

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	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、红杉资本、中银资本、源峰基金、高毅资产、淡水泉、摩根士丹利、Point72、ToritoCapital、交银国际、中信证券、华泰证券、广发证券、中信建投证券、中金公司、长江证券、国泰君安证券、国投证券、招商证券、浙商证券等约 268 位投资机构、券商分析师、个人投资者
时间	2024 年 10 月 25 日
地点	柳工总部大楼 6E 会议室 进门财经平台
上市公司接待人员姓名	独立董事陈雪萍女士，高级副总裁罗国兵先生，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，财务总监樊丽君女士，新能源公司总经理赵明先生
投资者关系活动主要内容介绍	<p>1. 公司的研发规划是怎样的？</p> <p>过去几年，公司在智能化、新能源、无人驾驶这些领域在研发投入大量资源。通过全系电动产品的开发，为客户打造具有核心竞争力的电动全面解决方案。在未来战略中，我们将计划继续增加研发投入，重点关注新技术投入和全球高素质组织能力提升，同时通过加大海外市场拓展（已在英国、美国、波兰、印度、澳大利亚等地设立了地区研发机构，更多海外地区还在规划中），形成国内与海外分工协作、协同与资源共享的研发体系，加强研发实力和开发区域选择等措施来实现业绩目标。未来公司研发主要方向包括：</p> <p>（1）产品线开拓：由装挖矿为核心业务主导，持续拓展小型设备、高空、叉车业务，并发展成为全系电动产品、从施工到回收的全生命周期解决方案</p> <p>（2）核心技术：集成电池技术、换电送电技术、混合动力技术成熟应用，持续开展新技术的研发，如超充、超级电容、高速电机、多电机控制、800V 平台、补能技术、分布式液压、多发电机功率控制、电回转、电行走、电驱桥、轮边技术、氢能技术研究与应用。</p> <p>（3）核心零部件自研：MTB 电池、自制 BMS、传动和混动平台打造、光储充放，全面解决方案。</p>

2. 公司前三季度海外各区域收入情况如何？未来各地区的需求怎么判断？

公司 1-9 月海外业务保持高质量增长，各区域业绩相互补充拉动实现海外业务稳步增长，区域市场多点开花，区域市场结构得以进一步优化，其中非洲、拉美、南亚、中东中亚市场收入高速增长，收入结构占比扩大，欧美成熟市场受市场加速下行影响，收入增幅和收入占比缩减到不足 20%，新兴市场依然是公司海外业务的主力，区域结构优化任重道远。

从当前的行业数据来看，工程机械行业海外市场下行趋势将持续，截止 8 月 CE 产品线累计下滑幅度已超过 10%，8 月单月下滑幅度扩大到 20%以上，我们认为四季度综合下滑幅度会相对 3 季度收窄。全年预计下滑在 12%左右。增长主要拉动依然在印度非洲拉美等市场，印尼将逐步反弹，亚太中亚等有项目有机会等；成熟市场受经济增长乏力、市场高库存，终端租赁和新机销售疲软等情况影响，但北美、欧洲依然是数一数二的大市场。

3. 今年公司国内挖掘机市场占有率提升的原因是什么？

挖掘机是公司今年国内市场表现最出色的产品之一，在需求没有明显提升的大环境下，占有率持续提升，是国内占有率增长最快的品牌之一，同时公司挖掘机占有率的提升来自于小、中、大挖全面跑赢行业，占有率都实现了明显的增长，都为总体的占有率提升做出了贡献。公司挖掘机总体表现大幅优于行业的主要原因包括：

(1) 在市场深度调整期，绝大部分友商都在收缩，只有公司仍在加大研发投入，投巨资建设智能工厂并投入使用，打造了行业最全、性能好、成本更低的全系列挖掘机产品。

(2) 重点开拓细分市场的需求，例如水利、钢铁、林业等场景实现了明显的增量。

(3) 和装载机一样，持续的渠道生态的打造，让渠道的信心持续提升，和公司始终保持步调一致，渠道竞争力持续提升，渠道已经成为公司国内营销最核心的竞争力之一。

4. 公司今年以来所得税率偏低的主要原因是什么？

公司所得税率偏低主要是原亏损子公司减亏、扭亏幅度大，出于谨慎性原则，原来未确认递延所得税资产，本期盈利后所得税费用不需对应增加。随着未来公司混改变革效应持续显现及市场回暖，子公司亏损面预计会不断收窄，所得税率仍会有一定程度的波动。

