

证券代码：002367

证券简称：康力电梯

康力电梯股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2020-005

投资者关系活动类别	<input checked="" type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 路演活动 <input type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 其他_____
参与单位名称及人员姓名	中泰证券、农银汇理基金、海螺创投
时间	2020年7月14日
地点	公司总部
上市公司接待人员姓名	投资者关系 俞浩
投资者关系活动主要内容介绍	<p>一、2020上半年经营情况</p> <p>公司2020年半年度业绩预告，预计2020年上半年归属于上市公司股东的净利润约1.55亿元~1.75亿元，同比增长50%~70%。</p> <p>二、问答情况</p> <p>1、公司业绩快速增长的原因？</p> <p>公司品牌效应不断凸显，在手订单增加，销售价格保持稳定。公司针对钢材等原材料价格下降，适时锁定了大部分原材料价格，并对供应链进行优化，降低成本，产品毛利率提升。公司实施的精细化管理效果显著，成本费用下降，利润增加。</p> <p>2、公司订单情况如何？</p> <p>公司2020年一季报披露的期末正在执行的有效订单为60.66亿元，若包含中标但未收到定金的订单，合计达到63.83亿元。公司在持续深化进行营销工程体系激励制度改革，全方</p>

位争取订单。今年上半年订单情况将在半年度报告中披露。

3、公司的供应链如何优化？

公司零部件自制率超过 60%，对关键零部件的研发生产已经掌握成熟，节支降本效果提升，并对外购件的采购价格进行控制。今年已对 2 个零部件子公司进行清算注销，将其业务以事业部形式整合进母公司，进一步精简组织结构，降低管理成本，提高管理效率。

4、公司如何进行战略客户开发？

公司的品牌影响力逐年提升。公司针对每个战略客户制订对应的销售策略，战略客户部协同分公司、代理商，共同服务战略客户。电梯是一个定制型工程产品，公司内部建立七质量体系，要求从设计到维保的精益质量管理，从而获得战略客户高度认同，帮助提升对公司的采购规模。

5、旧楼加梯市场机会

两会已经从政策大方向支持加装梯的发展，作为民生工程，未来市场发展肯定是向好。但目前整个市场未看到复制速度特别快的旧楼加梯商业模式，公司独立发展旧楼加梯经销商体系，专业已经具备包括钢结构一系列资质，并通过内部经营体制改革，调动员工积极性，通过机制去盘活公司在这个新市场的业务机会。

6、电梯行业竞争格局，是否有变化？

总体而言，最近几年几个国产知名品牌都比较奋进，切入国际品牌原来始终占据的知名地产供应链，或者重点项目。另一个特点就是，企业与企业之间的竞争策略开始分化。疫情可能会加速小企业的退出，头部企业要抓住这个机会，尤其民

	族品牌，退出的部分本来就是国产品牌的市场。现在下游地产受电梯行业民族品牌参与度提高的影响，相信未来会逐步提高采用民族品牌电梯的比例。
附件清单（如有）	
日期	2020年7月14日