

证券代码：000425

证券简称：徐工机械

徐工集团工程机械股份有限公司 投资者关系活动记录表

编号：2023-03

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（请文字说明其他活动内容）
活动参与人员	汇添富基金、华安基金、鹏华基金、嘉实基金、中信保诚基金等 314 家机构/人员
时间	2023 年 5 月 5 日 14:30-16:30
地点	网络方式
上市公司接待人员姓名	董事长杨东升，独立董事耿成轩，副总裁、徐工进出口总经理刘建森，副总裁、徐工挖机总经理宋之克，副总裁蒋明忠，副总裁、财务负责人于红雨，董事会秘书费广胜等
交流内容及具体问答记录	<p>（一）董事长介绍公司目前情况</p> <p>主要经营指标继续领跑行业，2022 年，公司全年营业收入 938.17 亿元，其中国际化收入 278.38 亿元，同比增长 50.5%；出口收入 216.3 亿元，同比增长 70.5%，增幅远超行业，出口占有率提升 2.42 个百分点；新兴产业收入 167.2 亿元，同比增长 28.8%；新能源产品收入 42.7 亿元，同比增长 134.8%。公司 22 类主机综合占有率提升 1.19 个百分点，连续两年位居全球行业第三、连续 34 年稳居国内行业第一。起重机械、移动式起重机、水平定向钻继续保持全球第一，13 类主机居国内行业第一，累计拥有国内行业最多的七个单</p>

项冠军产品和企业。

2023 年一季度，公司营业收入 238.13 亿元，归母净利润 15.23 亿元，继续保持国内行业领先，销售净利率较去年全年提升 1.91 个百分点，主机产品占有率同比提升 1.62 个百分点。出口收入、国际化收入增长双超 50%，海外企业收入全线增长，其中欧洲、北美战略性市场同比增长 85%，战略性产品挖掘机同比增长超 60%，新兴产业同比增长超 60%，新能源产品收入 22.29 亿元，同比增长 2.2 倍。

对行业全年的预判是：一季度承压，二季度逐步恢复，下半年稳定复苏，全年有望筑底企稳。公司将巩固优势长板、正视差距短板、全力突破提升，重点抓好三个经营任务，一是压降应收账款，二是压降存货，三是通过稳价、降本、调整产业结构、产品结构、业务结构“一稳一降三调整”提升毛利率。

(二) 独立董事耿成轩发言

(三) 互动交流——分为语音互动交流、文字互动交流两个环节

第一环节：语音互动交流环节

1、公司混改前后管理改革的具体措施以及何时有所成效？海外市场今年的增长目标？

答：(1) 徐工的混改是从 2018 年开始的，2022 年实现重组整体上市；改革的具体措施主要是建立现代企业制度，转换体制机制，更加规范化、市场化、科学化管理；同时已经实施职业经理人制度，并推动覆盖近 2000 人的股权激励计划，通过一系列手段转换经营机制，把改革的成绩最终体现到企业高质量发展上来，激发公司的创造力、竞争力和活力，为股东创造更多的回报，这些措施已经开始在公司内部逐渐落地，改革成效会在今年二季度乃至下半年逐渐显现；中长期目标到十四五末继续保持国内行业第一、争取进入或接近世界第二，到 2027 年进入世界前二。

(2) 海外市场行业一季度略有遇冷，但徐工的出口增

速尤其是海外落地销售收入是与去年同期完全一致的，2022年一季度增长60%，今年一季度是超70%，存在区域性问题的，预计全年继续高速增长；具体措施在于阵地前移、驻地深耕、裂变发展、强基赋能，核心战略目标还是渠道为王，到目前为止已接近340家经销商、2000多个网点，包括经销商在内所有的服务、销售队伍超过5800人。

目前公司被欧美高端市场所认可，2022年公司在北美增长240%，我们的发展速度也能说明我们的产品已经被北美市场高端客户所接受。另外欧洲去年增长211%。今年一季度在欧美的增速仍然很快。

2、2022年报和今年一季报有比较多计提的减值损失，高于同行，后面预期？

答：出于徐工机械一贯的谨慎性原则；公司应收账款和库存两项资金占用比较大，今年整体要压降。

3、挖机出口增速放缓，公司今年海外出口目标是否调整？各个细分板块如何拆解？挖机市场份额的目标？

答：（1）挖机是公司拳头产品，土方机械全球市场空间5500亿人民币；今年一季度公司挖机及矿机出口高速增长，预计二季度及下半年挖机产品会继续发力，核心原因在于挖机产品型谱越来越完善，对海外产品的适应性越来越强；另外客户也逐渐认可公司产品品质，尤其是可靠性；从一季度来看，40-47吨中大吨位的增长远大于小吨位产品，也突出了徐工强大的挖机研发能力。

