

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：2022-003

| | |
|----------------------|---|
| 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 type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 现场参观 <input checked="" type="checkbox"/> 路演活动 <input checked="" type="checkbox"/> 其他 <u>电话会议</u> |
| 参与单位名称及人员姓名 | 一、5月31日 HSBC 电话会议 HSBC、China Alpha fund, Oxbow Capital、Tiger Pacific capital fund、Albar Capital 共6家机构计8人； 二、5月26日 “路演中”平台第二届上市公司路演大会 杭州众钰投资、上海远海资产、青岛海月基金、上海开思股权投资基金、明大投资、联昌银行、安信投资咨询（深圳）、安信国际证券（香港）、深圳慧利资产、东英投资、平安证券共11家机构计12人； 三、5月20日 UBS 电话会议 UBS, Polunin, Yiheng Capital, Bank Degroof Petercam, BlackRock Inc, Cathy Life Insurance Co Ltd, Foresight Fund, Invesco Great Wall FMGT, Nous Capital, Vontobel Asset Mgmt 共9家机构计11人。 |
| 时间 | 2022年5月20日、5月26日、5月31日 |
| 地点 | 线上：视频、电话会议 |
| 上市公司接待人员姓名 | 董事会秘书 |
| 投资者关系活动主要内容介绍 | 一、公司介绍 含：发展历史、近年经营业绩及变化趋势、公司近年竞争力变化、企业变革进展。 二、典型问题 |

| | |
|--|--|
| | <p>1、公司上半年经营情况如何？疫情对公司的影响如何？统计局电梯销量数据、房屋竣工数据是否与电梯企业的直观感受一致？</p> <p>一季度公司营收增长 7.08%，利润下降 36.96%，主要系与上年同期成本相比，原材料成本仍处于相对高位，营业收入增长未能抵消营业成本同比大幅增加的因素，综合毛利率同比下降较多；2022 年一季度综合毛利率 25.15%，较 2021 年四季度综合毛利率 22.20%环比提升 2.95 个百分点。</p> <p>4 月份相对严重些，上海封控部分影响了生产发货，包括电梯行业一些核心零部件生产地在上海，遇到了货运受阻、物流不畅等问题，致使部分生产原材料进不来，成品货物发不出，制约了企业的正常生产及发货。5 月份以来疫情影响逐步减轻，正在恢复中。都是阶段性的问题，后面会得到改善。</p> <p>2、电梯行业整体上属于供大于求，现在康力的定价水平在整个行业是什么状态。这些年，电梯设备价格无论从行业还是康力的报表来看，均价一直在下降，是否已经到底部？</p> <p>新梯销售与维保等后市市场业务构成了外资企业的主要利润来源。电梯设备价格经过长期的下跌趋势，以及公司对行业利润水平的分析，目前已经达到一个相对底部，原材料成本也很贵。很多中小企业将难以维系。其次，电梯是设备加服务的综合性产品，单纯价格战、服务不好也很难获得市场份额的持续性大幅提升。公司从 2019 年的利润导向转为目前的市占率导向，采取差异化的价格策略与各类型客户合作，但价格总体仍是跟随策略。应对好行业的产品价格压力，还是要以客户为中心，让客户满意以扩量。</p> <p>3、一些龙头的外资电梯品牌维保业务的利润贡献度超过 50%，维保是不是电梯的新战场？</p> <p>维保是所有后市场业务的入口。国外市场与中国市场有较大不同，外资品牌在中国市场的维保业务收入比例也低于国外</p> |
|--|--|

市场。公司对维保业务有一定的诉求，已经通过调整前线组织机构、加大分公司维保业务考核等措施，增强对维保业务的资源投入，期待通过维保业务带动后服务市场全盘业务，来达到公司战略目的。

4、公司对旧梯换新市场的看法？

旧梯换新业务在电梯全生命周期内属于后服务市场。根据中国房地产市场从 2004 年开始起步的特征，中国的电扶梯设备年龄开始逐步进入老龄化。根据推算，全生命周期内，电梯后服务市场产生的产值至少是新梯（含安装）的 2.5 倍以上。中国电梯行业的产值规模仍是非常可观的，给了主流企业依然很好的产值规模成长空间以及长期可持续性发展空间。2021 年公司变革开启后，重新设计战略模型，其中一点是电梯后服务市场业务，建立新梯与后服务市场双向发展路径，改善收入结构，使公司由新梯销售为主向电梯全生命周期业务拓展方向进行系统性升级。

