

证券代码：000157/1157

证券简称：中联重科

中联重科投资者关系记录表

编号：2024-11

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 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input checked="" type="checkbox"/> 路演活动 <input type="checkbox"/> 现场参观 <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、广发基金、嘉实基金、汇添富基金、华泰柏瑞、华安基金、博时基金、兴全基金、国泰基金、中银基金、中欧基金、大成基金、融通基金、申万菱信、财通基金、永赢基金、国投瑞银、农银汇理、海富通基金、兴银基金、中邮基金、西部利得、国联安基金、泉果基金、鑫元基金、万家基金、诺德基金、德邦基金、鹏扬基金、淳厚基金、信达澳亚、国金基金、泓德基金、信诚基金、招银理财、人保资产、平安资管、建信资产、新华资产、华泰保险、华安资产、中信保城、国华兴益、百年保险、华泰保兴、中金资管、国君资管、华泰资管、兴证资管、方正资管、中泰资管、光大资管、国联资管、富达基金、贝莱德、施罗德、景顺集团、富兰克林邓普顿、摩根基金、三井住友

	资管、惠理基金、南方东英、淡马锡、新加坡政府投资公司、碧云资本、常春藤、高毅资产、睿远基金、源峰基金、领仁投资、东方红、正心谷、慎知资产、宁泉资本、聚鸣投资、Aspex Management, Brilliance Asset Management, Fullerton, Keystone, Pinpoint等。
时间	2024年11月27日
地点	上海
形式	线下
上市公司接待人员姓名	联席总裁王永祥先生、助理总裁袁野先生、董事会秘书陶兆波先生等。
交流内容及具体问答记录	<p style="text-align: center;">一、交流环节</p> <p style="text-align: center;">1、请介绍今年以来海外收入分不同区域的增速情况？</p> <p>2024年前三季度，公司海外收入占比 51.31%，同比增长 35.42%。分区域来看，东南亚、中东、中亚等一带一路沿线国家，是公司先行开拓的区域，前三季度，公司在以上区域的整体平均增速仍维持稳健增长，优于行业平均水平；南美、非洲、南亚同样也是市场规模较大的发展中市场，前三季度公司整体收入实现快速增长，正成为海外业务增长的新动力；此外，前三季度在欧洲、北美市场也快速增长，公司今年以来在这些市场的客户加速突破。</p> <p style="text-align: center;">2、如何展望未来 2-3 年公司海外增长的可持续</p>

续性？

首先，海外市场蕴含着巨大的发展潜力和空间，当前公司在全球范围内的市场渗透率尚处于较低水平，意味着还很多新的国家和地区有待我们开拓，且海外产品型谱的拓展仍有很大的潜力。公司高度重视海外市场的拓展，将超过半数以上的研发资源投入海外，积极拓宽销售渠道、丰富产品品类，力求实现市场覆盖面的广泛化与团队建设的完善化。

首先，对于一带一路沿线国家和中国周边地区，我们的首要任务是稳固这些基本市场，并致力于进一步提升市场占有率。此外，很多海外的发展中国家都在大力发展基础设施建设和城市化，对工程机械有较大的需求，例如拉美、非洲、巴西、印度，这些区域的建设正处在快速进展中，近两年需求较好，正在成为公司业务增长的支撑点；从长期来看，欧美发达国家的市场空间最为广阔，这些区域对服务、品牌认知、设备质量要求更高，施工环境和设备使用习惯和国内差异较大，为此我们正不断加强海外布局的深度和广度，也加速了对欧美市场产品的改造和认证，我们认为未来这些地区也将成为公司新的增长动力。

今年以来，越来越多海外新网点从规划到落地，加速欧美市场开拓，完成多个一级网点布局，

截至 9 月末，公司境外员工超 3000 人，本土化率高达约 90%，产品覆盖约 150 个国家，已完成海外网点布局约 400 个。

其次，我们始终把高质量经营放在首位，应收账款、存货、经营性现金流净额等核心指标均进一步优化，展现出公司稳健的财务状况与良好的经营态势。

综上所述，预计公司海外业务未来仍有较大潜力。

3、公司认为中国企业出海的核心优势是什么以及公司的优势是什么？

我们认为中国的工程机械产业，在成功实现技术突破之后，制造优势会得到显著放大。2020 年-2021 年期间中国产业链出海加速，很多海外客户在此期间第一次用我们的产品，并表示远远超过了他们的预期，相较于以往的产品质量有了显著提升。行业内的核心部件国产化率大幅提升，基本都能实现国产替代，中国众多产业均呈现出类似的发展态势。

公司对技术的重视程度已深入骨髓，公司始终秉承“技术是根，产品是本”的技术创新理念，科研精神烙印在我们的企业文化之中，这一理念也体现在我们的高管团队中，多位高管均具备研发背景，这也奠定了我们海外竞争的技术优势。其次，

