

今创集团股份有限公司

机构投资者交流会会议纪要

一、机构调研情况

调研时间：2020年11月3日

调研地点：公司总部科技大楼二楼会议室

调研形式：现场接待与线上会议相结合形式

来访机构：中信建投、浙商证券、国盛证券、华安证券、华创证券、新时代证券、东吴证券、方正证券、华金证券、湘财证券、芳茜资产、沁江资管、上海桐赢、墨沌科技等。

公司接待人员：公司董事兼总经理戈耀红先生、董事兼副总经理、财务总监胡丽敏女士、副总经理兼董事会秘书邹春中先生、财务副总监郑小兵先生、证券事务代表陆华先生以及公司相关业务人员等。

二、调研行程安排

2020年11月3日下午13:30至15:00参观公司现代化生产车间工厂现场及展示厅，下午15:00至17:30进行现场及线上会议交流。

三、调研会议纪要

（一）公司概况介绍环节

会议开始，由公司董事兼总经理戈耀红先生向与会者介绍了公司目前的发展概况。公司目前主要从事轨道交通客车车辆配套产品的研发、生产、销售及服务，公司凭借持续的人才战略、技术创新、质量保证、商业模式、全球布局、智慧工厂、资质业绩等优势，成为相关领域设计、研发、生产规模及综合配套服务方面的领先企业。

公司围绕“为全球轨道交通提供一站式配套解决方案”的企业使命，努力达成“成为全球交通配套标杆品牌”的企业愿景。目前公司主要产品包括车辆电气类产品、设备类产品和内装类及其它种类产品，以及内燃机车和特种工程车辆、高速铁路自然灾害与异物侵限监测系统车下系列产品等。公司客户主要为中国

中车、庞巴迪、阿尔斯通、西门子、日立、韩国 ROTEM 等全球轨道交通装备巨头以及国内城轨地铁客户。公司产品目前基本覆盖我国高铁已有各车型及主要城市城轨车辆，并出口应用于欧洲多国、日本、韩国、新加坡、印度、澳大利亚、马来西亚等国家的轨道交通车辆项目。

公司未来将基于公司的“大交通”战略和参与“新基建”的目标，期望公司未来能够获得双轮驱动发展。一方面，将充分利用国内外轨道交通行业的发展机遇，继续拓展国内、国际市场份额，加快布局维保市场，并积极寻找发展旅游观光线项目等行业发展机会。同时，公司“大交通”战略目标之一，是面向豪华邮轮和游艇制造市场，未来将积极拓展船舶配套制造业务；另一方面，公司将努力发展好印度 3C 项目的业务，并结合我国大力发展新基建契机，积极寻求参与 5G 新基建的业务发展机会。

未来，公司将持续提升经营管理，发展好公司业务，为当地和我国经济以及社会进步做出积极的贡献，力争以更好的经营业绩回馈公司股东，尤其是中小投资者。

(二) 会议问答环节，交流的主要问题及公司回复概要

1、请问：今年疫情期间，疫情是否影响公司的生产和销售？公司产品价格波动情况？

答：今年疫情期间，公司生产和销售受影响不大，公司产品价格并未出现较大波动，一直处于合理的范围内。

轨道交通行业的特点，决定了取得订单后，并不会因为疫情原因而取消订单，或发生重大变化，一般只会可能造成延期交付，或延期招标的情况。从国内情况来看，疫情前后，公司认为国内轨道交通建设总体并未受此影响而发生重大变化。

全球疫情开始之初，国内项目交付需求降低，公司主要集中交付国际订单。国内经济活动恢复正常运转后，国际市场订单交付受到当地疫情一定的影响有所延迟，公司正好可以集中交付国内订单。因此公司今年到现在为止，整体销售受疫情影响是有限的。

轨道交通产品标准要求较高，行业市场价格多年运行下来，已是合理价格。所以，目前的市场价格也处在合理的范围内，公司产品价格波动有限。

2、请公司介绍 2020 年第三季度毛利率变动相关原因，以及 2018、2019 年、

2020 年毛利率变动的的原因。

答：公司 2018 年度、2019 年度、2019 年前三季度、2020 年前三季度综合毛利率分别为 33.98%、31.86%、30.31%、30.42%。

综合毛利率变动原因主要有以下两点：

(1) 我国高铁列车技术经过引进、消化吸收和再创新的过程，技术水平和生产工艺逐步成熟，行业市场规模不断扩大。中国铁路总公司基于行业特性和自身经营考虑，要求中国中车产品价格有所下降，中国中车为应对降价要求对供应商实行降价策略，导致近几年产品销售价格有所下滑，行业整体毛利率同比出现下降。

