

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：2023-003

投资者关系活动类别	<input type="checkbox"/> 特定对象调研 <input checked="" 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 type="checkbox"/> 路演活动 <input type="checkbox"/> 其他_____
参与单位名称及人员姓名	高盛集团伦敦投资研究部门组织的小规模调研会，包括 Yifan Zhang、Sreehitha Karne（GS-Tech）等分析师、投资者共 25 人。
时 间	2023 年 3 月 7 日 16:00-17:00
地 点	线上会议
上市公司接待人员姓名	董事会秘书吴贤、财务总监沈舟群
投资者关系活动主要内容介绍	<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>代表问题：</p> <p>1、国内电梯行业现状，房地产市场是否已有明显的复苏迹象，如果政府今年大力推动保交房，电梯需求会在短期内激增吗？</p> <p>国内经济的恢复是确定的，公司前线营销活动的开展、对市场信息的反馈较 2022 年均有较好的改善。今年大环境是政府提出有效防范化解优质头部房企风险，促进房地产业平稳发展。特别是政府 2023 年将 GDP 增速设定为 5%左右，对基建利好，还有保障性住房、棚户区改造等带来的需求。</p> <p>保交楼是否起到刺激效果主要是看政府推动力度、融资环境及房企复工进度。今年 1 月份，金融层面加大了保交楼的支持。终端销售回暖应该比复工好些，“保交付”对竣工和需求</p>

的拉动需要一定过程。工业地产、物流地产、康养地产、文旅产业、园区建设，这些地产的细分领域近年一直机会很好。总体房地产相关的预期有较好的改善。

2、房地产行业的资金链问题，对公司应收账款有什么影响？

近两年房地产信用风险不断上升，部分地产客户财务状况困难，且付款条件恶化，公司对应收款常态高压化管理，加大历史应收款催收处理。同时，近几年提升经营管理水平是公司管理变革主线，包括从签约到交付的全流程节点控制，安全、质量、应收款更是重点。房地产行业也在结构性转型，康力的客户比较分散，去年公司有一些特别计提，但公司资产质量安全，无有息负债，对经营性现金流高压管理，公司不存在流动性风险。

3、对未来行业竞争格局有何看法，政府是否会对本土企业出具一些有利政策？

政府对本土企业的支持主要体现在重点支持本土企业建设创新载体、攻关核心技术和引育优秀人才上。中国的电梯产业是充分竞争的市场，目前整体市场环境有利于优质国产品牌的攀峰再发展。例如轨道交通领域对国产电梯的接纳，去年康力在中国轨道交通领域的中标数量做到了全行业第一名；地产行业的央企、国企寻找优秀国产电梯品牌补充到供应链，从康力身上也已经验证优秀的国产品牌电梯正加快进入到大型国央企的供应链中，2022年是公司重要的突破年。

行业政策上看，较为重要的，2022年国家市场监管总局组织对《特种设备安全监察条例》进行了修订，征求意见稿在2022年11月出台，其中增加对电梯产权单位自行选择单位进行电梯改造或修理的规定等。原规定是电梯的安装、改造、重大修理，必须由制造单位或者通过合同委托的单位进行，新的条例有望修订。电梯使用单位可以自行选择取得相应资质的单位进

行电梯改造、修理，改造单位加贴设备铭牌，并对电梯安全性能负责。这条是有利于具有改造技术能力的优秀国产品牌电梯企业加速进入第三方改造业务。

4、公司在电梯后市场业务的发展？

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。而我国维保人才短缺，按需维保的推动仍需要物联网、数字化技术的进一步研发提升。

从长期来看，公司持续对优质可持续发展型地产客户的价值营销开发，将显著增强从新梯销售到后服务全生命周期价值合作的机会；轨道交通领域存量项目数量的积累也会为后服务业务发展成有竞争力、可持续发展的利润中心打好基础。

康力清晰的认知，在深耕新梯业务提质发展的同时，必须加大在存量市场转型发展的力度，以此扎实新的增长点。2021年报已披露，将目标定为 2025 年后服务市场业务占比不低于 15%。

5、未来并购中小电梯企业的机会？

目前从产能布局和渠道资源等来讲，康力在过去已经投入了非常多的资源，能够匹配既定战略发展目标。公司目前不需要通过并购中小电梯企业来成长，也没有小的电梯厂商来寻求并购。未来如有遇到，具体问题具体分析。

6、公司由订单转化为营业额的周期？

订单转化为营业额，跟产品结构有比较大的关联。来自于经销商的订单，一是要看项目落地时间，如进入落地阶段，一般约为 3 个月左右。如提供安装，或大型战略客户，验收与建筑交付时间挂钩，可能要 6 个月到 9 个月左右。轨交类的订单，从订单转化到收入，有些时间常较长的需要 1-2 年。要根据订单产品结构、订单渠道来区分。电梯产品是定制化产品，弃单

	<p>少，绝大多数都会转化，公司跟着客户的工期节奏。</p> <p>7、公司出口业务在国际市场上的机遇？</p> <p>公司 2022 年对国际业务做了组织架构上的拆分，去年整个出口业务取得了较好的成绩，量质齐升。去年外资品牌退出俄罗斯市场，公司在当地拿到了不错的高速电梯优质订单，有许多 4 米 / 秒、5 米 / 秒的高速电梯项目，既证明了康力产品的实力，也提振了公司出口业务的发展信心。公司是需要持续扩大出口业务规模，康力也具备行业内最完整的一个整体产品和服务的一体化解决方案组合，2023 年国际电梯展会也将重新开放，公司会继续参加，看好出口业务在未来几年的增长潜力。</p> <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。</p>
附件清单（如有）	
日期	2023 年 3 月 7 日