

证券代码：002367

证券简称：康力电梯

公告编号：202360

康力电梯股份有限公司

2023 年半年度报告摘要

一、重要提示

本半年度报告摘要来自半年度报告全文，为全面了解本公司的经营成果、财务状况及未来发展规划，投资者应当到证监会指定媒体仔细阅读半年度报告全文。

所有董事均已出席了审议本报告的董事会会议。

非标准审计意见提示

适用 不适用

董事会审议的报告期普通股利润分配预案或公积金转增股本预案

适用 不适用

公司计划不派发现金红利，不送红股，不以公积金转增股本。

董事会决议通过的本报告期优先股利润分配预案

适用 不适用

二、公司基本情况

1、公司简介

股票简称	康力电梯	股票代码	002367
股票上市交易所	深圳证券交易所		
变更前的股票简称（如有）	不适用		
联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表	
姓名	吴贤	陆玲燕	
办公地址	江苏省汾湖高新技术产业开发区康力大道 888 号	江苏省汾湖高新技术产业开发区康力大道 888 号	
电话	0512-63293967	0512-63293967	
电子信箱	dongmiban@canny-elevator.com	dongmiban@canny-elevator.com	

2、主要财务数据和财务指标

公司是否需追溯调整或重述以前年度会计数据

是 否

	本报告期	上年同期	本报告期比上年同期 增减
营业收入（元）	2,281,658,150.48	2,338,390,007.13	-2.43%
归属于上市公司股东的净利润（元）	229,603,358.75	125,661,925.02	82.72%
归属于上市公司股东的扣除非经常性 损益的净利润（元）	192,966,083.91	105,745,103.01	82.48%
经营活动产生的现金流量净额（元）	357,391,924.75	-8,660,706.70	4,226.59%
基本每股收益（元/股）	0.2918	0.1596	82.83%
稀释每股收益（元/股）	0.2910	0.1593	82.67%
加权平均净资产收益率	6.95%	3.90%	3.05%
	本报告期末	上年度末	本报告期末比上年度 末增减
总资产（元）	7,244,204,382.88	6,740,898,383.27	7.47%
归属于上市公司股东的净资产（元）	3,280,907,932.06	3,220,153,340.47	1.89%

3、公司股东数量及持股情况

单位：股

报告期末普通股股东总数	31,765	报告期末表决权恢复的优先股股 东总数（如有）	0			
前 10 名股东持股情况						
股东名称	股东性质	持股比例	持股数量	持有有限售条 件的股份数量	质押、标记或冻 结情况	
					股份状态	数量
王友林	境内自然人	44.92%	358,591,306	268,943,479		
康力电梯股份有限公司 —第一期员工持股计划	其他	3.77%	30,084,286	0		
香港中央结算有限公司	境外法人	2.46%	19,669,345	0		
朱美娟	境内自然人	2.16%	17,280,000	0		
上海守常私募基金管理	其他	0.69%	5,470,627	0		

有限公司一圭源守常腾 飞 5 号私募基金						
上海守常私募基金管理 有限公司一守常 5 号私 募证券投资基金	其他	0.60%	4,800,030	0		
中国工商银行股份有限 公司一富国中证红利指 数增强型证券投资基金	其他	0.53%	4,270,204	0		
上海守常私募基金管理 有限公司一圭源守常 1 号私募证券投资基金	其他	0.50%	4,000,085	0		
芜湖长元股权投资基金 (有限合伙)	境内非国有 法人	0.50%	3,951,361	0		
顾兴生	境内自然人	0.47%	3,732,400	0		
上述股东关联关系或一致行动的说明	上述股东中，王友林先生与朱美娟女士为一致行动人，除此之外，本公司未知其他股东之间是否存在关联关系，也未知其他股东之间是否属于一致行动人。					
参与融资融券业务股东情况说明（如有）	不适用					

4、控股股东或实际控制人变更情况

控股股东报告期内变更

适用 不适用

公司报告期控股股东未发生变更。

实际控制人报告期内变更

适用 不适用

公司报告期实际控制人未发生变更。

5、公司优先股股东总数及前 10 名优先股股东持股情况表

适用 不适用

公司报告期无优先股股东持股情况。

6、在半年度报告批准报出日存续的债券情况

适用 不适用

三、重要事项

2023 年上半年，面对复杂严峻的外部环境及艰巨的国内改革稳定任务，我国经济运行整体呈现回升向好态势。根据国家统计局数据，上半年国内生产总值同比增长 5.5%，经济发展增速整体回升、供需持续恢复、经济结构不断优化，彰显出我国经济发展的强大韧性和高质量发展的潜力。

