

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：2023-004

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 checked="" type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 路演活动 <input type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 其他
参与单位名称及人员姓名	投资者网上提问
时间	2023年4月10日
地点	公司通过全景网“投资者关系互动平台”（ http://ir.p5w.net ）采用网络远程的方式召开业绩说明会
上市公司接待人员姓名	1、董事、总经理 朱琳昊先生 2、独立董事 马建萍女士 3、董事、副总经理、财务总监 沈舟群女士 4、董事、副总经理、董事会秘书 吴贤女士
投资者关系活动主要内容介绍	<p>典型问题如下：</p> <p>1、请问公司如何评价去年的业绩表现？2023年的经营计划是什么？</p> <p>尊敬的投资者您好！2022年是非同寻常的一年，不论是对于我国宏观经济，还是房地产行业而言，都处在改革与调整的深水区，受此影响，电梯行业也经历了首次下滑，竞争态势不断加剧。2022年公司积极应对挑战，统筹推进中长期战略举措及年度经营计划，在战略客户、轨交、海外市场等取得了亮眼的成绩。同时2022年是公司深化变革的第二年，公司从战略导向、价值创造、业务转型和开拓、优化资源配置及企业文化建设等维度，坚定推进变革重塑，充分挖掘新业务、新技术、新市场机会，取得了积极的进展。2023年公司将继续在产品 and 解决方案竞争力、市场运营和客户经营能力、组织变革和管理优化等方面持续提</p>

升，具体经营计划请参照公司年报第十一章公司未来发展展望相关内容。

2、能否介绍一下公司未来三年、五年增长规划？

尊敬的投资者您好！在电梯行业形势发生显著变化及公司深化变革的背景下，公司管理层基于内外部发展环境，确立了“稳增长、调结构、增效益、控风险”的发展方针，业务格局上公司将从新梯销售为主向电梯全生命周期业务系统性拓展升级。为系统性推进公司高质量、可持续发展的战略目标，公司将从市场和客户需求出发，从解决方案、营销模式等方面创新升级，加强营销能力建设，稳步提升战略客户覆盖目标，并优化客户结构；建立多层次多维度的客户关系，提升客户经营能力，加强同战略客户和核心合作伙伴在全生命周期业务上的合作，系统性布局后市场业务，加速业务结构的调整；在战略、组织、流程、文化等层面推进公司变革，完善面向市场的产品研发体系及运营能力，持续优化从客户需求到客户满意的全过程管理，提升端到端的管理体系和管理能力；打造开放创新，合作共赢的产业生态；发扬以奋斗者为本、坚持自我改进和不懈的奋斗精神，完善公司考核和价值分配机制，夯实驱动公司高质量发展的文化和人才基石。

3、公司的变革愿景是什么？如何评价管理变革近三年来的效果？公司现有的人员结构是否能支持变革愿景的实现？

尊敬的投资者您好！公司变革的愿景是建立以客户为中心的科学管理体系，围绕价值创造流，建立市场、销售、服务和产品的先进管理体系，建立能够牵引和驱动价值创造流的牵引体系，包括战略管理、组织变革、管理优化等。经过两年多的实施，公司在治理架构、决策机制、干部导向、变革管理、战略管理、全面预算、绩效管理、大项目运作机制、产品上市等方面逐步形成标准化、制度化管理系统。公司也在根据发展需要，全层级推进

干部梯队建设，优化提升干部队伍整体水平,切实为高质量突破发展锻造过硬的中坚力量支撑。

4、作为一家专业电梯企业，贵司非常具有投资战略眼光，早在18年就设立了物联网基金，请介绍一下贵司在电梯智能化、芯片、物联网、人形机器人方面的业务规划及投资情况，另贵司有没有考虑发展托育机器人来助力解决当前托育养老社会问题？

