

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：2025-09

投资者关系活动类别	<input checked="" type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input checked="" type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 其他（请文字说明其他活动内容）	<input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 路演活动
活动参与人员	华泰证券、汇丰银行邀请的境内外投资者	
时间	2025年12月18日	
地点	长沙	
形式	线下	
上市公司接待人员姓名	公司董事长兼CEO詹纯新先生、联席总裁王永祥、首席财务官杜毅刚、副总裁兼总工程师付玲、副总裁唐少芳、副总裁申柯、副总裁袁野、副总裁任会礼、董事会秘书陶兆波、投资总监杨笃志、中联农机总经理刘宇新、中科云谷总经理曾光等	
交流内容及具体问答记录	<p>一、公司介绍</p> <p>公司坚定实施“全球化、多元化、数字化”战略，紧紧围绕“要效益、要规模、要质量、要可持续”经营主线，加速从“周期型企业”向“价值成长企业”与“前沿科技企业”转型，实现经营韧性持续增强，业绩质量全面提升。</p> <p>全球本地化战略持续深化，前三季度境外收入达到213亿元，占营业收入比重接近60%。中东、非洲、拉美、东南亚、澳新等市场需求旺盛，矿山、土方、混凝土设备市占率持续提升。欧洲及上述重点区域（非洲、拉美、东南亚）市场网点建设加速，海外制造基地实现全品类覆盖，德国、匈牙利工厂稳步推进，欧洲本地化供应链体系初步成型。</p> <p>基本盘业务加速向上，新兴产业蓬勃发展。起重机方面，大吨位履带吊、全地面起重机优势明显，履带吊国内市占率</p>	

行业第一，风电、核电领域经验丰富，4000 吨级全地面起重机陆续发货，供不应求。混凝土机械方面，受电动化带动，电动搅拌车收入同比高速增长。土方和矿山机械方面，产品电动化、场景拓展同步推进。矿山机械，聚焦“大型化、绿色化、智能化”，形成一体化解决方案，具备全栈交付能力，可满足不同矿区、不同智能化等级的定制需求。农业机械方面，推进“高端、国际、新能源”战略，海外收入占比提升。高位对标国际标杆产品型谱，整合全球零部件资源，在传统高端技术路线上实现与国际领先者并跑，同时开辟新能源、智能化、数字化技术新赛道，力争实现对国际领先者的换道超越。混动拖拉机首次出口海外高端市场，下线全球最大马力轮式混合动力拖拉机，初步形成高端化、新能源产品体系。高空机械方面，远销全球 100 多个国家和地区，在欧洲和“一带一路”沿线主要国家的占有率较高。直臂 72 米高端电动产品在欧洲市场实现批量上市，直臂超高米段产品成功进入英国市场。海外本地化布局行业领先，全球供应链体系已初步建立。

前瞻布局未来产业，打造“第三增长曲线”。公司自 2024 年起布局具身智能人形机器人。目前已推出多款自主研发样机，在具身智能赛道具备软硬件一体化全栈自研能力的完整布局，致力于打造“第三增长曲线”。发布了云谷具身智能大模型和工具链，机器人关键零部件均为自主研发，包括行星关节模组、摆线关节模组、减速器、控制器、电机等，还自建百工位训练场，并已有数十台人形机器人进入工厂作业，依托自有的国家 A 级超算中心提供算力支持。

湖南省近期也出台了《指导意见》，目标到 2030 年，湖南培育 1 家营收超 30 亿元、市值超 300 亿元的机器人本体龙头企业。

二、问答环节

1、公司针对传统优势板块以及新兴板块“第二增长曲线”各自的总体战略是怎样的？

国内：针对混凝土机械、工程起重机、建筑起重机三大传统优势板块，其客户结构稳定，公司要继续保持行业第一、数一数二或三分天下的领导地位；针对土方、矿山、农机、高机、叉车等新兴板块，从一开始就要求需要做到数一数二、三分天下的地位，公司当前正朝着这个方向不断加大投入、持续快速进步。

海外：公司所有产品线都要对标行业内国际最头部的标杆企业，具体体现在用三个高端（高端制造、高端产品、高端服务）去对标全球行业头部企业，以新能源和智能化为突破口，加速全球化的进程。

