

证券代码：000528

证券简称：柳工

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	远程参与公司 2020 年度网上业绩说明会的广大投资者
时间	2021 年 4 月 1 日 10:00-11:00
地点	微信小程序及“约调研”线上会议
上市公司接待人员姓名	<p>董事长 曾光安</p> <p>总裁 黄海波</p> <p>副总裁 黄敏</p> <p>董事会秘书黄华琳</p> <p>财务总监 黄铁柱</p>

<p>投资者关系 活动主要内容介绍</p>	<p>交流会内容：</p> <p>一、管理层介绍</p> <p>报告期内公司经营情况：2020 年是全面建成小康社会和“十三五”规划收官之年，也是为“十四五”良好开局打下基础的关键之年。在这一年里，面对国内外错综复杂的发展环境和疫情冲击，公司火速应对疫情防控大考的同时，紧紧把握行业增长时机，统筹推进“战疫情、保增长、促发展”各项工作，全体员工齐心协力，共克时艰，实现营业收入 230.03 亿元，同比增长 19.95%；利润总额 16.02 亿元，同比增长 22.52%；归属于母公司所有者的净利润 13.31 亿元，同比增长 30.87%。同时，柳工集团持续推进“混改”项目，成功完成战略投资者引入和公司骨干员工持股计划，彰显了战略投资者和骨干团队对柳工未来事业的强大信心。</p> <p>市占率方面：装载机业务通过营销创新、面向客户需求与市场竞争的产品改进与新技术应用质量提升；市场敏锐度、服务响应、订单准时交付率提升等强有力举措，实现全球销量和销售收入同比提升 26.5%和 22.5%，国内销量同比增长 31%，占有率同比增长 3.6 个百分点，创十年新高的良好业绩，打开疫情之下的发展新格局。挖掘机业务以“业务增长、运营提升、战略落地”为经营主线，通过创新营销机制、提高渠道能力、打造服务品牌、推动业务价值链协同发展，推进组织变革与流程再造、运营提质增效等关键举措，圆满完成 2020 年经营目标。销量增长同比优于行业 16 个百分点，国内行业排名上升一位到第四。压路机业务创新数字化营销，开展多场网络直播活动，新产品推广，全面降本增效等重点工作开展带来业绩释放，在国内市场和国际市场上持续突破，取得 2020 年压路机国内销量同比增长 70%，国内行业排名上升到第二，海外市场销量同比增长 31%的喜人成绩。起重机、推土机、叉车等其他产品线在销售、市场占有率、盈利能力增强等方面均有不同进步。</p> <p>二、投资者问答</p> <p>Q：柳工对未来的发展有些什么具体计划，怎么让公司业绩在股价中得到充分实际的体现？</p> <p>A：我们在 2020 制定了详细的十四五发展战略，以及引入外部投资者。1，在业务上保持持续增长，在装、挖等产品线不断技术创新，销售渠道整合，内部效率提升，取得更好业绩；2，产品方面要持续投入，在经营规模和效率好持续改善，3，在国际业务上要继续深耕，由于全球疫情产生影响，要抓住疫情恢复后的发展机遇；4,在未来新技术导入，产品上的应用，在电动化，智能化，大数据等方面，做了准备和持续投入；这为柳工未来做了充足的准备，这些是柳工十四五规划的主要战略。</p> <p>Q：公司市值这么低，相比较同行业的市值非常低，希望公司做好市值管理，更希望公司今年分红能转送股加现金分红提高股东们的信心</p> <p>A：首先，公司有信心不断提升主营业务市场竞争力和市场份额，逐步提升经营业绩，改善财务状况和内控水平；其次，公司制定了市值管理规划，在业绩和财务结果不断改善的基础上，增强股东回报，加强投资者关系，推动公司市值良性发展。</p> <p>Q：公司对未来发展，完善巩固现有特色产品，如何丰富极细化，产品做的极致，并增加未来在产品服务费利润在总利润所占比重，有进一步规划措施。</p>
---------------------------	--

A: 工程机械行业过去几年，需求发生了巨大变化。特殊工况，特殊需求等细分市场领域需求增多。柳工在细分市场也做了深入投入和研究，成立专门的属具部门；公司加大了后市场研发和推广，加大后市场业务拓展，提高经营性租赁和再制造能力。使市场盈利能力进一步改善，且在公司的利润占比进一步提升。2020 年收购的赫兹租赁，就是柳工在在经营性租赁细分市场做出的一项重要举措。

