

证券代码：002367

证券简称：康力电梯

公告编号：202509

康力电梯股份有限公司

2024 年年度报告摘要

一、重要提示

本年度报告摘要来自年度报告全文，为全面了解本公司的经营成果、财务状况及未来发展规划，投资者应当到证监会指定媒体仔细阅读年度报告全文。

所有董事均已出席了审议本报告的董事会会议。

非标准审计意见提示

适用 不适用

董事会审议的报告期利润分配预案或公积金转增股本预案

适用 不适用

是否以公积金转增股本

是 否

公司经本次董事会审议通过的利润分配预案为：以截至 2024 年 12 月 31 日的总股本 798,786,187 股扣除公司回购专用账户中 1,040,731 股后的可参与分配的总股数 797,745,456 股为基数，向全体股东每 10 股派发现金红利 3.00 元（含税），送红股 0 股（含税），不以公积金转增股本。

董事会决议通过的本报告期优先股利润分配预案

适用 不适用

二、公司基本情况

1、公司简介

| | | | |
|--------------|-----------------|-----------------|--------|
| 股票简称 | 康力电梯 | 股票代码 | 002367 |
| 股票上市交易所 | 深圳证券交易所 | | |
| 变更前的股票简称（如有） | 不适用 | | |
| 联系人和联系方式 | 董事会秘书 | 证券事务代表 | |
| 姓名 | 吴贤 | 陆玲燕 | |
| 办公地址 | 江苏省汾湖高新技术产业开发区康 | 江苏省汾湖高新技术产业开发区康 | |

| | | |
|------|------------------------------|------------------------------|
| | 力大道 888 号 | 力大道 888 号 |
| 传真 | 0512-63299905 | 0512-63299905 |
| 电话 | 0512-63293967 | 0512-63293967 |
| 电子信箱 | dongmiban@canny-elevator.com | dongmiban@canny-elevator.com |

2、报告期主要业务或产品简介

康力电梯成立于 1997 年，2010 年 3 月在深交所挂牌上市。公司深耕主业，秉承“承载人与梦想、丰富智慧生活”的愿景，现已发展成为业内领先的集电、扶梯及自动人行步道产品的研发、设计、生产、销售、安装、维保、更新、改造服务于一体的现代化综合型电梯企业集团，拥有全资、控股子公司共计 13 家，形成了具有康力特色的“整机生产为主、关键零部件生产、后服务市场为支撑”的一体化经营模式。

公司始终致力技术创新不断满足和引领场景化的体验，以客户需求为导向，驱动产品进步，通过优质的产品和服务提升用户体验。

公司构建了核心技术自主可控的、基于“中国芯、康力芯”打造的全场景客流电扶梯运输解决方案，广泛应用于住宅、商业、酒店、商场、综合体、医院、公共交通、旅游景区、体育展馆、公共设施、旧楼加梯等各种场景；重载应用场景的扶梯解决方案行业领先；同时公司构建了从维保、修理、更新改造等业务的全生命周期服务方案；在产品的设计、生产供应、销售支持、工程安装、售后服务等全流程积累了丰富的项目经验。

全场景解决方案



公司以自主研发为支撑，电、扶梯产品共 35 个系列、232 种规格，包括 KLK2 蓝豹、金豹系列高速电梯，KLK1 金燕、银燕乘客电梯，KLKS 新凌燕乘客电梯，KLW 无机房电梯，KLG 观光电梯，KLJ 家用电梯，KLB 医用电梯，KLH 载货电梯，KLQ 汽车电梯，KLZW 杂物电梯，CLKX 消防电梯，商务自动扶梯，公共交通型自动扶梯，自动人行道等，涵盖 8 大应用场景，满足各类型建筑、公共设施、文旅景区等垂直交通需求。

康力“幸福加梯”是康力电梯的旗舰子品牌，运营主体康力幸福加装电梯（苏州）有限公司于 2017 年 11 月成立，专注既有建筑加装电梯综合一体化的服务，提供土建、施工、电梯、安装、维保的全生命周期、总包式工程服务。

苏州康力科技产业投资有限公司为公司投向智能制造、工业机器人等领域的产业投资平台，苏州康力君卓股权投资中心(有限合伙)、苏州康力君卓数字经济产业投资基金合伙企业（有限合伙）为公司投向物联网、数字经济领域的产业投资平台。

