

一拖股份20241213_导读

2024年12月14日 16:44

关键词

毛利率 三季报 销售折扣 国四切换 采购金额 李小玉 刘继国 经营改善 农机行业 技术储备 市场需求 农机装备 产品技术 土地集约化 补贴政策 动力换挡 动力换向 市场透支 附加值 电控技术

全文摘要

公司在今年新增了重点推荐标的，并针对投资者关切的多个问题进行了回应。首先，公司盈利能力提升源于经营改善，三季报压力主要由毛利率和利润收入确认问题导致，具体原因为销售折扣增加及去年高基数效应。于总预计四季度行业处于淡季，需看明年旺季表现。管理变动方面，新任董事长对公司发展有积极影响，三位年轻高管的任命将促进技术发展和市场开拓。公司关注农机行业未来技术趋势，如无级变速和动力换挡技术的准备。同时，强调国际市场的战略布局和销售模式调整，重视海外市场人才储备，对未来充满信心。

章节速览

● 00:00 公司第三季度毛利率下降原因分析及四季度展望

公司第三季度毛利率下降，主要归因于区域促销导致的销售折扣增加和去年同期毛利率较高作为比较基数。此外，供应商结算价格调整也是影响因素之一。对于四季度，由于通常为行业淡季，预计销售情况不会显著改善，建议关注明年的旺季表现。

● 02:19 公司管理层年轻化及董事长变更情况

公司经历管理层年轻化调整，包括高管团队的年轻化和董事长变更。原董事长因达到退休年龄，由中组部考察的后备干部接任。新任董事长对公司的长期规划有深刻理解，并在任期内推动了公司的发展和改革。此外，公司正加大年轻干部的培养力度，为未来储备人才。

● 04:49 三位80后高管的业务分管与公司考量

魏总在公司总部专门管过质量系统和产品系统的工作，着重于公司的技术发展研发和统筹全面的工作。杨总负责市场和农业装备业务，有丰富的市场和产品营销经验。赵总负责新业务的孵化培育和产品技术相关工作，有农业装备领域的研究背景。这些高管年轻且有丰富经验，通过他们的加入，公司期望为长远可持续发展做好准备。

● 08:34 农机行业未来技术趋势及公司技术储备讨论

公司面临农机行业调整，讨论未来技术变化与公司技术储备。行业经历增长与回调，国三转国四影响市场，粮食价格下降降低购机收益，导致需求放缓。行业向头部企业集中，土地集约化经营增加对效率要求。公司预计行业将微增或持平，关注市场数据。

● 12:49 农业机械行业的转型升级与挑战

近年来，农业机械行业面临的主要变化包括土地集约化经营的推广和老龄化现象，导致对高效率农机的需求增加。中大马力段农机的功率不断提升，部分中小马力机型被大马力机型替代，体现出行业对高效

能机器的追求。国家通过补贴政策支持行业的技术升级，侧重于推广技术水平更先进的农机，如智能、电控设备的应用，导致对低端机型补贴减少。未来，行业可能迎来更深层次的技术升级，包括动力换挡、电控系统的普及。然而，这将伴随着产销量增幅有限、技术要求提升和市场竞争加剧的挑战，要求企业提升产品与服务质量，以满足市场需求和行业进步的需要。此外，新产品的导入和市场接受过程中可能会遇到用户培训、市场教育等方面的挑战，行业面临洗牌和进一步整合。

● 15:54 新产品节奏及国家补贴政策分析

讨论了无极变速和动力换挡等新技术产品的推出节奏，以及国家补贴政策可能的导向。无极变速技术主要应用于大马力产品，目前市场量小，技术要求高，但附加值高，代表行业先进水平。动力换挡技术在中小功率段有更多应用前景，可能获得国家更多补贴，以降低农业生产操作复杂度和疲劳。

● 18:14 动力换挡技术的发展与竞争格局分析

公司较早开始储备动力换挡、动力换向技术，尽管初期产品因价格高导致市场销售量不大，但正逐步推进市场推广，注重产品可靠性与用户培训。行业整体在做准备，但实际市场表现还需进一步观察。拖拉机行业因国家补贴政策调整，小企业被挤出市场，有利于大型企业。同时，行业内其他竞争者，如潍柴雷沃，在产品线和渠道上快速发展，带来竞争压力。