随着经济运行的企稳回升，整体房地产市场也出现积极变化，主要体现在市场销售转暖和竣工提速方面：在前期积压需求集中释放带动下，上半年商品房销售面积虽进一步下降，但降幅收窄，同时商品房销售额取得正增长。根据国家统计局数据，2023 年 1-6 月份商品房销售面积 59,515 万平方米，同比下降 5.3%，商品房销售额 63,092 亿元，增长 1.1%，其中住宅销售额增长 3.7%；竣工方面，2023 年 1-6 月份房屋竣工面积 33,904 万平方米，同比增长 19.0%，其中住宅竣工面积 24,604 万平方米，同比增长 18.5%，“保交楼”政策取得实质性成效。

总体上，房地产行业正处于深度调整期，市场主体信心仍然疲弱，开发投资、房屋新开工面积、施工面积、土地购置面积等持续下行，房地产行业底部运行态势持续。同时市场供需关系也在发生重大变化，城市基本面的分化、消费客群及居住需求的变化等加速房地产行业发展逻辑的转变，房地产行业迎来周期拐点并进入结构调整期，预计调控政策的优化调整也不会改变这一中长期趋势。长期来看，虽然房地产市场需求总量下滑，但核心城市需求不减，存在区域结构性增长机会，同时刚性和改善性需求、工业地产、轨道交通、加装电梯、别墅电梯、景区文旅、旧城改造等多元化需求对电梯新梯形成有效支撑。同时加速释放的旧梯更新改造、维保、检验检测、物联网服务等后市场及延伸业务孕育着市场新的蓝海。

报告期内公司从事的主要业务有：

1、主要业务与产品

康力电梯成立于 1997 年，2010 年 3 月在深交所挂牌上市。公司深耕主业，秉承“承载人与梦想、丰富智慧生活”的愿景，现已发展成为业内领先的集电、扶梯及自动人行步道产品的研发、设计、生产、销售、安装、维保、更新、改造服务于一体的现代化综合型电梯企业集团，拥有全资、控股子公司共计 14 家，形成了具有康力特色的“整机生产为主、关键零部件生产、后市场为支撑”的一体化经营模式。

公司始终致力技术创新不断满足和引领场景化的体验，以客户需求为导向，驱动产品进步，通过优质的产品和服务提升用户体验。

公司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，广泛应用于住宅、商业、酒店、商场、综合体、医院、公共交通、旅游景区、体育展馆、公共设施等各种场景；重载应用场景的扶梯解决方案行业领先；同时公司构建了从维保、修理、更新改造、旧楼加梯等业务的全生命周期服务方案；在产品的设计、生产供应、销售支持、工程安装、售后服务等全流程积累了丰富的项目经验。



公司以自主研发为支撑，垂直电梯覆盖 9 大梯种、29 个系列、168 种规格，扶梯覆盖 6 大梯种、6 个系列、64 种规格，包括 KLK2 蓝豹、金豹系列高速电梯，KLK1 金燕、银燕乘客电梯，KLKS 新凌燕乘客电梯，KLW 无机房电梯，KLG 观光电梯，KLJ 家用电梯，KLB 医用电梯，KLM 凌秀型自动扶梯，KLF 嶺秀型自动扶梯，KLT 公共交通扶梯，KLXF 重载交通型自动扶梯，KRF 自动人行道等。

康力“幸福加梯”是康力电梯的旗舰子品牌，运营主体康力幸福加装电梯（苏州）有限公司于 2017 年 11 月成立，专注既有建筑加装电梯综合一体化的服务，提供土建、施工、电梯、安装、维保的全生命、总包式工程服务。

苏州康力科技产业投资有限公司为公司投向智能制造、工业机器人等领域的产业投资平台，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）为公司投向物联网、数字经济领域的产业投资平台。

2、销售模式

电梯产品的销售具有设备定制化并含工程、服务于一体的业务特征。公司销售模式分直销和代理，通过遍布全国的销售网络和国内外经销商伙伴，在获取订单后，根据配套的建筑和客户的不同需求提供个性化定制方案；同时亦通过参与项目招投标方式获取客户集团采购、政府采购等领域的重大订单；业务形成“订单式生产”的经营模式，为客户供应电扶梯产品、提供工程安装和维保服务。海外业务主要依靠经销商代理销售设备。

