

证券代码： 000157/1157

证券简称：中联重科

中联重科股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2020-003

投资者关系活动类别	☐ 特定对象调研 ☐ 分析师会议 ☐ 媒体采访 ☒ 业绩说明会 ☐ 新闻发布会 ☐ 路演活动 ☐ 现场参观 ☐ 其他 （请文字说明其他活动内容）
参与单位名称及人员姓名	A+H 两地市场投资机构及分析师
时间	2020 年 4 月 30 日
地点	长沙
上市公司接待人员姓名	公司财务部吕红波先生、董秘办徐燕来先生
投资者关系活动主要内容介绍	一、公司经营业绩概述： 一季度回顾： 总体而言，公司近年来不断推出竞争能力更强、更适配市场的产品，市场结构持续优化；服务和营销能力通过新的激励机制、端对端管理以及市场化运作得到了质的飞跃；生产和供应链能力强化，降本成效突出，费用管控得力，整体盈利能力明显提升；积极投入战略新板块，使业务结构更加均衡，并且后劲充足。拿过去的一季度来说，尽管受疫情冲击，开工和需求度延后严重影响了行业一季度景气度，公司一些主要产品销售收入同比也有下降，但规模降了，经营质量和盈利能力没有降。产品过硬，经营质量好，优质客户资源这些方面的优势，使我们在行业波动的时候表现相对出色，同时，在塔机领域得天独厚的优势，以及战略新兴板块的梯次补充，使公司总体收入规模保持了稳定。 混凝土业务： 2020 年一季度，国内新产品销售，行业同比下滑超过 40%，泵送类产品下滑幅度最小，好于物流属性的搅拌车和施工属性的搅拌站。 一季度，公司长臂架泵车，轻量化搅拌车一系列新产品市场反馈超预期，市占率均提升明显，尽管行业大幅下滑，公司混凝土业务收入保持相对稳定，同时严控合同质量和成交条件，持续高质量经营思路，首付比例和 2019 年同期基本持平，

长臂架泵车比例提升。

工程起重机业务：

2020 年一季度，国内新产品销售，汽车吊和履带吊行业同比均有下滑，大吨位产品销售情况整体好于小吨位产品。市场格局方面，中小厂商在产品迭代，渠道能力和复工难等方面问题突出，份额流失，市场集中度进一步提升。

公司一季度销售汽车起重机销量同比下滑，降幅好于行业平均水平，市占率同环比均上升，产品结构进一步优化，大吨位高毛利产品占比提升，2019 年贯彻全年的供应链管理投入发挥能效，保障产能的同时生产成本下降，综合毛利同比提升。履带吊方面，风电装机需求在 2020 年依旧火爆，9800 履带式起重机依然是一机难求的市场局面，公司履带吊业务逆势增长，毛利可观。

建筑起重机业务：

行业目前还没有发布权威的一季度数据，公司 3 月份下半个月开始发货回归到正常水平并不断刷新纪录，订单井喷，合同质量和成交条件都非常优质。公司一季度建筑起重机业务实现收入同比增速为正，毛利水平保持高位，通过 W 全系列产品上市，继续在规模和盈利能力上和同业公司进一步拉开差距。

挖机，高空作业平台和农机：

挖机行业数据和格局大家相对比较了解，这里不赘述，公司一季度实销量额和销售量均有翻番增长，毛利同比改善。在销售队伍和渠道还在磨合期间，中联重科与一批优质客户建立了合作关系，在激烈的市场竞争中初步实现了市场破局。

高空作业平台方面，公司一季度平稳开局，剪叉产品毛利快速提升，臂式产品市场拓展顺利。

农机业务受益于公司新产品抛秧机顺利推广上市、中南地区春耕提前等因素，收入同比增幅较好，毛利改善。

其它业务包括消防、桩工、路面机械等，运营和销售情况平稳，总体收入规模和利润率受疫情影响短期普遍有些下滑，但对公司整体业绩影响不大。

二季度展望：

目前全国已经全面复工，在建工程复工率基本达到 100%，赶工期、上设备是普遍现象，基建城建房地产新项目集中开工保经济，工程机械设备存量开工率已经达到甚至超越了去年同期的水平，新增设备需求极大，各地的环保治超政策也对替换需求起到了额外的推动作用。