2、销售模式

电梯产品的销售具有设备定制化并含工程、服务于一体的业务特征。公司销售模式分直销和代理,通过遍布全国的销售网络和国内外经销商伙伴，在获取订单后,根据配套的建筑和客户的不同需求提供个性化定制方案；同时亦通过参与项目招投标方式获取客户集团采购、政府采购等领域的重大订单；业务形成“订单式生产”的经营模式，为客户供应电扶梯产品、提供工程安装和售后服务。海外业务主要依靠经销商代理销售设备。

3、业绩驱动因素

公司业绩的驱动因素与宏观经济周期影响下的下游市场需求息息相关，也与公司自身经营策略、经营效率、产品竞争优势、产品结构和价格策略等紧密相连。

行业层面，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，存量市场需求快速释放将会有效支撑总体市场规模逐步企稳。

在中国房地产转型升级与高质量国产创造同步进行时，面对电梯行业新形势下诸多不确定性与更加激烈的市场竞争，公司注重运营效率提升，持续优化从客户需求到客户满意的全过程管理，提升端到端的管理体系和管理能力，以高效响应客户需求的变化；同时借助公司在制造、渠道、服务中心、信息化、研发等方面的优势资源，系统性布局后市场业务，发力打造公司第二增长曲线；打造奋斗者文化和以奋斗者为本的价值分配体系，激发全员坚持自我改进和不懈奋斗精神，驱动公司持续改进和高质量发展。

3、主要会计数据和财务指标

(1) 近三年主要会计数据和财务指标

公司是否需追溯调整或重述以前年度会计数据

是 否

单位：元

| | 2024 年末 | 2023 年末 | 本年末比上年末 增减 | 2022 年末 |
|------------------------|------------------|------------------|---------------|------------------|
| 总资产 | 7,484,596,560.81 | 7,409,644,861.86 | 1.01% | 6,740,898,383.27 |
| 归属于上市公司股东的净资产 | 3,536,222,926.07 | 3,446,167,572.46 | 2.61% | 3,220,153,340.47 |
| | 2024 年 | 2023 年 | 本年比上年增减 | 2022 年 |
| 营业收入 | 4,083,113,908.75 | 5,035,032,408.48 | -18.91% | 5,114,579,681.57 |
| 归属于上市公司股东的净利润 | 357,180,898.55 | 365,098,208.00 | -2.17% | 274,292,494.04 |
| 归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润 | 313,184,970.90 | 321,515,188.99 | -2.59% | 247,232,920.79 |
| 经营活动产生的现金流量净额 | 515,210,327.61 | 836,694,817.79 | -38.42% | 359,587,680.01 |

| | | | | |
|-------------|--------|--------|--------|--------|
| 基本每股收益（元/股） | 0.4477 | 0.4615 | -2.99% | 0.3487 |
| 稀释每股收益（元/股） | 0.4477 | 0.4615 | -2.99% | 0.3481 |
| 加权平均净资产收益率 | 10.30% | 11.02% | -0.72% | 8.59% |

(2) 分季度主要会计数据

单位：元

| | 第一季度 | 第二季度 | 第三季度 | 第四季度 |
|------------------------|-----------------|------------------|------------------|------------------|
| 营业收入 | 765,416,363.30 | 1,092,373,970.57 | 1,019,282,092.13 | 1,206,041,482.75 |
| 归属于上市公司股东的净利润 | 53,770,074.62 | 122,062,640.82 | 105,875,503.92 | 75,472,679.19 |
| 归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润 | 50,326,746.51 | 107,397,476.00 | 98,054,655.94 | 57,406,092.45 |
| 经营活动产生的现金流量净额 | -304,538,255.63 | 161,004,908.93 | 402,436,139.59 | 256,307,534.72 |

