

证券代码：000157/1157

证券简称：中联重科

## 中联重科投资者关系活动记录表

编号：2023-04

|           |   |
|-----------|---|
| 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 checked="" 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 type="checkbox"/> 其他（请文字说明其他活动内容）                                    |
| 活动参与人员    | 易方达基金、华夏基金、广发基金、富国基金、嘉实基金、博时基金、汇添富基金、鹏华基金、光大保德信、天弘基金、平安基金、国投瑞银、国泰基金、中银基金、兴证全球、浦银安盛、安信基金、中加基金、创金合信、中航基金、中国人寿、中国人保、泰康资产、农银人寿、建信保险、招商信诺、中信保诚、国华人寿、前海人寿、中荷人寿、中意资产、招银理财、国君资管、海通资管、东证资管、泉果基金、高毅资产、碧云资本、BlackRock、Point72、PineBridge、加拿大养老金、安大略省教师基金、景林资产、霸菱资产、中信证券、中信建投、中金公司、高盛、摩根大通、摩根士丹利、瑞银证券、花旗银行、汇丰银行、美银美林、Jefferies、野村证券等。 |

|             |   |
|-------------|---|
| 时间          | 2023 年 10 月 31 日  |
| 地点          | 长沙  |
| 形式          | 网络+电话会议   |
| 上市公司接待人员姓名  | 公司联席总裁王永祥先生、联席总裁罗凯先生、首席财务官杜毅刚女士、助理总裁袁野先生、助理总裁陶兆波先生等。  |
| 交流内容及具体问答记录 | <p><b>一、公司财务部分介绍</b></p> <p>2023 年前三季度，公司累计实现营业收入 355.14 亿元，同比增长 15.9%；毛利率 27.8%，同比提升 6.8 个百分点；净利润 30.63 亿元，同比增长 38.2%；扣非归母净利润 23.6 亿，同比增长 51.1%。</p> <p>2023 年第三季度，公司实现营业收入 114.4 亿元，同比增长 22.3%；毛利率 27.5%，同比提升 6.05 个百分点；净利润 8.43 亿元，同比增长 84.3%；扣非归母净利润 6.73 亿，同比增长 87.2%。</p> <p>公司在“用互联网思维做企业、用极致思维做产品”的理念指导下，加速向数字化、智能化、绿色化转型升级，加快新兴板块业务发展，以“地球村思维”+“航空港模式”深入拓展海外市场，持续融入全球产业生态，发展韧性与内生动能持续增强。前三季度，经营规模、质量、盈利能力同比全面提升，保持高质量持续发展。</p> <p><b>（一）营业收入情况</b></p> |

2023 年前三季度，海外销售收入 130.29 亿，同比增长 101%；境内销售收入 224.85 亿，同比减少约 6.9%，跌幅进一步收窄。

### **（二）毛利率情况**

2023 年前三季度，公司毛利率 27.8%，同比提升 6.8 个百分点；第三季度毛利率 27.5%，同比提升 6 个百分点；第三季度产品销售价格、产品成本稳定。

### **（三）期间费用情况**

2023 年第三季度，公司发生期间费用 22.12 亿元，期间费用率 19%，其中：

随着销售费用投入产生的市场认可、品牌认可、销售增长，第三季度销售费用率同比出现降幅。

管理费用同比基本持平，环比略有减少。公司通过全面数字化转型，有效地提升经营与管理效率，管理费用额保持相对稳定。

研发费用增加主要是公司加大产品研发投入。

财务费用增加主要是汇率变动引起。

### **（四）经营性现金流情况**

2023 年前三季度，公司经营活动产生的现金流量净额为 11.42 亿，同比实现 1.4%的提升，主要系公司一直保持稳健的经营风格，同时致力于打造紧密、和谐的生态圈，保证销售合同质量，

积极跟进客户回款，实现现金高效回笼。

#### **（五）应收账款和存货情况**

三季度末，公司应收账款 268.5 亿元，较年初减少 10.6 亿元，降幅 3.8%，应收账款周转天数 218 天，较年初减少 19 天，主要是公司持续完善风控端对端管理体系，优化贷前审查，利用智能化预警平台，制定差异化政策，对客户实施分级管理、分类施策的风控措施，牢控风险关键点，严控逾期，助力业务稳健增长。

三季度末，公司存货 219 亿，较期初增加，主要是新兴业务土方、高机存货动态增加，以及随着海外市场需求持续高增长，重点国家本地化战略的推进，公司加大在海外市场的供货力度。

#### **（六）数字化建设**

公司自 2008 年以来，持续进行信息化建设，2014 年以来，加大数字化转型的投入，2019 年以来借智慧产业城建设的契机，将研发、采购、物流、仓储、制造、销售、服务、海外、成本、资金、财务、税务进行了全业务链条、全层次的拉通，基本完成数字化转型的框架建设，形成了端对端的统一运营能力，以统一的数字化平台监控和优化公司资源配置，支撑公司新业务、海外业务快速高质量增长。

