

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

<p>投资者关系活动类别</p>	<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>
<p>参与单位名称及人员姓名</p>	<p>嘉实基金、广发基金、华商基金、易方达基金、南方基金、华夏基金、汇添富基金、中银资本、富国基金、源峰基金、摩根士丹利、三井住友、里昂证券、中银国际资管、中信证券、华泰证券、广发证券、中信建投证券、中金公司、国泰君安证券、国投证券、招商证券、浙商证券、兴业证券等约 290 位投资机构、券商分析师、个人投资者</p>
<p>时间</p>	<p>2024 年 4 月 29 日</p>
<p>地点</p>	<p>柳工总部大楼 6E 会议室 进门财经平台</p>
<p>上市公司接待人员姓名</p>	<p>独立董事李嘉明先生，财务负责人刘学斌先生，董事会秘书黄华琳先生，国内业务高级总监宁健图先生，国际业务高级总监李东春先生，财务总监樊丽君女士，电动技术与产品研究院副院长张强先生</p>
<p>投资者关系活动主要内容介绍</p>	<p>1. 装载机灯塔工厂和挖掘机智慧工厂投产对于公司成本降低、效率提升方面所起的作用？</p> <p>公司装载机智能工厂公司智能装载机项目于 2023 年上半年投产，可以实现 1.5~7T 各种型号 400 多中配置装载机（包括电装）的柔性装配，自动化、智能化设备投资占比超过 60%；挖掘机智慧工厂项目已基本建成，其中总装生产线于 2023 年 11 月末顺利投产，目前处于产能爬坡阶段，全面投产后产线自动化率将提升 65%，整体制造效率提升可达 40%，制造成本下降预计达 30%。公司建设的智能制造工厂聚焦智能化、无人化、自动化，通过智能制造转型升级，实现精益化、智能化生产的持续突破，公司产品质量控制和成本优化能力将大幅提升，有效助力公司业绩目标的达成。</p> <p>2. 公司一季度的利润指标十分亮眼，主要是什么原因是否具有可持续性？</p> <p>公司一季度利润贡献主要来源于毛利的提升，一季度实现毛利率同比提升 4 个 pct，得益于几个方面：一是公司坚持价值营销，国内及海外均保持了稳定的价格体系，通过改善客户与产品结构，海外业务占比提升、高毛利区域与产品的销售加大等多种因素叠加带动盈利水平提升；二是成本端优化，公司围</p>

绕“盈利增长、业务增长、能力成长”的经营主线持续推动全价值链降本工作，一季度采购制造成本在去年大幅下降的基础上继续改善。

公司根据战略目标，围绕“盈利增长、业务增长、能力成长”策略，逐年提升公司毛利率水平，为实现这一目标，公司以基于 ROE 提升的三大表持续改善项目为抓手，从产品销售向价值营销转变，以客户为导向，通过全面解决方案、全面智能化、全面国际化，优化客户结构与质量；同时，持续推进全价值链降本、通过智能制造，精益生产等降本增效举措，提升产品的综合竞争力。随着公司上述措施及相关考核及激励机制的不断完善及优化，公司对完成全年业绩目标充满信心。

3. 2024 年电装渗透率展望？

随着电池价格的持续下降，以装载机为代表的产品，客户 TCO 回本年限在逐渐缩短，购买意愿增强，一旦经济回暖，电动产品销量有望持续提升，渗透率会进一步扩大，从今年趋势来看，电装的渗透率预计达 15%左右。基本上电动产品也获得较多政策支持，很多地方政策密集出台支持新能源工程机械产品的政策，对电动化产品市场发展起到很强的促进作用。但也要看到，电动化市场的扩大吸引了更多新进入的竞争者，国内市场面临的竞争压力也将加剧。

4. 公司渠道盈利面大幅优于行业的原因是什么？

公司是国产品牌中最早推行代理制的企业之一，我们认为优质的代理商是稀缺资源，因此始终坚持“以代理为主、直营为辅，合力打造合作共赢生态圈”的渠道策略。

近年来公司坚持“长期主义”和“合作共赢”的理念推进渠道变革，通过提升自身，引进有实力、有能力、有资源的经销商，不断优化渠道生态，在关闭部分运营欠佳的直营公司的同时，也推进运营结果很好的直营公司 7S 店建设，强化资源配套，打造客户品牌和价值体验。同时，通过数字化营销，持续给予经销商进行赋能，持续引导经销商“以客户为中心”的价值营销和良性竞争，引导经销商从销售商向全生命周期服务商转型。