5. 公司大马力拖拉机业务是如何规划的？

公司混改后对战略进行了调整，其中一个重点策略就是强弱周期业务互补，弱周期业务有效平滑强周期业务带来的业绩波动。农机是公司重要的弱周期业务，大马力拖拉机又是农机的核心业务，公司对其发展定位是坚持“高端，

大型，核心技术自主”，结合工程机械成熟可靠技术，发展高端大型智能化产品，不断提升农机业务综合竞争力。公司研发成功的 350 马力混合动力拖拉机已于近期完成适应性验证，开始批量供应市场，明年有望形成规模销售，助力公司业绩水平提升。

6. 公司未来在电动产品上的规划是怎样的？

2014 年开始柳工开始电动技术与产品研发，历经十年时间，目前已经开发了 11 条产品线的电动产品。电动装载机 21-24 年市占率持续保持行业头部地位，电动化产品得到市场充分考验和认可。公司电动产品规划主要包含以下几个方面：

(1) 产品端：规划 11 条产品线电动产品，装、挖、矿产品系列化开发，覆盖小、中、大产品范围。叉车、高空工业车辆产品系列化开发。

(2) 工况覆盖端：优先覆盖土石方、矿山、港口、隧道对电动产品需求紧迫的工况，不仅提供电动产品组合，还提供能源获取方案，设备智慧管理方案，满足客户定制化解决方案需求

(3) 区域端：根据海外战略，针对重点海外区域和国家，开发和完善符合当地法规、客户需求的电动产品，提升海外补能解决方案、提升后市场服务和配件能力，提供电池回收解决方案

(4) 行业标准端：柳工作为电动土方机械分标委的承办方，2019 年开始牵头编制电动工程机械行业标准，对电动工程机械整机和零部件标准进行了统一的规划，助力行业标准化统一发展，技术创新进步。下一步计划参与 ISO 国际电动工程机械标准制定。

7. 公司管理费用率同比稳步下降的原因和未来趋势？

自混改变革以来，公司管理费用率总体呈波动下降的趋势，主要得益于公司围绕“盈利增长、收入增长、能力成长”的经营主线采取了一系列的降本增效措施，控费能力不断提升，包括严控人员编制，强化效能建设，百元人工成本得到有效控制，各审批流程优化以及信息系统对传统管理模式的全面替代等。随着公司各项运营管理措施持续落地及改善，公司总体费用率预计会保持长期稳中有降的趋势。

8. 公司近两年毛利率的改善十分明显，请问原因是什么？未来能否持续？

2024 年前三季度公司整体毛利达 23.5%，同比提升近 3 个百分点，全年利润率呈现平稳略增态势，主要得益于公司围绕“全面解决方案、全面智能化、全面国际化”的“三全”战略持续打造的核心竞争力：在成本控制方面，公司推进全价值链降本，将降本理念深入到产供销各个环节，预计连续两年达成降本目标，在效益提升方面，公司通过客户结构优化（大客户占比提升）、产品结构优化（中大型设备等高毛利产品比重提升）以及区域市场开拓（国际业务占比提升）有效对冲了行业整体需求下滑带来的冲击。目前公司从采购制造到研发营销等全流程制度提质增效的各项举措正在持续落实并取得了较好的效果，我们对未来盈利能力的持续改善，实现期权激励的各项业绩考核指标充满

	<p>信心。</p> <p>9. 如何看待目前电动装载机渗透率的快速提升以及愈发激烈的价格战？是否会影晌公司电动产品毛利率？</p> <p>受国家政策的引导和电装产品的不断成熟，国内电装渗透率从前年的 3% 快速提升至今年的 25%左右，很多非传统工程机械企业纷纷入局电动装载机，价格战在所难免，但因为各自目的、中长期目标、能力的差异，这样的竞争注不会长期持续，市场必然会进行快速淘汰，事实证明：去年最多时，电装制造企业多达几十家，今年至今快速缩减，预计未来数量还会持续减少。</p> <p>电装刚开始导入市场的前几年，毛利率高于油装，但从去年到今年，由于市场的恶性竞争，电动装载机的毛利率急剧下降，大部分友商的电装毛利率处于极低的水平。公司始终坚持长期主义，不主动打价格战、但也不怕打价格战，基于电动装载机的产品竞争力和品牌优势，价格始终维持在行业相对较高的水平；同时，虽然国内整体电装竞争恶化，对整体毛利率造成了一些影响，但公司通过提高油装毛利率、全面降成本等措施，装载机整体毛利率总体维持在去年同期水平。</p>
附件清单(如有)	
日期	2024 年 10 月 25 日