证券代码： 000157/1157　　证券简称：中联重科

中联重科股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2026-07

投资者关系活动类别	□特定对象调研　□ 分析师会议 □ 媒体采访　√ 业绩说明会 □ 新闻发布会　□ 路演活动 □ 现场参观 □ 其他 （请文字说明其他活动内容）
参与单位名称及人员姓名	安联保险、奥悝基金、巴黎银行、霸菱资产、百年人寿、保银投资、碧云资本、长安基金、长城基金、常春藤投资、创金合信、大和资本、德邦基金、德意志银行、东方阿尔法、东方基金、东方资管、方圆基金、方正富邦、富达投资、富国基金、高观投资、高观资本、工银安盛、光大保德信、光大永明、广发基金、国金基金、国联基金、国联安基金、国信资管、海富通、恒生前海、合远基金、宏利金融、华安基金、华宝基金、华宝信托、花旗银行、华泰证券资管、华夏基金、华夏理财、汇丰晋信、汇丰银行、江信基金、建信基金、建信理财、嘉实基金、金鹰基金、开思基金、利檀投资、马来亚银行、美银证券、摩根士丹利基金、摩根士丹利投资、南方基金、宁泉资产、宁银理财、平安基金、平安理财、平安养老、平安证券资管、平安资产、浦银安盛、浦银理财、前海开源、千禧资本、人保资产、融通基金、瑞银证券、睿远基金、瑞众人寿、申万菱信、泰康资产、太保资产、太平资产、泰信基金、天治基金、温氏投资、湘财基金、西部利得、星展银行、新华基金、新加坡政府投资公司、信银理财、鑫元基金、阳光资产、易方达基金、英仕曼集团、银河基金、永赢基金、圆信永丰、招商资管、招银理财、浙商基金、中国人寿、中金资管、中信保诚、中信建投资管、中信金石、中信资管、中银国际、中银基金、中邮理财、中邮人寿、Point72、SANTA LUCIA 等。
时间	2026 年 10 月 30 日下午
地点	长沙
形式	线上

上市公司接待人员姓名	联席总裁王永祥、首席财务官杜毅刚、副总裁唐少芳、副总裁袁野、副总裁任会礼、董事会秘书陶兆波等。
投资者关系活动主要内容介绍	**一、公司介绍** 1、总体业绩 前三季度，公司实现营业收入 400.19 亿元，同比增长 7.71%，毛利率 27.12%，归母净利润 29.61 亿元，扣非归母净利润 15.88 亿元。由于人民币汇率升值，公司产生汇兑损失 9.64 亿元，在还原税后的汇兑损失后，归母净利润、扣非归母净利润分别为 37.81 亿元和 24.08 亿元，同比分别+1.87%、-1.10%，表明公司业务经营基本面非常稳健。值得注意的是，本期汇兑损失属于阶段性的账面汇率变动影响，相关项目大部分在报告期末尚未结算，未直接对应当期经营性现金流出，该事项不改变公司主营业务经营基本面和核心业务发展态势。 经营性现金流净额 35.52 亿元，同比+23.94%，收现率 103.65%，同比+1.06pct，均处于持续提升状态；同时，应收账款余额在三季度末相比半年度末有所下降，高质量发展战略得到有效落实。 三季度以来，公司盈利能力实现强劲反弹，通过动态调整产品价格、提质增效、结构优化以及强化汇率管理等方式，扣非业绩表现企稳提升。单季营收 128.84 亿元，同比+4.74%，毛利率回升至 27.76%，环比二季度+1.73pct，扣非归母净利率环比二季度+4.26pct，扣非归母净利润 7.57 亿元，同比+5.39%，环比二季度大幅+229.89%。 2、全球市场多点开花，海外本地化布局已趋近完善: 前三季度，公司境外营收 231.37 亿元，同比+8.55%,境外营收占比 57.81%，同比+0.45 个 pct。 1）区域方面：海外十大区域分布均衡，前六大区域占比均在 10%-20%之间,较好地避免单一市场波动对业绩产生较大影响。增速方面，南美、欧洲、非洲、东南亚、东亚、南亚六个区域表