也正因此，公司的经销商渠道生态处于行业的较好水平。

5. 7 家战投股东起到什么作用？

公司 2020 年开启混改变革以来，经营面貌发生了根本性的变化，业绩持续向好，其中战投股东的作用不可忽视，主要体现在以下几个方面：一是公司治理结构的优化，战投股东代表进入董事会，董事会决策的科学性及有效性得到明显提升；二是通过战投股东引入先进的经营管理理念，助力公司机制体制变革取得实效；三是战投股东带来的行业客户、上游原材料等相关资源与公司生产经营产生协同效应，有效拓展了公司业务范围。

6. 海外市场的信用风险如何？

自开展国际业务以来，公司始终严格把控海外市场信用风险，建立了较为全面的信用风险管理体系，信用风险敞口通过中信保覆盖(公司是中信保的最优质 V 级客户)，截止目前海外业务未出现过系统性风险。公司一直采取积极措施加强信用风险控制：从制度流程的建立健全、强化底线红线管理及绩效牵引、考核追责等完善公司信用风险管理体系；执行过程中根据国别风险、信用等级授予信用额度，中信保应保尽保，逾期催收力度都在强化，多举措确保风险可控。

7. 针对海外市场，最近这个阶段，公司是否感受到了明显的市场需求方向上的变化？

目前来看，海外市场整体需求是放缓的，但总量依然处于历史高位，细分市场仍有很多机会。同时市场对低碳、环保型设备及智能化设备需求日益增加，对服务质量和全套解决方案的要求逐年提高，各区域基建、采矿等需求依然有支撑点，这些都是公司业务拓展方向。海外项目工况的复杂性要求设备高度适应环境变化，产品和后市场竞争力是非常重要的要素；相对于传统的工况设备，探索、开拓新兴的工况设备也具有一定的挑战。

与此同时，海外市场政治环境的稳定性、经济的景气度以及对全面解决方案的要求也在一定程度给市场需求带来影响。公司一直紧密跟踪宏观环境、行业、竞争及客户需求情况，以快速满足市场需求的变化，不断进行产品、营销和后市场的创新及能力提升，灵活调整市场结构策略。

8. 国际主要区域增长情况？未来发展趋势是怎样的？

2024 年一季度海外市场总体处于下滑态势，出口增速也出现了明显的负增长，但柳工海外业务除个别地区受市场影响处于调整期外，其他各区域均实现盈利性销售增长，一季度公司海外总体营收破 38 亿，超 2020 年全年收入，净利润创下历史同期记录，同比大幅增长，并持续跑赢行业。未来公司将在以欧美为核心的成熟市场进行业务规模稳步扩张，新兴市场作为柳工海外业务的主要阵地，业务增长保持了较快速度，特别是南亚、非中等大有潜力的市场。后续柳工将根据海外业务实际发展情况，紧盯市场情况和客户需要，按需调整市场策略和资源倾斜，采取恰当且必要的措施，推动海外业务持续增长。

9. 公司装载机、挖掘机的市占率表现较好，原因是什么？

公司装载机及挖机占有率提升的原因主要有以下几个方面：

1) 产品竞争力持续提升：国四最早布局，产品力最好，在行业内竞品主要消化国三的时候，柳工则旗帜鲜明地主打国四，最早占领客户心智，抢占市场制高点。从去年到今年，柳工在电动化、智能化产品上快速发力，从智能制造、到智能产品再到智能服务，全面开花。在行业内形成非常强的话语权和客户的认可度。

2) 渠道共赢生态初步构建：近几年渠道生态打造和柳工持续的占有率提升增强了渠道的信心。另外，通过柳工全产品线的一体化营销，装载机好的生态已经延伸到整个土方机械，上下同欲、生态共建，这也是我们能够成功的关键。

	<p>键一环。</p> <p>3) 行业客户升级转型：成立行业大客户部，从经营产品向经营客户转型，实施产品全生命周期、客户全生命周期管理，实现了多产品、尤其土方机械产品的解决方案的落地，实现了电动及智能产品的升级，实现了从前市场到后市场的开拓。</p>
附件清单(如有)	
日期	2024 年 4 月 29 日