2、请公司介绍一下土方机械和矿山机械未来规划？

土方机械，2025 前三季度公司海外收入呈现出行业领先的增长态势，在国内市场的销售规模也实现稳健增长。公司借助中联端到端直销模式下的整体渠道和网络的布局优势，网点覆盖率与市场参与度得以显著提升。我们认为，增长背后的驱动因素包括产品、产能以及销服体系这三个关键方面。产品方面，中大挖产品的竞争优势不断巩固强化，公司进一步推出具备高性能与高度本地化特征的王牌产品。前三季度，紧凑型设备（包括微挖、小挖、滑移装载机、轮挖）多款新产品成功上市，有力支撑了海外市场的销售增长。与此同时，公司加大了铲运机械（推土机、装载机）的布局力度，多款产品全面完成升级换代，且更多新产品与迭代机型后续将持续推出，为今年及 2026 年销售规模的增长提供支撑。产能方面，中联智慧产业城紧凑设备智能制造工厂已进入调试运行阶段，渭南工业园铲运机械智能制造工厂的建设也在快速推

进。营销服务方面，基于中联端到端海外销售模式，公司加速提升服务竞争力。通过销、服协作，以及属地与中方服务工程师的协同合作，深化贴近客户的配件保障工作。目前，在挖机的主要销售区域中东、非洲、东南亚等地，公司已形成领先的服务口碑。

矿山机械，近年来中联矿机的销售额呈现出稳健增长的态势，今年的销售收入相较去年实现了高速增长。中联矿山板块取得良好发展得益于几个方面：产品方面，中联重科在工程机械上的核心技术优势，如在高端化、智能化、绿色化等方面的研发，为矿山机械提供了良好的技术创新基础。中联矿山机械聚焦“大型化、电动化、无人化”战略，从“零件-系统-整机-平台”实现多层级的立体创新。截至目前，公司已成功构建起燃油、混动、纯电并行的完整技术路线。百吨级矿挖产品在国内市场占有率位居行业前三，百吨级混动宽体车在国内处于领先地位。2025 前三季度，公司还推出了诸多新产品，在 10 月 26 日举办的“中联重科矿山机械全球嘉年华”活动中，公司展出了 60-100 吨级的矿用纯电动挖掘机、载重 80-100 吨级的纯电矿用宽体车，以及相关补能装备与矿山辅助机械设备，包括矿山专用动力电池、液冷超充技术等。此次活动吸引了来自全球各地 400 余名客户参与，在行业内引起较大的反响。与此同时，在海外市场，钻机、移动破等设备成功打开了非洲、中东、东南亚等区域的细分市场。产能方面，自 2024 年起，公司参照中联智慧产业城国际化、智能化、绿色化的标准，全面推进矿山机械智能制造工厂的建设，旨在为全球客户提供更为优质的产品。市场方面，公司不仅定位为矿山机械产品的制造商，更致力于成为为客户的产品全生命周期内成本最优、客户利益最大化的一体化综合解决方案服务商，包括产品、服务、金融、数字运营方案等多个方面。通过技术与产品创新（如混动、纯电技术

的应用)，公司持续满足客户降低单位开采成本的需求。公司依托端到端的销售服务模式，在国内外矿业客户中推行产品“一矿一机”以及服务“一矿一策”的策略，迅速将创新解决方案推广至全球各地矿业客户。

3、请公司介绍一下农业机械发展的未来规划和优势？

市场规模来看，全球农业机械市场规模大概在一万亿人民币。公司农机业务的发展坚定锚定全球市场，特别是海外市场，全球对于高端、大马力、高规格的农机的需求很大，比如北美、澳大利亚、南非、巴西等。公司 2022 年起就从战略层面进一步聚焦农机板块的发展，首先是围绕着产品做突围，率先打造了第一批王牌产品，我们推出的小麦机王牌产品成为 2024 年行业里的网红机型，直接带动小麦机规模增长一倍以上。拖拉机方面，我们围绕王牌产品实现突围，正在全面带动各类产品型谱的完善和产品竞争力的提升。

