

柳工投资者关系活动记录表

投资者关系活动类别	【请在您选择的方式的“（）”中打“√”，下同】 （ ） 特定对象调研 （ ） 分析师会议 （ ） 媒体采访 （ √ ） 业绩说明会 （ ） 新闻发布会 （ ） 路演活动 （ ） 现场参观 （ ） 其他（请文字说明其他活动内容）
参与单位名称及人员姓名	83 位投资者及分析师
时间	2022 年 9 月 7 日
地点	柳工总部会议室 电话会议
上市公司接待人员姓名	董事长兼 CEO 曾光安先生、财务负责人黄铁柱先生、董事会秘书黄华琳先生
投资者关系活动主要内容介绍	<p>交流会内容：</p> <p>一、董事长介绍公司近期情况：</p> <p>2022 年上半年比较特殊，上海疫情反复，中国经济差强人意，国际局势不太平稳。上半年工程机械行业整体下降 50%左右。柳工的拳头产品是土石方机械，装载机、推土机、平地机整体上表现优异，挖掘机业务通过调整产品结构、客户结构，使得同比下滑幅度减少。公司还有部分产品保持高速增长趋势，比如大型的矿卡、装载机、挖掘机，以及高空作业车，同比增幅都比较大。经过 20 多年的海外耕耘，公司在海外建立了完整的营销网络及产品线、供应链，今年迎来收获期，在东南亚、拉美、中东整体增长都不错，在北美和欧洲这些发达地区也取得了重大进展。不过公司现金流下滑，原因有三点：1、产品结构在去年下半年和今年上半年，市场下滑的幅度超预期，存货结构调整不到位；2、疫情的影响，客户经营承压，回款速度有所下降；3、海外业务大幅度增长，但海外经营账期较长，影响现金流。回顾上半年，我们还在内部进行了一系列的变革。第一个方面是技术创新，比如我们电动化产品、智能化产品、工业互联网推进速度都较快。第二个方面在重点客户的开发方面，进展不错。第三个方面就是体制机制的变化给公司带来了更高的效率和效益。</p> <p>二、投资者提问环节 Q&A</p> <p>1. 半年报提到矿山机械增长 100%以上，主要是哪些类型的产品？煤矿和</p>

非煤矿的比例大概多少？

公司的矿山业务目前处于快速发展阶段，包含了大型挖掘机、装载机、矿用卡车等，煤矿占比 70%，非煤矿（砂石骨料、金属矿山等）占比 30%。

2. 公司 2022 年下半年和 2023 年的利润率水平预计怎么样？

因为工程机械行业上半年已经有幅度很大的下滑，通过大客户的开发，下半年国内市场需求将可能持平或略有增长。今年董事会批准了在海外一些重要地区和国家投资，我们通过进一步深度市场营销来开拓海外市场，不管国际市场整体需求如何变化，公司有信心保持海外市场持续增长。

3. 十四五期间提出了三全战略，全面国际化、全面智能化、全面解决方案，目前公司在全面国际化和全面智能化上有哪些具体举措？

柳工已经有 20 年的国际化经营基础，目前公司优势产品比如装载机在全球的销量已经比较高了，未来要做好的是全系列产品的国际化，比如挖掘机、压路机、推土机，还有一些新的产品线。第二个全面国际化是从价值链角度出发，截至目前公司走的是中国制造全球营销这种模式，未来我们要在二十多个重点国家和地区进行深度营销，把公司的品牌、客户群、市场结构进行梳理，使公司产品真正成为当地被客户喜爱，能提供更好的经济型的产品。比如在印尼，我们之前每年大概 200 多台销量，今年会突破 2000 台，其 10 倍的增长就是很好的深度营销的例子。再比如印度现在对中国的投资是有限制的，而我们因为早期就投资了，而且柳工成为当地一个应该说很受尊重的品牌，与政府及社会各界关系也比较好，所以柳工在印度也进一步拓展研发制造体系，使柳工在印度的市场份额能够进一步提升。第三个全面国际化方面是过去中国从国外引进技术，未来中国企业特别是技术领先的企业，已经具备向海外输出技术和进行合资合作的基础，未来全球联盟能帮助我们进一步拓展海外市场。

