

证券代码：300441

证券简称：鲍斯股份

宁波鲍斯能源装备股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：20210506

投资者关系 活动类别	☐ 特定对象调研 ☐ 分析师会议 ☐ 媒体采访 ☐ 业绩说明会 ☐ 新闻发布会 ☐ 路演活动 ☐ 现场参观 ☒ 其他（电话会议）
参会单位名称	英国保诚 M&G 基金
时间	2021 年 05 月 06 日 16:00-16:45
地点	公司
上市公司接待人员	董事会秘书
投资者关系活动主 要内容介绍	调研记录： 董秘就公司的基本情况作了详细的介绍，并就投资者关注的问题作相应的解答，主要问题及回复情况内容如下： 问题一：空调/冷链/制造用压缩机的销售占比大约各是多少？ 答复：公司的压缩机业务主要集中在制造用压缩机方面。公司具备冷媒压缩机的生产能力，但现阶段出货不多，占比较少，目前处于技术积累、培育阶段。后续公司将加大业务拓展的力度，加强相应渠道建设，加快进入空调制冷、新能源汽车、制氧制氮等领域的专用压缩机市场。 问题二：公司压缩机业务的毛利率 2019 年有较大下滑，而 2020 年又有明显改善，请问原因各是什么？ 答复：2019 年，因公司下调了部分产品的价格，造成了当年毛利率有所下降。2020 年公司随着无油螺杆主机和无油螺杆整机量产，成本下降使得压缩机板块毛利率提升。同时，公司注重成本费用的控制，三项费用有所下降，利润也增长较快。

问题三：压缩机板块一般来说从客户下订单到交货的周期大约是多长时间？在产品销售之后，有哪些产品可能会有售后维护或是零件更换的需求吗？

答复：1、公司压缩机产品目前以备货式生产方式为主，订单式生产方式为辅。订单的交货周期在 30-45 天之间。

2、压缩机后期需要定期进行维护和保养，需要更换、清理机油和滤芯等。

问题四：公司真空泵下游行业中，光伏目前占比大约是多少？主要用于产业链的哪个环节（比如硅片或是电池片加工）？对今明两年需求的展望？

答复：1、根据 2021 年 1 季度统计，目前在光伏应用占比大约在 53%。

2、公司真空泵主要用于光伏的拉晶工艺。

3、为应对全球气候变化，国家提出在 2030 年前二氧化碳排放力争达到峰值，努力争取 2060 年实现碳中和的目标。在未来，预期光伏产业会持续增长，整个行业对真空获得以及设备的需求也会随之增长。

问题五：其他销售的下游行业主要有哪些？

答复：公司真空事业群主要从事旋片式真空泵、罗茨真空泵、螺杆真空泵、涡旋真空泵、真空阀门的研发、生产及销售，产品广泛应用于能源、电子、光学、材料、医药、食品、生物工程、家电、航空等行业。通过多年发展已拥有丰富的真空产品选项和先进的设计能力，能满足各种不同的应用需求。

问题六：我们的真空泵产品有半导体行业的客户吗？

答复：真空泵产品在半导体行业的销售较少，占比很小。后续公司将加大研发力度、完善生产工艺，为未来进入光伏组件以及半导体各个工艺应用做好准备。

问题七：真空泵产品的毛利率是？

答复：2020 年度，公司真空泵产品的毛利率大约在 40% 左右。

问题八：标准刀具产品的主要客户/行业是哪些？相关行业的需求前景如何？行

业集中度如何？

答复：标准刀具产品几乎所有制造业客户都有需求，需求量比较大的行业是通用机械、模具、军工等行业。

通用机械行业产业比较分散，国产品牌刀具使用较多。模具和军工产业比较集中，对刀具的品质要求比较高，使用进口品牌较多，近几年由于国家支持，国内品牌刀具使用量逐年递增，非常具有行业潜力，也是阿诺精密后期的一个重点发展领域。

问题九：本土替代相关的需求，目前主要的海外竞争对手或是对标企业是？

答复：国外品牌有山特、肯纳等；国内品牌有厦门金鹭、株洲钻石等。

问题十：在标准刀具领域，公司的竞争优势主要有哪些？

答复：阿诺精密原先主攻非标领域，具有较高的技术水平，公司的技术设备配置也较高，具有相对优势。另外公司多年来积累的销售渠道较广，可充分利用。

问题十一：标准刀具的毛利率是不是会比非标刀具低一些？刀具的主要原材料是？

答复：1、标准刀具毛利率较非标毛利率相对偏低。2、刀具的主要原材料是硬质合金钨钢。

问题十二：去年阿诺刀具营收增长迅速，主要原因是？

答复：2020 年阿诺经过前期业务的调整，除原先的汽车制造领域外，在航天航空、医疗、工程机械等领域营收得到了较快增长。2020 年下半年开始，整体市场对刀具需求也开始增加，行业有所复苏。

问题十三：吉恒纳米的主要客户是？对公司内部（如阿诺刀具）的销售有多少？

答复：1、吉恒纳米主要从事汽车零部件、模具、刀具等领域的涂层业务，满足客户高耐磨度、高润滑度、高光洁度的要求。

2、2020 年吉恒纳米对公司内部的销售为 1100 万左右，占全部销售的 16.71%。

问题十四：公司的商誉在前两年计提之后目前还有 1.7 亿，请问对于之后减值

	的风险看法是？ 答复：公司自上市以来，进行一系列收购形成 6.65 亿左右商誉。前几年部分被并购的公司因为市场大环境波动、中美贸易战、新冠疫情、生产转型等各种因素综合，经营利润与并购时预期有所差距。根据相关会计准则规定，陆续计提了商誉减值准备。 经过几年的计提商誉减值后，当前商誉金额为 1.66 亿元。商誉减值风险较前已大幅降低。
附件清单	无
日期	2021 年 05 月 06 日