尊敬的投资者您好！公司电梯智能化的研究方向主要为物联网、人工智能技术与电梯产品及使用场景的融合，以期衍生出针对不同场景的智能化解决方案及新的商业图景。芯片和物联网领域投资主要通过苏州康力君卓股权投资中心(有限合伙)、苏州康力君卓数字经济产业投资基金合伙企业（有限合伙），已投资项目包括敏芯股份、康众医疗、思必驰、博云科技、寻息电子、磐启微电子、能讯半导体、中科海芯、科阳半导体等，人形机器人主要运营主体为康力优蓝。关于您提到的托育机器人属于服务机器人范畴，服务机器人需要技术成熟度和实现成本在具体应用场景功能性上的有机结合；我公司全资子公司苏州康力科技产业投资有限公司投资了苏州瑞步康医疗科技有限公司，主要从事智能假肢及康复器具的研发。除此之外我们暂未布局其他服务机器人企业，我们旗下投资平台也在密切关注服务机器人领域技术发展情况，寻找合适的投资时点和标的，以及同电梯产品的应用结合。感谢您的建议。

5、最近 AI 很火，以后研发的电梯会是 AI 智能电梯吗？谢谢。

尊敬的投资者您好！公司专注于电梯行业，建立基于物联网技术的智能电梯云服务平台，包含了电梯整个生命周期的管理。公司将人工智能技术在电梯、扶梯应用，实现人脸识别、电动车识别、宠物识别、人流统计、行李检测等。公司通过物联网、人工智能的广泛链接，深度定制智慧电梯，让生活变得更智能。从

广义的角度来看，我公司的电梯均已具备一定的智能性。同时，通过公司建立的基于物联网技术的智能电梯云服务平台，可将电梯的运行状态实时推送至我公司售后中心。公司也通过康力君卓物联网基金投资行业内优秀企业，积极探索物联网与电梯融合。

6、在和央企国企地产战略合作中，落地的项目具体情况如何？将来预期如何？

尊敬的投资者您好！2022 年公司通过“销售、解决方案、交付与服务”铁三角项目运作及场景化营销模式，着力提升方案能力和市场竞争力，新开发客户中，经营稳健、定位中高端的国央企客户数量显著增加，部分客户为首次向国产品牌开放战采库，体现了市场认知的日趋成熟和对国产品牌竞争力的认可。目前大部分合作的央企和国企客户已进入项目订单及采购阶段，新开发的部分战略客户在根据既定计划，围绕客户产品系列定制开发差异化的产品和解决方案阶段。国央企、优质民企在本轮地产出清周期内扮演着越来越重要的角色，随着公司对这类型客户的覆盖率提升，以及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，有利于公司实现“稳增长”“调结构”的高质量发展目标。

7、贵公司在新梯业务和售后服务市场，哪一块增长速度较快，未来有什么规划？

尊敬的投资者您好！从市场端来看，随着电梯保有量及使用年限的增加，电梯存量市场的商业价值在加速释放，后服务市场进入快速增长期。从 2022 年经营情况来看，公司安装及维保业务收入增速也超过新梯业务。公司确立了新梯与后服务市场双向发展路径，加速公司由新梯销售为主向电梯全生命周期业务系统性拓展方向进行系统性升级，公司将加大在后服务市场领域的投

资力度，着力提升分公司后服务市场的经营能力；加强同战略客户、合作伙伴全生命周期业务的合作及持续加强电梯物联网投入和建设，围绕数字化后服务运维变革，重点推进预测性维护等方面的技术研发和投入。

8、公司战略大客户营收占比约为多少？近年是否有提升？公司是否有具体的加大战略客户开拓的措施？

尊敬的投资者您好！在这个强者愈强、强者恒强的激烈竞争时代，想持续赢得客户的认同绝非易事。“以客户为中心”的经营宗旨下，康力在商业力（战略与市场牵引业务）、客户力（营销服务）、平台力（公司治理与数字转型）、产品力（产品研发、制造与供应链）这些方面融合和协同发展，求新求变。公司坚持聚焦核心客户，服务客户，通过产品全生命周期的高质量场景化营销，为客户持续创造价值。2022年公司优质战略客户开拓成绩显著，覆盖客户包括碧桂园、华润置地、中海地产、保利发展（区域）、中国金茂、华侨城、新城控股、龙湖地产、中国电建、中国华能、万科、中建五局、中建三局、中建科工、北京城建、建业集团、华南城、合景泰富、远洋地产等，新开发客户中，经营稳健、定位中高端的国央企客户数量显著增加。前线业务上，公司营销变革向纵深推进，推广项目全周期的“铁三角”阵型，实行分层分级的大项目管理机制，销售、解决方案和交付与服务的铁三角团队协同作战，贯穿项目全过程并分阶段匹配责权利；公司持续完善前线运营中心架构管理，提升组织综合能力，加强营销骨干培养学习，提升客户开发和客户经营能力；面对复杂的经营环境及诸多挑战：公司以合作共赢、共建产业生态为宗旨进一步强化市场对公司品牌的认可。