公司春节以后一直全力保障生产，挖掘供应链和自身的产能潜力，在厂房、人员没有大额投资的情况下，绝大部分产线的产能比去年普遍提升，依然供不应求、订单排队越来越长。所以工程机械，二季度行业景气度非常好。

二季度公司有信心达成目标。

下半年展望：

目前来看行业还面临一些产能提升，市场地位竞争和海外

供应链等方面需要解决的问题，同时也面临全球和国内经济大环境上较大的不确定性。但综合下游需求、行业集中度、宏观经济走向及环保超载治理力度，我们认为 2020 年行业竞争依然会很激烈，但行业上下半年行业的波动性和持续性会好于 2019 年。

中联重科在过去几年，通过明确公司战略，机制体制变革，激励体系完善，不断研发投入，提升管理和运营水平，提升市场能力，提升服务质量，加上一直没有丢掉的产品和技术优势，潜力正在不断的激发和兑现，后劲还很足，公司在 2020 年将继续埋头苦干，秉持高质量经营的方针，不断攀登高峰，创造辉煌。

二、投资者提问环节

1、市占率提升的原因？

答：我们认为是能力的回归。公司脱胎于建筑机械研究院，有 60 多年的技术沉淀，产品技术和性能上一直保持优势，过去几年公司加强了服务和营销能力的提升，市占率稳固上升。

2、泵车涨价的持续性？

答：涨价的原因：一方面是公司最新推出的镂空臂架泵车在技术性能上优越于其他同类型产品，销售火爆，深受客户追捧；一方面是疫情期间，核心供应件紧张，导致零部件采购成本上升，且施工期压缩，设备需求大增。终端产品价格调整是动态的、阶段性的，属于各龙头主机厂家在充分市场竞争环境下的正常市场行为，请投资者理性看待。

3、存货上涨主要表现在哪几块？

答：存货同比上涨主要表现在原材料、产成品备货上。一方面是避免一季度疫情会对供应链造成冲击，一方面是为二季度即将到来的旺季积极做准备。

4、一季度现金流同比有明显下滑？

答：2020 年一季度受“疫情”影响，下游基建项目开工推迟、客户采购需求延后、交通运输管制造成产品交付受限等，对公司生产经营造成一定的影响。部分提前发货工地延期开工的优质客户，公司同意其延迟一至两个月起租、还款；同时，公司也在积极备货，为即将到来的销售旺季做准备，这些因素会对一季度现金流造成一定影响。下半年现金流情况会好转。

5、一季度管理费用下降的原因？长期应收增长的原因？

答：管理费用同比下降，在疫情期间，公司仍严格管控运营开支，按预算执行。长期应收增加时融资租赁占比上升的原因。公司一直在做管理模式的变革和升级。今年员工持股计划上管理费用会有分摊，但管理费用率会控制在稳定的水平。

6、毛利率和市占率的展望？

答：今年市场竞争激烈，公司不断提升产品技术优势，毛利率有望维持。今年二季度发货形势好，从趋势上看，市占率都有小幅提升。

7、挖机产品和竞争策略上有何差异化的安排？

	答：挖机板块总体上来讲，公司战略上要做大作强，短期看要培养优质客户，锻炼营销队伍，严格风控。产品上不担心，对标小松。从策略上讲随行就市。 8、首付比例？ 答：公司平均首付比例 30%以上。 9、研发费用计划？ 答：公司重视研发投入，全落在实处，每年新增专利数量多，产品升级速度快，所以研发费用会有一定的上升，但同时也会降低财务费用等方面，总的费用率会保持下降。
附件清单（如有）	无
日期	2020 年 4 月 30 日