Q: 混改什么时候完成？混改之后对公司有什么帮助，现公司有没有出口到美国，出口占比是多少？

A: 待公司大股东柳工有限 2020 年度审计报告、评估报告完成后，将完善柳工有限整体上市的具体方案，征得广西国资委公司同意、公司董事会审批后，再提交公司股东大会审议通过，正式向中国证监会报批。如果以上流程能顺利实现，该事项计划在 2021 年度内完成。公司早在 2005 年就有产品出口至美国，2020 年美国收入占比达到 6%。

Q: 1, 柳工有限整体上市以后,控股股东是不是就放弃管理权了,完全由上市公司独立经营了？

2, 柳工有限整体上市以后, 有没有更全面的激励举措, 比如上市公司特色的全员持股, 打破铁饭碗, 打破大锅饭。3, 柳工有限整体上市以后, 有没有民营的可能？4, 柳工需要扩大产业规模, 有具体的规划吗？

A: (1) 柳工有限被公司反向吸并后将注销，公司大股东柳工集团仍然存在，公司决策严格遵循上市公司治理准则，完全市场化，大股东只是履行其股东的权力，不会干预公司的经营角决策；(2) 公司目前正在制定公司历史上最大规模、力度最大的、适应国际国内不同业务群、产品线、境内外不同区域线和职能部门的激励和约束机制，充分调动不同业务主体和职能的积极性，避免非市场化的大锅饭现象，从而推动公司快速健康地发展；(3) 公司股东构成 2021 年 1 月 29 日披露的组织机构图中已有明确图示，整体上市后仍然保持国有相对控股、股权多元化的股权机构，机制向民营企业灵活的市场化看齐；(4) 公司“十四五”战略规划已制定，围绕“全面国际化、全面解决方案、全面智能化”的“三全”战略，未来柳工的发展将更快速、更健康。

Q: 柳工虽是一家早已上市的老牌企业，可是如今无论企业发展，盈利能力特别是资本市场市值已大幅落后于三一和中联重科，企业身处广西，眼界会不会受限？董事长准备如何改变目前状态，加快发展？

A: 公司实际上已经进入深度国际化阶段，不仅在国内华东等发达地区投入巨资，而且业务布局已覆盖全球 140 多个国家，经理人员都拥有国际化理念和全球视野。公司“十四五”战略规划已制定，围绕“全面国际化、全面解决方案、全面智能化”的“三全”战略，未来柳工的发展将更快速、更健康。

Q: 请问混改中柳工建机资产并入柳工有限，然后由柳工股份反向并购柳工有限，那么集团下属子公司上海鸿得利公司同样生产泵车产品为什么不一并纳入混改，吸收并入上市公司？将柳工鸿得利从柳工有限剥离给集团，将来是否还是跟柳工建机存在竞争？柳工混凝土泵车产品一直远远落后于三一中联徐工，有没有计划做大做强混凝土产品？

A: 上海鸿得利已经清算注销，由江苏建机承接其业务，已经纳入本次反向吸并范畴。

Q：柳工收购的赫兹公司业务整合的如何了？

A： 1，公司收购后赫兹公司后进行了一系列整合，制定了赫兹的发展战略，明确了在中国市场的发展方向；2，利用赫兹的管理经验，支持国内国际代理商经营性租赁水平；3，利用赫兹与国内其他租赁企业联盟，让经营性租赁有更广阔的空间；4，赫兹在中国已有 10 年的经营历史，过去不怎么盈利；公司对其整合后，赫兹公司 2020 年已开始盈利，包括资产质量也得到进一步改善等。公司同时对其导入了土石方设备，叉车等的经营性租赁，行成了高空作业车、土石方、叉车三大产品系列为主的综合解决方案。拓展产品经营领域后，为客户提供了更多更广泛的选择。

Q：请介绍下赫兹公司 20 年业绩及 21 年目标，目前赫兹公司负责人情况。

A： 赫兹（中国）公司从 2020 年 7 月开始连续 6 个月盈利，实际完成利润 337 万，超过预定目标 282 万。目前赫兹负责人是一位在租赁行业有超过 10 年的经验，受过赫兹专业租赁训练的专家，对租赁业务非常熟悉，在行业内有广泛的人脉。