9、今年还有什么对外投资吗？

尊敬的投资者您好！公司深耕电梯主业，同时以投资为纽带，

加强与新兴产业互动，深化制造业与物联网先进技术、数字经济的融合发展。公司目前主要有苏州康力科技产业投资有限公司、苏州康力君卓股权投资中心(有限合伙)、苏州康力君卓数字经济产业投资基金合伙企业(有限合伙)三个投资平台，重点关注智能制造、物联网、数字经济领域，其中公司对康力君卓数字经济基金认缴出资规模为2亿元，截止目前已出资4000万元，余下部分将陆续根据基金的投资安排分年出资。总体上，公司会严格控制对外投资规模，重点关注能够推动公司业务板块、产品升级、技术创新、服务扩展、财务收益的协同机会，寻找新的业务增长点。

10、2022年康力电梯轨道交通具体中标总额及市占率是多少呢？

尊敬的投资者您好！根据信息汇总，公司2022年轨道交通业务全年行业领跑。中标金额约40.31亿元，占比约全国中标金额48%。中标项目数量、中标总金额和总台量等关键指标均行业领先。

11、公司与日本三菱电梯的差距预计能在几年内消除？

尊敬的投资者您好！日本三菱电梯目前在国内以中外合资的上海三菱电梯为主要经营主体。电梯作为工业品从产品设计、性能偏好等种种指标，不同品牌也有不同的技术调性，不能笼统的用差距来定义。超高速电梯的应用数量上由于历史项目数量积淀原因存在差距，国产品牌的产品成熟度需要通过市场的检验继续打磨和证明。康力电梯持续的研发投入，构建了康力几项核心能力：（1）全场景电梯解决方案：以速度分类电梯产品线覆盖0.25-10m/s，满足“99%”市场需求；扶梯产品线系列全，重载扶梯行业领先；包括从维保到大修改造的全生命周期服务方案。公司产品适应各种场景，已为全球100多个国家提供全场景电梯

解决方案。（2）以自主研发为支撑，构建了零部件到整机的一体化自主研发体系，核心能力覆盖控制系统，曳引系统，门机系统，上下部驱动系统，人机界面，外观设计等，面向电梯全生命周期管理所需的轿厢系统升级、扶梯系统升级、控制系统升级、人机界面及装修升级、驱动系统升级、电梯整体升级等业务需求。可以说，国产品牌电梯中部分优秀品牌靠多年的积累已经走在了技术第一阵营，可以抗衡一线外企，制造的产品质量、性能能满足客户需求。

12、老旧小区加装电梯看起来是行业明确的增量，但康力的加装电梯子公司报表既无收入体量，利润还亏损。感觉没摸着门，公司在这个板块究竟是哪方面的运营能力不足，还是没把加装作为战略业务范围？

尊敬的投资者您好！加装梯市场决策过程和审批程序相对复杂，目前整体市场容量仍然不大，但随着老龄化进程及居家养老的推广，作为民生工程，加装梯市场总体向好。当前这个市场呈现出一定的局部性特征，以广东、上海、成都、杭州为代表的城市地方性推动较快。目前公司通过康力幸福加梯公司独立运营加装梯业务，有些相关营业收入反映在新梯销售内，未全部反映在幸福加梯公司报表内。加装梯业务模式同传统新梯业务有显著区别，公司会进一步进行资源投入，发展旧楼加梯经销商体系，进一步发展产品体系，力争通过机制盘活公司在旧楼加梯市场的业务机会。

13、2022 年公司垂直电梯销量及业务收入下滑的具体原因是什么？是否有进一步改善的措施？

尊敬的投资者您好！电梯新梯业务与房地产行业发展关联度较高。2022 年全国商品房销售额 13.33 万亿，同比下降 26.7%。行业市场信心不足，下游新开工、施工意愿不高，对电梯行

