

证券代码：002367

证券简称：康力电梯

## 康力电梯股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2022-001

<b>投资者关系活动类别</b>	<input type="checkbox"/> 特定对象调研                      √分析师会议（瑞银大中华研讨会） <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 type="checkbox"/> 其他_____
<b>参与单位名称及人员姓名</b>	小组会议及一对一沟通：包括 GIC（Bob Qian 等）、ARGA Investment Management（Lexie Lai）、Aspoon Capital（Ryan Yin）、Cathay Life Insurance（BJ Liu）、UBS Securities（Maria Cong, Phyllis Wang, Maria Cong, Phyllis Wang）、UBS（Guillermo Peigneux-Lojo, Magnus Kruber, Steven Fisher, Supriya Subramanian）等机构及分析师。
<b>时间</b>	2022年1月14日 9:00-18:00
<b>地点</b>	线上会议
<b>上市公司接待人员姓名</b>	副总经理、董事会秘书：吴贤
<b>投资者关系活动主要内容介绍</b>	<p>就电梯行业市场环境、竞争情况、发展趋势及公司经营情况等进行了交流。</p> <p><b>代表问题</b></p> <p>1. 公司目前的业务都有哪些？应用在哪些领域？</p> <p>公司主要从事电梯、扶梯、自动人行步道整机产品、相关零部件的研发、制造、销售，以及相关安装、维保、改造服务；整机产品可广泛应用于住宅、商业、酒店、商场、综合体、医院、公共交通、旅游景区、体育展馆、公共设施等领域；现拥有全资、控股子公司共计 13 家，覆盖电扶梯零部件业务或产业内配套服务。</p> <p>2. 公司目前业务量如何？</p>

	<p>2021 年前三季度，业务量是持续增长的，面对疫情常态化防控下的新形势，公司营销团队紧抓年初制定的销售目标不放松，继续强化营销体系的建设与市场推广力度，积极克服新冠疫情对交付与安装的影响。同时聚焦基建，抓住国内重点建设高峰，积极参与市场投标，轨交项目订单再创佳绩，据媒体统计报道，根据 2021 年上半年国内轨道交通项目电扶梯设备中标企业情况，公司中标总额排名前三。</p> <p>海外市场总体形势缓慢好转，但远未恢复到疫情前的环境与状态，针对海外疫情影响的不利环境，公司加强代理商沟通，积极开拓国外客户，紧抓出口业务订单质量，海外业务已逐步复苏。</p> <p>随着国内在用梯保有量的逐年增加，旧梯改造、老房加装电梯带来的需求呈加速增长趋势。公司正在积极谋划维修改造、维保业务板块的长期发展，大力开拓有偿服务市场。</p> <p>2021 年前三季度订单实现快速增长，截至三季度末，公司正在执行的有效订单为 75.90 亿元。</p> <p>3. 公司的研发能力，技术专利情况？</p> <p>上市以来，公司研发投入稳定充足，拥有一流的实验室和国家认定的企业技术中心，包括 288 米的电梯试验塔。主要研发人员均具备深厚的理论功底和丰富的行业经验，且具有较强的研究开发和自主创新能力，建立研发规模优势。</p> <p>截至三季度末，公司共获得有效专利数 1,037 项，其中发明专利 75 项，实用新型专利 885 项、外观设计专利 58 项；获得 PCT 授权专利 19 项；拥有自主知识产权的软件著作权 31 项。</p> <p>4. 原材料涨价对公司利润影响有多大？</p> <p>受主要原材料钢材价格上涨的影响，外购外协部件供应商也相应要求提高部件价格，为保持与供应商合作关系、供应品质，保证保质保量的完成产品的交付，考虑到实际情况，并在与供应商充分沟通协商情况下，作了一定幅度的外购部件价格</p>
--	--

调整，从而钢材价格的上涨传导至公司主要原材料成本及外购部件的成本上涨；公司通过对原材料及主要部件供应商预付部分货款的方式，签订锁定价格的采购协议，在一定程度上抵销了原材料价格上涨带来的影响；另一方面，公司持续不断地挖掘和培育能够风险共担、利益共享的合格供应商，以优化和完善供应链体系。2021年11月起，主要原材料价格略有下跌。

#### 5. 公司进行变革的出发点，如何变革？

作为有使命感的中国自主品牌电梯企业，也作为一家有责任感的上市公司，康力充分认识到，随着行业竞争和企业分化日趋严重，想要保持快速增长和健康发展，必须进行一场全景式变革。幸运的是，国际上有很多优秀的企业值得康力学习，康力电梯不用“摸着石头过河”。于是，本着“为企业注入新动能，向国际标杆企业学习，提升企业国际竞争力的”初衷，公司正式启动了具有战略意义的三年系统管理变革。在三年时间里，公司将围绕企业治理、人力资源、战略、销服、研发、供应链及财经等具体变革项目，以系统变革建立规则的确定性迎接外部环境的不确定性。我们有信心将康力电梯发展的更好。

#### 6. 公司未来发展趋势？

改革开放的四十年中，中国电梯行业一直保持增长势头。过去的2021年，房地产市场的困境给电梯行业产生很大影响，市场环境的变化正推动着优质企业加速主动适应变化，因竞争、淘汰而挤压出的市场空间为具有优势的龙头企业，为想发展壮大的优质企业，为想突围的中国自主品牌创造了战略机遇。目前，国际品牌仍占行业主导地位，但近几年部分自主品牌企业快速发展。对中国自主品牌而言，直面竞争及整合趋势，充分发挥反应机制更为灵活的优势，提升运营效率，实现战略式跨越。

但比肩全球头部电梯企业和“百年老店”，康力还有很长

	<p>的路要走，依然要虚心学习、夯实基础、提升能力、优化管理。公司将继续以互联网思维引领企业成长，由制造型向制造服务型转变，由传统型向创新型、数字型转变，由速度型向质量效益型转变，由中国制造向中国创造转变，以更高标准和能力持续实现由中国品牌向世界品牌的迈进和提升，脚踏实地的探索康力电梯“提升用户体验 锻造世界品牌、赋能产业生态”的企业使命。</p>
附件清单（如有）	
日期	2022年1月14日