Q：请问柳工未来五年的利润增长点在哪儿？

A： 公司“十四五”期间仍将围绕“全面国际化、全面解决方案、全面智能化”的“三全”战略，在整体上市后重点发展市场空间大的挖掘机、装载机、叉车、起重机、混凝土机械、矿山机械、农业机械等产品线，其他小产品线、后市场业务、融资租赁业务等齐头并进，从而整体提升收入、利润规模。

Q：未来五年，对于国内和海外市场需求的增速，公司分别是怎么看待的？

A： 目前国内宏观经济将以“积极”与“稳健”为主基调，在刚召开的全国两会上，一是明确了今年拟安排地方政府专项债券 3.65 万亿元，优先支持在建工程，随着专项债资金政策支持明显，基建投资加大，将直接拉动工程机械需求增长。二是 2021 年，“两新一重”成为了国家经济建设的重大抓手，随着 5G 基建、特高压、大数据中心、城际高速铁路和城市轨道交通等领域的新老基建持续发力，将为工程机械行业注入源源不断的发展动力。三是国家提出的“碳达峰”、“碳中和”工作目标和行动方案，低排放环保以及新能源工程机械设备迎来重要发展机遇，前景无限。四是国家将重点扶持企业加大自主创新研发投入，为企业攻克高端工程装备的关键核心技术提供了一针“强心剂”，不仅能推动核心配套件实现国产化，也为工程机械行业高质量发展提供强有力支撑。未来五年，国内市场随着国家经济总量的不断提升，国家整体战略的实施，城镇化建设、新农村建设、欠发达地区的基础设施建设、固定资产投资总体仍将保持稳定增长态势。工程机械行业前景是乐观的。国际市场，无论发达国家还是发展中国家，总体基础设施建设，相对于中国来说有着更大的发展潜力。因此海外市场工程机械的需求，将有长期的、巨大的发展空间。公司将在“十四五”期间，把握国际国内发展机遇，努力做大做强。更好地回报股东和广大投资者。

Q：柳工近年发与国内竞争对手相比，已经落后太多，公司在发展壮大的方向上未来有哪些具体措施？对前三强的发展模式（特别是民企）有没有借鉴的想法，来有效提升公司的治理水平与业绩。

A： 针对未来发展壮大，公司已制定“十四五”战略规划，围绕“全面国际化、全面解决方案、

全面智能化”的“三全”战略，未来柳工的发展将更快速、更健康。公司目前正在制定公司历史上最大规模、力度最大的、适应国际国内不同业务群、产品线、境内外不同区域线和职能部门的激励和约束机制，充分调动不同业务主体和职能的积极性，避免非市场化的大锅饭现象，从而推动公司快速健康地发展；整体上市后仍然保持国有相对控股、股权多元化的股权结构，机制向民营企业灵活的市场化看齐。

Q：公司去年产品销量增长很快，营收没有同步增长，毛利率下滑较多，主要原因是什么？

A:主要原因是 2020 年执行新收入准则运费核算方式变化,(2020 年运费计入营业成本而 2019 年计入销售费用), 对整体毛利的影响约 2.3%; 出口业务汇率影响约 1.0%; 其余为产品结构变化影响。实际上公司产品线毛利率整体同比变化很小。

Q：目前的产能利用率如何？与同行相比呢？

A: 公司目前产能利用率比较高。同时正在进行挖掘机、装载机等产品线的智能化项目建设，完成后产能将进一步提升。

Q：定增最新进展？

A: 整体上市计划在年内完成。

Q：中印关系紧张对柳工印度公司产生了多大影响？2020 年柳工印度公司经营情况如何？

A: 柳工在印度经营了近 20 年，柳工印度已成为印度本地公司，研发，制造，营销，供应链，在印度本地化，在印度知名度很高。当地员工得到了很好的发展，印度员工热爱柳工印度。现在中印关系紧张，我们并没有没受影响。2020 年印度整个行业受到影响，但柳工的在各个产品线，持续改善，市场份额得到增长。2020 年柳工印度业绩平稳，优于当地同行。

