

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：2021-001

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 checked="" type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input 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）
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	2021 年 3 月 31 日
地点	长沙(电话会议)
上市公司接待人员姓名	公司副总裁熊焰明先生，副总裁杜毅刚女士、副总裁王永祥先生、副总裁申柯先生，董事会秘书杨笃志先生
投资者关系活动主要内容介绍	<p>公司经营业绩概述：</p> <p>（一）财务情况介绍：</p> <p>1. 公司及各板块收入情况</p> <p>2020 年，公司实现营业收入 651.09 亿元，同比增长 50%；毛利额 186.16 亿，同比增长 43%；毛利率 28.6%，同比略降 1.4 个百分点；归属于母公司净利润 72.81 亿元，同比增长 66.55%。</p> <p>公司各板块销售收入全面实现增长。工程机械板块收入 613.83 亿元，同比增长 50%，其中混凝土机械收入 189.84 亿元，同比增长 37%；起重机械收入 348.97 亿元，同比增长 58%；土方机械收入 26.65 亿，同比增幅 282%；农业机械板块收入 26.44 亿元，同比增长 67%，金融服务板块收入 10.82 亿元，同比增长 48%。</p> <p>2020 年公司第一梯队混凝土、工程起重机、建筑起重机三大产品竞争力持续增强，市场份额持续攀升。</p> <p>2. 经营性现金流情况</p> <p>2020 年，公司经营活动产生的现金流量净额为 74.22 亿元，同比增长 19.33%。经营性净现金流大于当年实现的净利润</p>

首先，得益于公司坚持对客户准入进行严格管理，新业务质量高，忠实客户采购额占比近 60%，当年销售、当年回款超过 40%。其次通过数字化平台，全面实现客户“端对端”管理，对关键业务风险点全方位监控与诊断。三是通过资本市场，发行 ABS\ABN，以加快应收款资产变现。现金流和利润的同步增长表明公司风控能力与盈利能力同步提升，高质量经营成效凸显。

3. 资本结构、资产质量及周转效率情况

2020 年末，公司资产负债率 58.82%，同比上升 1.76%。带息负债 196 亿，较同比减少 24 亿，公司把握市场资金价格低点，通过直接市场新增发行公司债 20 亿元、超短融 60 亿元，除此之外，银行融资较上年末减少 41.7 亿元。公司督促应收账款及时回收，加强供应链及生产组织的管理，提升运营效率。应收账款周转天数同比加快 40 天，存货周转天数同比加快 24 天，显示公司业务质量、资产质量、运营水平的持续优化。虽然公司销售业务质量、应收账款质量持续提升，为了进一步夯实公司持续发展的基础，公司在 2020 年也加大了应收账款拨备的计提与坏账的核销，但是仍然保留对客户的催收的权利。公司也有专门的风险管理机构，法务部门通过政府第三方服务机构、公司内部等大数据，随时监视客户的资产、项目、消费等信息。随着未来行业的发展，信用环境、客户经营能力的改善等，客户恢复履约能力的时候，公司随时启动资产保全与收款，过去计提的拨备与核销的坏账可转回。

4. 资本支出情况

2020 年，公司各项资本支出 15.81 亿，主要是智慧产业城投入。2020 年公司技改资金主要来源于国家退二进三的政策。

5. 总结

2021 年，公司将积极应对市场竞争和原材料成本上涨，加快智能制造以提高材料利用率、进一步减少各环节的消耗与浪费，提升产出效率，注重费用投入产出，保持并提升利润率。加强应收账款风险管理，提高应收款、存货等资产运营效率，

努力实现经营性现金流不低于当年净利润。积极拓展产业链金融服务，建设产业生态圈、金融服务生态圈，保持财务杠杆相对稳定，保障公司健康持续发展，给股东、投资者、合作方、员工等更好回报。

（二）经营情况介绍

1. 市场表现

1) 工程机械板块

混凝土机械市场份额显著提升，其中：长臂架泵车、车载泵、搅拌站市场份额仍稳居行业第一；搅拌车轻量化产品优势凸显，市场份额提升至行业前三。

工程起重机汽车吊市占率逐年稳步提升，2020年创历史新高，其中30吨及以上产品市占率第一；履带吊市占率连续4年大幅提升，2020年居行业第一，尤其超大吨位产品深受客户青睐，大吨位履带起重机订单已排产至2021年下半年。

建筑起重机械销售规模稳居全球第一；W新品自2020年初上市以来，累计销量超过14000台；2020年四季度再次推出W二代新品，极致的产品性能以及升级换代速度彰显公司行业龙头优势地位。

