

证券代码：000528

证券简称：柳 工

债券代码：127084

债券简称：柳工转2

柳工投资者关系活动记录表

投资者关系活动类别	<p>【请在您选择的的方式的“（）”中打“√”，下同】</p> <p>（ ） 特定对象调研 （ ） 分析师会议</p> <p>（ ） 媒体采访 （ ） 业绩说明会</p> <p>（ ） 新闻发布会 （ √ ） 路演活动</p> <p>（ ） 现场参观</p> <p>（ ） 其他（请文字说明其他活动内容）</p>
参与单位名称及人员姓名	南方基金、华夏基金、银华基金、中银资本、光大保德信、彬元资本、聚鸣投资、中信证券、华泰证券、中信建投证券、中金公司、国泰君安证券、安信证券、招商证券、浙商证券、兴业证券、华创证券、申港证券等约 50 位投资者、券商分析师、个人投资者
时间	2023 年 11 月 25 日
地点	柳州莲花山庄 2 楼君悦会议室
上市公司接待人员姓名	董事长兼 CEO 曾光安先生，董事、高级副总裁文武先生，财务负责人刘学斌先生，董事会秘书黄华琳先生，总工程师林明智先生，国际业务高级总监李东春先生
投资者关系活动主要内容介绍	<p>交流会内容：</p> <p style="padding-left: 2em;">上半场：公司董事长兼 CEO 新战略、新文化分享</p> <p style="padding-left: 2em;">公司董事长兼 CEO 在会上分享了：工程机械行业未来十年发展趋势的判断；柳工“全面国际化、全面职能化、全面解决方案”（即“三全”战略）的内涵；柳工新品牌新文化：理念“卓越的产品和服务、助力人类创造美好未来”、使命“以智慧绿色机械延伸人类力量”、愿景“成为全球领先的装备与技术解决方案提供商”、核心价值观“客户至上 创新驱动未来，奋斗为本 合作创造价值”、柳工精神“自强不息 求真务实 开放包容 长期主义 使命必达”；柳工创造股东财富的基本策略：战略创新、组织与激励体系变革、资本运作、财务绩效增长、市值管理、股东价值提升。</p> <p style="padding-left: 2em;">下半场：投资者提问互动环节</p> <p style="padding-left: 2em;">1. 2023Q4 增发 1 万亿国债支持基建，目前是否对国内需求的改善起到刺激作用，未来国内需求的拐点是否会提前？</p> <p style="padding-left: 2em;">本次增发国债对国内市场需求的恢复是个积极的信号，后续随着经济恢复</p>

的巩固和政策的不断落地，预计四季度行业跌幅将逐步收窄，明年行业将进入稳定恢复阶段。理由如下：

(1) 2021-2023 年行业下滑幅度较大，土方机械市场需求已经低于前一个调整周期的底部，下行空间十分有限。

(2) 行业内产业转型拉动新需求、客户升级加速：规模化（对于能源、矿山资源整合）、集约化、高端化、新能源化、轻资产化加快，对全面解决方案、设备运营管理、全产品生命周期服务、经营性租赁都催生新增诉求；

(3) 乡村振兴市场前景广阔：城镇化、农田投资加大、人口红利消失带来的设备替代，叠加种植业、养殖业的规模化经营。

(4) 国家提振经济意志坚定，出台一揽子刺激内需的政策。

2. 针对目前海外出口需求的变化，公司的应对策略和未来发展规划？

公司在海外市场占有率持续提升，其中亚太、印尼、拉美、俄语区等市场占有率提升显著，2024 年海外市场受全球 GDP 增速放缓，地缘政治、贸易壁垒等不利因素导致全球贸易放缓，叠加行业库存大、核心市场（美国、印度、英国、印尼等）大选对基建行业的冲击，预计北美和欧洲市场增速小幅下滑，新兴市场市场下滑幅度较欧美市场要快，但印度市场仍保持增长。2025 年预计将有小幅反弹，整体行业容量依然处于较高水平。

我们判断当前海外业务的发展空间依然巨大，未来公司将坚持落地高质量发展战略，加大海外业务投入力度，产品经理、研发人员、制造、后市场等全价值链职能都将更深度的区域参与竞争，积极应对外部环境不利因素和细分市场机会：