上述财务指标或其加总数是否与公司已披露季度报告、半年度报告相关财务指标存在重大差异

是 否

4、股本及股东情况

(1) 普通股股东和表决权恢复的优先股股东数量及前 10 名股东持股情况表

单位：股

| 报告期末普通股股东总数 | 33,372 | 年度报告披露日前一个月末普通股股东总数 | 32,957 | 报告期末表决权恢复的优先股股东总数 | 0 | 年度报告披露日前一个月末表决权恢复的优先股股东总数 | 0 |
|---------------------------|--------|---------------------|----------------|-------------------|------------|---------------------------|---|
| 前 10 名股东持股情况（不含通过转融通出借股份） | | | | | | | |
| 股东名称 | 股东性质 | 持股比例 | 持股数量 | 持有有限售条件的股份数量 | 质押、标记或冻结情况 | | |
| | | | | | 股份状态 | 数量 | |
| 王友林 | 境内自然人 | 44.89% | 358,591,306.00 | 268,943,479.00 | 不适用 | 0 | |
| 康力电梯股份有限公司—第一期员工持股计划 | 其他 | 3.77% | 30,084,286.00 | 0 | 不适用 | 0 | |
| 香港中央结算有限公司 | 境外法人 | 3.07% | 24,503,988.00 | 0 | 不适用 | 0 | |
| 朱美娟 | 境内自然人 | 2.16% | 17,280,000.00 | 0 | 不适用 | 0 | |
| 基本养老保险基金一零零 | 其他 | 0.60% | 4,783,402.00 | 0 | 不适用 | 0 | |

| | | | | | | |
|-------------------------|--|-------|--------------|---|-----|---|
| 三组合 | | | | | | |
| 大家人寿保险股份有限公司-万能产品 | 其他 | 0.50% | 3,970,000.00 | 0 | 不适用 | 0 |
| 芜湖长元股权投资基金(有限合伙) | 其他 | 0.49% | 3,951,361.00 | 0 | 不适用 | 0 |
| 顾兴生 | 境内自然人 | 0.47% | 3,732,400.00 | 0 | 不适用 | 0 |
| 杜双华 | 境内自然人 | 0.44% | 3,551,000.00 | 0 | 不适用 | 0 |
| 中国太平洋人寿保险股份有限公司-分红-个人分红 | 其他 | 0.38% | 3,007,600.00 | 0 | 不适用 | 0 |
| 上述股东关联关系或一致行动的说明 | 上述股东中，王友林先生与朱美娟女士为一致行动人，除此之外，本公司未知其他股东之间是否存在关联关系，也未知其他股东之间是否属于一致行动人。 | | | | | |
| 参与融资融券业务股东情况说明(如有) | 不适用 | | | | | |

持股 5%以上股东、前 10 名股东及前 10 名无限售流通股股东参与转融通业务出借股份情况

适用 不适用

前 10 名股东及前 10 名无限售流通股股东因转融通出借/归还原因导致较上期发生变化

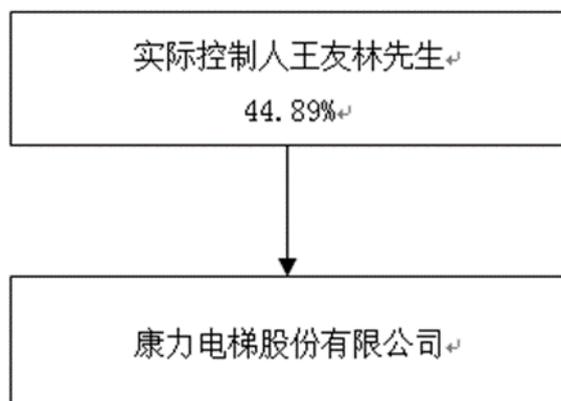
适用 不适用

(2) 公司优先股股东总数及前 10 名优先股股东持股情况表

适用 不适用

公司报告期无优先股股东持股情况。

(3) 以方框图形式披露公司与实际控制人之间的产权及控制关系



5、在年度报告批准报出日存续的债券情况

适用 不适用

三、重要事项

（一）主要经营成果

2024 年，房地产市场需求总量进一步下降，新建商品房销售金额跌破 10 万亿元，调控政策向促进房地产“止跌回稳”转向，房地产行业进入“严控增量、优化存量、提高质量”的去库存周期。2024 年全年房地产新开工和竣工面积分别同比下降 23.0%和 27.4%，对电梯行业新增订单需求及发货产生较大影响，电梯行业整体处于新梯增量需求下降、存量服务需求快速增长的调结构通道中，市场竞争深化加剧，产业发展步入转型升级深水区。受新梯市场价格竞争压力影响，行业内企业营收规模普遍阶段性承压。