（2）区域占比情况：降序依次为东南亚、中亚、非洲、印尼、南美、欧洲、北美、西亚北非、中美洲、大洋洲。

（3）销售产品对比来看，挖掘机已经占到29%，二季度到下半年会突破30%，继续提高出口占比。矿山机械板块也是公司在国内具有独特性优势的，具有700吨以上矿山机械整套解决方案的只有徐工，全年大幅增长是有信心的。

4、今年市场后续？

答：预计今年行业整体降幅同比收窄，下降5-10%之间；

预计这一轮周期拐点位于 2024 年中期左右，2025 年重新步入景气周期。

5、毛利率趋势和价格策略？

答：（1）2023 年一季度毛利率环比大幅提升 2.76 个百分点，绝对值差距在于产品结构因素；毛利率未来还有提升空间，一稳：稳收入增长、价格，一降：降成本（材料、采购降本），三调整：提升中高毛利产品收入占比，减少低毛利产品收入占比，加大海外业务收入占比（毛利率、利润空间大于国内）。

（2）毛利率未来提升计划：二季度环比提升 1 个百分点，下半年比上半年继续提升；全年努力提升毛利率 3 个百分点。

6、出口需求？

答：行业有季节性影响，以及大宗商品价格下降等间接影响产品需求，例如一季度锂价从 60 万/吨下降到 20 万/吨，对锂矿开采企业信心有所打击，导致其对矿山机械等产品需求下降，但大宗商品最近止跌回升，矿山机械或中大挖掘机的需求逻辑仍然是存在的。公司全球市场占比还比较低，未来应当坚定信心。

7、四季度出现亏损的原因？

答：（1）在客户选择、客户质量方面加强信用管理，四季度收入相比前三季度均值减少约 60 亿元，影响毛利 10 亿元左右，这是最主要的因素；（2）四季度接近 2 亿的汇兑损失。

8、相比外资同行，徐工最需要提升的是哪个方面？

答：公司最大的变化在于从过去单一追求规模增长，转向追求高质量发展、更加注重企业稳健经营。（1）继续深化改革，以改革创新为动力，持续加大创新投入，围绕市场、客户需求，围绕智能化、网联化、电动化、绿色化，使创新和市场紧密结合；（2）在管理上要不断提升，夯实经营管理的精细化能力和水平；以及要让业务可控，业务下沉、数据

上移；(3) 国际化，加大国际市场体系的建设投入，提高海外体系作战能力以及风险管控水平。

9、混改以来，哪些是做得比较满意的，哪些是做得不够满意的，以后需要重点提升的？

答：比较满意的在于精细化、高质量经营的理念和思想已经渗透到从公司高层到各个事业部中层再到业务末端，开始逐渐转型。还需要改进提升的地方在于要加快两项资金的周转速度，进一步提高盈利能力，用更好的业绩来回报广大投资者。

10、海外的竞争格局？

答：中国企业的崛起势不可挡，欧美市场对徐工产品非常认可，预计欧美区域 2023 年销售增幅继续高增长。

11、一带一路地区公司的市场拓展以及份额情况？

答：原来一带一路占我们 70% 左右的市场份额，2022 年已经降到 50%，公司在欧美高端市场的占比快速提升，趋势是要走向高端市场，但一带一路仍是我们要坚守的市场。

12、去年四季度和今年一季度表现较弱的原因？今年利润率提升的目标？

答：去年四季度由于之前说的多种原因导致利润出现负值，但今年一季度稳步持续环比提升；今年净利率保持增长，最终争取大部分板块的净利率达到或超过 10%。

第二环节：文字互动交流环节

1、主业后续增长趋势？

答：您好，从当前的行业形势来看，叠加行业周期性调整，形势依旧承压。但随着政策利好不断释放，房地产市场有望回暖，随着稳投资力度持续加大、基础设施投资提速等红利释放，将为市场企稳回升提供有力支撑。从行业预期看，基本呈现“前低中稳后高”趋势，公司对行业全年的预判是一季度仍将承压，二季度逐步恢复，下半年稳定复苏，全年有望筑底企稳。

2、行业趋势判断，国际业务发展计划与业绩预期？

答：您好，短期来看，国内行业主要从二季度开始进入调整期，且去年下半年至今调整幅度较大，结合当前外部大环境，国家加大基建投资等逆周期调节下，公司认为 2023 年下半年工程机械行业会迎来企稳、增长，预期未来 3 年行业能够实现平稳发展。海外市场保持良好趋势。基于经济持续恢复以及当前工程机械出口市场的良好趋势，出口市场依然能保持较好的增长。中长期看，首先，对国产品牌来说海外市场具有成长性特征，而且随着海外经济活动的正常化，海外市场压抑的需求将持续释放；其次，随着国产产品品质的提升，国内企业在海外的渠道布局的日趋完善，国产品牌相比外资品牌综合竞争力在提升，海外市场渗透率也会提高。最后，从在主要出口市场占比情况看，大部分产品仍有很大的提升空间。总体来说，十四五期间，国产品牌行业海外市场销量有望保持增长趋势，是工程机械行业的重要增大点。

