

证券代码：002097

证券简称：山河智能

山河智能装备股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2020-002

投资者关系活动类别	<input type="checkbox"/> 特定对象调研 <input checked="" type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 路演活动 <input checked="" type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 其他（请文字说明其他活动内容）
参与单位名称及人员姓名	华泰证券 时彧 华泰证券 黄菁伦 兴业证券 黄艳 兴业证券 胡隽颖 华创证券 宝玥娇 国泰君安证券 李阳东 民生证券 徐昊 民生证券 关启亮 西南证券 邵玉豪 太平洋证券 钱建江 方正证券 张小郭
时间	2020年12月9日 11:00
地点	山河智能总部大楼
上市公司接待人员姓名	董事长 何清华 执行总经理 夏志宏 副总经理 龚进 副总经理 黄志雄 矿山事业部总经理兼国际营销总经理 赵立军 挖机事业部常务副总 范峥嵘 基础装备事业部常务副总 朱振新 航空装备与技术研究总院院长 邹湘伏 董事会秘书 王剑 董事会办公室主任 蔡媛元 证券事务助理 刘曾辉

投资者关系活动主要内容介绍

一、参观公司生产区

二、投资者交流会

问题 1、公司业务相对多元化，请问公司在业务多元化和工程机械主业上如何协调？未来重点发展方向是什么？

战略方针：一点三线，聚焦发展装备制造制造业这一点是永远不会改变的，目前主要资源投入、人才队伍建设，配套激励机制还是以工程机械为主。

战略目标：三年 200 亿元目标，到十四五规划再翻一番。

实施路径：针对上述战略目标都有相对清晰的实现路径和方式。

1) 工程装备领域：工程装备板块要做细分行业的龙头，工程装备明年要做到 60 亿元以上的规模，挖掘机板块从今年 6 月份到现在每个月都是成倍的增长。

- **挖掘机板块内部经营质量发生了很大的变化：**1) 成本方面：主力机型的成本已经有效降低，降成本专项任务也做了激励措施，可以说是调动全员降本；2) 产能方面：目前单月生产已经提升 40% 以上；3) 产品调结构：过去公司以小微挖为主，通过结构调整，20t 以上的挖掘机占比接近 30%。4) 市场端管理：促进代理商与公司保持高度一致，跟随公司战略一起向前推进。

- **经营改善成果显著：**11 月份单月国内市场挖掘机占有率排名已经上升到了第 7 名。

- **展望明年：**公司明年国内外总销量预计 18000 台左右。

2) 新材料业务：下一步还要发展新材料业务，这块业务不会分散能力资源，反而是与原有板块共生共荣，不会有很大冲突。希望当工程装备板块面临周期性调整的时候，这块业务能够对利润和现金流形成有效补充。

问题 2、明年 150 亿元、后年 200 亿元营收目标的拆分？

营收目标：公司对各条产品线和经营单元都做了分解，预计明年母公司达成营收 120 亿元，各子公司 30 亿元，母公司中两大事业部（挖机事业部、基础装备事业部）共计 110 多亿元。各短期、长期分解目标都做了相应的配套激励方案。

后年 200 亿元，对应增长三分之一，在营收突破百亿这个台阶，再往上增长会相对容易获取市场资源。

问题 3、对于行业下行风险的应对策略是怎样的？

这几年公司变化最大的是市场端。在国内市场，尤其是在经济发达地区，投资建设了一批区域保障中心，公司在客户开发做了很大投入，即使未来市场下滑，公司依然有信心能够抢到更多的份额。

问题 4、海外发展战略？

国际业务占比上提：疫情给海外业务带来一些冲击，经过一系列的改革措施，目前国际业务基本能够维持去年的水平，欧洲还是能够实现增长，预计北非市场增长超过 200%，泰国市场增长四分之一，美国（主要是小微挖）也有比较大的增长。桩工机械在印度、东南亚是有下滑的。短期内要把工程机械国际业务占比提升到 20% 以上。

人员配置方面：公司在海外的人员布局都是本土化的，过去公司自己的团队在欧洲市场打下了很好的基础。

需求方面：非洲中挖市场需求很大，东南亚的大挖需求比较好。矿卡明年一季度会批量下线，在俄语区、外蒙有比较好的需求；高空作业车、小微挖等产品与海外工程机械租赁商合作，开发租赁市场。