业的订单及出货产生了一定程度影响。根据国家统计局及海关数据，2022 年全国电梯、自动扶梯及升降机产量较上年同期下降 5.89%，为国内电梯行业新梯产量统计数据首次下滑。公司面对严峻的市场形势，通过加强品牌管理，加大市场开拓力度，特别是在轨交类项目上持续发力，使得营业收入与上年度基本持平。2023 年，国内经济的恢复相对是确定的。公司前线营销活动的开展、对市场信息的反馈较 2022 年均有很好的改善。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。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。同时，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。没有不好的行业，只有不好的企业；没有不好的赛道，只有不好的赛手。电梯成就康力，持续的业绩攀升来自于 25 年的专注与锤炼。只要我们始终不偏离以客户为中心，更科学推进以奋斗者为本、长期艰苦奋斗的底色，坚持自我改进，康力一定可以在发展的路上勇毅前行、持续提升。

14、如此多的优质战略客户突破，为什么直梯台量还是在 3 万左右徘徊呢。是因为目前只是试探性合作吗？

尊敬的投资者您好！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。过去几年，因为下游地产行业环境的变化，公司经营

上注重风险管控，关注有效订单及优质订单。虽然台量仍维持在3万台多，但从经营性现金流、客户结构来说，是注重“稳增长、调结构、增效益、控风险”的发展方针。我们也提供给了股东长期、持续的现金分红回报。

15、公司的研发费用支出也不算低，但这些研发成果在评标中有没有形成技术优势，有没有核心研发成果在市场上形成独有优势？

尊敬的投资者您好！康力电梯作为中国品牌龙头企业，部分产品打破了曾被外资企业长期垄断的市场，得益于康力电梯自主研发的实力和能力。在很多项目的投标过程中，都是需要经过客户关于商务标、技术标的打分。公司坚持科技创新，持续以稳定的研发投入致力于核心部件开发、产品平台建设，构建了核心技术自可控的、基于“中国芯、康力芯”打造的全场景客流电扶梯运输解决方案。目前我们的整机制造所需零部件的自给率已经达到60%，康力电梯基本上每年都会推出多项新的电梯技术。比如2022年6月浙江千岛湖燕山文化景区工程，康力电梯以3台提升高度分别为42米、35米及25米的倾斜角度23.2°超级扶梯亮相5A景区，刷新康力景区工程单台自动扶梯提升高度新纪录。12月，KLK2高速电梯荣获2022“江苏精品”认证，并获科技鉴定“超高速电梯减震降噪设计关键技术”达到国际先进水平。2022年海外市场KLK2高速电梯订单增长明显。截至2022年12月31日，公司共获得有效专利数1071件，其中发明专利81件，实用新型专利917件，外观设计专利73件；获得国外发明专利23项；拥有自主知识产权的软件著作权32项。谢谢！

16、感觉一边挣一边扔，公司采取了什么措施，减少损益？

尊敬的投资者您好！理解您的问题应该是针对公司的业绩波

动。仔细观察，自 2016 年以后，中国的电梯行业实际上进入了新的时代，一个企业管理变革的深水区。无论是下游环境的变化，原材料价格的波动，外部环境等，都和以往大不一样，行业内企业经营走势分化。正是基于类似您关注到的问题及风险，公司于 2021 年启动了系统性变革。康力希望通过系统变革，进一步推动公司战略升级，实现长期高质量发展。中国电梯产业蓄积着巨大的创新及变革潜能，无论是主动的自我提升亦或时代大势的倒逼，公司都需要进入改革深水区，通过变革夯实全新康力根基。前台要聚焦客户，充分理解客户需求，提升电梯全生命周期系统服务解决方案的综合能力，持续加大行业领域前沿技术创新投入，加快高质量国产替代，提升解决卡脖子技术难题，用高质量的产品、具有独特价值的解决方案以及优质的交付与服务，赢得广大客户，提升市场份额，我们要主动开拓行业新增长点，实行立体军团作战，充分发挥铁三角组织在客户价值创造中的核心作用，稳健且快速提升经营绩效水平和品牌综合实力。中台要以智能化、数字化、网络化等手段进一步提升快速交付能力和精益制造能力，完善和优化供应链的稳定性和可持续性，进一步系统性提升全面质量管理水平和质量竞争能力。后台要以服务为本、优化规则、缩短流程、简化管理，转型成为服务型、支撑型与赋能型组织，成为懂业务的奋斗伙伴，提供高效协同的专业化支撑，做到快速响应的满意卓越服务，让中台和前台满意。前、中、后台充分拉通和融合，形成合力。一切行动围绕客户和前线。公司将长期致力于坚持高质量发展电梯主业，锻造出更具竞争力的中国制造品质形象，为投资者创造良好的经营收益及长期分红。

