

证券代码：000157/1157

证券简称：中联重科

中联重科投资者关系记录表

编号：2025-05

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）
活动参与人员	境内、境外投资者及分析师等。
时间	2025年4月30日
地点	长沙
形式	线上
上市公司接待人员姓名	联席总裁王永祥先生、首席财务官杜毅刚女士、董事会秘书陶兆波先生等。
交流内容及具体问答记录	一、主动介绍 2025 年一季度，公司营业收入 121.17 亿元，同比增长 3%，归母净利润 14.10 亿元，同比增长 54%，归母净利率 11.64%，同比大幅提升 3.86pct；经营性现金流净额 7.40 亿元，同比大幅增长 141%，收现比同比提升 5.11pct，以量、质双升的态势为 2025 全年开好局。 2025 年以来，公司继续加速向全球化、多元化、数字化转型，产品坚持以智能化、高端化、绿色化、高附加值为研发导向，实现了产业梯队、销售市场

	的全方位拓展和转型升级。国际市场坚定践行中联特色的“端对端、数字化、本土化”海外业务体系，依托公司在文化、理念、数字技术等体系优势参与全球竞争，海外收入同比增长 15.17%；国内市场以价值销售为导向，坚守原则底线，内销复苏已由挖机初步传导至非挖板块，混凝土、工程起重机销售超预期。 二、全球化战略纵深推进，本地化布局行业领先，为公司构建起海外市场长期竞争优势 1、区域表现：公司海外市场前十大区域占比较均衡，规避对单一市场依赖。 2、网点拓展：一季度在英国、德国、韩国、土耳其、印尼、秘鲁等国家新增投资运营 30 余个网点，欧洲、非洲、南美市场本地化布局加速突破。截至一季度末，已在全球 40 多个重点国家设立超 430 个网点，产品覆盖超 170 个国家。 3、本土化布局：海外员工约 7300 人，其中本土化员工约 4600 人；拥有超 210 个服务备件仓库，覆盖全品类产品；2 月份投建匈牙利工厂、3 月份开启德国工厂二期项目。 4、管理升级：数字化赋能，聚焦业务、物流、服务三大模块，全面推进“标准化、自动化、智慧化”，利用 AI 技术优化端对端的效率，持续强化全流程风险管控。
--	--

	三、传统优势板块表现超预期，行业复苏趋势已由挖机初步传导至非挖，在强化内需的宏观背景下 25 年全年内销预计驶入增长轨道 1、工程起重机：国内：销售超预期，大吨位履带吊产品供不应求；公司在当下行情非常火爆的履带吊市场份额行业第一，汽车吊行业第二，其中在盈利能力强的大吨位以及 110 吨以上全地面汽车吊销量行业第一。海外：全地面起重机已实现符合欧盟准入标准产品的规模化出口，为拓展高端市场奠定坚实基础。 2、建筑起重机：国内：市占率稳居行业第一，风电大塔占比大幅提升达历史新高，核电领域需求保持旺盛增长。海外：超额完成预算目标, 在澳大利亚、沙特等地交付多个标杆产品。 3、混凝土机械：国内：销售超预期，电动搅拌车销量快速增长、渗透率迅速提升。海外：在中东针对当地气候特点和工况环境的本地化定制产品赢得客户青睐，打破欧美品牌垄断，西欧上市 36/38/43 米泵车，填补该市场型谱空白。 四、新兴板块行业地位不断提升，产品型谱迅速拓展，市场布局持续完善 1、土方机械：国内：中大挖销售企稳增长，市占率继续保持行业国产前三，小微挖市场确保经营质量；一季度开发经销商近 40 家，建设了近 300 个
--	--

	营销网点。海外：中大挖产品增长迅速，11 款新产品按计划推进，其中两款小挖新品销往欧洲多国。 2、矿山机械：国内：发挥公司挖卡组合+端到端的模式优势，在与国内外头部厂商竞争中屡获佳绩，与多名行业头部客户签署年度采购协议。海外：高端新品如混合动力百吨级宽体车、双动力破碎设备等接连斩获订单，行业首台全国产 100 吨级电传动自卸车实现海外销售，全面挺进全球高端矿山市场。矿山板块产能较年初实现 3 倍增长，制造能力迈上新台阶。 3、高空机械：国内：对比发达国家保有量水平，未来国内市场的高机渗透率还有较大提升空间。同时，在电动化方面，公司销售的高空作业平台电动化产品渗透率达 90%。海外：本地化资源整合高效推进，匈牙利工厂开工；高米段臂车热销欧洲、美洲、澳洲、印度等地，公司在超高米段产品享有国际定价权；相继推出多款叉装车、桅柱式、车载式新产品，为下半年海外实现预期增长增添新动力。 4、农业机械：国内：拖拉机可售机型拓展至 300 马力，烘干机市占率保持行业第一，小麦机市占率行业第二，水稻机产品销量大幅增长。海外：连续三年保持中国农机出口增速第一品牌。 五、主要财务表现 1、盈利能力：毛利率提升 0.21pct, 归母净利
--	---

