

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：2024-003

投资者关系活动类别	<input checked="" 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"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 路演活动 <input type="checkbox"/> 其他_____
参与单位名称及人员姓名	中信证券、三井住友德思资管等机构代表及分析师共 2 位。
时间	2024 年 9 月 27 日
地点	康力电梯总部
上市公司接待人员姓名	投资者关系：俞浩、罗成斌
投资者关系活动主要内容介绍	<p>典型问题如下：</p> <p>1、电梯行业新形势下，公司的经营方针？</p> <p>虽然房地产市场下行，但细分领域的需求兴起，同时电梯行业正加速步入后市场时代，存量市场需求的释放会有效支撑总体市场规模逐步企稳。</p> <p>公司积极适应下游行业变化、电梯行业发展新形势，现阶段以提升经营风险管控能力、持续推动在后市场领域的业务布局及结构调整为目标，坚持以发展战略和年度经营目标为指引，注重提升营销渠道优化、新渠道开发扩张，并在产品研发、品牌建设、激励政策、细分场景、项目运作机制等多方面开展工作，强化核心业务竞争力，并持续推进精益管理和提质增效，打造低成本、高效率的卓越运营，以提升公司在行业转型期的经营质量，打好企业长期可持续发展的基石。</p>

2、公司是否会单一依靠新梯业务；对于电扶梯后市场业务具体有什么规划？

中国电梯行业正在经历较大的变革。公司根据不断变化的运营环境，始终注重灵活调整企业的经营文化，稳健发展并重，经营质量为先。从过去关注新梯市场需求到同样关注维保、更新改造等后服务市场需求，对组织运营模式、产品技术、人才队伍等进行调整改革，加强人才队伍的合理化建设，管理者年轻化，目的是激发组织活力，持续加强企业的竞争力，有利于更好的适应公司未来发展方向。

持续推动在后市场领域的业务结构调整。总部层面通过优化产品包、提供服务培训、疏通流程管道等措施，为分公司做好技术、平台支撑；强化后市场业务利润中心的定位，增加后服务市场业务考核权重及资源配置，着力提升分公司后市场的经营能力；加强同战略客户、合作伙伴全生命周期业务的合作，在轨道交通领域，公司尝试合资合作，建立“新梯+服务”的合作关系、可持续发展的业务模型；上半年公司参股智梯绿科(北京)科技产业有限公司，延申合作链条，不断尝试做大后市场业务第二增长曲线的展业路径。

3、政策推动下，电梯设备的更新改造市场发展如何？

根据国家市场监督管理总局数据，截止 2023 年底全国共有电梯 1,062.98 万台，随着电梯保有量的增加及电梯使用年限的增长，存量电梯后市场服务需求快速释放，包括维保、维修、配件、更新改造等。据统计，目前存量电梯中使用年限超过 15 年的约 80 万台，使用年限超过 20 年的约 17 万台，超期服役的老旧电梯数量还会持续攀升。今年以来，国家发改委、财政部出台了加大设备更新的行动方案和实施方案，市场监督管理总局、各省市也纷纷发布了针对老旧电梯更新改造及既有建筑加装电梯的行动方案。加快更新不符合现行产品标准、安

全风险高的老旧住宅电梯。电梯的更新改造需求将会在各种政策的催化下加速释放。强化维保以及更新改造后市场业务，是公司发展的另一翼。以总部的职能部门为战略业务中心，通过优化产品包、提供服务培训、疏通流程管道等措施，公司力求加快推进更新改造业务。这其中，就包括 2023 年 3 月和 11 月连续中标大会堂两项电梯更新改造项目，是备受瞩目的标志性典型工程，不仅对升级公司现有产品体系和完善、优化工程经验有重大意义，也为公司培育开放式、多元化和定制化客户服务能力奠定了基础。

4、电梯海外市场发展如何，公司有哪方面布局？

2024 年，公司继续围绕海外市场深耕目标，加强区域覆盖并聚焦重点区域，推进新渠道开发及重大项目落地，力争通过海外市场的增量弥补出现的国内市场下滑带来的缺口。上半年，除受贸易结算影响的区域外，主要海外地区业务均实现了业务收入增长；出口业务的订单总体仍在增长。面对海外市场，公司通过渠道开拓、客户资源增量、细化区域等经营举措，加强品牌传播和大型优质代理商开发；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。上半年，公司在海外重点项目、重载扶梯、高速梯、工业地产领域继续取得突破。

5、公司如何看待自身的核心竞争力？是否还有信心在当前的竞争环境下突围？

经过二十余年的发展，康力电梯在电梯行业积淀了一定的品牌力、客户力、产品力、商业力以及整体的产业平台优势。例如公司连续八年入选“全球电梯制造商 Top10”榜单，2013-2024 年连续 12 年入选“房建供应链综合实力 TOP500-首选供应商电梯类 10 强”。且技术创新始终是康力的发展引擎，持续以稳定

的研发投入致力于核心部件开发、产品平台体系开发,基于“中国芯 康力芯”技术理念,打造全场景客流电扶梯运输解决方案。公司坚持以国产化为核心,掌握核心控制柜技术,10米/秒的高速电梯全部实现了国产化。在技术创新及产品解决方案、全流程管理、品牌经营、市场及渠道等方面的竞争力,仍需要长期的建设。

中国电梯行业正在经历较大的变革。公司根据不断变化的运营环境,始终注重灵活调整企业的经营文化,稳健发展并重,经营质量为先。从过去关注新梯市场需求到同样关注维保、更新改造等后服务市场需求,对组织运营模式、产品技术、人才队伍等进行调整改革。

加强人才队伍的合理化建设,管理者年轻化,激发组织活力,持续加强企业的竞争力,有利于更好的适应公司未来发展方向。

公司密切关注国家产业政策,结合行业形势、客户需求的变化,加大产品研发力度,创新解决方案,满足市场多样化的需求;二是拓宽市场深度和宽度,增加客户和市场覆盖,抓住细分领域的发展机会;三是持续加强技术创新,提高产品和服务质量,通过场景化的解决方案来提升产品的附加值和竞争力,提升客户满意度;四是在深耕新梯业务同时,持续推动在后市场领域的业务结构调整,聚力做大后市场业务的第二增长曲线,抢抓全国大规模设备更新改造的政策机会,对冲新梯市场下滑风险;五是公司内部持续加强精益管理,提高公司管理水平,控制成本费用。

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。前来公司进行现场调研的投资者已按深圳证券交易所要求签署调研《承诺书》。

附件清单(如有)	
日期	2024年9月30日