(1) 产品服务升级为解决方案，投入产品经理，三个应用研究中心。新产品方面：加速导入电动智能产品，下一代产品。加速研发的市场导向，客户导向转型。加速研发周期和开发的准确度。

(2) 开展和拓宽经营性租赁业务，二手机业务，以及自营融资租赁业务。发挥产品线宽的组合优势，聚焦的细分市场从矿山，基建拓展到农林，工业，租赁市场；

(3) 客户群从中小客户升级为大客户，包括全球性大客户和区域性大客户，中资大客户等。

(4) 渠道从贸易到经营再到战略合作伙伴的打造，具备综合解决方案的整合和交付生命周期的服务能力。部分薄弱区域如非洲中东，欧美等加速渠道覆盖。

(5) 各大区的重点，欧美拓展渠道覆盖度，导入电动智能产品和新一代产品。聚焦基建客户群，工业和租赁客户群。印尼，非中，俄罗斯以及拉美聚焦矿山，基建客户群。同时拓展农林客户群。印度全价值链拓展，加大本地制造投入。快速转型为方案销售开发大客户。

(6) 新兴市场全面推广方案销售升级。应用研究，产品组合，后市场服务，融资租赁服务。子公司布局支持和经销商实施能力成长是关键。深度本地

化和资源整合是方案的必要前提。

总之，公司将采取“**新产品，新业务，新方案，新市场，新客户，新公司，新渠道**”等七大新抓手实现国际业务逆周期增长。

3. 柳州市债务问题比较严峻，地方政府的债务问题会影响公司经营吗？

首先柳工是广西壮族自治区直属企业，与地方政府没有股权关系；其次公司是市场化和全球化的企业，始终坚持合法合规经营，与地方政府不存在任何直接的资金往来，不会受地方政府的债务情况影响。

4. 公司采购降本方面有什么具体措施？

公司去年就提出改善三大财务报表的目标，通过盈利增长、业务增长、能力成长改善总体经营能力。考虑到采购物料占生产成本的主要部分，公司从采购端源头抓起，采取全价值链降本措施，一是与供应商持续谈判在确保质量的情况下降低采购成本，二是与供应商合作推进技术性降本，共同开展项目研发，通过技术进步降低成本；三是通过数字化供应链管理，从批发零售的分散采购到规模化的集中采购，成本实现有效下降。目前来看，今年总体降成本目标已基本实现。根据新战略和年度计划，公司这项举措在本战略期内，将保持持续进行，从而推动公司盈利能力的持续提升。

5. 公司如何看待电动化产品的发展？未来会着重发展哪些电动化产品？

目前市场的电动化产品里，中吨位以下产品更多纯电动力的比重较大，中大吨位的产品更多是采用混合动力。从技术应用来说轮式产品电动化发展相对履带式的要好，履带产品最大的问题在于充换电，公司仍在做技术研究，如果这个技术问题突破，我们认为履带式产品普及率会快速提升。公司目前电动化产品已经有 9 个谱系，其中电动装载机研发和推广进展比较顺利，电动化产品市占率超过 40%，最长工作时间达到 15,000 小时，客户反映非常好。另外公司高机电动化比例较高，超过 90%，市场前景比较广阔。

公司的产品规划只遵循一个原则：市场需要什么柳工就研制什么，公司未来将根据客户和市场需求做好各类电动化产品及组合的发展规划，更好地适配客户需求。

6. 英国对挖机进行双反，未来是否会扩散到欧盟？对公司产生什么影响？

目前公司在欧美日韩高端市场都是在开展价值营销，公司的产品质量及价格都属于第一梯队，不存在倾销的情况，公司会积极组织应对。同时，公司在印度市场已经深耕了十多年，积累了一定的应对海外市场政策变动的经验，未来公司要做好全价值链走向海外，会积极研究区域市场变化及政策更新情况，快速反应，确保符合地区法律法规要求。

7. 公司的挖机毛利如何提升？

公司主打的挖机产品前几年面临的国内市场竞争非常激烈，价格下滑幅度较大，近两年来已经实现稳定盈利。挖机产品毛利低的主要原因是产品结构不

	理想，尤其是毛利率低的小挖产品比例过高，导致总体毛利较低，公司未来计划专注矿山、水利、港口等业务，紧抓行业企业型大客户，持续提升大客户占比，有效提升大挖的销售比例，品种结构优化后毛利将有望持续提升。
附件清单(如有)	
日期	2023年11月27日