

证券代码：000157/1157

证券简称：中联重科

## 中联重科投资者关系活动记录表

编号：2022-02

投资者关系活动类别	<input type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input 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 checked="" type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 路演活动
活动参与人员	长江证券、中信建投、东吴证券、中银国际、海通证券、中泰证券、东方证券、中金公司、花旗银行、摩根士丹利、摩根大通、碧云资本、Jefferies、广发基金、人寿资产、人保资产、富安达基金、Point72、汇丰银行等
时间	2022年3月31日
地点	长沙
形式	电话会议
上市公司接待人员姓名	副总裁杜毅刚女士、副总裁王永祥先生、董事会秘书杨笃志先生
交流内容及具体问答记录	<b>一、公司 2021 年的财务情况</b> <b>1、收入、毛利情况</b> 2021 年，公司实现营业收入 671.31 亿元，同比增长 3.11%；归属于母公司净利润 62.70 亿元，公司综合毛利率 23.61%。

2021 年度，公司着力于极致降本，在大宗材料成本硬增长的基础上，降本基本对冲材料成本的上涨。2021 年，公司对供应链“整理、整顿、整合”及各经营单元“精打细算，严格严厉”降本，坚持“两手抓”，打造“两大平台”。即一手抓业务整合，一手抓信息化建设，打造供应商生态圈优化平台和供应商资源信息共享平台。2022 年，公司在产品毛利率提升的应对策略：

1) 降成本：公司将通过整合供应链，大宗商品集采降低采购成本，同时通过研发与工艺改进等方式提升材料利用率。

2) 调结构：重研发、推新品，提升高毛利率产品的占比。

3) 找突破：随着高空机械、土方机械以及农业等新兴板块的上量，通过集采和规模效应，新兴板块毛利率将逐步提升。

## 2、期间费用情况

2021 年，公司的期间费用 90.43 亿元，同比减少 4.8 亿，期间费用率 13.5%，同比下降 1.2 个百分点。其中：

公司销售费用 34.73 亿元，销售费用率同比下降主要得益于公司纵深推进端对端管理，在全球范围内整合优质资源，构建全球化制造、销售、服务网络；健全风控端对端管理体系，筑牢风控防线，打造“有感知、会思考”的风险智能预警平台，深化应用人工智能技术，主动发现经营风险，助力业务稳健增长；打造极致服务能力，统筹推进智慧服务战略布局，发力智慧服务平台建设，推动服务数字化、智能化升级，强化服务标准化、精细化管理，为客户建立全方位保障，打造“诚服务 心关爱”服务品牌，提升客户满意度和忠诚度，让客户体验更流畅、更高效。

公司管理费用 16.73 亿元，管理费用率同比下降主要得益于公司加速推进数字化转型，与多家企业分别达成战略合作，持续围绕企业核心业务场景，业务管理全面线上化、移动化、自动化，加速对传统业务模式、管理模式的突破创新。共性业务集成全面应用，实现信息互通和流程互联，提升业务全链条的决策效率，实现降本增效。创新人力资源管理机制，优化培养模式和管理平台，激活组织提升效能。强大的资源配置能力及高效的运营效率确保公司管理费用不会随着集团规模、业务规模的增长而相应增长。

公司研发费用 38.65 亿元，公司坚持“技术是根，产品是本”的理念，保障研发投入，以自主创新为主导，围绕市场需求及未来产业升级，实施产品数字化、智能化、绿色化融合创新，打造行业领先技术和高端产品。

公司财务费用下降的原因有：

1) 降低负债规模及融资成本。带息负债较上年同期减少。公司经营质量持续提升、经营风险降低，融资成本持续降低。

2) 加强资金计划，提高资金收益。生产经营所需各项资金实行月计划、周计划、大额资金头寸日计划等，以降低备付资金沉淀。对于生产经营过程中，时点上的闲置资金，与未来到期债务、到期票据、到期税费等精准匹配，尽可能地提高资金收益率。

### **3、资本结构、资产质量及周转效率情况**

2021 年末，公司资产负债率 52.22%，同比下降 6.60%。

2021 年末公司应收账款 430.27 亿元，同比增加 103 亿。从账龄结构看，应收账款的增长主要是集中在 1 年期以内的应收账款的增加。同时，公司融资租赁销售形成的应收款项减少。