	现好于平均水平，均取得两位数以上增长，中东受地缘摩擦影响经济活动秩序有待恢复，但终端需求依旧良好。两大受地缘政治明显影响的区域短期形成拖累，剔除后公司前三季度外销同比依然增长超 20%。 2）本地化布局方面：目前，公司在海外各大地区的本地化布局整体已趋近完善，依托 30 余个一级业务航空港，建成 550 余个销服网点，服务本地化率超 60%，打造“小时级”服务圈。 3）管理升级：推动后台管理前移、中后台一体化下沉，搭建贯通商机转化与销售目标的全流程管理体系，实现一线诉求快速响应。聚焦海外组织效能全面提升，依托大数据构建人员效能画像，强化岗位匹配动态管理，推动队伍向精干高效转型。 3、优势板块与第二增长曲线竞相发展，各事业部在研发、制造、产品、市场、渠道、品牌影响力等取得多方面进步 1）工程起重机： 超大吨位产品销售亮眼，高端全地面起重机实现批量发货；履带吊 9 月销售行业第一；风电、光伏、储能贡献主要新增需求。海外美洲、泛太市场实现较大增长，巴西、非洲、南亚细分市场实现突破，超大吨位履带吊和大吨位折臂起重机批量发货海外。 2)混凝土机械： 营收、毛利率、利润、合同质量全面向好，泵车、搅拌车、搅拌站三大产品线全部增长。国内凭借一批极致王牌产品和销服一体化策略，在销售较好增长的同时实现了客户结构优化。海外出口市占率持续提升，墨西哥、秘鲁及非洲等市场增长明显。 3）建筑起重机： 全球整体市占率领先，销售收入、盈利指标季度间环比提升，整体经营质量持续向好。国内聚焦优质客户，合同质量、回款情况、风险敞口全面优化。海外业务推进效率、商机转化周期、内部流程与协作等相关的运营指标明显改善；持续落地研发出海战略，深入一线通过定制化方案解决客户独特需求，研发协同销售

	带动业务增长的能力明显增强。 4）土方机械： 整体营收占比已达到 20%，境内外均实现快速增长。国内渠道培育成效显著，经销商终端销售、服务保障能力逐步成熟，有力提升品牌曝光与市场影响力，小中大各吨位齐头并进，市占率持续上升。海外需求拉动主要来自矿山+基建双轮驱动，东南亚、拉美等市场增长显著，发达国家市场则以电动化替换、智能化催化以及存量更新为主要增长源。 5）矿山机械： 国内、海外均取得高速增长，在产品、市场、产能方面持续夯实基础能力，矿山全工序解决方案愈加成熟。国内地域结构及客户类型持续多元化突破；深耕央国企，打磨定制化方案，高端客户占比提升至近 50%；重点客户在新能源矿卡和超大挖等高端产品的批量复购行为，给市场带来良好的示范效应。海外区域突破多点开花，东南亚、中亚接连斩获批量订单，非洲持续高增，南美金矿实现突破性成果；多国落地混动矿卡订单，300 吨级混动矿卡全球最大，绿色化、智能化优势凸显。 6）高空机械： 国内市场边际改善，经营质量进一步提升。海外实现良好增长，营收占比近 70%，臂式、剪叉、桅柱式、叉装车等各类产品齐头并进，面向欧洲、东南亚、南美、东亚等海外市场推出多款极具全球竞争力的产品，特别是电动化高附加值机型方面，在能效、电驱系统架构、安全及操控技术等方面开展多项关键技术的研究及应用搭载，节能性和环境适应性进一步提升。 7）农业机械： 多款混动拖拉机已在海外中亚、欧洲、澳洲、南美、南非和国内新疆、黑龙江等核心农业产区批量投入使用，全球最大马力混动拖拉机也已出口到澳洲、中亚等市场，实现国产农机在超大马力混动领域商业化应用关键突破。同时，大马力混动拖拉机成