17、康力优蓝现在运营情况怎样？有没有上市计划？

尊敬的投资者您好！公司不直接参与康力优蓝的经营决策，康力优蓝在经营团队的带领下独立自主经营，关于康力优蓝的具体经营情况，烦请以康力优蓝对外披露为准。2022 年报告期末，

考虑到该参股公司近年融资渠道受阻，未有改善迹象，公司在谨慎基础上对该等长期股权投资暂估其可收回金额，并按其低于账面价值的差额计提资产减值准备，当年计提金额为 10,660,600.00 元。

18、公司的电梯直接销售模式，收入确认一定是安装调试验收过后才确认收入么，会不会按照发货到客户地点，安装进度百分比分阶段确认收入？

尊敬的投资者您好！公司电梯、扶梯销售一般可以分为直销、代理以及出口销售。直销模式下，公司于电梯、扶梯安装调试完成及验收合格时确认销售收入；代理模式下，公司于电梯、扶梯发出给客户，并经其签收后确认销售收入；出口销售于电梯、扶梯发给客户，取得出口报关单时确认销售收入。

19、说说资产减值情况。

尊敬的投资者您好！2022 年度公司对应收票据、应收账款、其他应收款、存货、合同资产、其他流动资产、长期股权投资计提信用减值准备及资产减值准备的总金额为 127,041,359.66 元，其中应收票据-3,895,104.94 元，应收账款 71,876,902.96 元，其他应收款 24,795,718.15 元，存货 6,591,556.76 元，合同资产 14,011,686.73 元，其他流动资产 3,000,000.00 元，长期股权投资 10,660,600.00 元。详见公司资产减值公告，公告编号：202305。谢谢！

20、公司电梯产品直接材料在营业成本中占比未 50%，同行某品牌最新年报为 90.83%；扶梯直接材料在营业成本中占比为 23.69%，同行某品牌最新年报为 83.91%。同为电梯行业公司，直接材料成本占比差异为什么如此之大。公司自身的直梯和扶梯直接材料占比差异也有 27 个点。请解释一下，谢谢。

尊敬的投资者您好！造成此差异的原因是计算的方法不同：本公司年报披露中的原材料占营业成本比重是该类产品的原材料成本占总营业成本的比重，同行某品牌公司披露的比重是按该类产品的材料成本占该类产品的营业成本的比重。感谢关注康力电梯。

21、你好，请问成都地铁 31 亿标，中标时期钢材价格高位。现在价格回落的话，是不是意味着同样价格，公司利润就增厚？

尊敬的投资者您好！原材料价格回落，材料成本下降，成都轨交项目的预算利润会比投标时的概算利润增加，并且公司对轨交类大项目进行按项目采购竞标，利用采购批量优势降低采购成本，提高项目利润。

22、前段时间钢的价格很低，公司有没有大量采购，以应对原材料价格高企的情况？

尊敬的投资者您好！公司根据全面预算，对原材料及主要部件供应商预付部分货款的方式，签订锁定价格的采购协议，实现风险共担、利益共享，另一方面，公司持续不断地挖掘和培育合格供应商，优化和完善供应链体系。

23、公司在现阶段发展中，面临房地产动荡，材料价格波动公司从财务手段如何把控收入周期？

尊敬的投资者您好！公司按照企业会计准则中收入准则的规定确认收入。受房地产行业周期影响，住宅类电梯的市场需求量有所下降，但由于公司近几年深耕轨交市场，并持续发力，公司轨交收入持续增长，2022 年公司营业收入与去年基本持平。

24、请问一季度业绩如何？

尊敬的投资者您好！有关一季度业绩情况，敬请关注公司届

	时对外信息披露。谢谢!
附件清单(如有)	
日期	2023年4月10日