● 20:28 农业机械化发展及企业竞争态势分析

随着国家对粮食安全的重视和农业机械化发展的迫切需求，多家企业跨界进入农机行业，推动了农业经济的发展。尽管早期因终端用户购买力弱导致行业利润率不高，但随着有实力企业的加入，市场竞争加剧，促进了行业技术水平的整体提升。农机产品因需适应复杂多变的作业环境，对研发和调试要求较高，企业需持续投入技术研发，以保持市场竞争优势。

● 23:14 公司销售模式及现金流流转逻辑解释

公司采用的是经销商销售模式，通过经销商开票给最终用户，而不是直接销售给用户。这种模式下，公司收入确认是基于向经销商开具发票。考虑到国家农机购置补贴政策，经销商需要审核用户资格并负责最终销售。农业生产有明显的季节性，春季是主要的购机季节，影响现金流和订单。

● 25:04 经销商采购和销售季节性分析

经销商通常在年初就开始采购以确保销售季节有足够的产品。第一季度是销售旺季，经销商根据市场预判和协商下订单。随着季节推进，终端用户开始选购，经销商货品需求增加。旺季过后，经销商的进货集中，资金压力大，这时公司提供买方信贷缓解资金问题。公司与经销商结算和农机购置补贴的发放也影响了应收账款的水平。粮价的涨跌对下一季或次年销售有影响，显示了市场有一定的滞后效应。

● 28:15 粮价波动对农户经济行为的影响

农户面临粮价下跌时，可能因变现需求而减少收入，导致购买力下降或推迟购买农机等，影响来年生产计划。此外，对于低粮价，农户可能选择持粮待价而沽，期望价格回升后再出售，但这一决策同样可能因资金链问题而受到制约。这些行为反映了农户对市场预期的反应及其对农业生产决策的影响。

● 29:38 大马力拖拉机的更新周期与经济回报分析

讨论了拖拉机更新周期与其经济回报之间的关系，特别是大马力拖拉机的换机频率高于中、小马力机型。大马力拖拉机主要由专业代工、大型土地承包者及农业服务组织使用，由于这些用户群体对作业效率有较高要求，他们更倾向于定期更换拖拉机以保持设备的最佳性能。换机周期在不同地区、不同机型

及不同用户需求下存在差异，但总体上，大马力拖拉机的换机频率更高，可能在一到两年内即可收回成本。此外，还涉及了不同马力拖拉机在不同应用场景下的特点和市场需求，指出大马力拖拉机因其规模化生产及较高的经济性，成为研究重点。

● 33:38 二手机残值及其折旧策略

讨论了二手手机的残值及其折旧方式，指出残值受作业种类、技术水平和工作区域的影响。通常，二手机经过一定时间使用后，其残值能保持在一定比例，如东方拖拉机约有百分之七八十的保值率。换机决策可能考虑残值因素，而具体的折旧方法需考虑维护保养情况、使用年限等。此外，二手手机的销售市场和去向也有所讨论，包括中国国内市场的规范性及销往其他发展中国家的情况。

● 36:18 农业机械行业的全球格局及中国出海战略

农业机械行业在国际市场由几家巨头主导，如美国的迪尔公司、凯斯·纽荷兰公司（CNH）和艾科公司，以及日本的久保田等。这些企业在全世界，特别是北美和欧盟市场占据显著份额，其技术成熟稳定。中国农业机械企业正努力追赶，提升动力换挡和无级变速技术，以缩小与国际领先企业的差距。中国企业在海外市场的发展仍处于早期阶段，强调技术和区域布局的优化，目标是逐步提高国际市场份额和竞争力。

