

## 山河智能装备股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2021-17

<b>投资者关系活动类别</b>	<input checked="" 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 type="checkbox"/> 路演活动 <input type="checkbox"/> 现场参观 <input checked="" type="checkbox"/> 其他（ <u>电话会议</u> ）
<b>参与单位名称及人员姓名</b>	时彧 华泰证券 黄菁伦 华泰证券 王瑶 Regents Capital 徐航 中邮基金 刘晓琳 中金基金 罗庆 中银基金 陈剑锋 吉富创业投资股份 康睿强 国信证券 延健磊 嘉实基金
<b>时间</b>	2021年8月17日 15:30
<b>地点</b>	山河智能总部大楼
<b>上市公司接待人员姓名</b>	副总裁 龚进 董事会秘书 王剑 基础装备事业部总经理 朱振新 挖掘机事业部总经理 赵立军 董事会办公室主任 蔡媛元 证券事务助理 刘曾辉
<b>投资者关系活动主要内容介绍</b>	<p>一、董秘王剑对山河智能半年度经营情况进行简要介绍</p> <p>二、挖掘机事业部赵立军对挖掘机板块半年度经营情况进行解读</p> <p style="padding-left: 20px;">1.挖掘机械今年上半年实现营收同比增长超过 87%。</p> <p style="padding-left: 20px;">2.出口方面：挖掘机械出口在今年取得了较好的成绩，海外销售提升 120%，欧洲区域实现增幅 145%。公司下半年还会加强国外市场的覆盖力度，明年预期增长超 40%。挖掘机械国际业务远景目标为占比 40-50%的总业务比重。</p> <p style="padding-left: 20px;">3.国内市场：国内挖掘机市场行业预期已经到达高位，行业整体从 4 月份已经进入下行趋势。但是对于山河智能来说，2021 年 1-6 月，挖掘</p>

机械在国内营收同比增长超过 80%，公司仍然保持稳健增长的预期。

4.在研发端不断扩充产品图谱，目前已经开发了一系列中大型挖掘机产品；在成本控制上，得益于加强品控、提质降本工作的持续推行，很好的应对化解了大宗商品价格上涨的难题；在渠道建设上，公司积极加强完善代理商制度，对市场的覆盖能力进一步提升。

5.公司也在不断提升挖掘机的销售结构，在保证小微挖的市场地位同时进一步推动中大挖的销售，预期未来两年大挖销售占比超过 14%。未来预期小微挖的增幅较大，这得益于机器替代人工的趋势越来越明显，这对以小微挖起家的山河智能来说是一项利好。

### 三、基础装备事业部朱振新对桩工机械板块半年度经营情况进行解读

1.今年桩工机械行业略有下滑，但是山河智能桩工机械今年上半年实现营收同比增长超过 40%，未来也有信心保持这一增速。报告期内，山河智能桩工机械市占率明显提升。

2.国内销售端主要以直销为主，相较于代理商销售，公司有更大的能力和空间去做后市场服务，目前已经在全国范围内建立 20 家分公司、16 家保障中心，将资源前移，进一步为客户提供综合解决方案。生产端由于受大宗商品涨价的影响，对毛利形成了一定挤压。但是山河智能通过各项提质降本的工作，成功对冲了相当程度的成本上浮。

3.对于未来，考虑到专项债、环保升级、设备换代等多重需求影响，结合山河智能在桩工设备的龙头地位，公司有信心进一步提升市场地位并且保持高增速增长。

### 四、副总裁龚进对负极材料项目最新情况进行介绍

1.项目研发历程 5 年，目前建成 1000 吨中试产线实现连续生产。

2.目前交付 5 家客户，形成小规模销售状态，主要为储能电池厂商和小动力电池厂商。另有 3 家在送样打样中。

3.技术核心为连续石墨化工艺和连续碳化工工艺，所涉及设备均为公司自制。

4.基地建设方面，长沙总部基地（3000 吨规模）定位为研发中心，今年年底建好。贵州大龙定位为生产基地，目前已经规划完成，在 22 年底将建成 2 万吨产能。

### 五、投资者交流环节

1.桩工设备毛利率控制情况？有哪些成本优化的具体举措？

目前行业竞争进一步加剧，桩工设备主机价格下滑比较严重；加上大宗商品上涨，成本压力比较大，所以毛利率略有下降。

山河智能采取了多种措施来优化成本、维持利润，第一是保证质量的前提下，推进国产化、全力研制核心元器件，降低生产成本；第二是注重研发，优化工艺、优化结构，来降低结构成本；第三是通过提供综