2021年，公司加强供应链计划管理，存货同比下降8%，存货周转天数同比加快3天，显示公司营运水平的持续提升。

2021年，公司在“用互联网思维做企业、用极致思维做产品”的理念指导下，坚持“积极的经营策略、稳健的财务计划”的经营方针，深入贯彻新发展理念，加速推进数字化、智能化、绿色化转型升级。公司产业梯队多元布局多头并进，海外市场取得突破性进展，智能制造成果丰硕。经营效率持续提升，经营质量夯实稳健，公司实现高质量发展。

2022年，公司将积极应对市场竞争，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。在“装备制造+互联网”、“产业+金融”总体战略框架下，持续突破潜力业务市场。加速推进数字化管理，加强研发、营销、制造、管理的多方协同集成，持续增强营运效率。加强风险管理，提高应收类信用管理、存货周转等资产运营效率，持续降低经营风险。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。实现企业与股东、投资者、合作方、员工等的多方共赢。

## 二、公司 2021 年的经营情况和成绩

### 1、2021 年公司经营成绩

#### 1) 业务多元化布局带来持续发展动能

##### ① 传统产品市场地位持续领先

混凝土机械、工程起重机械、建筑起重机械产品市场竞争力持续增强。其中：

混凝土机械长臂架泵车、车载泵、搅拌站市场份额居

行业第一，搅拌车居行业前三。

工程起重机械销售规模引领行业增长，市场份额持续保持“数一数二”；其中 30 吨及以上汽车起重机、超大吨位履带起重机市场份额位居行业第一。

建筑起重机械销售额创历史新高，销售规模稳居全球第一；全球首台超万吨米级的上回转超大型塔机 W12000、全球最大 LW2340 风电动臂塔机成功交付。

#### ②高机业务发展迅猛

高空作业机械已实现产品型谱 4-68 米的全覆盖，成为国内型号最全的高空设备厂商。上市电动剪叉 AC、AC-Li、HA、HA-Li 四大交流系列产品，上市全球最高直臂产品并已实现批量销售，研制出作业高度 40 米的全球最高电动臂车；完成多款高空吸盘车、路轨两用臂车、伸缩臂叉装车新产品研制。2021 年，公司高空作业机械销售额超过 30 亿元，连续两年翻番增长，市场份额稳居行业第一梯队。

#### ③挖机业务持续突破

聚焦中大挖战略取得较好市场效果，整体市场份额稳步提升，产品销售结构持续优化，在行业中大挖同比下滑的情况下，我司盈利水平较好的中大挖产品销量同比大幅增长，发展势头与经营质量持续向好。

#### ④农机产业加速提质升级

农业机械在“夯基、聚焦、突破、智赢”的经营方针指导下，产品竞争力逐步增强，盈利能力逐步提升，AI 智能农机商品化进程加速，收获机械与动力机械产品可靠性全面升级，智能化程度更高；聚焦核心区域、主销产品、优质渠道，实现规模稳步增长。小麦机、烘干机、旋耕机、打捆机、抛秧机国内市场份额保持行业前列。

智慧农业加速在安徽芜湖、湖南环洞庭湖等区域打造智慧无人农场示范基地。

#### ⑤新材料产业布局全面铺开

干混砂浆设备业务实现持续稳步增长，市场份额稳居国内市场第一梯队。坚持以技术引领市场，以当前客户需求结合未来新材布局为导向，持续发力干混砂浆站核心件技术创新，为支撑新材料业务扩张提前蓄能。

开展了 96 款产品的研发，在绿壁和绿地系统上已实现重点突破，已承接多个具有行业示范意义的重点项目，机喷抹灰砂浆已完成多个重点工程试用，获得客户认可。安徽省马鞍山市和县工厂项目已率先启动建设。

#### 2)海外“本土化”战略初显成效

公司加速推进海外业务地面部队和航空港的建设，构建基于端对端、数字化、本土化的海外业务体系，已完成 17 个重点国家本地化业务和运营体系建设，为海外业务快速突破发展打下坚实基础。