我们的智能制造水平在行业内领先。同时，我们的商业模式以直销为主。这一体系的核心优势至少包括以下几个方面：

一是成本更优：相较于经销体系，直销体系在市场渠道等方面的费率水平更低，更具竞争优势。

二是更贴近客户：公司本土化的团队更加熟悉当地文化和市场，能够更准确寻找商机；本土化的研发也使得公司更精准把握客户需求，定制化的设计为客户提供更好的产品和解决方案。

三是服务更好：通过数字化赋能，公司将传统的被动服务转变为实时、在线、主动的服务，覆盖设备的全生命周期，推动公司从“被动响应”到“主动服务”再到“预测性服务”的服务能力升级。

四是增长后劲足：直销模式刚开始要自建本地子公司、铺设网点、招聘和搭建团队等，前期推进速度相对较慢，但这些有形和无形的宝贵资产都会沉淀在公司内部，直销团队还能更好地贯彻执行公司战略目标，业绩持续性和稳定性更好。

五是风险管控更好：直销模式下，下游应收账款风险被充分分散；同时我们直接对接终端客户，通过数字化系统赋能，进行实时追踪、必要时及时干预。

六是市场反应更迅速：能够根据每个市场的实时情况及时调整公司策略，并快速跨区域调动内部

人员、产能、存货等资源。

4、公司如何认为欧美的高机行业周期所处位置，以及未来在欧美市场的拓展展望？

欧美高空作业平台（高机）行业的周期性特征并不显著，其增速始终保持相对稳定。对于欧美市场而言，未来电动化设备的升级换代仍有望带来需求增长，而公司处在高机电体化产业第一梯队，有望给公司带来较好的市场突破的机遇。

海外市场对产品全生命周期服务的重视程度很高。我们除了提升海外服务网络的建设以及产品技术水平外，也积极探索如何进一步满足客户的需求，包括人员的本土化率提升、服务工程师的培训和补充、实现备件图册的数字化、备件的快速交付能力、服务快速响应。海外大客户对我们的在线备件图册以及快速响应能力表示了高度认可，这些举措也有效提升了我们在海外客户拓展方面的竞争力。

同时，我们也进行了产品结构优化，面向全球设计并快速推进海外产品定制化开发和型谱扩充，产品海外市场竞争力进一步提升，我们还加大对伸缩臂叉装车、桅柱产品、机器人系列和蜘蛛车的推广力度，这些细分领域的市场前景可期。

5、请问起重机械板块现今的竞争格局如何？

在国内市场，龙头企业占据了绝大部分的市场

份额，目前各家公司均已拥有各自相对稳定的核心客户群。因此，针对价格的竞争态势已趋于平稳，各家主机厂围绕在创新、产品、技术、制造、服务等全方面竞争，而非单一的价格竞争。

6、请问公司明年土方机械和矿山机械在海外的布局和发展规划？

土方机械板块，主要围绕三个方面：首先，从市场布局的角度来讲，针对优势地区，我们在过去两年里已进行了深入的产品与渠道布局，打下了坚实的基础。当前，我们的首要任务是稳固这些基本市场，并致力于进一步提升市场占有率。第二，站在产品的角度，我们在海外市场将继续聚焦特定的优势型谱机型，并更加关注发达地区客户对畅销产品的使用需求。海外客户在作业过程中对操作的精确度、流畅性和柔性有着极高的要求。我们将依据海外经验丰富的操作员提供的试驾体验反馈，持续对产品进行升级和改进。特别是在直销体系下，我们更贴近客户，客户能够直接感受到我们在售后服务和整体服务体验上的优质服务。

矿山机械板块，我们致力于提升单个产品的竞争力，同时，也着重优化产品组合的整体竞争力。就产品来说，今年以来接连推出一系列高端产品，300吨混动矿卡、100吨混联式混动宽体车、百吨级

	<p>全国产化电传动矿用自卸车等行业领先产品陆续下线，挖机和矿车匹配销售，将使在作业效率更优、配件上协同做服务做的更好。海外矿山市场空间广阔，公司将加强产品后市场运维服务，未来潜力较大。</p> <p>7、公司矿挖客户主要是哪类客户？</p> <p>矿挖客户是非常优质的客户，他们高度重视产品的油耗率、可靠性表现，也会提出很多定制性的要求，例如特定类型的铲斗、重载能力、轮胎选择以及适应特定严苛工况的能力等。凭借公司在工程机械领域多年的丰富经验，我们现已具备为他们量身定制解决方案的能力，而直销模式直接对接终端客户的特点更显著提升了我们的竞争优势。</p> <p>8、请问各事业部海外市场明年的展望？</p> <p>展望 2025 年，全球加息周期褪去、国内厂商向海外转型加速、广大发展中国家的市政基础设施及房地产市场建设加速推进。公司将继续坚持“端对端、数字化、本土化”的海外战略，严控经营风险、落地品字型管理模式、推进数字化系统升级、持续推进网点建设布局，全面加速向海外发力，争取海外销售增长保持良好的可持续性。</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>

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）	否
----------------------------------	---