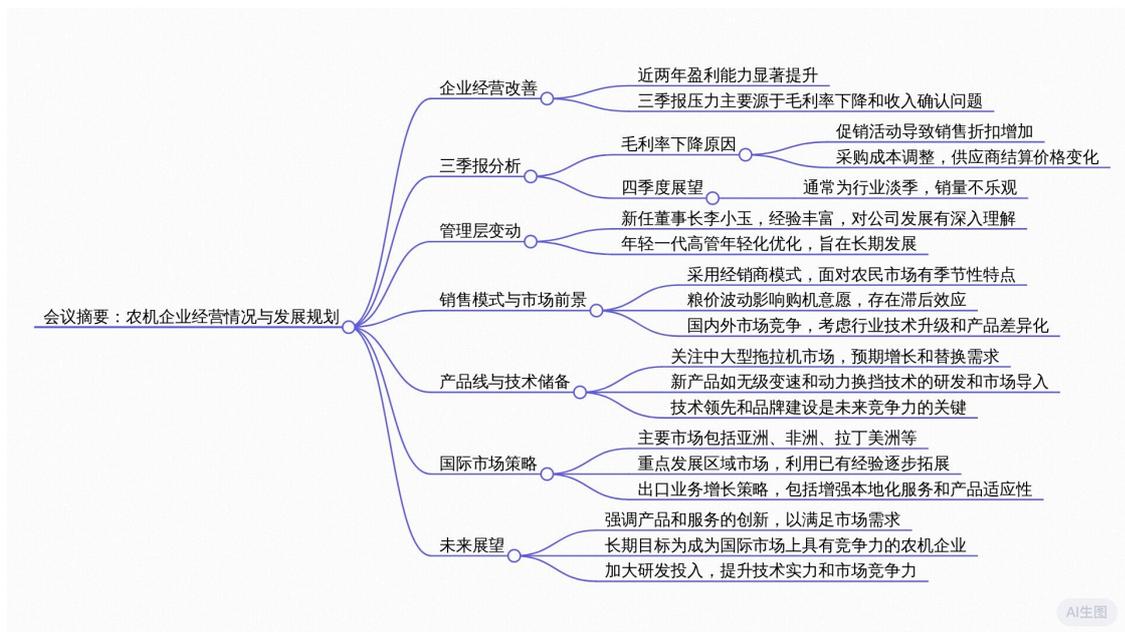
● 39:05 中国农机企业拓展国际市场策略

面对发达国家市场的高端产品竞争以及低增幅的国内市场挑战，中国企业正积极寻求在亚洲中亚、东南亚、俄语区、非洲及南美等市场的突破。这些地区经济发展水平与中国市场相近或较低，为中国农机产品提供了性价比优势。企业正通过渠道建设与产品改进，逐步提升在这些市场的存在感，预期未来发展前景广阔。尽管面临高准入门槛与品牌忠诚度挑战，企业仍致力于国际市场的学习与参与，以提升自身国际竞争力。

● 41:46 海外拓展策略及市场分析

讨论了公司出口增长放缓的原因，尤其是俄罗斯市场的下滑影响。强调了未来对重点区域市场的增长预期，包括产品适应性调整和加强经销商及服务网络。同时，讨论了海外销售团队的现状和未来扩展计划，指出需要加大对海外人才的储备和培养，以适应更广泛的市场开拓需求。

思维导图



问答回顾

发言人问：三季报整体压力主要来自哪两个方面的问题？

发言人答：三季报整体压力主要来自于毛利率下降和利润收入确认的问题。毛利率下降的原因有两个：一是公司在三季度为了促销明年市场和今年销售情况，增加了销售折扣折让，这直接影响了毛利率；二是去年同期由于国四切换，采购金额扩大导致供应商结算价格调整，使得去年三季度毛利率相对偏低，成为较高的投资基数，加上今年因素影响，导致当季度毛利率下降幅度较为明显。

发言人问：对于四季度的情况以及明年的旺季展望如何？

发言人答：四季度通常是拖拉机行业的销售淡季，一般情况下销量较小，从今年的情况来看，四季度也不会比往年更好，依旧会比较平淡。至于明年，上半年通常也是淡季，而旺季一般在下半年，需要等到那时才能看到明显的销售增长。

发言人问：关于公司管理层变动的情况能否详细说明一下？

发言人答：今年公司确实经历了一些管理层变动，包括引入年轻一代高管进行年轻化优化，并且董事长也发生了变更。原董事长刘继国因达到退休年龄而离职，由李小玉董事长接任，而李小玉此前已在公司担任过董事长，并在集团总部任职副总裁。此次董事长变更未对公司生产经营带来显著影响，且公司正通过人事调整为未来长远发展储备力量。

发言人问：魏总、杨总和赵总这三位80后领导人在公司具体分管业务及公司考量是怎样的？

发言人答：魏涛总负责公司技术发展研发和统筹全面工作，他之前在下属单位大托公司担任技术质量产品方面工作，对公司的产品技术非常熟悉；杨广军杨总分管市场和农业装备业务，曾是柴油机公司的主要负责人，负责市场和内部管理，现在将这些经验运用到拖拉机主机及相关业务布局和发展上；赵清亮赵总也是从基层成长起来的，目前在依托公司负责相关工作，具有丰富的产品营销、人力资源管理经验。

发言人问：赵总是如何加入我们公司的，他在农业装备领域有何背景和职责？

发言人 答：赵总是从中国集团下属的其他企业调入的，原为中国农机院的副院长，负责科研、开发等工作，对农业装备发展非常熟悉。通过集团内部交流，加强了不同农业装备板块之间的干部交流和协同。目前他在公司负责新业务孵化培育、投资参股国家农机装备创新中心，并协助魏总分管产品研发技术等方面的工作。