Q:对于千亿企业，曾董对于未来的三到五年有没有什么规划，或者最重要的增长点是什么？柳工的净资产收益率，可以通过生产线的改革，提高效率，对于更智能话的生产线，曾董有什么规划？ 感谢，通过柳工与大家相识。

A: 首先，感谢这位投资者的信赖。现在柳工制定了十四五规划，保持核心产品持续增长，包括市场份额和国际市场；开发新产品，进入新市场，新技术的研发，使柳工得到更好发展;在重点领域，在装、挖、推，提升我们竞争力。对现有技术，电动化，智能化升级，提高竞争力;在弱势产品，我们要持续变革，提升竞争力;千亿企业，我们要通过内部运营提升，使柳工得到更好发展.我们将做很多改善，包括市场改善，管理成本改善，提高净资产回报率高于行业回报。

Q：资产重组置入资产盈利能力不如上市公司，怎么说服投资者投赞成票？

A: 反向吸并资产五个主体受集团机制的影响，之前的业绩水平不如上市公司，但是进入上市公司以后，将获得公司治理、激励机制、资金、客户、营销、国际化平台、人力资源管理、研发等多方面的支持或变革，从而达到提升市场竞争力和经营业绩。

Q：欧维姆等吸并主体，他们去年的经营情况如何，今年的展望如何？公司混改的近况，可否

	<p>作简要的介绍？</p> <p>A: 混改吸收合并资产的经营情况,将在下次董事会审议整体上市方案后披露。如果一切顺利,整体上市按计划将在本年度完成。</p> <p>Q: 在海外疫情仍不见好转的情况下,公司如何维持海外营销渠道的扩张?</p> <p>A: 尽管海外疫情未得到好转,但是部分国家得到了控制,经济也在逐步恢复,关于海外渠道的发展,不是简单的维持,而是要主动作为,我们将在中国抗疫防疫良好的措施复制到我们的经销商和客户端,取得了良好的效果;其次,我们进行本地资源的深度开发和利用,即使在疫情期间我们也新增了十多家代理商共同为客户提供卓越的产品和服务。</p> <p>Q: 柳工对挖掘机业务规划和定位是怎么样,采取了什么措施来实现规划的市场份额?</p> <p>A: 柳工挖掘机致力于成为国际领先的知名品牌,国内进入第一梯队,海外重点突破。柳工挖掘机将坚持践行“全面国际化、全面智能化、全面解决方案”三全战略,通过新一代F系列打造核心产品竞争力、营销渠道创新和能力提升、工厂智能化改造、运营效率改善、数字化转型等举措,实现市场地位的提升。</p> <p>Q: 公司对市值管理和投资者今后有什么动作?</p> <p>A: 公司整体上市后,股东结构发生重大变化,公司治理、董事会、监事会和管理层将相应发生重大变化,员工持股比例大大超过2018年限制性股票持股比例,无论大股东,还是战投股东、管理层和经理人员与广大社会股东利益高度一致,市值管理将纳入公司年度重要工作目标树项目,并与管理层成员的绩效考核指标挂钩,必然有利于推动公司全方位的发展和市值成长。</p> <p>Q: 管理层对公司产品电动化的规划?</p> <p>A: 公司在3年前已开始电动化产品研发,2020年底已对1款装载机,2款挖掘机进行市场发布。2021年,电动化将重点在中国市场应用,进行技术、质量、零部件体系验证,提升电动化领先水平。在中大吨位的产品电动化产品,柳工在全球相对领先;同时,我们将构建电动化产品的产业链和生态链,保持柳工在电动化产品的优势。</p> <p>Q: 2020年使用新能源的产品比例,以及之后是否有逐步替换传统产品的计划?</p> <p>A: 碳达峰和碳中和是当下绿色发展的趋势,公司将新能源产品的研发与市场推广作为重要举措之一,目前我们核心部件的研发和重大马力整机的匹配应用处于领先地位,并成功进行了市场化应用。</p> <p>Q: 供应链端,国内供应商的占比情况如何?是否都为核心部件供应商?</p> <p>A: 作为公司主流市场所需的产品及其零部件,我们都实现了在中国的布局和制造,目前关于销售到欧美等成熟发达国家的整机需求的部分零部件仍需进口,我们将与供应商的联盟、本地化供应链开发作为重要举措,以支撑整机交付。</p>
附件清单	无
日期	2021年4月1日