公司积极适应下游行业变化、电梯行业发展新形势，坚持以发展战略和年度经营目标为指引，以提升核心业务竞争力、打造低成本高效率的卓越运营优势为目标，注重渠道优化及提升渠道覆盖，发力后市场业务第二增长曲线，并在组织结构和人员架构调整、流程优化、产品研发、品牌建设、激励政策、细分市场开拓、项目运作机制深化等多方面开展工作，以提升公司在行业转型期的经营质量，打造长期可持续发展的基石。

报告期内，公司实现营业收入 408,311.39 万元，较上年同期下降 18.91%；实现利润总额 40,873.39 万元，实现归属于上市公司股东的净利润 35,718.09 万元，其中归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润为 31,318.50 万元，较上年同期下降 2.59%。

截至 2024 年 12 月 31 日，公司资产总额 74.85 亿元，负债总额 39.37 亿元，资产负债率为 52.60%；归属于母公司所有者权益 35.36 亿元；加权平均净资产收益率 10.30%，同比下降 0.72 个百分点。

截至 2024 年 12 月 31 日，公司正在执行的有效订单为 67.32 亿元（未包括中标但未收到定金的北京轨道交通 13 号线扩能提升工程自动扶梯 IV 段，苏州市轨道交通 4 号线北延伸线工程，新乡站客运设施改造（站场）改造工程，北京地铁 12 号线工程三元桥站一体化无机房消防员电梯项目，轨道交通 22 号线（平谷线）工程自动扶梯供货及安装工程 02 合同段，中标金额共计 1.49 亿元），在手订单保持稳定。上述有效订单统计未包括成都轨道交通 8 号线二期、13 号线一期、10 号线三期、17 号线二期、18 号线三期、30 号线一期及轨道交通资阳线工程电梯及自动扶梯设备采购安装及运维服务项目运维服务（质保期后常年运维）中标总额 20.48 亿元，其中截至本年报披露日，8 号线二期、30 号线一期运营维保服务项目合同已签订，合同金额 6.45 亿元。

（二）报告期内公司重点工作

（1）中国电梯行业正在经历较大的变革，公司聚焦核心经营目标，根据运营环境变化灵活调整经营策略，以经营质量为先，稳健发展并重。

2024 年，新梯需求持续筑底，行业竞争进一步加剧。为应对多变的市场环境，公司灵活调整经营策略，对组织及人员架构、运营模式、产品技术、激励政策等进行了调整改革，加强人才队伍的梯队建设以及专业化、年轻化，目的是激发组织活力，持续加强企业的竞争力，更好的适应公司未来发展方向。

报告期内，公司总体营收规模受房地产竣工下滑影响及价格竞争压力有所下降。公司加强风险管控，注重合同质量，持续推进精益管理和运营效率提升，报告期内公司毛利率同比提升 0.88 个百分点；销售净利率 8.79%，同比提升 1.53 个百分点；经营质量仍总体稳健。

公司经营活动产生的现金流量净额较去年同期下降，主要系受报告期间票据结算周期及销售规模下

降影响。短期来看，市场仍处低位承压，公司经营重心仍将是注重现金流安全底线，保持现金流的流动性处于健康、合理状态。

(2) 积极适应房地产业新形势，加强市场营销和渠道建设，持续推进渠道优化、场景化营销，多措并举，加强新老客户触达。

报告期内，落实强化分公司的市场主体定位，持续加强分公司面向市场的电梯全生命周期业务经营能力，落实增加销售活动覆盖；加大渠道开发力度，优化渠道激励政策，进一步提升渠道覆盖率和核心代理商开发，2024 年公司签约代理商数量增加 10% 以上；推行价值营销，针对不同应用场景开发场景化解决方案，巩固或加强公司在轨道交通、文旅等市场竞争力，国央企战略客户持续突破并荣获中国房地产采购平台《2024 央国资房地产开发企业优选供应商(民族品牌)·电梯类》；推动各目标市场终端的精细化管理，挖掘轨道交通、文旅景区、工业地产、高端商业、家用电梯、加装梯、更新改造、出口等细分领域的市场机会，并针对性出台配套的激励措施。

(3) 围绕“客户满意”，优化产品规划和开发流程，推进服务体系升级。

围绕“以客户为中心”，优化产品规划和开发管理，拉通各职能部门对齐客户需求并提高面向客户价值创造和交付的效率。重大项目和重点客户实行铁三角运作机制，全面升级客户服务体系，服务前移，做好全流程、全过程的客户服务节点管理。

