

证券代码：000959

证券简称：首钢股份

北京首钢股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2022-09

投资者关系活动类别	<input type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 其他	<input type="checkbox"/> 分析师会议 <input checked="" type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 路演活动 <input type="checkbox"/> 电话会议
参与单位名称及人员姓名	上午：中小投资者 下午：光大证券戴默、沈俞廷、樊秦，广发证券陈琪玮，国泰君安李鹏飞、王宏玉，华泰证券付恋翕，兴业证券张浩，中信建投证券王介超、郭衍哲，招商证券岳恒宇，长江证券吕士诚，中泰证券刘耀齐、吴远、宋瀚清，东北证券赵宇天，中欧基金徐新哲，中金资管徐榕，中加基金张泽迅，中国人寿养老保险于蕾，景顺长城李建霖，南方基金黄静雯，太平洋资产张喆，鹏扬基金李伟峰，广发基金姚绪增，华宝基金陆恒，华安基金王小丹，国华兴益保险韩冬伟，富国基金韩晨皓，东证资管胡晓，工银瑞信陈力睿、张柏阳，博时基金龚润华等	
时间	2022年8月24日	
地点	上午：全景网直播间（ https://rs.p5w.net/html/133940.shtml ） 下午：北京市石景山区石景山路68号公司第十会议室	
接待人员姓名	上午：公司董事兼总经理刘建辉，总会计师李百征，副总经理兼董事会秘书陈益 下午：公司副总经理兼董事会秘书陈益、董秘室、制造部、能源部、环境保护部、营销中心、采购中心，中首公司，京唐公司，智新电磁公司等有关负责人	

<p>投资者关系活动主要内容介绍</p>	<p>本次业绩说明会采用“网上业绩说明会”及“特定投资者业绩说明会”两种形式召开。其中，“网上业绩说明会”于 8 月 24 日上午在全景网直播间召开，交流内容详见 https://rs.p5w.net/html/133940.shtml；“特定投资者业绩说明会”于 8 月 24 日下午以腾讯会议方式召开。</p> <p style="text-align: center;">特定投资者业绩说明会情况介绍</p> <p>会议首先由公司董秘室主任李树森对公司 2022 年上半年的生产经营情况及取得的业绩成果进行了说明。</p> <p>随后进入投资者提问交流环节，投资者关心的主要问题及公司回复内容如下。</p> <p>1. 电工钢产品的技术壁垒及毛利水平？</p> <p>答：电工钢产品尤其是高端电工钢产品被誉为钢铁产品中的“艺术品”，具有较高的技术壁垒。高端电工钢产品的生产不仅有生产工艺流程长、关键工艺控制点多、工艺控制精度高、产品认证周期长的特点，还要求生产企业具备全流程的优秀管理能力。具体表现为：</p> <p>生产工艺流程长：以取向电工钢为例，从高炉炼铁开始，经过冶炼、轧制及多道深加工流程最终制成成品。</p> <p>关键工艺控制点多：以取向电工钢为例，全流程有多达 600 多项工艺关键控制点，所有控制点必须同时全部达标，才能生产出合格的产品。</p> <p>工艺控制精度高：以钢水成分控制精度为例，某种主要成分含量需控制在$\pm 7\text{ppm}$（百万分之七）范围内，检测精度、检测时间、工艺控制等需较长时间的磨合与优化。再如，电机制造大约需要将约 500 片电工钢进行叠片，如果尺寸精度控制达不到要求，在高速旋转时（15000-20000 转/分钟）电机性能和安全将受到影响。尺寸精度是首钢电工钢的名片，其横向厚差可控制在 5 微米以内，约为 A4 纸厚度的二十分之一。</p> <p>产品认证周期长：以新能源汽车行业为例，要满足头部企业对高牌号无取向电工钢产品的要求，从新建产线到产品认证通过至少需要 6-10 年时间。</p>
----------------------	---

稳定的一贯制管理：从炼铁、炼钢所用的原辅料质量管控，到生产工艺的沉淀与积累，再到工序间的调度匹配，需要企业具备优秀的一贯制管理能力。

2022 年上半年公司电工钢产品的毛利率为 14.65%，其中高牌号无取向电工钢与取向电工钢产品处于供不应求的状态，毛利水平更高。中低牌号无取向电工钢产品处于充分竞争的状态，毛利水平略低。

2. 目前电工钢市场的供需情况如何，是否存在缺口？展望一下未来 3-5 年的竞争格局？

答：目前高端电工钢（高牌号无取向、高磁感取向）产品总体处于供不应求的状态，市场存在一定供需缺口，中低牌号电工钢供应较充足。

需求侧：随着国家“双碳”战略的不断深入，电机、空调、变压器新能效标准的落地实施，新能源汽车快速发展，市场对高端无取向和取向电工钢的需求增加的趋势不变。从细分领域看，目前家电和工业电机领域需求整体趋弱，高能效等级的配电变压器、主变压器需求平稳，新能源汽车领域需求持续快速增长。

供给侧：由于高端电工钢产品存在较高的技术壁垒，目前国内能稳定供应高牌号无取向与高磁感取向电工钢产品的钢铁企业屈指可数。以薄规格高磁感取向电工钢（18SQGD060）为例，包括公司在内，全球仅有 3 家钢铁企业具备批量生产能力。在需求的推动下，部分钢企有增加高端电工钢产品产能的计划，预计未来高端电工钢供应也会增加。