2021 年，公司境外收入同比增长超过 50%，出口土耳其 ZCC32000（2000 吨）产品，创我国出口海外最大吨位起重机新纪录。

#### 3)经营质量夯实稳健

公司采取“风险可控的前提下要规模”的战略指导思想，打通贷前、贷中、贷后各环节，健全风控端对端管理体系，保障公司经营风险可控。

### 2、2022 年全年行业分析

#### 1) 国内市场

①2022 年 GDP5.5%增长目标，反映国家稳增长的决心，适度超前开展基础设施建设将发力。

②房地产行业有望回归良性循环发展轨道。

③因疫情导致的停工在疫情缓解后，项目开工将进入建设高峰期，预计二季度迎来行业销售旺季。

总体上来说，2022 年国内工程机械市场整体将呈现“前低后高”态势。

## 2) 海外市场

随着海外疫情管控的逐步放宽，各国为恢复经济将加大基础设施建设力度，对中国工程机械刚需将加快释放，2022 年行业出口有望持续高增长。

## 3、2022 年经营思路

去年下半年市场开始出现调整后，公司保持员工队伍基本稳定，坚持做好“产品、质量、成本、服务”四个极致，练好内功，始终保持在起跑线的最佳状态，确保在市场回暖来临时，能快速响应、抓住机遇，抢占市场先机。

公司近五年新增业务经营质量稳健，不会有历史包袱的拖累，可以集中精力与资源做好新业务的发展。同时公司财务状况保持健康。

公司坚持“产品是根、技术是本”的理念，持续加大科研投入，加强创新新材料、新能源等新技术应用，保持产品技术性能的引领优势，提升产品溢价能力；公司做好规模、利润的平衡，持续推进供方整合、新材料新工艺新技术的应用和替换、进口零部件国产化、提升关键件自制率等方式开展降本增效，提升产品盈利能力；公司数字化转型纵深推进，运营效率进一步提升带来费用的下降。

## 三、问答环节

### 1、公司对于今年行业需求趋势怎么判断？

答：一季度，特别是 3 月，受疫情影响行业增速恢复较慢，二季度行业传统旺季，疫情压制的行业需求会快速反弹，

公司预测 2022 年国内工程机械市场整体将呈现“前低后高”态势。公司相关多元化发展有效对冲工程机械需求波动影响。传统混凝土机械、工程起重机械、建筑起重机械把控效益和规模的动态平衡，巩固提升市场占有率。

## **2、公司的风控措施和当前经营质量情况如何？**

答：公司风控体系这几年建设成效非常显著，风险管理体系日趋成熟。公司绝大多数是老客户，对客户经营和历史履约情况建立起数据模型，可以精准判断客户采购履约的能力。另外公司合同制定非常严格的首付要求，从源头上把关；其次在过程管理中，公司所有业务包括对账和支付等都是企业和客户之间直接发生，对客户的风险和经营能力进行实时监控，并且公司把各方面的大数据做成智能模型，每天通过算法筛选问题客户，在风险的早期阶段就进行及时化解。公司回款管理可以精准到每台设备、每个业务量和每个客户，同时实现风险闭环管理，所以公司风险控制非常成功。

## **3、海外业务主要拓展的市场在哪里？**

答：目标市场方面主要分两类：1）高机目标市场主要是欧美发达国家和中东地区，2）起重机、塔机、泵车等产品主要在一带一路国家和地区，第一大市场东南亚，第二是中东，第三是中亚、非洲和南美等地。

## **4、原材料价格对公司的影响以及公司采取的应对措施？**

答：目前，公司通过加大集采力度，获得规模优势，同时优化供应商生态圈，加快推进关键核心零部件的商务洽谈及战略合作。对于原材料耗用量大、运输成本高的重点地区，公司也会在当地布点，就近采购等方式减少运输费。



	<p>公司推进智能制造取得的成绩，在质量、成本、效率等方面成效显著，将加速公司数字化、智能化、绿色化转型升级。</p> <p><b>5、公司对高空作业平台板块的展望？</b></p> <p>答：高机板块的业绩增长较快，由2020年收入7、8亿增长到2021年30亿以上，涨幅达到300%，2022年随着销售规模的进一步扩大，预计成本还会出现大幅下降，市场占有率稳步提升。当前，高机市场空间快速增长，公司将继续在智能化投入、新品推出、降本和电动化等方面进行综合考虑，在获得较好毛利率与净利率的情况下，实现市场地位的突破。</p>
<p>关于本次活动是否涉及应披露重大信息的说明</p>	<p>否</p>
<p>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）</p>	<p>否</p>