(4) 系统性布局后服务市场，聚力做大第二增长曲线。

公司在深耕新梯业务同时，持续推动在后市场领域的业务发展。报告期内，公司调整后市场业务人员及组织结构，加大了专业人才引进力度，疏通流程管道；2024 年 12 月面向全体合作伙伴发布了公司在用梯服务业务发展规划，从更新改造产品及解决方案、服务培训、激励措施、信用政策等全方位为合作伙伴做好技术、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；业务拓展上，公司尝试通过合资合作方式，加强与战略客户、合作伙伴全生命周期的业务合作，打造“新梯+服务”的长期、可持续发展的业务模式，报告期内公司参股智梯绿科(北京)科技产业有限公司，延申合作链条；2024 年 12 月、2025 年 1 月，公司控股子公司四川康力维轨道交通设备有限公司签订了成都地铁 8 号线二期工程、30 号线一期工程的 15 年的运维服务合同，合作共赢成果初现。

(5) 2024 年，公司继续围绕海外市场深耕目标，加强区域覆盖，推进渠道开发及重大项目落地，并聚焦重点区域，加大市场投入力度，报告期内参加阿尔及利亚、迪拜、越南电梯展，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。报告期内，公司海外业务同比增长 10.95%。

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。报告期内，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。

(6) 科技创新、产品出新，积极研发老旧电梯现代化更新改造技术方案，持续聚焦客户需求，持续建设以市场为导向的产品研发体系，增强核心竞争力。

报告期内，公司继续推进产品平台建设，持续增强公司在技术储备、产品系列、解决方案等方面核心竞争力；构建电梯关键技术联合创新体系，聚焦电、扶梯安全、舒适、智能的发展趋势，开展电梯减振降噪设计、核心关键零部件、智能检测系统等方向的技术创新，实现产品的高质量国产先行；对老旧电梯现代化更新改造市场，积极研发技术方案，适应城市更新与发展带来的新行业机会。

公司继续保持稳定的研发费用投入，全年研发费用率 4.14%。截止 2024 年 12 月底集团共拥有国内有效授权专利 1108 件，其中发明专利 142 件，实用新型专利 910 件，外观设计专利 56 件；国外发明专利 27 件。

（7）实施精细化管理，加强成本控制和风险管理，提升经营质效。

报告期内，公司继续全面加强对生产运营各环节的精细化管理，扎实推进降本增效工作。公司持续推进产品标准化、模块化及生产工艺改善优化；加强供应商的整合优化，包括安装供应商的集中招标，以及大宗原材料的锁价等措施，控制采购成本；持续全面实行精细化管理，加强目标责任管理，促进公司整体经营效率提升及各项目标任务落实；组织实施产能布局优化调整，降低运营成本；继续深化全面预算管理，严控各项可控运营及管理费用支出。2024 年期间费用总额同比下降 17.70%，期间费用率同比略微增长 0.25 个百分点。

公司继续加强现金流管理，梳理识别客户信用风险级别，加强合同质量和合同节点管理，严格把控合同约定的付款节点，实时预警并采取必要的管控措施。2024 年公司销售商品、提供劳务收到的现金 51.41 亿元，销售回款率 125.91%。应收款余额较期初下降 1.96%，公司将进一步加强回款管理，继续全力清收历史应收账款，对于逾期应收账款，积极与客户磋商还款安排，包括以房抵债等多种形式降低损失。

（8）产业经营与资本经营相互融合，充分发挥资本市场平台获取优质投资机会，加强与新兴产业互动。

公司已形成上市公司直接投资、子公司苏州康力科技产投、康力君卓物联网基金、康力君卓数字经济基金等多线投资布局。报告期内，公司投资项目退出收回现金 2,311.60 万元。

主产业投资端，参股智梯绿科（北京）科技产业有限公司，与客户共同探索电梯后市场发展模式，聚力做大后市场业务的第二增长曲线。康力君卓数字经济基金，2024 年决策追加投资了专注于伺服压力机国产替代的苏州斯特智能科技有限公司，国际一流、国内领先的人机对话平台型企业思必驰科技股份有限公司，以及新增投资了专注半导体前道量测设备研发的上海优睿谱半导体设备有限公司。