通过端对端的企业数字化转型，公司不断拓

展和强化与上下游等相关方之间的万物互联，持续提升生产经营全过程的信息贯通，实现经营管理“想得明、看得见、有细节、有质量、拉得通、管得住”。

数字化转型带来的力量将在未来持续释放。

## 二、公司经营部分介绍与展望

### （一）公司三季度经营情况

#### 1、工程机械国内主导产品市场地位稳固

一是公司传统优势产品混凝土机械泵送、搅拌车、搅拌站、工程起重机械、建筑起重机械的市场份额稳中有升；

二是挖机产品保持持续增长态势，中大挖市场地位持续、稳定提升。

公司始终将控制风险经营作为首要保障，公司坚决贯彻执行业务端对端管理，终端逾期监控到每个客户、订单与设备，风险看到底、控到底。

#### 2、新兴业务成长动能强劲

一是高空作业机械行业出租率继续维持较高水平，相比二季度有所增长；同时国内高机市场应用场景在不断扩大，向工业建筑以外领域持续发展。

二是农业机械烘干机、小麦机国内市场份额位居第一阵营。依托在工程机械领域积累的优势，正全力推进工程机械与农业机械技术一体化创

新，对农业机械持续赋能，补齐产品短板。同时新产品在可靠性、作业效率、油耗降低方面都有明显提升。

三是矿山机械发展势头良好。坚持技术和产品创新，构建产品领先优势，紧抓客户和市场开拓，目前业绩稳步增长。

### **3、海外业务业绩贡献占比快速提升**

公司坚定中联特色的国际化发展战略，以“地球村、端对端、孪生平台”为战略发展主线，充分利用互联网思维，构建基于端对端、数字化、本土化的海外业务体系，实现海外业务的跨越式发展。

一是海外业务持续突破创新高。1-9 月公司实现海外业务收入 130.3 亿元，同比增长 100.5%，海外业务收入占比达到 36.7%；其中三季度实现海外业务收入 46.6 亿元，三季度海外业务收入占比提升到 40%，较上半年提升 5 个百分点。

二是加速推进端对端战略，持续深耕网点建设，为销售、服务提供有力保障。

三是主要产品线规模在海外重点市场均实现高速增长。

四是海外业务保持高盈利能力、高回款效率的高经营质量，海外业务进入高质量增长发展的快车道。

## **（二）2023 年四季度及 2024 年行业展望**

## 1、国内市场

国家加大巩固经济恢复发展基础，房地产稳定政策持续出台落地，超大、特大城市积极推进城中村改造，近期发行 1 万亿国债、2.7 万亿专项债进一步稳定经济；考虑到宏观经济政策效果显现存在的滞后性，当前工程机械正处于筑底阶段，后续有望产生托底效应，拉动设备开工率回升。

## 2、海外市场

中长期看，海外市场会继续保持强韧性。

首先，对国产品牌来说海外市场具有成长性特征，中国工程机械产品的性能强、质量好、性价比高，并且交付周期短，受到海外客户广泛称赞。

其次，随着国内企业在海外的渠道布局日趋完善，国产品牌综合竞争力在持续提升，海外市场渗透率也会提高。

再次，从主要出口市场占比情况看，目前很多国家还没有满足本地化需求的适销产品可以销售，仍有很大的提升空间。

## 3、公司 2023 年四季度及 2024 年经营思路

一是公司在“要效益、要规模、要质量、要可持续”的总方针下，坚持做好产品“技术、质量、成本、服务”四个极致，夯实行业领先的产品竞争力。

二是按照公司战略方向、节奏、力度统筹谋划好 2024 年各项经营工作，始终保持在起跑线的最佳状态。

三是全力加速发展海外市场。

四是持续扎实做好降本增效，及严格费用开支，提升盈利能力。

### 三、问答环节

**（一）在挖掘机和起重机两个大板块行业下滑的情况下，公司是怎样实现国内业务的正增长的？**

答：第一是因为公司新产品线的发展，土方机械、高空作业车实现了高增长；二是行业的下滑整体也在收窄。

**（二）海外业务中哪些区域贡献了比较大的增幅？然后增长的主要贡献是哪些产品？**

答：从区域的角度上来看，“一带一路”沿线地区仍然是出口主要贡献的区域，而且目前的增长势头仍然比较强劲。

从产品的角度来看，目前公司出口的大头是工程起重机，其次是土方和高空作业车，随着这些产品渗透率的提高，客户之间已经开始形成品牌、口碑的传播，这会进一步加快我们在海外市场的拓展。我们实行端对端的直营的业务体系，同时我们的海外人员业务能力也在不断增强，相



信市场覆盖和产品渗透率还将进一步提升。

**（三）公司三季度的毛利率和净利率同比提升明显，净利润率水平领先行业的主要原因？**

答：关于毛利率，公司于 2022 年开始推进极致降本，2023 年深入贯彻跟进，有效快速提升了产品毛利率；关于净利率，除了极致降本外，更多归功于数字化转型的成果。

**（四）请介绍一下海外“航空港（网点）”“地面部队（人员）”以及渠道的建设情况？**

答：在网点方面，一是把现在的主要网点升级，二是增加新网点的覆盖，加大硬件的投入，实现网点在海外国家从首都到重要城市的全面覆盖。

在渠道方面，主要是在网点没有布局到的地方发展渠道。

人员方面，我们本土化落地取得了非常不错的成效，真正能够发挥本地化优势和企业专业化优势的结合，且对市场、对客户服务更直接，对市场的掌控能力更强。

**（五）怎么看待海外市场的持续性？**

答：中国工程机械的产业优势会随着设备的不断投入、客户群体的不断增加，趋势会进一步

|   |  |
|---|--|
|   | <p>加速。中国产品之所以有这么高的增速，实际上是中国的产业优势在快速发挥作用，而且中国工程机械产品在海外市场的占比仍很低，上升空间很大，行业的增长趋势从长期来看是可持续的。</p> <p style="text-align: center;"><b>（六）公司怎么看待国内四季度？预期明年工程机械市场是怎样的？拐点何时能够出现？</b></p> <p>答：新增国债、专项债的发行，主要投向的是基础建设，这会带动工程机械设备开工，从而有利于市场的恢复。我们估计四季度市场会保持平稳，到明年上半年可能会看到政策的效果。</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>否</p>   |