土方机械2020年销量实现强劲增长，全年产销均创历史新高，销量市场地位提升至国产品牌第六名。

高空作业机械快速补齐产品，推出剪式、曲臂式、直臂式三大系列40多款智能化产品，市场份额稳居行业第一梯队。

2) 农业机械板块

公司加速向智慧农机和智慧农业转型，已形成“农机设备+智慧农业”两条主线，夯实发展基础，蓄积发展后劲。甘蔗机、抛秧机、打捆机取得销量市场第一；小麦机、烘干机国内市场份额保持行业第二；产品销售结构和盈利能力均明显改善。智慧农业方面注册成立中联智慧农业公司，大力推动安徽、湖南等智慧农业示范及推广项目落地，具备大面积商业推广能力。

3) 海外市场

加速海外业务变革的落地，推行以业务端对端、本地化团队、境外“航空港”基地三位一体的管理模式，深入推进本地

化战略。

2. 数字化转型和业务端对端管理进展

2020 年公司加速推进数字化转型，从产品、制造、管理、营销、服务等通过人工智能实现互通互联，2020 年公司已累积超过 100 亿小时的工业大数据，可以为 400 多个业务场景的分析应用提供支撑。业务端对端管理方面，销售业务全面实现视频面签、智能贷审、电子合同、电子签收、电子对账、自助还款、扫码支付等全场景应用。实现从市场前端到管理后端的全线贯通，2020 年下半年公司电子合同签约率超 90%、24 小时内办结发货流程占比达 90%，资金认领人工审核降至 5%以内；业务大幅度增长的情况下，后台管理人员基本没有增加，业务人员人均销售额同比增长 20%。

3. 2021 年行业展望

工程机械：设备更新换代、环保政策趋严以及机械替代人工加速等多重利好，将助力工程机械行业延续高景气度。起重机械和混凝土机械作为工程机械后周期产品，更新高峰期仍将持续，叠加风电规模扩容、装配式建筑渗透率不断提升，以及治超力度加大等因素驱动，设备需求确定性强。2021 年行业主类产品增速将超过 20%。

农业机械市场：当前农业产业将迎来重大发展机遇，随着农村土地流转加速，国内农业全程机械化和全面机械化趋势不断发展，农机行业发展全面向好。

4. 公司 2021 年经营思路与举措

1) 公司未来 1-3 年的总体战略发展目标

公司总体发展战略目标是紧紧围绕高质量发展主线，加速数字化转型，全力推进国际化发展，产品和资本市场双向发力，高质量打造千亿级产业联合舰队，高质量打造创新型、智慧型的未来企业。

2) 公司 2021 年经营策略

公司将持续围绕“规模、风险和盈利”的平衡策略，控制风险始终为公司经营的首要保障，从经营原则来说，首先会通

过控首付和客户质量来守住风险底线，不会为了规模去突破风险底线。其次会不断通过数字化、流程优化、架构优化等降低管理成本，提升盈利水平。

3) 各产品线 2021 年经营情况预计

工程机械板块 2021 年规模目标有望同比增长 30%以上。农机板块 2021 年目标同比增长 35%左右。农业机械贯彻“智赢、提质、聚焦、突破”的战略方针，优化产品结构，坚持高研发投入突破中高端产品，聚焦核心区域、主销产品、优质渠道深耕目标市场，实现规模与盈利能力重大突破。

4) 海外市场

2021 年，全球范围内新冠疫苗接种覆盖率将持续提升，世界经济有望出现恢复性增长，工程机械产品出口有望得到明显提振。

海外市场发展是公司十四五期间重点方向，2021 年公司海外业务策略主要有两个方面：一是人员本地化，建立地面部队，依托本地化，做国际化。二是以航空港模式，建立新的海外发展模式。在重点国家做全海外基地布局，白俄罗斯、意大利 CIFA 等从单一产品向全产品线拓展；持续建设印度基地布局新兴市场。

5) 数字化转型

工业互联网是公司数字化转型的重要载体，基于工业制造的全流程、全产业链加速人工智能、数字技术的深入运用，深入推进产品、制造、服务、供应链及管理的数字化与智能化升级，集成为各种场景，通过人工智能的算法，实现数据驱动智能决策，加速对传统管理模式、业务模式、商业模式进行突破创新。

6) 智能制造

2021 年常德塔机智能工厂二期、华东塔机制造基地、沅江搅拌车园区、常德液压园区一期、智慧产业城挖机园区等将全面建成投产，智慧产业城中的工程起重机械、混凝土机械、高空作业机械园区全面开工建设。