展望未来，在《变压器能效提升计划》快速推进，“十四五”期间电网公司加大电力投资等多重利好政策影响下，结合新能源汽车行业的快速发展，下游企业对高磁感取向电工钢与高牌号无取向电工钢需求快速增加，由于新增产能难以在短期内弥补缺口，预计未来几年高端电工钢产品仍将处于供不应求的状态。

公司将进一步提升高端电工钢产品占比。2022年上半年通过产

品结构优化，电工钢高端产品占比达到62%，同比提高20个百分点，其中高牌号无取向产品产量35万吨，同比提高44%，超薄规格（≤0.2mm）取向产品产量同比提高38%。6月底新能源汽车用电工钢产线热试成功，可增加高牌号无取向电工钢产能35万吨/年；2023年一季度公司高性能取向电工钢产线将投产，新增薄规格取向电工钢产能9万吨/年。后续公司通过工艺优化及相关配套产线建设，有计划地扩充高端电工钢产品产能，预计到2025年，公司电工钢总产量将达到200万吨以上，高端产品产量占比将达到70%以上。

3. 公司今年的总体的钢材产量以及电工钢产量目标有没有变化？三季度订单情况怎么样？

答：公司生产按照年度计划稳步推进，全年总体钢材产量及电工钢产量目标没有变化。

2022年上半年通过不断优化产品结构，高端产品持续增量，产品竞争优势稳步提升，战略+重点产品销量占比62%，利润贡献占比92%。首先，高端电工钢产品产量增加，特别是新能源汽车用电工钢销量显著提升等有力支撑公司整体效益；其次，汽车板新品持续推出，进一步增加产品市占率，以锌铝镁镀层产品为代表的高端外板产品实现对电镀锌产品的替代，今年年初首发的新一代超细晶高强车身外板UF钢系列新品实现头部车企批量供货；最后，镀锡板DI材（深冲拉拔两片罐）实现最宽规格覆盖(宽度达到1202mm)，上半年批量出口北美市场，国内仅两家钢铁企业具备该产品批量供货能力。

公司基于较好的产品结构、稳定的销售渠道，订单组织正常。产品结构方面，公司三大类战略产品与八大类重点产品产量占总体的60%-70%，均具有较高的技术含量；销售渠道方面，公司产品直供与三方直供的比例达到90%以上，具有稳定的客户群体。

4. 公司的吨钢折旧费、吨钢财务费用近年来呈现下降趋势，未来还有多大的下降空间？

答：2019年以来公司的吨钢折旧费、吨钢财务费用总体呈稳步下降的趋势。2022年上半年，公司吨钢财务费用同比降低24.97%，

吨钢折旧费同比增加 4.11%。

吨钢财务费用的大幅降低主要得益于带息负债降低与利息支出减少,吨钢折旧费小幅提升主要由于京唐公司 2021 年技改项目暂估转固影响计提折旧增加所致。

迁钢公司、京唐公司都是环保绩效评价 A 类企业,保障了公司整体生产规模的稳定,为控制吨钢财务费用和吨钢折旧费提供了有利条件;吨钢财务费用方面,公司将通过偿还银行贷款、高低息贷款置换、持续的资本运作降低财务费用,预计吨钢财务费用有 5%-10%的下降空间;吨钢折旧费方面,公司固定资产投入和技改项目基本完成,该指标趋于稳定。

5. 公司汽车板相较其他钢企汽车板有何优势?

答:2019 年以来首钢汽车板销量逆势增长,至 2021 年复合增长率达 5.2%,产品市场占有率稳步提升。

(1) 产品优势

依托强大的研发实力,近年来公司推出多款首发产品。2021 年实现以汽车用双相高强外板 CR290Y490T 为代表的 6 项新产品国内首发,2022 年新一代超细晶高强车身外板 UF 钢系列新品国内首发,并实现头部车企批量供货。公司的优势产品集群,在给用户创造价值的同时也实现了自身的良好发展。

(2) 服务优势

持续优化服务体系,为大客户配备了由专家、驻厂代表组成的专属服务团队,为客户提供及时、精准的 7*24 小时全天候的贴心服务,目前共成立了 9 个汽车板大客户经理团队,为主机厂用户提供陪伴式驻厂服务,赢得了用户的高度认可。

公司具备从汽车设计到量产多专业协同的先期介入 (EVI) 能力,上半年通过先期介入获取订单的比例超过 30%。今年以来面对疫情的影响,服务团队秉承“客户至上,使命必达”的理念,克服种种困难,高质量完成了保供和服务工作,得到了客户的充分肯定,进一步增强了客户和公司长期合作的信心。

	<p>(3) 渠道优势</p> <p>公司注重与核心企业、头部企业及高成长性企业的合作。2021年公司保持了华晨宝马、长城汽车国内最大钢材供应商的位置,2022年以来,公司在日系、比亚迪等重点客户的销量增幅均超过了100%。此外,公司打破新能源汽车板原有供货格局,新能源销量同比增长4倍,获得蔚来两款车型自制件100%份额,理想两款车型50%份额,因此我们对于公司汽车板产销量的持续增长充满信心。</p>
附件清单(如有)	无
日期	2022年8月25日