	率大幅提升 3.86pct，是公司产品竞争力强、坚持价值销售的充分体现。 2、风险控制：回款持续优化，经营性现金流净额同比大幅增长 140.96%，销售回款率 91.57%，同比提升 5.11pct，逾期率控制在较低水平。 3、极致降本：管理费用、财务费用分别下降 6.67%、262.09%，合计减少 1.76 亿元；销售费用增加 1.70 亿，主要是网点、工厂等全球本地化布局仍在投入阶段；研发费用同比增加 0.65 亿，主要系公司加强了对第二增长曲线和未来产业的研发投入。 六、三化创新 公司引领工程机械高端化、智能化、绿色化发展浪潮。一季度，新能源产品营收占比近 10%。完成 4.0（国内领先）及 4.0A（国际领先）新产品上市 22 款。依托中央研究院和子公司中科云谷，加速发展具身智能机器人业务，构建未来产业第三增长曲线，一季度发布 2 款人形机器人样机并持续验证、优化、升级中。 七、股东回报 一季度，公司董事会审议通过 2024 年度分红预案，拟 10 股派发现金红利 3 元（含税），本次利润分配预案尚需提交股东大会审议。同时，在 2024 年 11 月 11 日股东大会通过的港股回购一般性授权下持续进行回购操作，截至一季度末，已累计回购 H
--	---

	股总金额超 1.6 亿港元并拟进行注销。未来将继续优化股东回报策略，提升投资者信心。 2025 年一季度，公司营收稳中有增、净利润和经营性现金流均实现大幅增长。海外继续稳健增长，国内复苏节奏已由挖机传导至非挖板块，混凝土和工起超预期转正，跑出良好开局。公司将持续聚焦多元化、全球化以及数字化转型，强化科技创新和风险管控，全力推进全年经营目标落地，为广大股东带来优秀回报。谢谢！ 二、问答环节 1、公司一季度工程起重机和混凝土国内销售都转正了，行业也有同样的趋势，请问下游是哪些场景在驱动？是否表明行业内销复苏的节奏已经由挖机传导至非挖了？ 答：（1）重大基建项目集中开工 交通领域：运河建设，以及传统的高铁、城轨、高速公路改扩建项目对起重机和混凝土机械需求显著（如桥梁架设、隧道施工、路面铺设）。 水利与能源：大型水利工程（如水电站、防洪排涝设施）、抽水蓄能电站带动混凝土泵车、塔吊、起重机等设备需求。 新能源基建：风电、光伏基地建设、核电建设均进入安装高峰期，大吨位起重机（尤其是风电、核电对起重机的）需求旺盛。
--	---

	(2) 城市更新与农村建设 城市群建设：核心城市群（长三角、大湾区等）的旧城改造、地下管网升级推动混凝土机械（搅拌车、泵车）和小型起重设备应用。 乡村振兴：高标准农田建设、农村水利设施完善带动中小型工程机械需求。 (3) 新能源与设备更新政策 新能源：随着产业链的发展与成熟，电动搅拌车成本大幅下降，加之国家对新能源设备的补贴，共同推动电动搅拌车高速增长、渗透率快速提升。 设备更新：中央推动“大规模设备更新”政策，部分省份对淘汰旧设备、采购新机给予补贴，加速非挖板块换新节奏。 复苏节奏符合施工传导逻辑，挖机在去年3月份开始逐渐率先回暖，混凝土机械和起重机械在今年一季度跟进，印证行业复苏由项目前期向中后期延伸，具备可持续性。同时，驱动场景多元化，传统基建（交通、水利）托底，新能源基建（风电、光伏、核电）和保障房、城市更新、平急两用“三大工程”提供增量，最后是设备更新政策和新能源替换政策形成长期支撑。资金面上，“两重”工程、地方化债以及收储活动的专项资金对项目推进和全社会资金链循环形成正向作用。 2、一季度，公司土方机械民建市场的经销商、
--	---