根据公司综合毛利率水平与可比上市公司的对比来看，2018 年与 2017 年相比，行业毛利率均出现较大幅度下滑，而 2019 年与 2018 年相比，行业内多数公司的毛利率均有所下滑，但下滑幅度明显降低，下滑趋势趋缓。从公司截止 2020 年三季度的数据来看，毛利率水平已经有所回升，相较去年同期有所增长。随着市场价格经行业多年市场运行趋于稳定及公司内部加强降本措施，公司主营业务毛利率水平已逐渐趋稳，未来公司将继续努力提升主营业务毛利率。

(2) 内外销收入结构的变化对毛利率的影响

公司 2018 年度、2019 年度、2020 年半年度的境内销售收入毛利率分别为 34.87%、32.29%、29.40%，同期，境外销售的毛利率分别为 27.10%、25.71%、26.0%，主要原因是境内销售中包含较高比例的动车组车辆配套产品，境外销售的绝大部分为城轨地铁车辆配套产品。公司动车组车辆配套产品毛利率水平显著高于城轨地铁车辆配套产品。公司境外销售比例由 2018 年的 21.55%提高至 2019 年 23.98%又提升至 2020 年半年度的 26.28%，从而整体上也降低了公司综合毛利率水平。

如上所述，公司前几年毛利率整体水平虽呈现下降趋势，2019 年一季度开始毛利率基本趋于稳定，公司将积极采取如下措施降低生产成本，传递和化解毛利率下降压力：

- 1) 积极拓展毛利率较高的检修业务
- 2) 不断开发新产品、新技术
- 3) 降低原材料采购成本

4) 优化生产工艺, 提高生产效率, 降低生产成本

3、请问: 公司今年第三季度显示在印度投资的 3C 项目是亏损的, 目前进展如何? 印度疫情有影响吗? 公司预计该项目对于 2020 年的业绩起到怎样的作用? 对公司未来业绩又将起到什么作用?

答: 印度工厂自 2019 年第二季度开始实施, 从选址、购买厂房、设备全球采购及安装调试、专业团队搭建和工厂管理体系与运营系统建成, 到工厂生产资质齐备、主要目标客户的供应商资格获得, 并成为印度具备保税工厂资质的 3C 制造工厂, 到现在已投产。期间还受到了疫情不利影响, 也仅用一年多时间。因此, 公司相信印度工厂的专业管理团队, 未来是一定能够将印度工厂管好、经营好的。

由于 2020 年 1-3 季度印度工厂主要仍处于建设期, 所以该期间对上市公司业绩影响的金额是-4,444.23 万元。公司预计该项目今年全年仍将是亏损的, 对公司全年业绩将有所拖累, 公司认为这是合理的、可控的。

鉴于公司印度工厂现在已正式投产、客户订单逐渐增多, 公司对印度工厂 2021 年的目标是实现盈利。公司对印度工厂未来的目标, 是期望其成为公司业绩新增长点, 为公司业绩未来持续增长起到积极的作用, 回报公司的广大投资者。

当然, 公司也关注到印度最近疫情仍然是严重的, 带来一定的不确定性, 但是印度 3C 工厂目前仍正常生产。据公司了解, 现在印度没有实施再次封锁。公司印度工厂同行企业有发生员工感染后, 当地政府并没有要求停业, 仅要求发生感染的工厂开展必要的防疫消杀等工作。未来公司对印度 3C 项目的目标能否顺利实现, 公司与投资者一样, 均应关注这方面的风险。

4、请问: 公司目前的现金流能否支持多元化发展, 未来是否有融资的规划?

答: 2020 年三季度末, 公司货币资金为 7.7 亿元。从公司上市以来, 公司的现金流一直是能够支持公司正常业务开展的。公司的客户, 国内主要的均为央企和国企, 国际客户也主要为庞巴迪、阿尔斯通、西门子等行业跨国巨头公司。公司客户信用良好, 偿债能力较强, 公司的应收账款出现坏账而无法收回的概率小。同时公司现在获得的各大金融机构总授信额度达 80 多亿元, 可以支撑公司正常的业务发展和合理的对外投资, 公司近期尚未有融资的规划。

5、请问: 公司所在的高铁、城市轨道交通的行业未来三年的预计还有多少

增长空间？目前公司在行业内的市场份额是否存在进一步提升的可能性？公司的核心竞争力和行业壁垒能否详细介绍一下？

答：有关行业未来三年的增长空间，公司半年报等定期报告中已有较为详细描述。公司对行业未来三年以及更长期限的未来的增长空间，是有信心的。

轨道交通行业在技术和标准、企业和项目管理、企业资质及业绩等方面事实上均存在一定的行业壁垒，这几个因素即相互独立各自存在，又同时交叉互相影响，给希望新加入本行业的企业带来困难。