	功入围国际农机界“奥斯卡”大奖，一举打破该奖项自 1998 年创办以来中国农机“零提名”的历史空白，也是中国大马力农机首次获得国际顶级行业权威认可。国内实施从“规模扩张”到“结构优化”的战略升级，三季度渠道实销同比快速增长。海外坚持“高端混动突破+渠道分层深耕”路线，优先推进大马力混动产品在欧美和中亚地区落地，同步巩固东南亚、非洲传统市场基本盘。 4、主要财务指标 1）盈利能力：三季度以来，公司及时通过提价等多措并举，单季毛利率环比二季度+1.73pct，扣非归母净利率环比二季度+4.26pct，盈利能力实现强劲反弹。特别是海外毛利率，三季度环比二季度+3.90pct，同比+0.25pct，恢复非常良好，回到了超31%的较好水平。 2）费用情况：前三季度，剔除汇兑影响后，财务、销售、管理、研发四大费用率合计为 18.67%，同比+0.51pct，整体管控效果良好。其中，销售费用率同比+1.10pct，原因是海外本地布局费用前置，目前公司全球本地化布局已基本完善，可进一步支撑海外销售规模提升，随着海外收入提升预计有较大的利润释放空间。 3）现金流表现：经营性现金流净额 35.52 亿元，同比+23.94%，收现率 103.65%,同比+1.06pct；同时，应收账款余额在三季度末相比半年度末有所下降。 5、总结 2026 年以来，公司围绕海外市场开拓、产业突破、提质增效、管理升级、流程变革几个核心主题，以自身确定性应对外部不确定性，整体保持稳中有进的态势。展望四季度，公司将全力冲刺全年目标，争取为投资者带来更理想的经营成果。 **二、问答环节**

	1、请公司分析下三季度毛利率提升的原因？ 答：公司三季度单季的毛利相较二季度环比提升 1.73 个百分点，海外毛利率提升更大。这说明公司整个基本盘是稳健的，全球的经营向纵深推进，海外产品的竞争力进一步加强。主要原因：第一是公司根据汇率波动的情况，在市场上进行了销售价格的调整，来缓释人民币升值带来的盈利波动。第二是在成本管控方面,在设计降本、制造降本、提升效率方面有持续的成效。第三是产品销售结构以及区域市场的优化。后续趋势上看，我们会努力保持毛利率的稳定、提升。 2、三季报我们资产负债表里面那个存货科目，可能看起来在今年算是比较高的，请问新增的主要是哪些部分？ 答：您好，公司的存货口径与同行之间有差别。我们存货里面含有 20 多亿的土地存货；其次，公司端对端直销的经营模式跟同行也有一定的差异，所以整体的存货数据相对会比较大。 今年存货增长主要来源于几个方面：第一个是公司海外战略纵深推进。我们的网点在持续增加，今年新增的海外网点有 120 余个，特别是在南美、非洲网点建设的推进会增加在途的存货。第二是中东等区域受地缘冲突等因素的影响，存货在途时间加长也带来存货增加。第三是从战略角度会主动加大存货准备，进入年度冲刺的季节，特别是我们一些季节性较强的农机产品，在为来年春季旺季做存货的准备。当然，公司也在进行一些存货的调节和压降，构建端到端的产销管理体系，对于有些区域、有些市场畅销的产品，我们也会加快存货的周转效率。 3、三季度公司海外市场分区域的表现情况？ 答：今年海外区域的增速有所分化。一个是中亚、中东及相关区域，这些区域受地缘政治的影响还是非常明显。物流不畅一

	方面抑制采购需求，一方面也极大地提高了客户的采购成本。除此之外，其他区域的增速基本都保持在20%以上。 4、前三季度我们南美市场整体的增长情况及发展趋势？ 答：南美市场确实增长迅猛。主要有几个方面：第一是公司对于南美的市场前期有做战略性投入，目前已经陆续收取成效。公司在整个拉美市场的空港和网点布局密集，本地化的优势也在逐步体现，特别是我们端对端优势明显。第二是拉美区域销售增长很大程度是来自对欧美产品的替代，有点类似于当年的中东、东南亚市场中国品牌替代外国品牌的进程。第三是拉美的基建终端需求旺盛，当地市场对于工程机械的各类产品，以及农业机械、矿山机械产品的需求都比较大，这带来了业绩的贡献，我们也持续看好未来的拉美市场。 5、今年三季报，咱们国内的增速实际上表现是比较好的。能不能帮我们更新一下最近小品类的一些情况，就比如说高机、农机这些目前的景气度如何？ 答：公司第三季度国内的增速在加速，从数据来看主要是混凝土、工程起重机、土方以及矿山的贡献是比较多的。像混凝土和工起，单三季度国内的收入同比增速都在15%以上，土方实现50%以上的增长，矿山接近翻倍。 土方和矿山国内增长都非常好，第一个原因是产品竞争力强。公司一些挖机新品上市，尤其是38吨、50吨、60吨级的产品广受客户认可，公司已陆续签约并交付了许多产品；矿山板块纯电的矿卡、混动的百吨级挖掘机销售火爆。混动产品不仅节油，也提高了效率，在三季度为公司业绩增长作出贡献。当然，公司在年初的小挖推广会活动，以及五月份的大挖推广会活动，都获得了非常大的成功。整体来看，我们在很多的省份，像东部地区、东北地区、西南部分省份的市占率都大幅上升，这也奠定了良好