未来五年，公司依然要深耕主业，在深耕新梯业务同时，加速业务结构的调整，加大在后服务市场领域的投资力度，后服务业务战略从机遇性扩展向电梯全生命周期业务系统性的布局全面升级，至 2025 年，公司后服务市场业务占比目标不低于 15%。创新后服务市场业务模式，加强同战略客户、合作伙伴全生命周期业务的合作；加强在电梯物联网、数字化电梯、预测性维护等方面的技术投入，提升服务效率，实现对客户、用户、监管机构、物业管理、第三方服务等利益相关方的链接和价值直达，赋能产业生态共赢发展。

5、中国是全球最大的电梯市场（销量占全球 70%），康力如何与国际电梯巨头竞争？

与国际品牌相比，康力成立才 24 年，很年轻，目前业务结构上仍以中国本土新梯销售业务为主，占到 80%以上；国际化程度目前不及竞争对手，国际业务依靠海外代理销售网络出

口。

我们坚持的自助研发路线、零部件自制比例（产能保证供应能力、核心零部件自主可控）以及过去多年对服务网络的投入，使得康力在企业长期性上建立了自己的优势。电扶梯的核心部件技术的掌握，包括控制柜、电机、门机，这将让我们除了可以销售新梯外，还具备改造竞争对手旧梯的能力。零部件自制，让我们具备供应链安全及快速交货的反应力。从 2010 年上市，坚持对服务网络进行投入，目前在中国有 100+ 的大小服务网点，能让客户选择我们作为长期伙伴放心。这对于大型客户选择的合作伙伴条件来说，非常重要。

我们今年拿下了一个较大规模的城市轨道交通配套电扶梯的项目，已经对外公告，包括新梯设备销售、15 年运行维护的长期订单，我们的竞争对手基本都是国际品牌。运行维护期间有很多后市场的业务机会，公司将积极把握。

俄乌事件，美国对中国一些高科技产业的制裁，使得中国国内一些国企采购在思考供应链安全。我们要积极实现高质量国产替代这一目标。积极变革也是服务于这一目标。

通过近几年品牌的显著上升以及典型案例的累积，样板项目会在未来的时间里逐步累加，缩小与国际品牌的样板工程数量的差距，更多的证明企业能力。

6、公司今年大额投资了金茂服务，物联网基金二期，是什么想法？未来对投资的预算是如何安排的。

公司对于投资基本是非必要不投资，主要基于战略、合作等衍生需求。公司这些年做了几笔较大额的投资，主要有两方面的考虑，一是公司资金比较充裕，二是从制造业的角度，公司一直专注于电梯行业，也想通过投资来考察其他产业，以物联网基金为桥梁来与外部企业开展更深层次的交流合作。

物联网基金一期运营较好，所以公司继续联合原有管理团队发起设立物联网基金二期，从而继续深化制造业与物联网先

| | |
|--|--|
| | <p>进技术、数字经济的融合发展，推动公司的产品升级、技术创新、服务扩展。二期基金也会对外募集资金，公司拥有 GP 公司 35%部分股权，期望后期可以贡献投资收益。</p> <p>投资金茂服务系基于公司战略考虑，促进推动与优质客户的深度合作。公司拟大力拓展“在用电梯维修保养、在用电梯更新改造”业务，物业公司是重要的业务拓展场景；同时有利于进一步延伸物业公司控股母公司优势资源、产业互动，拓展下游行业头部客户，为公司主业发展提供支持，提高综合竞争力。目前在对接需求，以形成令客户满意的综合性服务方案。</p> <p>7、公司会否从零部件着手降低成本，例如加大零部件自制比例。</p> <p>公司坚持核心零部件自研、自制，不仅是从成本考虑，还有掌握核心技术，从而更好的参与电梯后服务市场的业务，以及使得企业获得可持续性的长期发展。</p> <p>8、公司分红虽然比较多，但分红率波动也比较大。公司的分红一般有哪些方面的考虑？</p> <p>首先考虑公司在手现金的规模，如果不能有效发挥资金的用处，会优先考虑分红。最近几年公司分红保持在每年 2 亿元以上的规模，与公司经营净现金流入是匹配的。</p> <p>9、能否介绍下成都 37 亿元中标的相关情况，做一些拆解。</p> <p>详细情况参阅公告：其中约 30%部分是设备订单，70%部分是长期性运维服务，共 1,700 多台设备。西部地区成都是一个战略性的城市，公司在当地也有产能投资，在当地的业务规模也比较大，利用好这次中标机会，深化在当地的 market 地位及业务模式。</p> <p>活动过程中，公司接待人员严格按照信息披露有关的规定，与投资者进行了充分的交流与沟通。没有出现未公开重大信息泄露等情况。</p> |
|--|--|

| | |
|----------|-----------|
| 附件清单(如有) | |
| 日期 | 2022年6月1日 |