公司经过多年经营，在提供一站式配套服务的综合能力、重要客户及相关业绩、技术研发投入、智慧管理创新探索、产品全寿命周期成本优化以及全球布局等方面，积累了一定的核心竞争力。具体详细内容公司年报、半年报中均已有披露。

公司在国内国际市场均处于领先的市场地位，例如在轨道交通客车车辆配套的内装产品，以及配套设备等其他产品方面，在产品种类和销售规模等方面，公司现还未发现有超过公司的竞争对手。因此，公司未来将努力利用公司的核心竞争力和在行业中的有利地位，在国内国际市场中进一步提升市场份额，实现更高的销售收入和盈利目标，积极回报包括公司中小股东和广大投资者在内的所有股东。

6、请问：长远规划来看，今创在未来的 3-5 年会是什么样？是怎么定位公司战略的？

答：关于公司的战略，尤其是未来 3~5 年的发展规划介绍如下。

首先，是将继续围绕公司现有的轨道交通主营业务，利用公司已积累的行业技术、经验和市场领先地位等有利的资源优势，做强、做大轨道交通主营业务。并在此基础上，考虑将业务拓展至公司的“大交通”战略领域，即将业务拓展至豪华游轮、游艇及特种船舶的配套和服务市场，目前公司已着手开展“大交通”战略的相关业务工作，相关业务订单已经启动。综上所述，公司的“大交通”战略一是做好轨道交通主营业务，尤其是进一步拓展检修维保、国际出口业务，并积极探求旅游观光线业务发展机会，二是发展船舶相关业务。

其次，公司也在努力拓展新业务发展机会：一是发展好印度 3C 项目的业务；二是结合我国大力发展新基建契机，积极寻求参与 5G 新基建等业务发展机会。

例如 5G 基础设施建设,智慧城市和智慧社区相关的 ICT 建设等相关的业务机会,目前相关业务订单已经启动。

当然,公司拓展的部分新业务,与公司主营业务有一定差异,公司对新业务经营模式运作经验不足,存在一定的经营管理和内部控制风险,相关业务的进展存在一定的不确定性,公司将充分运用多年业务经营及生产管理经验,同时引进专业经营管理人才、加强与专业机构或专业公司合作等方式进一步提升管理,降低相关风险。目前各项目进展均按照计划稳步推进,公司将持续跟进,如有重大进展,将按照相关法律、法规、规范性文件及《公司章程》等要求,依法披露相关进展情况。

7、请问：公司产品涉及的产品在国内市场份额分别是多少？未来提升空间是多少？

答：由于公司所在行业的产品定制化程度较高,国内市场的行业特点是品种多、批量小、高要求、短交期,项目主要以招投标方式取得,不同项目的同类型产品的差异性导致价格不具可比性,且难以取得所有竞争对手的产品价格。所以,依据公司掌握的市场情况,公司首先根据市场收集的数据,并结合公司的相关数据进行统计分析,制订出公司的标准列单价,然后以此标准列单价为基准进行测算,公司涉及的主要产品在新造车辆市场中,市场占有率维持在 33%-43%之间。

关于未来市场空间,首先,公司认为客观上行业存在由于客户对其供应商在业绩、资质、技术、管理等多方面上均有要求,且这几方面要求是互相交叉的,导致行业是存在一定壁垒的。国内轨道交通客车车辆供应商的格局多年来相对一直较为稳定,并且订单有向行业头部供应商集中的趋势。公司是全球领先企业,公司至今尚未发现在品种及规模上有超过公司的可比企业。公司相信未来国内业务是可以保持稳定的;其次,公司也一直在拓展产品业务范围,部分新研发的产品目前市场份额占比还较小,公司目标是利用“一站式解决方案”和产品“全生命周期成本”的优势,努力逐步扩大国内市场份额;第三,随着国内车辆保有量的不断增长,未来维保检修市场正快速增长,公司未来也会在此方面加大拓展力度,力争将维保检修业务发展成为公司未来重要的增长点。

8、请问：公司出口产品有哪些？在国际客户中的市场份额是多少？未来发展空间怎样？

答：公司目前的主要出口产品为内装和结构件产品，根据公司市场部调研的市场信息来看，公司目前在庞巴迪、阿尔斯通、韩国 Rotem、西门子、日立等主要国际客户中对应的产品市场份额占比最高的约 21%，占比少的仅 2%左右。由此可见，公司在国际市场的未来空间十分广阔。此外，公司还将通过扩大产品供货范围、拓展新客户等方式，进一步发展公司的出口业务。

今创集团股份有限公司董事会

2020 年 11 月 5 日