公司将继续以投资为联接，深化制造业与物联网先进技术、数字经济的融合发展，推动公司的业务板块、产品升级、技术创新、服务扩展。

（三）公司发展战略

面对复杂的经营环境，挑战与发展机遇并存。公司将以高质量发展为基本思想，秉承“承载人与梦想、丰富智慧生活”的愿景及“提升用户体验、锻造世界品牌、赋能产业生态”的使命，着力践行“以客户为中心、以奋斗者为本、长期艰苦奋斗、坚持自我改进”的核心价值观，全力打造“客户力、产品力、商业力、平台力”四大核心竞争力，驱动公司可持续发展。

公司坚持战略目标导向，保持战略定力，深耕电梯主业，加速构建“新梯+服务”的长期稳定、可持续发展业务模式。强化战略管理、运营体系运作，提升战略管理能力；坚持研发创新，注重产品数智化融合，从产品向全生命周期、全应用场景的解决方案升级；加快产品标准化、模块化、系列化及中、后台职能部门的能力建设，提升交付能力；进一步拓宽渠道的广度和深度，提升区域、客户、销售线索的覆盖；加强分公司经营能力建设，包括大客户经营及面向市场的后市场业务经营能力等。

面对电梯行业新形势，全面贯彻新发展理念，积极融入新发展格局，坚定发展信心，助力公司实现高质量发展。

（四）2025 年经营计划

电梯行业正处于运营环境和需求结构急剧变化的大变革时代。2025 年公司将围绕总体发展目标，着力于“客户满意”和“高效运营”和聚焦经营关键七大要素，持续加强公司核心业务竞争力，夯实细分场景的竞争优势；加强风险管控，注重合同质量及信用风险管理，保持健康的现金流；全面提升赋能型总部和分公司经营能力建设，打造低成本、高效率的卓越运营优势；加速后市场业务开拓，推动公司业务结构优化，加快构建长期可持续发展能力，奋力开创康力电梯高质量发展新局面。

1、继续深化渠道覆盖，拓展市场覆盖度和项目参与度。不断探索市场创新，发掘新的客户群体和应用领域，加大细分市场销售力度，重点聚焦轨道交通、海外市场、家用梯、文旅项目等领域；加大典型项目、重要项目和特殊项目的资源投入力度，打造标杆项目的示范引领作用，进一步巩固并提升品牌价值。

2、加码发力“第二增长曲线”，持续优化团队建设、业务流程、产品方案、渠道政策，加大更新改造业务资源投入。

3、以客户需求为导向，针对性的设计和优化场景化的解决方案；坚持科技创新，加快产品高端化、绿色化、智能化的升级，持续从安全性、舒适度、美观性、交互性、可靠性等主观感受提升体验感；进一步提升产品标准化、模块化水平，大力加强核心部件及技术的开发；加强产品规划和产品开发过程管理，对齐客户需求及痛点，提升核心产品的竞争力。

4、加强自策略制定到执行落地、从销售线索到应收款的全流程过程管理。构建高效的协同机制，打破信息孤岛，将精细化管理深度融入项目的每一个环节，确保准确洞察客户需求、服务前移提升客户体验，通过明确分工、强化合作、实时监督和优化流程环节，实现客户满意与业绩增长的双赢发展。

5、持续推进各部门、各环节降本增效，加快客户响应和交付速度，打造低成本、高效率的卓越运营优势。

6、坚持安全与质量，严控方案设计、生产制造、交付和服务等各环节品质，重点加强质量改善的纠正预防措施，用科学的质量管控手段切实提高产品和服务质量以及用户满意度。

7、加强风险管理，进一步夯实公司稳健发展基础。一是加强风险分析研判，甄别客户信用风险，分级管理。二是严格把控合同质量，加强合同节点管理；三是对应收账款进行常态化高强度管理，加强客户沟通，多途径、多措施跟催应收账款。

8、落实人才战略规划，加强人才培养和梯队建设，打造坚强的组织保障；构建优胜劣汰的人才选拔标准，建立以奋斗者为本的绩效考核和价值分配体系，激发组织活力，打造高度认同公司核心价值观的奋斗者队伍。

康力电梯股份有限公司

董事长：朱琳昊

2025年3月28日