发言人 问：公司如何看待新加入人员以及他们的职责定位？

发言人 答：公司认为新加入人员工作经验丰富或在农业装备领域具有专业知识，并且相对年轻，希望他们在市场和技术关键领域为公司的长远可持续发展做出更多贡献。

发言人 问：您如何看待今年公司所在行业的情况，尤其是农机行业的技术变化和公司在其中的技术储备？

发言人 答：今年农机行业经历了连续几年的增长后，在22年底受到国三转国四的影响，市场需求提前释放，导致销售出现回调。23年受多种因素影响，行业呈现小幅增长态势，但增幅收窄。尽管行业产能过剩，头部企业的市场集中度越来越明显，但由于粮价下跌、保有量提升及市场透支等因素，行业增长放缓。国家规范购置补贴政策 and 土地集约化经营的发展促使行业向高效、技术水平先进的方向转型，大马力拖拉机替代中小马力的现象更加显著，未来行业可能会有一轮升级趋势，但由于大马力拖拉机单台效率提升可能带来中小马力的替代效应，产销量增长可能会有限。

发言人 问：动力换挡和动力换向这一块，我们的技术储备是怎样的？与友商相比，差距是在缩短还是在拉开？

发言人 答：公司较早开始研发动力换挡和动力换向产品，但由于早期这类产品的价格较高，整体市场销售量不大。随着技术进步和成本下降，从储备角度看，与友商的差距在逐渐缩小。然而，批量推广仍面临挑战，包括确保产品可靠性、用户培训以及售后维护保养等方面的准备工作。行业内的多家企业都在做相关准备，但真正市场验证效果还需进一步观察。

发言人 问：对于国内拖拉机行业的竞争格局变化，尤其是潍柴雷沃在产品线和渠道上的进步，于总是怎么看的？

发言人 答：拖拉机行业虽然数量大幅缩减，但吸引了众多企业投入和跨界进入，反映出市场对农业机械领域仍有广阔发展空间的认知。早期低价竞争态势明显，不利于行业健康发展。随着有实力企业的加入，竞争加剧，这对行业整体水平提升和健康发展具有推动作用。对于潍柴雷沃等竞争对手的崛起，公司则希望通过自身对农机行业的深刻理解和丰富的经验储备，转化为实际市场竞争力，并借助高水平竞争带动整个行业的进步。

发言人 问：在农业机械产品方面，为什么农机产品的调试和参数调整较为复杂，推出新产品的周期较长？

发言人 答：农机产品因其直接与土壤、作物接触，工作环境复杂多变，需适应不同的土壤条件、农作物以及作业要求。因此，在不同过程中对机器的适配性调试和参数调整非常复杂，这不仅限于国内，国外大型企业在推出一款新产品时也需要多年积累和优化以达到最佳工况和效率。

发言人 问：公司的销售模式是怎样的？开票端对应的人与农民之间的传导关系是什么？现金流流转逻辑如何？经销商与农民之间的传导关系以及公司现金流流转逻辑是怎样的？

发言人 答：公司的销售模式采用经销商经销制，不直接面向终端用户，类似汽车行业的4S店模式。公司给经销商开票并销售货物，控制权转移至经销商，而经销商则将产品销售给农民用户。在农机购置补

贴政策下，经销商负责对最终用户的资格审核，并与厂家结算。公司的正常收入确认基于向经销商开票，并在经销商进货时实现货款回收。经销商通常会在年初根据市场预判和公司市场人员的协商下向公司下订单采购产品，以确保在春耕季节有足够的库存。经销商进货时，公司可能会提供买方信贷支持。随着季节性购机需求的到来，经销商将货物销售给终端用户，直至5、6月份销售旺季结束。公司的现金流受季节性影响明显，经销商在进货时可能面临资金压力，公司通过提供买方信贷或赊销等方式帮助经销商。年末时，公司应收账款较高，主要源于对经销商的信用销售，而这些款项会在下半年陆续回款，同时农机购置补贴资金的拨付也会对经销商与公司的结算产生影响。

发言人问：粮价涨跌如何影响公司订单和现金流？

发言人答：粮价上涨会增强农民扩大生产的意愿，从而在未来一段时间内增加对公司产品的需求，因此粮价涨跌对公司订单的影响存在滞后效应。当期粮价下跌时，农民可能会因变现金额低于预期而在短期内减少购买新机器的意愿，但长期来看，粮价下跌也可能促使农民在作业收益不确定时更加谨慎选择购买或升级农机设备。