3、业绩驱动因素

公司业绩的驱动因素与宏观经济周期影响下的下游市场需求息息相关，也与公司自身经营策略、经营效率、产品竞争优势、产品结构和价格策略等紧密相连。

国内经济内循环为中国自主品牌的崛起提供了很好的宏观环境和历史机遇。在中国房地产转型升级与高质量国产创造同步进行时，在电梯行业新形势下，面对诸多不确定性与更加激烈的市场竞争，公司从战略、组织、流程、文化等层面推进公司变革，着力锻造更具竞争力的中国制造品牌，打造开放创新，合作共赢的产业生态，不断深化变革，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，发扬以奋斗者为本、坚持自我改进和不懈的奋斗精神，以驱动公司持续改进的高质量发展。

报告期内，公司经营情况如下：

（一）主要经营成果

2023 年上半年，国内经济恢复常态化运行，经济运行整体呈现回升向好态势，同时经济结构调整和新旧动能转换的压力依然巨大，国际经济政治形势也日趋复杂。公司在董事会和管理层的正确领导下，扎实推进战略规划发展深化落地，积极统筹当期经营和长远发展，经营发展稳中有进，持续提升企业运作效率和营利能力，实现企业健康可持续高质量发展。

报告期内，公司实现营业收入 228,165.82 万元，较上年同期下降 2.43%；实现利润总额 24,965.67 万元，实现归属于上市公司股东的净利润 22,960.34 万元（公司实施第二次员工持股计划和股票期权激励计划的摊销成本，影响 2023 年上半年税前利润总额 339.93 万元），其中归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润为 19,296.61 万元。

截至 2023 年 6 月 30 日，公司资产总额 72.44 亿元，负债总额 39.53 亿元，资产负债率为 54.57%；归属于母公司所有者权益 32.81 亿元，加权平均净资产收益率 6.95%，同比上升 3.05 个百分点。

在上半年房地产“保交楼”政策拉动的地产竣工提速背景下，带动公司垂直电梯产品营业收入同比增长 44.89%；扶梯收入同比降幅 72.46%，毛利率提升 1.09%，主要系轨道交通类项目订单执行周期较长，截止报告期末，公司正在执行的轨道交通类电扶梯（含高铁、机场）项目在手订单金额约 22 亿元，订单饱满，未来三年的扶梯收入有一定保障；同时公司近年加大海外区域市场开拓起效，上半年海外市场营业收入同比增加 32.40%。叠加主要原材料钢材价格回落，提升管理效率和加强成本管控，2023 年上半年公司毛利率同比增长 5.73 个百分点，带动本期净利润较高增长。

2023 年上半年持续践行深化变革，优化公司组织架构。以市场需求为导向，持续探索产品及服务新模式，拓展营销区域和渠道，在产品研发、提质增效、精益管理、品牌建设等多方面开展工作，全方位优化机制运行方式，多措并举抢订单、增收益。

截至 2023 年 6 月 30 日，公司正在执行的有效订单为 80.82 亿元（未包括中标但未收到定金的成都至兰州铁路成都至川主寺段站房工程、北京市轨道交通 13 号线扩能提升工程、长沙磁浮东延线接入 T3 航站楼工程、新建杭州至衢州铁路建德至衢州段站房工程、北京轨道交通 17 号线未来科学城公交换乘中心项目工程、南京地铁 6 号线工程，中标金额共计 2.02 亿元；未包括成都轨道交通 8 号线二期、13 号线一期、10 号线三期、17 号线二期、18 号线三期、30 号线一期及轨道交通资阳线工程电梯及自动扶梯设备采购安装及运维服务项目运维服务(质保期后常年运维)中标总额 20.48 亿元），在手订单保持稳定。

“有效订单”说明：公司成都轨道交通 8 号线二期、13 号线一期、10 号线三期、17 号线二期、18 号线三期、30 号线一期及轨道交通资阳线工程电梯及自动扶梯设备采购安装及运维服务项目，中标金额合计 318,426.34 万元；根据甲方安排，上述项目设备采购安装及运维服务（建设期）合同、运维服务（质保期后常年运维）合同采取分开签署。截至报告期末，公司已收到上述项目设备采购安装及运维服务（建设期）合同定金及部分设备款合计 12,566.99 万元，公司将对应的中标总额 113,675.78 万元纳入正在执行的有效订单统计；运维服务（质保期后常年运维）中标总额 204,750.56 万元待后续收到定金后纳入相应报告期内统计。

