

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：2023-002

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 checked="" type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 路演活动 <input type="checkbox"/> 其他_____
参与单位名称及人员姓名	东证资管共 4 人；东吴证券研究所共 3 人。
时 间	2023 年 2 月 2 日 9:30-11:30
地 点	康力电梯总部
上市公司接待人员姓名	总裁朱琳昊、董事会秘书吴贤。
投资者关系活动主要内容介绍	<p>就近年电梯行业经营环境、行业竞争情况及康力的未来进行了交流。</p> <p>代表问题：</p> <p>1、行业现状及趋势的相关交流。</p> <p>2023 年房地产市场预期持续改善，稳市场、稳预期的导向在 2023 年预期十分明确。期待比 2022 年环境转好。</p> <p>国家的基础设施投资是稳定增加的。前两年疫情影响轨交建设规模增速下降，后续因为疫情积压的已批复的市场存量应该会释放，预期明后年城轨投资规模会逐步增加。康力要用好现有的优势，进一步巩固在该领域的行业地位，用好规模优势。2023 年，康力轨道交通的产品交付压力是相对较大的，会全面应对好，严抓产品质量；同时继续在轨道项目的投标中发力。</p> <p>关于出口市场，康力电梯存在很大的提升空间，内部通过组织结构调整、细化区域市场目标，以提升国际业务的营业额。</p> <p>2023 年，公司将继续加大重视合同质量及降低运营成本，</p>

做好针对战略客户的销售开发及产品开发。

2、行业竞争格局是否发生重大变化，公司的市场份额近几年是否有显著提升？

就康力而言，进一步增强忧患意识，坚定不移推动高质量国产替代战略目标，接受行业格局变化的考验。行业领先品牌市占率约 12%—15%，康力目前接近 5%，公司经过具体分析市场情况，结合营销变革，针对性的做市场竞争策略。

3、原材料价格走势及公司产品是否存在进一步的降本空间？

近几年公司产品主要原材料价格波动较大，利润率波动中，原材料的影响比产品价格下降的影响更大。对原材料价格的波动管理，始终是公司采购成本管理的重点。剔除原材料因素，技术改进、结构设计等方面仍存在降本空间。

4、战略客户的导入节奏，建立合作后是否会对公司现金流、产品价格造成压力？

积极开拓下游行业可持续发展优质客户是公司明确的战略目标，从建立合作关系到供货规模的批量扩大，通常需要 1-2 年的合作来检验实践。随着 2023 年房地产开发节奏的恢复，也会推动公司与战略客户合作的进程加快。

客户选择及合作模式都需要经过评估。公司以高质量国产替代为战略目标，对应收款常态高压化管理，调整客户结构，调整订单场景结构，加强对客户信用风险的评估，更关注价值营销、场景营销，积极进取，增加有效订单，优质订单。

5、公司对分公司等前线运营机构的考核机制。

公司聚焦变革发展，持续优化相关管理制度、流程和机制，持续拉通“战略、经营、绩效考核”，对分公司等前线运营机构的考核机制是全面多样化的，不局限于订单指标，还包括经营利润、应收款、工程、后服务市场，每个分公司都是单独的利润中心，员工的收入与绩效考核高度挂钩。

经过公司特有的考核与激励机制，公司前线营销人员队伍建设及综合素质得到加强，望吸引行业优秀人才的加入，以提升前线营销团队实战能力。

6、公司在电梯后市场业务的现状及未来的发展思路。

电梯后服务市场业务已纳入公司新战略模型中，建立新梯与后服务市场双向发展路径，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。用好康力已有的营销渠道优势、整机厂资质，积极发展大修、更新和改造业务，并通过智能化技术提升维保维护效率，降低维保维护成本，是公司高质量发展战略的重点之一。在确保公司健康发展的前提下，关注战略实施节奏。

7、公司的分红情况。

公司的分红政策自上市以来稳定且持续，目前在国内的产能布局基本已经完成，在没有资本相关的大额开支计划前提下，公司仍将不断坚持回报投资者，积极维护股东权益。

8、康力在未来 3-5 年的战略目标，公司对康力的核心竞争力进行了主动解读。

公司目前市占率与行业总空间相比，还有非常大的提升空间。未来将以高质量发展，不断提升市场份额为主要发展方向。

虽然康力拥有一定的品牌优势，更多思考的是，若拿掉康力品牌，康力的产品的竞争力在市场中如何全面体现。康力经围绕竞争的核心要素进行改善，变革。电梯行业的企业一味走低价策略、一味走渠道策略、不进行体系性的布局肯定会遇到发展瓶颈。

基于上述的差异化，公司聚焦“以客户为中心”的战略思想，制定出高质量国产替代战略目标。2021 年康力启动系统管理提升变革，结合内外部环境、行业趋势、竞争格局等因素，初步制定了 2025 年战略愿景及未来五年发展规划，明晰公司发展目标及路径。

	<p>接待过程中，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。前来公司进行现场调研的投资者已按深圳证券交易所要求签署调研《承诺书》。</p>
附件清单（如有）	
日期	2023年2月2日