中联农机的产品优势包括：

第一，我们的产品在技术层面进行了深度的研究和开发，引入了工程机械对于产品和装备的基础性原理和各种工程技术的应用，让我们从技术的角度把产品设计得更加合理。相较于以往农业机械基于经验总结的发展模式，我们现在走上了以核心科技实力带动产品发展的路线。

第二，得益于公司多年的产品制造能力和供应链的整合能力，我们的零配件选用，包括制造的精细化和产品质量的控制，让我们的产品从品质、外观，还有可靠耐用的程度来讲，能够给客户带来更好的体验和吸引力。

中联农机品类比较丰富，小麦机、烘干机、打捆机，这几个产品在前期通过十多年的积累，已形成一定的竞争力和用户口碑，在市场上也有一定保有量，且在公司注入新的动能以后，得到了更加快速的发展。以拖拉机产品为例，通过

这两年的蓄能和储备，目前我们在机械换挡，动力换向、动力换挡、混动无极变速的四大技术路线的全系列产品，均已形成全面发展态势。公司对这四大技术路线的全系列产品投入了大量研发和实验资源，这些产品可以迅速发力。在这些产品线完成布局以后，在动力换挡和混动无极变速的拖拉机产品方面，我们将有望实现换道超车。电混产品方面，公司未来将陆续推出的新品将极具竞争实力。相较于全球主要的农业机械企业，中联重科一方面在新能源电混产品的涉足和进度上面比较早比较快，另一方面公司拥有中国深厚的新能源产业链的支持，所以我们相信未来在新产品推出以后，将会有非常亮眼的表现。整体来看，随着公司农业机械产品的积累，无论是在产品的品质、可靠性、作业质量、舒适性，还是在智能化的叠加应用方面，我们的产品都将以更高的品质性能和技术占领高端市场，并进入到广阔的国际市场。

目前公司农机海外市场的发展处在突破期，未来我们将以产品为牵引，以本地化运营为基石，力争在海外各大区域市场进入行业前列，成为中国农机在海外市场的领导者。利用中联重科智能制造先进产品优势，叠加我们“端对端、本土化、数字化”的渠道先发优势，在海外市场上成长为领先的中国品牌。

4、请公司介绍下目前在具身智能业务的情况和未来规划？

技术能力与产品进展：多款自主研发的机器人产品已历经 2 至 3 轮迭代，并成功实现工程化。全栈自研能力：1) 软件与算法：自主开发了全套工具链，涵盖数据采集、训练、仿真、部署等环节；自研模型具备深度强化学习、AI 运动控制等能力；2) 关键零部件：成功自研行星关节模组、摆线关节模组、直线关节模组、减速器、控制器、电机等。3) 数据

与算力：自行建设了拥有 120 余个工位的数据采集训练场，积累数据达 18 万条，形成 16 个领域的数据集。

当前应用场景：目前，数十台机器人正在工厂开展工程机械预装配、货物分拣、摆盘、扫码上料、中型零部件装配、质检等场景的验证与数据采集工作。

政策方面：在近期出台的《湖南省属监管企业人工智能专项行动实施方案》中，明确提出依托中联重科，推进工业互联网与 AI 的融合，推动具身智能机器人的研发验证与应用落地。同样在近期出台的《湖南省贯彻落实国务院“人工智能+”行动实施方案》中，中联重科中科云谷被列为湖南省“人工智能+”十大重点企业（技术层，具身智能方向）。

5、公司盈利能力持续提升的原因？

公司盈利能力提升主要受益于海外业务占比提升、产品结构优化、降本提效等方面的影响。其一，海外收入占比呈持续上升趋势。由于产品海外毛利率高于国内，海外业务占比的提高对提升公司综合毛利率提升起到积极作用。其二，产品结构不断优化。公司始终坚持高质量发展原则，持续推进产品结构的优化升级，致力于打造具有高附加值的王牌产品。其三，降本提效成效显著。公司深入贯彻极致降本理念，通过技术与管理创新，在采购、生产等多个业务环节实现成本优化。其四，积极应对海运成本上升挑战。面对海运成本持续上涨的严峻形势，公司积极采取一系列应对措施。一方面，通过海外工厂本地化生产和供应链优化，有效降低物流成本；另一方面，与船运公司建立直接战略合作关系，减少中间环节，依托公司规模优势和长期协议，锁定更具竞争力的运价。通过多种举措并举，缓解海运费上涨的成本压力。