（二）报告期内公司重点工作

1、强化战略引领，着力提质增效，推动企业高质量发展

根据房地产行业发展新形势，公司确定了“稳增长、调结构、控风险、增效益”的经营方针。通过客户结构、区域结构的优化调整，提升优质客户覆盖及客户经营能力，促进新梯业务的稳定增长；系统性发展后市场业务，打造“新梯+服务”双轮驱动的可持续发展业务模型；多措并举，降低经营风险；构建产品、客户、区域/分公司三大利润中心，提升经营效益。基于此，报告期内，公司从战略管理、业务架构、流程、组织及机制优化、人才发展等方面全方位梳理优化和变革推动，积极推进公司业务设计、业务流程改造、组织架构调整、机制优化和人才培养，提升全面经营能力和资源配置能力。

2、持续加强市场营销与渠道能力建设，强化战略客户管理，推行大项目运作机制，战略客户开发、标杆项目拓展取得显著效果。

报告期内，房地产市场持续疲软不断向上游供应链传递，电梯行业竞争更加激烈。公司前线运营中心持续加强营销能力建设，推动各目标市场终端的精细化管理、精准化覆盖和细分市场的快速布局，同时打造赋能型总部，强化对分公司、合作伙伴的支持；组织架构上，完善战略客户部、后市场业务中心的组织架构及人员配置；公司以行业和大客户为导向，对战略客户实行分层分级的大项目管理机制，通过面向客户的销售、解决方案和交付与服务的铁三角运作，上半年战略房地产客户和核心代理商开发成

效显著，优质国央企房地产客户合作逐渐增强；客户经营上，从总部、区域、项目公司三个层级加强与战略客户的深度合作，逐步形成从战略客户开发、管理和经营全过程的大客户价值传导体系；

公司在深耕新梯业务同时，持续推动业务结构的调整，加大在后市场领域的投资力度，加强同战略客户、合作伙伴全生命周期业务的合作，着力提升分公司后市场的经营能力，聚力做强做大后市场业务的第二增长曲线。报告期内，公司国内业务实现营业收入 208,994.59 万元。

海外市场方面，公司聚焦重点区域，加强品牌传播和大型优质代理商的开拓；通过组织调整和流程优化，提升对海外客户的支持能力，以巩固提升客户满意度。报告期内，公司抓住“一带一路”发展机遇，扩大对外开放，积极走出去，深耕重点区域，提升渠道能力。上半年公司海外业务实现营业收入 15,517.63 万元，较上年同期增长 32.40%。

3、聚焦客户需求，持续建设以市场为导向的产品研发体系，增强核心竞争力。

公司始终坚持自主研发，以技术创新引领企业高质量发展。报告期内，公司稳步推进面向客户需求和竞争力提升的开发组织建设；产品和技术平台建设上，以市场和客户需求为导向，围绕控制系统、主机、门机三大核心部件，融合绿色、智能化技术进行迭代升级，丰富用户体验；开展产品平台的规划设计，加强产品标准化、模块化，按应用场景来划分产品系列，以充分响应客户和市场的个性化、多样化及更新迭代需求；公司继续稳步推进高速、节能、绿色等技术研发，持续增强公司在技术储备、产品系列、解决方案等方面核心竞争力，为未来市场增量空间打好产品基础。上半年，公司研发费用为 9,543.13 万元，较上年同期增加 0.74%。

截至 2023 年 6 月 30 日，公司共获得有效专利数 1,104 件，其中发明专利 84 件，实用新型专利 940 件，外观设计专利 80 件；获得国外发明专利 24 项；拥有自主知识产权的软件著作权 37 项。

4、报告期内，公司深化质量提升行动，加强全面质量管理。加强生产质量全链条管理，进一步细化了原料采购、生产管理、质量管控等方面的管理细则，强化全员质量意识，落实质量主体责任；开展重点项目、关键部件质量专项控制；质量专项控制方面，对标全国质量奖要求，完善质量管理体系；加强供应商全面审核、产品审核、关键部件周期性测试，制定供应商绩效考核措施，发展及培育供应商；售后服务方面，提升售后问题的处理效率和时效性，提升客户满意度。

5、实施精细化管理，促进降本增效

报告期内，公司继续全面加强对运营各环节的精细化管理，扎实推进降本增效工作。公司持续推进工艺优化，生产自动化、智能化建设升级，并依托信息化管理平台，持续强化生产全流程管理，进一步提升交付效率。同时，公司加强目标责任管理，促进公司整体经营效率提升及各项目标任务落实；继续深化全面预算管理，严控各项可控运营及管理费用支出，加强现金流管理，进一步实现降本增效，保障公司稳健经营。