发言人问：在粮价较低的情况下，农户是否会选择暂时不卖粮以期待价格回调，以及这种情况如何影响订单减少？

发言人答：是的，当粮价过低时，农户可能会选择吸售，也就是暂时持有粮食而不立即出售，期待价格回升。这种情况在去年底至今年都有发生。如果农户没有及时变现，缺乏现金会直接影响其购买种子、化肥等农业生产资料的能力，进而影响到订单需求。

发言人问：对于小马力、中马力和大马力拖拉机，是否存在一种合理的计算方法来确定多久能回本，尤其是在考虑了人工成本后？

发言人答：目前并没有一个绝对统一的计算方法，因为各地农机保有量、可耕地面积、机型价格等因素差异很大。但从整体上看，大马力拖拉机的换机频率相对较高，这主要是由于大马力拖拉机的主要用户群体为代工企业，他们对作业效率要求高，需要通过跨区作业提高机器利用率，导致磨损较快，因此他们更倾向于定期更换新机。

发言人问：小托（小马力拖拉机用户）的换机周期是如何决定的？

发言人答：小托换机周期较长，主要原因是其作业区域相对较小，负荷较低，折旧损耗也较小，且多由农户自用，故农户可能在五六年至七八年间才进行更换，不急于求成。

发言人问：大托（大马力拖拉机用户）在何时会有较高的换机积极性？

发言人答：大托换机积极性较高的情况一般出现在市场行情较好、收益较高时，大约一年半至两年内可以收回投资。此外，若预判在四年左右能够通过卖旧机、作业收益及农机购置补贴等途径回收成本并购买新机时，大托也会有较高的换机意愿。

发言人问：大托销售二手拖拉机时，残值一般是多少，或者年均提残值是如何计算的？

发言人答：大托拖拉机的残值会根据作业种类、负荷程度、技术水平及使用年限等因素个性化表现。但总体来说，如果大托拖拉机使用得当，保养维护良好，在三年左右时往往还能保留约百分之七八十的保值率，这对于用户换新机时获取更高收益具有吸引力。

发言人问：在农机行业，有哪些国际上的主要竞争对手？

发言人 答：在农业机械行业中，国际上有几个明显的巨头存在，包括行业前景第一大、营收规模最大的约翰迪尔（总部在美国），其次是有CNH（凯斯公司和纽约公司合并而成）和艾科公司（总部也在美国），以及日本的久保田和一些欧洲企业。这些公司在全球各地都有市场布局，并且在北美市场、欧盟市场等发达国家和地区占据了一定的市场份额，拥有成熟稳定的技术，如动力换挡和无极变速技术。

发言人 问：中国与国际农业机械方面的差距在哪些方面体现？

发言人 答：尽管中国在农机领域发展了很长时间，但在高端产品上与国际品牌相比仍有一定差距。主要体现在可靠性、稳定性和技术加工精密程度管理上。虽然国内已研发出相关产品，但在技术和市场表现上尚未完全达到国际先进水平，但一直在奋力追赶。

发言人 问：国际品牌在中国市场的布局情况如何？中国在海外市场的主要发展策略和重点市场有哪些？

发言人 答：国际品牌如约翰迪尔、CNH、艾珂等，在中国设有合资工厂或独资工厂，并已进入中国市场。它们不仅销售高端产品，也在其他区域提供与国内同档次的产品。虽然市场份额不高，但由于产品卖价较高且口碑良好，用户接受度相对稳定。中国在海外市场的发展定位在于追赶国际水平，尤其在北美、西欧等发达国家市场，需要通过认证并逐步进入。目前的重点市场包括亚洲的中亚、东南亚地区，以及俄语区市场、非洲和南美地区。其中，亚洲中亚、东南亚市场经济发展水平与中国相近，产品性价比优势明显；俄语区市场、非洲和南美市场的需求量也在持续增长。

发言人 问：在海外拓展过程中，公司采取了怎样的销售模式和人员布局？

发言人 答：公司在海外拓展时主要采用经销模式，选择当地有一定经验、影响力的经销商作为合作伙伴，以帮助开拓市场。同时，根据不同区域的土壤、作物特点，对产品进行适应性改进，并提供售后服务和技术支持，以培养品牌忠诚度。至于人员布局，目前海外销售团队规模正在逐步增加，以适应未来更大范围市场的开拓需求。