7) 供应链管理及降本

2020 公司四季度开始对轮胎、焊丝、蓄电池、钢丝绳等共性物资的集采、高强刚的招标整合、液压件与底盘联合谈判。

2021 年公司通过提升供应商管理水平、供方整合、新材料新工艺新技术的应用和替换、进口零部件国产化等方式开展降本增效。

(三) 投资者提问环节

1. 农业机械发展情况及未来展望？

公司农业机械 2020 年营收为 26.7 亿，同比增长 67%，实现扭亏转盈。公司处理了过去大量历史包袱，为我们 2021 年轻装上阵，进入快速增长奠定基础。公司主要产品有抛秧机、甘蔗机、打捆机均获得第一位，小麦机、烘干机保持市场第二位。同时公司大马力拖拉机首次进入了行业前四位。我们的新产品开发正在稳步进行。中国农业高端设备几乎都被国外品牌所垄断，以大马力拖拉机为例，230 马力以上国外品牌占据主要市场份额。因此公司瞄准从 160 到 300 的大马力高端拖拉机都在有序的开发之中，将在今年和明年陆续下线。公司抛秧机去年整年表现突出，今年推出的第二代完全实现人工智能化。同时在收获机械上，公司现在瞄准的是 12 到 15 公斤大型联合收割机，今年和明年也将陆续进入市场。随着这些产品的不断投入，公司近两年大力投入研发，调整产品结构的目标会加快实现。去年公司产品的结构中高毛利产品占比继续提升，随着这些产品的不断上市，产品毛利的结构会发生很大的改善。

公司在未来产品的更大突破是要让未来农机成为一个移动终端，让每一个产品在农田作业过程中收集数据。目前这个产品的模型、收集的方法和系统已经建设完毕，已陆续开始进行数据收集，公司正为未来的人工智能农业机械大量上市做准备。随着公司智慧农业项目不断推进，未来智慧农业会成为公司入增长的一个重要的支撑点。

2. 公司主粮作物机械和经济作物机械的发展战略？

农业机械分两大类：一是主粮业务，二是经济作物。主粮作物机械主要是拖拉机和收获机械。经济作物机械主要有甘蔗机、水果机、打捆机、制肥机等。

从主粮作物来看，公司小麦机处于第二位，公司目前正在大力发展大马力、全动力换挡方向的智能拖拉机。受今年的

国家政策变化影响,我国拖拉机保有量很大,每年全国销售 20 多万台,但是中低端占比太高。国家政策的修改调整中拖拉机补贴倾向于大马力高端产品,这有利于行业的发展。公司在技术能力方面竞争优势明显,工程机械的很多经验也可以完全复制过去,因此公司整个研发方向也是基于这个前提条件。关于收获类机械的,中国生产主要还是中小型的联合收割机。尽管是中国农机目前的短板,但随着工程机械厂商的介入,发展进程会加快。随着我们新产品下线,相信公司在主粮业务的地位会获得极大的提高。经济类作物机械方面,譬如甘蔗机公司已经获得了优势。

此外,公司十分看好智慧农业发展前景,我国集约化是在逐步加大。因此在大块作业上推行智慧农业政府引导是很强的。同时我们目前农业最大的污染是土地污染啊,从环保意义上智慧农业能减少土地污染。虽然土地集约推进没有我们想象中那么快,但是还是在有效的集中。

3. 公司在核心零部件领域的布局情况?

关于核心部件,工程机械核心部件主要是三大类:

一是底盘类,底盘类采购量比较大,从公司的发展战略来讲,特别是汽车工业是一个高度专业分工的产业,需要非常大的产业规模来做支撑。而公司在底盘方面,一是会坚持通用底盘的战略,二是要和国内最主要厂家形成这个战略同盟。

二是液压元器件,这方面公司对油缸、液压阀等,包括液压马达方面也已经在布局,特别是公司常德的液压元器智慧园区的建设,今年将会全面投产,将对后续的发展会有一个比较大的促进作用。

三是电气智能化控制包括软件部分,这一块公司的布局非常早,目前的进展也非常快,公司在核心部件的布局方面始终坚持与国内的专业厂家、专业分工的核心部件自研自制两条主线在发展。

4. 工程机械行业的景气度季节性?

从历史来看,一般来讲一季度规模相对较低,二季度可能是全年最高,通常三季度比二季度略低,四季度会翘尾。对于

	<p>公司来讲，跟其他主机厂相比有一些差异，这与公司产品施工周期偏后有关。一般来讲，土方机械比混凝土机械、起重机械提前半年左右。随着挖机业务改善，也会逐步发生一些变化。公司的农业机械周期和工程机械周期完全不一样，只是现在的占比较小，产生主要影响的还是现在占比比较高的混凝土和起重设备，所以季度表现和往年相比，不会有太明显的变化。</p> <p>5. 今年一季度取得开门红，从目前的订单形式来看，二季度各类产品增长情况会如何？</p> <p>一季度增速比较高，与我们去年一季度的基数不是特别高有一定的关系，当然 2020 年一季度较 2019 年同比也是小幅增长的，主要的原因还是我们产品竞争力提升带来的。关于二季度展望，包括两部分：1) 从行业情况看，历年来二季度都是行业最高峰，特别是公司传统三个主要产品线来讲，这个规律都是稳定的。2) 从行业需求来讲，我们也比较看好二季度的增速。</p>
附件清单（如有）	无
日期	2021 年 3 月 31 日