合施工解决方案，提高附加值，提升毛利。

## 2.如何看待挖掘机械行业的竞争格局？

前段时间，由于大宗商品涨价，导致成本推动的行业普遍涨价。涨价信号基本意味着各家主机厂达成了价格战结束的共识，长期来看利好整个挖掘机行业。此外，国产品牌与外资品牌的差距逐渐缩小，目前国产品牌占据 70-80%的市场总量，未来国产品牌会进一步提升市占率。

## 3.如何判断欧洲市场的小微挖的需求？

欧洲市场相对国内品牌来说是一个蓝海市场，山河智能早在十多年前布局欧洲，现为欧洲保有量第一的中国品牌，并且市占率方面仍有巨大的提升潜力。

在渠道建设上，目前已建立了广泛的代理商渠道，特别是在德国、英国、法国、意大利等重要市场有着完备的代理体系。在团队建设上，目前欧洲的管理团队已经实现本土化运营，欧洲分公司 CEO 也是引进的本土化资深人才，专业程度和职业素养非常高。

未来，山河智能将会进行更加全面、深化布局，深入国外市场、提升服务能力，不排除将布局组装车间、生产本地化、规模化。

## 4.挖掘机在东南亚市场的销售情况？

东南亚市场主要以销售中型挖掘机为主，东南亚主要有印尼、菲律宾、马来西亚等几个重要市场，山河智能均已建立良好的代理商体系。

## 5.请简要介绍负极材料项目下游客户端情况？

目前山河智能生产的产品完全达到国家一等品标准，已经与 5 家下游客户签订销售合同，此外还有 3 家在打样阶段。

## 6.何时与下游头部电池企业接洽？

给下游头部客户供货的前提是大规模、稳定的产能，目前山河智能受制于有限的产能，还不具备大规模量产的能力。

对于大型下游客户，公司已经做了充分的前期工作，一旦产能提升之后，预计在公司达到客户要求产能规模之前的 1-2 个月时间送去打样，这样才能匹配公司的营销节奏。

据以往经验，动力电池送样反馈时间大致在 3 个月以上，储能、小动力时间会短一些。

## 7.负极材料产品的目标市场？设备法生产的产品性能指标？

目前面向中端客户供货，未来主要面向中高端市场。

负极产品性能指标较多，以石墨化度为例，公司产品稳定在 96%左右。设备法生产与艾奇逊法生产原理并无本质区别，只是工艺路线不一

	<p>样，产成品没有本质区别。</p> <p>8.设备法生产的成本拆分情况？</p> <p>生产成本：耗电量更低-综合对比艾奇逊法降低 20%以上（行业艾奇逊法平均耗电 8000-12000 度/吨）。连续石墨化环节降低 30-40%能耗，连续碳化环节降低 15%以上能耗。</p> <p>综合成本降低原因有如下五点：第一，设备法热能利用率更高；第二，生产辅料节约（设备法几乎不消耗辅料，艾奇逊法每生产 1 吨产品大概消耗 4 吨辅料）；第三，废气集中处理，对环境友好（设备法生产过程密闭，由专门的辅机收集处理废气，艾奇逊法是敞开式冶炼环境，无法有效收集废气）；第四，碳排放很低，设备法仅为艾奇逊法碳排放当量的 1/2-1/3 左右；第五，设备法生产组织模式具有连续性，中间产品“不落地”，节省大量人力、运输运转费用，全程清洁化生产。</p> <p>9.设备法所有设备的自产比例？</p> <p>2/3 左右的设备为自产，其中核心装备（石墨化环节、连续碳化环节）均为自产。</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
日期	2021-8-17