	的可持续发展基础。同样，客户对于产品的质量和服务口碑也非常好。三季度公司签下了很多央国企项目的大单，像 200 吨的矿挖以及批量的矿卡等，都进入到央国企的项目工地进行施工。 高机国内的整体情况还是处于一个承压调整的阶段。但是从产品的开工率来讲，还是维持着一个比较好的水平。我们一些比较稳健的客户基本上是在 80%甚至 90%的出租率。我们讲的承压，主要是来源于我们客户在这几年的行业调整期间存在租金下滑的情况。随着 2027 年行业需求出现向好的趋势，客户资金压力会大幅减小。需求向好主要来自：第一个是国内市场会实现应用区域的下沉和场景的拓展；第二个是在现有的存量市场会实现更新替换的需求；第三个是从长期来看，公司在高空安装、船体的除锈和防腐喷涂等不同的作业场景，已开始推进做一些类似高空作业机器人的应用，也会带来市场需求。 农机板块来讲，我们的国内业务短期处于转型期。明年公司的主销产品将逐步切换为高端的或者基于海外销售的高端产品。从机型路线来讲，会大幅减少传统的机械换挡拖拉机产品，增加混合动力和动力换挡类型的产品。第二个是我们国内的渠道会进行深度整合，渠道要符合整个农机板块高端、国际、新能源的发展战略，来支撑我们整个未来的业务发展。 总结而言，国内工程机械的更新替换周期正在逐步进行，同时，随着新能源政策的推动，以及国家一些超大规模的项目建设的推动，再加上我司的一些新产品、新业务的持续发展，我们对未来几年国内能实现一个稳健复苏的发展态势还是比较有信心的。 6、公司对于中东市场需求受到影响怎么应对？ 答：您好，公司从几个方面应对：第一，短期内中东市场需求受压制，公司抽调部分人员到非洲、拉美区域做资源和能力上

	的优化，但核心骨干力量保持，因为相关市场恢复后的重建等需求会持续存在；第二，战争对物流影响较大，主要体现在滞港时间长、运费成本高、客户需求不确定性增强，公司有优化物流路径，包括通过阿曼港陆运转运等方式，同时借机会对原有存货进行优化和精简；第三，核心大客户的诉求仍然放在优先保证级别，与客户共同应对这个短期挑战。公司仍与中东核心大客户保持较好的紧密合作关系，这将是未来中东局势平和之后最重要的市场客户群体。 7、三季度汇兑损失相比上半年有显著减少，在汇兑方面公司主要采取了哪些措施？ 答：公司一直坚持汇率中性的基本原则进行汇率管理，整体上汇率波动相对于整个市场或行业，不论涨跌幅度都更小。具体来看：第一，上半年公司敞口的人民币相对升值 3.6%，单三季度只有 1.1%，三季度波动更小，且上半年人民币对美元、印尼盾和印度卢比升值较快，三季度人民币升值幅度减缓，部分小币种甚至有所回调，因此三季度整体汇兑损失减少；第二，公司加快推广人民币、美元、欧元等作为主要结算货币，且人民币结算占比不断提升，公司完成了对所销售 43 个国别外币计价可行性的调研，除 6 个特别小的国家外，有 37 个基本全部用人民币、美元或欧元计价，电子销售合同全部已上线，能优先引导客户用人民币计价与结算；第三，加快货款回收，从现金流角度看，公司在合同改善方面除了币种选择以外，加速回款、缩短账期、提高全款比例，第一时间将销售结算成人民币，减少汇率对经营的影响。总体上公司汇率管理政策稳健且持续。 8、公司的分红政策是否会维持？ 答：分红方面，公司过去始终维持较好的分红水平，2022 年、2023 年即使利润分别为 23 亿元和 35 亿元时，每 10 股派发

	现金分红超过 3 元；2025 年含中期分红和年底分红，合计每 10 股派发现金分红 4 元。公司上市以来累计分红超 320 亿元，整体分红率接近 50%，近几年分红率甚至超过 70%，公司对于股东的回报一直是稳定且持续的。
附件清单（如有）	
日期	2026-10-30