3、2022 年海外分产品、分区域销量或销售额，今年海外市场展望？

答：您好，公司出口占有率提升 2.42 个百分点，八大区全面增长，亚太区、中亚区、非洲区、美洲区、欧洲区、西亚北非区、大洋洲区、南美八国分别增长 60.2%、68.82%、35.97%、217.94%、195.11%、27.19%、19.10%、99.29%。重点产品大幅增长，挖掘机械、中大装载机、轮式起重机、矿山机械、路面机械收入分别增长 48.56%、31.45%、74.05%、256.2%、24.87%。基于经济持续恢复以及当前工程机械出口市场的良好趋势，出口市场依然能保持较好的增长。中长期看，首先，对国产品牌来说海外市场具有成长性特征，而且随着海外经济活动的正常化，海外市场压抑的需求将持续释放；其次，随着国产产品品质的提升，国内企业在海外的渠道布局的日趋完善，国产品牌相比外资品牌综合竞争力在提升，海外市场渗透率也会提高。最后，从在主要出口市场占

比情况看，大部分产品仍有很大的提升空间。总体来说，十四五期间，国产品牌行业海外市场销量有望保持增长趋势，是工程机械行业的重要增长点。

4、徐工电动化战略在不同产品品种中的推进节奏？以及判断目前国内工程行业处于周期的哪个阶段？

答：您好，公司在行业内最早布局电动化产品，目前电动化产品：叉车、高空作业车/平台、装载机、港口机械、小挖/微挖、轮挖、水平定向钻、压路机、平地机、矿卡、随车起重机、环卫车辆、混凝土搅拌车、泵车、汽车起重机、矿用自卸车等。臂式高空作业平台、装载机电动化产品市场占有率行业第一，混凝土搅拌车、泵车、港口机械、环卫机械纯电动产品销量持续提升。目前行业处于筑底企稳期。

5、公司 2022 年前三季度都是盈利的，第四季度亏损，是什么原因？

答：（1）在客户选择、客户质量方面加强信用管理，四季度收入相比前三季度均值减少约 60 亿元，影响毛利 10 亿元左右，这是最主要的因素；（2）四季度接近 2 亿的汇兑损失；（3）公司 2023 年一季度毛利率环比提升明显，未来盈利能力会持续上升。

6、请问徐工的毛利率为什么相对低一些，主要是哪方面的原因？后续是否会改善？

答：您好，毛利率绝对数差距主要两个方面：一个是产品结构差距，徐工新兴产业贡献收入 25%，但处于成长期，规模效应还不明显，毛利率水平还不高，主要产品板块分布差异比较大，挖掘机是工程机械行业毛利率最高的产品，徐工挖机收入占比只有 20%多一点。二是可比产品毛利率还有提升空间，主要体现在原材料成本、直接人工和其他制造费用控制方面。预计毛利率二季度继续保持一季度环比增长趋势，下半年比上半年继续提升。

7、国内工程机械价格趋势？

答：您好，国内市场国四价格对比国三上调，叠加产品

	<p>结构优化，价格有一定提升。感谢关注！</p> <p>8、矿机收入和占比？</p> <p>答：您好，公司矿机一季度收入超过 20 亿元，保持快速增长态势。</p> <p>9、请问公司在大型挖掘机和矿业机械的竞争力？</p> <p>答：您好，徐工大型挖机和矿机将聚焦主战产品，以高可靠、高效率 and 低成本（客户使用成本和产品成本双低）为产品提升的内驱动力，以高端化、智能化、绿色化、成套化和自主化为产品创新的指导方向，扎实提升五大类产品核心竞争力，逐步扩大市场份额。</p> <p>10、请教下财务领导，公司应收账款和担保余额较大，未来如何压降，如何控制减值风险？</p> <p>答：您好，1. 公司进一步收紧了信用销售政策，严格控制分期销售业务，压降新业务应收账款；资本市场方面，公司在推进资产证券化，压降老业务应收账款。2. 公司启动了营销体系变革和智改数转，把高质量精益化营销体系变革作为公司当前工作的重中之重。国内深入规划调整了营销总公司抓总的职能职责能力建设，进一步提高销售预测精确率、产销衔接对号率、提高制造效率减少在制品，海外启动国际化营销服务体系和金融体系能力建设，海外区域进一步细化、区域总部职能进一步夯实、深耕细作海外市场、提高海外现货储备的精准性、控制海外库存；组建香港金融中心和重点市场金融赋能营销建设。</p>
附件清单	无
日期	2023 年 5 月 5 日