费用管控方面，公司将继续加强预算管理，深化业务体系数字化应用，进一步完善国外网点本土化、数字化管理，

提升销售费用利用效率与利用质量。以前三季度为例，公司发生销售费用、管理费用和研发费用合计 66.24 亿元，三项综合费用率为 17.83%，综合费用率较去年同期下降 0.26 个百分点。其中，单三季度公司发生销售费用、管理费用和研发费用合计 20.91 亿元，三项综合费用率 17%，综合费用率同比下降 2.58 个百分点，一方面系公司营业收入持续增长，规模效应逐渐显现；另一方面得益于公司精细化的费用管控、数字化管理提效以及资源投入优化等举措的实施。

6、独具中联特色的“端对端、数字化、本土化”的直销体系是否已经建立起了明显领先优势？

中联重科在全球化战略中打造了独具特色的“端对端、数字化、本土化”直销体系，该体系的建立深度融合了公司国内成熟的直销经验、数字化技术（中科云谷）和海外市场深度本土化运营能力。

第一，国内经验的全球化移植。中联重科在国内市场长期坚持直销模式，从市场角度，积累了从客户需求洞察、服务响应到设备交付的全链条能力；从管理角度，构建了相对成熟的营销管理、人员管理体系。这类模式到海外仍然是可以广泛应用的，尤其在高端设备领域（如工程机械、农业机械），直销模式能更精准把握客户个性化需求，快速解决售后问题。在直销方面多年成熟的经验和对应的组织架构以及其他相关的配套建设，都不是一朝一夕能够获得的，我们在这方面已经建立起了独特的领先优势。

第二，中科云谷的数字化赋能。通过子公司中科云谷的工业互联网平台，公司实现了从客户、商机、设备交付、设备运行、服务监控等全链条的可视化管理。有针对性、前沿领先的数字化建设是做全球直销体系的关键，公司的工业互联网平台是中科云谷为公司量身打造的，积累了大量的行业

数据，可以更好地支持端对端体系的运行，我们在数字化建设方面的优势是全球直销模式最核心的竞争优势之一。

第三，本土化运营的深度沉淀。中联的“本土化”建设不仅是雇佣本地化团队，而且是研发、制造、服务的全链条嵌入。如公司在德国、意大利、巴西、印度、匈牙利、土耳其等地建设了海外本地工厂，结合直销网络实现“快速交付+定制化改造”。

7、请公司展望下后续的国内行情走势？

今年前三季度，公司在国内市场的非挖板块全面回暖，混凝土和工程起重机械国内销售同比增长约 30%。主要驱动因素有几点：

一是下游需求结构性复苏。交通、水利、能源等重大项目集中开工，像雅下水电、新藏铁路、南水北调后续工程都在推进，带动设备需求强劲，风电市场也明显回升。

二是存量设备进入集中替换周期，上一轮 2018 到 2021 年的销售高峰的工程机械存量设备正陆续更新，预计未来 5 年这些产品的更新替代会持续释放增量，成为非挖产品乃至整个行业持续增长的核心动能。

三是技术升级加速产品更新。混凝土板块电动化渗透率提升迅猛，电动搅拌车收入同比翻番，三年内市场规模预计 8 万台、渗透率超 90%；起重机受风电、核电等高端吊装需求拉动，公司千吨级履带吊和大吨位汽车吊市占率行业领先。

四是政策端持续加力。特别国债、专项债加码交通、水利、新型城镇化、农业农村现代化等基建投资，设备更新和绿色转型政策将工程机械纳入支持范围，减轻下游采购资金压力，叠加新能源 补贴，加速产品向电动化、智能化升级。

总体来看，非挖产品复苏趋势明确，预计明年国内市场将保持稳中向上的良好态势。

关于本次活动是否涉及应披露重大信息的说明	否
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