全面智能化范围比较广，且和全面解决方案是分不开的。现在的客户采购，特别是中大型企业，采购的时候不是简单地选择一两台设备，而是全系列产品以及解决方案，比如矿山和港口施工的时候，因为他们终端的设备很多，设备管理就成了一个很头疼的问题，我们可以提供数字化管理和数据化的运营系统。第二个方面的智能化也是柳工于 2019 年全球首发的工程机械大型装载机、挖掘机的无人驾驶，这点近年来公司找到了很好的客户在进一步推广，会取得合适的场景应用。第三点是产品电动化。我们 2019 年开始推出的电动化挖掘机、装载机导入市场做的特别快，今年相比去年也有几十倍的增长（基数小）。除此之外，还有产品制造过程的智能化，公司已经公告过的建设装载机灯塔工厂，关键零部件的智能化改造投资，都是我们不断投入和加强的方向。

4. 电动化产品的收入体量大概多大？毛利率和传统燃油机比会高一些还是低一些？

工程机械电动产品，跟汽车不太一样，电动化应用现在实际上还是处于一个起步阶段，电动工程机械的价格，会在内燃机价格 2.5~3 倍之间。装载机板块是柳工的核心，所以柳工电动装载机今年市场占有率应该达到了 60% 多接近

70%。从电池到电池包、电控系统、减速机、变速箱等，公司都有很大的优势，这些核心技术都是我们自主研发的。在海外特别是欧美市场，我们也在抓紧推进电动化产品。欧洲工程机械要求比较高，但电动化进程慢，所以我们的电动化不止在国内，在海外也处于领先地位。当然，电动化产品的总体占应收的比例还比较低，但是根据调研，中国工程机械的保有量是 1000 多万台，而他们的碳排放相当于 2 亿多台乘用车的碳排放。趋势很明显，渗透率提升也非常快。公司的电动化产品可能是未来弯道超车的机会所在。

5. 请问领导如何看待下半年国内工程机械行业的情况？

上半年的情况大家应该也比较清楚了，受到疫情等方面影响，今年上半年整体的下滑还是比较大，但是随着下半年国家也确实出台了很政策，从 7 月 8 月已经过去的这两个月来看，大家也看到现在整个的降幅实际上是在收窄的，我们大致预判就是整个下半年会持续收窄，接下来可能到 11、12 月可能还会跟去年持平，甚至还可能会有小幅的增长。

6. 请问领导能否介绍一下公司在海外本地化发展，就全球化运营的具体进展和布局情况？

柳工在海外设有三个海外制造基地，分别分布在印度、波兰和巴西。印度和巴西这个是新兴市场里面规模比较大的一个市场，我们海外的本地化制造能根据当地市场的需求的一些特性，定制化一些产品和售后服务，这对我们本地市场的成长非常具有促进作用，而且我们的大部分员工约 90% 员工都是本地化的，基本上价值链和整个运营都是在本地化闭环。

柳工在海外有 5 个研发中心，主要是在欧美一些国家和我们有制造基地的一些地方，那么这个研发也是我们价值链当中的 1 个环节，跟当地进行配合。除此之外，公司还拥有 9 个配件分销中心及近 30 个海外机构，在全球拥有近 300 家经销商销售覆盖全球超过 170 个国家和地区，打造了中国工程机械行业在海外规模最大、覆盖面最广的国际营销网络。未来几年，虽然说海外市场需求可能会有下行，但我们相信依托于强大的渠道能力，能够实现增长。

7. 能否从收入利润率、研发体系、销售模式详细介绍一下咱们公司的矿山业务板块？

公司矿山业务处于起步和快速发展阶段，矿山机械的产品包括大型挖掘机、大型装载机、矿用卡车等。公司已经建立矿山机械研究院，并聘请国际国内的矿山机械专业人才，也借助柳工已有的各项专业技术（NVH、液压、电控等）积累，专注于大型矿山设备的开发，与关键供应商也形成良好合作。销售模式是经销加上直销相结合的方式，利用柳工国内国际的经销商网络促进矿山机械的销售，同时柳工自己的营销团队开发行业大客户，提升客户档次和柳工销量。

8. 海外业务的长期目标？

从现在往后推，在未来 3~5 年内，我们希望柳工海外业务能够持续增长，预测外部环境下滑 10% 的水平下，我们能够跑赢行业 20~40 个点。更远一点，

	<p>我们希望能够在未来柳工收入中占比超过 50%。</p> <p>调研过程中，公司参与人员与投资者进行了友好、充分的交流与沟通，严格依法依规开展，没有出现泄露未公开重大信息等情况。</p>
附件清单(如有)	
日期	2022 年 9 月 7 日