6、夯实高质量发展的人才基础，增强内在驱动力。

报告期内，公司围绕发展战略贯彻落实人才发展战略，持续坚持“以奋斗者为本、长期艰苦奋斗”的价值观。不断加大各业务环节人才引进与培养的力度，积极引进高层次人才，开辟多元化职业发展通道、拓宽员工的成长空间；定期开展员工培训和职业化建设，提升员工的素养和职业能力，为企业创造价值的同时实现员工自身价值的不断提升，赋能组织成长，不断夯实公司人才体系，为公司快速发展提供内在驱动力。

7、产业经营与资本经营相互融合，充分发挥资本市场平台获取优质投资机会，加强与新兴产业互动。

公司已形成上市公司直接投资、子公司苏州康力科技产投、康力君卓物联网基金、康力君卓数字经济基金等多线投资布局。上半年，苏州康力科技产投投资项目获利退出、保碧基金分配方案实施，公司共收回现金 918.87 万元。

公司将继续以投资为联接，深化制造业与物联网先进技术、数字经济的融合发展，推动公司的业务板块、产品升级、技术创新、服务扩展。

8、完善公司治理体系，切实维护股东及投资者权益

公司严格遵守国家相关的法律法规及行业的监管政策，坚持宣传贯彻合规运营的企业文化；持续优化完善内控制度及风险防控体系，开展多种形式的法律法规培训学习，并在经营过程中不断完善相应合规管理要求，通过各部门协同合作，确保公司合规运营。

报告期内，公司董事会、监事会换届工作顺利完成，对持续推进高质量发展目标，加快构建新发展格局，保障公司战略落地具有重要意义。同时，为更好地履行决策程序、提高工作效率，公司对《公司章程》《投资者关系管理制度》等多项制度进行了修订，为公司长期稳健发展提供了必要保障。

报告期内，公司继续推动构建公司核心管理团队与公司长期利益的捆绑，进一步完善长期激励机制，公司已推出的员工持股计划和股票期权激励计划正有序实施，稳固了公司高层、核心骨干与公司全体股东利益一致的有效机制。

公司坚持维护股东权益，保障持续稳定的分红政策，报告期内，公司实施 2022 年年度权益分派，向全体股东每 10 股派 2.50 元人民币现金（含税），共计派发现金红利 196,534,736.50 元（含税）。公司上市以来，累计分红约 29 亿元人民币。

（三）2023 年下半年工作计划

2023 年 7 月，政治局会议指出，当前经济运行面临新的困难挑战，主要是国内需求不足，一些企业经营困难，同时外部环境复杂严峻。经济恢复是一个波浪式发展、曲折式前进的过程，我国经济长期向好的基本面没有改变。

结合当前国内电梯行业进一步加速洗牌的宏观形势，公司认为行业形势正在发生巨大的变化。公司更需要坚守主业，及时适应变化，灵活战略调整，众志成城，以高质量经营穿越周期；根据战略规划及年度经营计划，将持续开展组织能力建设、市场和大客户开拓、“以客户为中心”的产品、服务和中后台体系等。

具体有：

- 1、加强前线运营组织能力提升，提升面向市场、客户的经营能力，开足马力抢订单，重点加强后市场业务销售能力建设，大力开展维保、大修改造、更新、配件等售后市场；
- 2、加强前线运营中心赋能型总部建设，包括战略客户管理、产品和后市场解决方案能力、流程优化等，完善总部、区域、分公司/服务中心管控模式，建立分层分级的分公司授权体系；
- 3、通过大项目运作机制，拉通市场、销售、研发、制造、服务、财务、质量等，以市场和客户需求为导向，优化现有产品和解决方案竞争力；
- 4、以降本增效为结果导向，强化应收、费控的精细化管理；严格执行年度预算为重要载体，从研发、生产、采购、销售、仓储物流、财务、人力等多个维度提升效率，全方面推动精细化管理，提升公司卓越运营能力和经营效益；
- 5、持续推进经营管理体系建设，优化公司经营管理流程，完善信息化手段；
- 6、推动关键战略任务的落地执行，组织进行有效战略解码，将公司中长期战略目标细化为关键战略任务、年度经营计划、经营策略、重点工作及责任主体，拉通战略、运营管理和财务预算，确保公司目标纵向一致、横向协同。

康力电梯股份有限公司

董事长：王友林

2023 年 8 月 24 日