	网点、销售人员的拓展情况如何？ 答：一季度，土方板块新开发经销商近 40 家，建设了近 300 个营销网点，布局了超 600 人的专职销售队伍，具有三年以上行业销售经验的人员占比超 80%。 3、公司在落地全球化战略时打造了独具中联特色的“端对端、数字化、本土化”的海外业务体系，坚决选择以直销为主，公司的直销体系是否已经建立起了明显领先优势？ 答：中联重科在全球化战略中打造的“端对端、数字化、本土化”直销体系，是基于国内成熟的直销经验、数字化技术（中科云谷）和深度本土化能力的综合优势构建的。 ① 国内经验的全球化移植 中联重科在国内市场长期坚持直销模式，从市场角度，积累了从客户需求洞察、服务响应到设备交付的全链条能力；从管理角度，构建了相对成熟的营销管理、人员管理体系。这类模式到海外仍然是可以广泛应用的，尤其在高端设备领域（如工程机械、农业机械），直销模式能更精准把握客户个性化需求，快速解决售后问题。在直销方面多年成熟的经验和对应的组织架构以及其它相关的配套建设，都不是一朝一夕能够获得的，我们在这方面已经建立起了独特的领先优势。
--	--

	②中科云谷的数字化赋能 通过子公司中科云谷的工业互联网平台，公司实现了从客户、商机、设备交付、设备运行、服务监控等全链条的可视化管理。有针对性、前沿领先的数字化建设是做全球直销体系的关键，公司的工业互联网平台是中科云谷为公司量身打造的，积累了大量的行业数据，可以更好地支持我们端对端体系的运行，我们在数字化建设方面的优势是全球直销模式最重要、最核心的竞争优势之一。 ② 本土化运营的深度沉淀 中联的“本土化”建设更是领先的，“本土化”不仅是当地团队雇佣，而是研发、制造、服务全链条嵌入。如在德国、意大利、巴西、印度、匈牙利、土耳其等地建立的 13 个海外本地工厂，结合直销网络实现“快速交付+定制化改造”。同步，公司已在全球布局 400 多个网点，7000 多名员工，深化本土化进程。 4、公司一季度汇兑损益情况？是什么币种变化带来的？公司管理汇兑风险的措施有哪些？ 答：公司一季度汇兑净收益约 1.3 亿元。其中汇兑收益主要来自美元敞口、巴西雷亚尔、白俄罗斯卢布敞口。 公司汇兑风险管理措施主要包括： 公司始终坚持汇率中性原则，在此基础上对出
--	---

	口相关的销售业务、应收与资金等进行外汇风险管理。一是通过商务合同约定计价货币，如人民币、美元、欧元等币值稳定的币种，在商务合同层面将主要汇兑风险转移至终端客户；二是必须当地币种计价的商务合同，则在商务报价、公司内部合同评审中考虑汇兑风险成本，再来衡量合同的价值与经济性；三是设置了专业的汇率风险管理团队，通过加快资金结算、衍生品交易等锁定汇率成本。 通过体系性的安排，整体上汇率变化对于公司产品毛利率、汇兑损益的影响不大。 5、请问目前公司应收账款当中国内外的占比是怎样的？全年应收账款预计怎么变化？ 答：2025 年一季度末，公司应收账款中国内与海外大约各占 50%。2024 年公司海外销售占比已超过 50%，2025 年以来，公司海外销售占比进一步提升。国内销售仍坚持以价值、稳健为原则，择优客户、择优盈利与回款订单，进一步降低国内销售敞口。同时，通过深化数字化应用，提升风控能力，存量应收将逐步递减，新增应收有效控制，预计全年应收账款规模保持基本稳定，与去年基本持平。 6、一季度存货有所上升，请问主要原因是什么？全年存货目标压降多少？公司正在采取哪些措施以实现目标？ 答：从增量上看，2025 年一季度末存货较年初
--	--

	增加约 10 亿，主要是土方、矿机、农机等新兴板块持续快速增长，公司为更好的满足市场需求，提前主动备货。但是从总量上来看，公司存货仍有较大的改善空间。 从存货结构上看，公司认为国内备货基本正常，海外库存主要基于直销模式下，市场拓展前期需要强化市场和客户对公司和产品的导入、认识与认知，故而在境外自设子公司和网点加大了铺货力度，海外自建直销体系已推进 4 年，目前已进入精细化管理阶段，公司正着力改善海外铺货方案。 公司在存货压降方面的主要措施包括：1、公司正在开展存货从研发至交付的全业务流程，以“无需求不生产、无计划不采购”为基本原则。根据商机结合安全库存智能排产，并根据商机状态的变化自动调整。2、加强海外产销存精细化管控。将资源向终端需求旺盛的市场倾斜。同时，在海外建立中心仓库，覆盖周边可调货需求。3、随着公司全面入驻智慧产业城并良性运转，进一步释放智能制造产线优势，全面提升生产效率，缩短生产制造周期，降低工厂成品与在制品库存。4、组织对长库龄的存货进行系统梳理，定期点检，加快销售与周转。
关于本次活动是否涉及应披露重大信息的说明	否

活动过程中所使用的演示文稿、提供的文档等附件（如有，可作为附件）	否
----------------------------------	---