

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： 2023-006

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 type="checkbox"/> 路演活动 <input type="checkbox"/> 现场参观 <input checked="" type="checkbox"/> 其他 <u>2023 年三季度业绩交流电话会议</u>
参与单位名称及人员姓名	浙商证券、财通自营、源乘投资、农银人寿、睿亿资产、西部利得基金、千合资本、富安达深圳、淡水泉投资、瑞银证券、平安基金、国联基金、国信资管自营、中信证券、紫金财产保险、华泰保险资管、源乐晟资管、于翼资产、中意资产、东方马拉松投资、聚劲投资、中信建投自营、趣时投资、安信基金等机构代表及分析师。
时间	2023 年 10 月 27 日
地点	线上：电话会议
上市公司接待人员姓名	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>公司 2023 年前三季度财报数据：</p> <p>面对新梯市场下行压力，公司更加聚焦高质量发展主线；以“高端化、数字化、场景化、智能化”为经营目标，积极开拓国内各类客户需求、应对市场风险，以稳增长、调结构、控风险、增效益为主导原则，加强应收账款及合同质量管理，统筹生产经营工作；加大国外市场开拓力度，发力重要地区，争取重要项目、高端项目，积极参与一带一路建设，促进业务增长。</p> <p>2023 年前三季度期间，因新梯需求仍受抑制、地产行业处于信用风险化解期，公司更加注重合同质量、风险管理，且轨道交通类项目订单执行周期较长，营业收入对比同期总额下降 8.59%。营收结构上看，垂直电梯收入今年增长；半年度披露的扶梯收入相比上年同期减少 5.67 亿元，但今年生产端扶梯投产</p>

量正常，主要是轨道交通类项目订单转化为营业收入周期较长；出口业务保持增长。

同时前三季度期间受益主要原材料成本同比回落，增值税即征即退增加，非经常性损益及所得税费用影响，及积极开展降本增效工作、精细化管理，公司实现归属于上市公司股东的净利润人民币 3.50 亿元，同比增长 71.24%；其中第三季度实现归属于上市公司股东的净利润人民币 1.21 亿元，同比增长 52.98%。

公司本期信用减值损失增加，主要原因系本期应收账款期末账面余额较去年末增加以及账龄延长。

截止 2023 年三季度末，公司经营活动现金流净额 5.72 亿元，同比增长 170.81%，原因系公司加大了合同质量管理、加强应收款回收工作及报告期内原材料采购单价下降相应支出减少。

典型问题：

1、公司如何看待保交楼政策的持续性，以及相应后续订单。

房地产竣工数据走强，但需求较弱导致新开工连续下降，一定程度上抑制了新梯需求。公司 2023 年半年报已披露垂直电梯收入增长，与今年以来房屋竣工面积增长方向一致的。电梯公司订单的开拓不止对应保交楼，电梯行业的下游应用房地产约占 70%。当前，政府除了在保交楼方向加强了监管措施，压实地产企业自救责任，还包括推出旧城改造、增加保障房供应等措施，均是对地产有益的补充。

在党中央“保交楼、保民生、保稳定”的政策牵引下，各地保交楼工作顺利推进，项目复工和建设交付加快进行。保交楼的节奏与诸多因素相关，如资金层面上能落实好金融支持房地产 16 条措施和保交楼贷款支持计划，缓解地产资金链紧张问题，相信保交楼可以顺利推进，继续带动房地产竣工数据。

2、公司半年报披露的垂直梯收入增速超过了同期地产竣工

增速数据，具体是什么原因。

公司仍属于成长型公司，电梯行业客户来源广泛，营收结构分散。在当前行业形势下，公司保持变革意识，加强场景化销售，扩大出口业务，优化内部管理，对各级分公司实行差异化管理和考核，提升分公司动态管理及经营能力，理顺战略客户开拓和管理、重大项目管理上的协同关系，同时平衡合同质量与营收规模的关系，以促进公司高质量的业务与发展。

电梯行业需求来看，轨交、文旅配套、别墅梯、工业货梯等需求都在增加。海外市场经公司调整优化组织架构后，不止俄罗斯，其他重点非贸易摩擦和潜在新兴市场都取得了很好的开拓效果，与海外大型代理商的合作关系不断加强。

中短期看，须等待市场调整机制逐步发挥作用，房企风险逐步得到化解；长期看，电梯行业基本需求仍然乐观：一、目前房地产在深度调整，居住性和改善性需求凸显，国家亦积极鼓励旧城更新改造，支持老楼加装电梯，丰富了电梯产品的需求结构；二、国家加大基础建设投资，轨交、高铁、机场等基础建设投资仍在加大，对应电扶梯需求量大；众多景区积极投资文旅、文旅综合体配套电扶梯项目；同时近年家用梯、别墅梯市场蓬勃发展；三、伴随工业制造迭代、城市土地资源稀缺，新型产业用地、工业上楼推动载货电梯需求近年呈线性增长；四、中国存量电梯超全球一半以上，国内电梯后服务市场规模约 700 亿/年，存量仍在持续增长，电梯维修、配件、改造、更新市场机会大，深度开发后服务市场已成为行业显著的发展方向。

3、公司电梯后服务今年的开展情况如何。

公司的安装及维保营收系合并披露，近年维保收入持续增加，与公司客户结构调整、轨交客户增加是紧密相关的，同时内部也加大了对前线运营部门后市场相关业务的考核。

后服务市场业务的建设需要投入大量的资源，在当期经济周

	<p>期下，公司会保持稳健态度，审慎评估。长期看，后服务市场业务是公司后续发展的重点。</p> <p>4、目前公司与外资品牌的新梯价差情况。</p> <p>当前电梯产品的价格竞争压力依然较大。公司对销售价格合理管控。战略客户是全方位综合考量合作伙伴的，价格是一个重要因素，但品牌影响力、服务质量同样重要。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。</p> <p>5、公司的股息率，未来分红政策</p> <p>公司坚持维护股东权益，保障持续稳定的分红政策，在保持对新兴产业的稳定投资之外，预计短期内没有其他电梯产业相关的基建大额资本开支计划，经营产生的现金流可以保证一定的分红水平。</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10月27日