服务方面：海外在特殊配置市场上比中国复杂，公司有专门的团队做配套开发。公司以客户为中心，客户提出的各项特殊配置要求，公司都能够满足。

问题 5、工程机械产品海外销售情况？

2019 年以挖掘机为主，2020 年桩机与挖机的比率大致为 3 比 7。

问题 6、海外需要的挖机与国内在技术要求、定价策略和售后服务方面有什么差别？公司海外销售今年增速最快，有什么过人之处？

不同地区市场需求差别是比较大的，重点抓几个区域市场，欧美相比于东南亚定制化需求更明显，对售后配套服务要求更高。配置上面在国产和进口件之间进行组合，但会绝对保证质量、性能参数，保证一定的性价比。此外，公司在欧洲、美国都买了地，相应的配件、配套都是有的，所以响应很快。

问题 7、海外销售占比提升？涉及的方面比较多（服务、代理商团队和后市场等）海外销售策略方面，能够进一步详细展开？

要解决几方面的问题：**1) 产品：**价格、配置、目标市场，不同国家价格策略有差异；**2) 销售覆盖的问题：**目前代理体系为主，后面进一步强化代理体系，也会有一部分直销；**3) 人员本土化：**欧洲、北美基本已实现人员本土化；**4) 服务：**第一，强化培训，招聘本土化员工，第二，在总部储备了大量经验的服务工程师，可以迅速响应海外的需求，在海外建立接近 20 家海外子公司，储备了大量的配件，通过各区域的保有量来匹配配件。

问题 8、海外汇率方面有一些波动，有无平移波动的措施？

有一定影响，卢布大幅贬值，美元贬值，都对单台毛利有较大影响。在与欧美客户沟通时做了一部分调价，但有很多为了维持客户关系，是没有调价的，但是也谈了提升销量的相应条款，目前跟合作伙伴都在商谈，希望能互相分摊汇率导致的价格变动。一般配件端会有比较大的利润，所以也会通过加强服务和配件销售来平衡汇率带来的损失。

问题 9、如何看待二手手机的残值？

二手机残值取决于四个因素：1) 使用年限；2) 小时数；3) 维护保养的车况；4) 市场的行情。二手机残值影响新机定价，所以公司也很注重残值这块，很关注底线，要求代理商、子公司合理定位残值，对海外经销商和合作商进行适当的引导，保证自身品牌。

问题 10、未来的规模扩张如何保证盈利能力？

基地建设投入比较大，投入期固定费用分摊会摊低净利率水平。盈利能力保证方面，采购成本与规模相关，公司对进口件、国内采购件都进行了一轮梳理，成本已经有一定下降，后面通过规模效应还可以进一步下降，成本的下降会和代理商分享。大挖相对小挖的毛利率更高，通过产品结构的优化也能够提升盈利能力。

问题 11、大吨位机型的新产品？

大吨位会成为未来的趋势，公司新开发了 600 机型，这款产品竞争力较强，已经批量投产，对 2021 年大挖销售的支撑会有比较大的贡献。

问题 12、挖机未来三年销量、大中小微规划？

我们的主要规划是调结构，今年中大挖比例接近 30%，规划明年超过三分之一，行业中大挖占比在 40%左右，最终希望达到和行业基本相当的水平。特别是 30t 以上的，行业占比接近 10%，明年计划 30t 以上能够超过 10%。大挖产品线也引进了非常有经验的销售团队，有很多的客户资源。

问题 13、高空作业车公司有什么规划？

公司高空作业车在未来 3 年做到 10 个亿以上的规模，高空作业车在国内是一个增量市场，后期从产品来说也有大吨位的规划。

问题 14、旋挖钻机方面，公司未来 3-5 发展目标是怎样的，竞争优势在哪里？

首先基础装备这个行业的特点是工作环境多种多样，千变万化，带着多品种、小批量的产品特点，带着装备和工法协同发展的工程特点，从旋挖钻机本身而言公司市场占有率第三，但是其多品种、小品量的特点，整个桩工机械主力机型远远不止旋挖钻机，包括多功能装架等一系列设备，目前整个桩工类机械产品公司市场占有率

	<p>是第一。</p> <p>第二点，公司的核心竞争力在于上下游协同创新，设备多种多样，行业重视先导式创新，公司也是先导式的这种策略，公司一早成立了施工公司，定位就是特殊环境特殊工程的新特专的先导设备的应用和开发，公司有 20 多款近百种型号的产品，公司的成套解决方案的输出能力在国内领先，这种新特专的产品毛利更加高，后面支撑的是 10 万亿的更大的市场，这也是公司的核心竞争力。</p> <p>接待过程中，公司严格按照《信息披露管理制度》等规定，保证信息披露的真实、准确、完整、及时、公平。没有出现未公开重大信息泄露等情况，同时已按深交所要求签署调研《承诺书》。</p>
附件清单（如有）	无