来看，节能减碳的需求，以及欧洲各国能耗指标的影响形成了壁挂炉产品节能化改造的推动因素。

（2）从产品性价比角度来看，一台节能型壁挂炉产品中水泵的成本占比并不高，但水泵在整个机组中的能耗占比却远远高于其成本占比。目前节能泵比起传统的壁挂炉泵能够节省 50%以上的能耗，在壁挂炉节能化改造设计中，替换普通壁挂炉泵为节能泵是节能化改造的高性价比选择。

问题 9：公司液冷泵业务的发展规划，其中新产品的未来规划？

答：目前公司液冷泵产品主要由新能源汽车的电子水泵及风电机组的液冷用泵组成。分应用场景来看，在氢能源汽车领域，公司的产品仍然处于领先的地位，公司未来将不断更新技术与产品，以巩固自身的优势；锂电池汽车领域的体量比较大，公司希望依托于相关产品的技术能力，能够逐步进入这一市场领域；而在风电机组的海上风电机组领域，公司的相关产品由于其耐腐蚀、无泄漏的特性，具备相对的产品优势。

在储能及数据机房相关液冷用泵的新场景中，目前公司已经完成了初步的产

品储备，公司将在客户的开发过程中不断增强定制化能力，完善产品矩阵。

问题 10：2023 年第一季度公司民用泵外贸的情况？

答：23 年一季度，因为外部商贸环境的变化，公司民用泵外贸同比是下滑的趋势，但目前从下游客户及展会等渠道反馈的信息可以了解到，民用泵外贸会在二季度有一定的修复。

问题 11：公司的空调制冷屏蔽泵主要是用在哪类空调中，22 年这产品的增长原因是？

答：公司的这类产品对应的空调主要是指使用制冷剂的专业化大型中央空调，而不属于家用的空调类型。这一产品的增长主要受益于国产替代的过程，占有的市场份额进一步提升。总体来看，这一块市场将处于平稳的态势。

问题 13：公司目前热泵配套产品的下游客户情况？

答：公司已经与大部分主流的热泵主机厂商建立起联系，客户的接洽与开拓情况比较顺利。

问题 14：公司的可转债会在进入转股期后赎回么？

答：目前公司整体的现金流水平仍然比较充裕，管理层认为转债仍是一个比较好的融资工具。未来，公司将根据具体的市场情况，综合考虑相关情况，审慎作出相关决策。