

证券代码：301056

证券简称：森赫股份

森赫电梯股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2024-002

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 checked="" type="checkbox"/> 其他（ <u>2023年及2024年一季度报告解读会议</u> ）
参与单位名称及人员姓名	北京和聚投资管理有限公司 邱莹 中信建投证券股份有限公司深圳分公司 赵哲锐 上海大朴资产管理有限公司 倪文涛 Hao Advisors Management Limited roy 深圳市中欧瑞博投资管理股份有限公司 余贤淼 中英人寿保险有限公司 郑琳 圆信永丰基金管理有限公司 田玉铎 上海光大证券资产管理有限公司 张旗 浙江浙商证券资产管理有限公司 许运凯 中信建投证券股份有限公司 胡俊捷、吕娟、赵宇达 厦门金恒宇投资管理有限公司 林仁兴 华夏久盈资产管理有限责任公司 桑永亮 上海途灵资产管理有限公司 赵梓峰 深圳市中欧瑞博投资管理股份有限公司 杨茹
时间	2024年5月17日(周五) 10:00
地点	采用网络远程的方式召开
上市公司接待人员姓名	1、副董事长、副总经理李仁先生 2、副总经理焦杰先生 3、副总经理张晓强先生 4、财务总监凌洪章先生 5、董事会秘书王香杰女士

<p>投资者关系活动 主要内容介绍</p>	<p>本次交流具体内容如下：</p> <p>1、就 2023 年以及 2024 年一季度经营情况做简要分享。</p> <p>2023 年度，公司实现营业收入 72,355.27 万元，同比增长 6.72%；归属于母公司所有者的净利润为 9,046.91 万元，同比上年增加 79.97%，2023 年公司收入增长的原因为下沉市场的开发、海外业务的增长以及细分市场的开发，公司利润增长的主要原因在于原材料钢材成本的下降，以及在产品自制率的提升。</p> <p>公司一季度的营收增长主要源于政府项目和其他部分项目的验收较多，具体情况以公司定期报告为准。</p> <p>2、请简要分享公司发展战略。</p> <p>公司将继续以电梯为主营业务，并持续加强开发后市场服务，构建“制造+服务”融合发展的新型模式，为企业的持续发展增加竞争力；同时公司将持续加大家用电梯和货梯的研发力度，提高产品竞争力；对海外市场进行持续开发，公司将海外市场作为未来三年的工作重点，积极响应国家“一带一路”倡议，开发更多下沉市场。</p> <p>3、从净利率来看，公司费用管控从财务表现明显优于行业，主要原因以及在这样的费用水平下如何提升员工效率？</p> <p>公司十分重视费用管控。管理费用方面，公司每年从第四季度开始进行下一年度的费用预算编制，落实到具体的部门以及各责任人，节省不必要的费用开支；销售费用方面，严格与业绩挂钩，严控无效支出。公司通过执行原则性和灵活性相结合的费用控制制度，采取总部指导协调、分公司负责制的管理机制，根据市场变化和实际运营情况管控销售费用的支出。同时，公司有相应的业绩激励政策，为分公司领导在市场销售和费用管控方面提供更大的运作的空间，在扩大销售和费用控制方面达到一定的平</p>
---------------------------	--

衡。

4、目前房地产行业的整体形式如何？

目前房地产仍处于相对低位盘整的阶段，新开工面积较小，但老旧小区加装电梯、工业地产等新兴市场的不断累加在一定程度上缓和了房地产对电梯行业的影响。公司不断的加大产品开发，在细分市场领域例如工业地产、别墅电梯等市场呈现一定的增长。

5、各地设备更新方案在陆续出台，企业是否已经感受到需求在加速释放？

改革开放以后，电梯与房地产同步进入高速增长阶段。从2004年到2024年，电梯的标准、运行状态、节能条件等各个方面来看，目前电梯行业已经进入更新改造的阶段。预计5年之内，全国15年以上的需要进行更新改造的电梯数量将会超过150万台。各地设备更新方案的陆续出台，给电梯更新改造业务带来了巨大的机会。

6、公司出口实现较快增长的原因是什么？后续这些区域需求的持续性如何？

公司在海外市场方面，一直积极响应国家“一带一路”倡议，持续推动电梯产品和服务走向世界，在积极开拓新市场的同时，进一步巩固俄罗斯、东亚、南亚等一些成熟市场的地位，同时公司也会加大非洲、东南亚等地区的市场拓展力度，不断地提升品牌知名度和市场占有率。

7、未来公司对于海外业务长期的战略规划（例如五年后海外业务占比到多少之类）。

公司在长期战略上，将继续深耕一带一路沿线国家和地区，

	加强与当地合作伙伴的合作，提升市场份额；通过积极参加国际展会，设立海外办事处等方式，加强与当地客户的联系和沟通，提升海外品牌形象和知名度；在当地开展产品推介会，提高公司在海外市场的曝光度和影响力；和经销商合作，加强对经销商员工队伍的培训，力争提升海外业务占有率。
附件清单(如有)	无
日期	2024 年 5 月 17 日