

证券代码：002367

证券简称：康力电梯

公告编号：202264

康力电梯股份有限公司

2022 年半年度报告摘要

一、重要提示

本半年度报告摘要来自半年度报告全文，为全面了解本公司的经营成果、财务状况及未来发展规划，投资者应当到证监会指定媒体仔细阅读半年度报告全文。

所有董事均已出席了审议本报告的董事会会议。

非标准审计意见提示

适用 不适用

董事会审议的报告期普通股利润分配预案或公积金转增股本预案

适用 不适用

公司计划不派发现金红利，不送红股，不以公积金转增股本。

董事会决议通过的本报告期优先股利润分配预案

适用 不适用

二、公司基本情况

1、公司简介

股票简称	康力电梯	股票代码	002367
股票上市交易所	深圳证券交易所		
变更前的股票简称 (如有)	不适用		
联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表	
姓名	吴贤	陆玲燕	
办公地址	江苏省汾湖高新技术产业开发区康力大道 888 号	江苏省汾湖高新技术产业开发区康力大道 888 号	
电话	0512-63293967	0512-63293967	
电子信箱	dongmiban@canny-elevator.com	dongmiban@canny-elevator.com	

2、主要财务数据和财务指标

公司是否需追溯调整或重述以前年度会计数据

是 否

	本报告期	上年同期	本报告期比上年同期增减
营业收入(元)	2,338,390,007.13	2,235,058,597.09	4.62%

归属于上市公司股东的净利润（元）	125,661,925.02	218,344,202.32	-42.45%
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润（元）	105,745,103.01	185,480,159.24	-42.99%
经营活动产生的现金流量净额（元）	-8,660,706.70	76,549,189.17	-111.31%
基本每股收益（元/股）	0.1596	0.2778	-42.55%
稀释每股收益（元/股）	0.1593	0.2762	-42.32%
加权平均净资产收益率	3.90%	7.07%	-3.17%
	本报告期末	上年度末	本报告期末比上年度末增减
总资产（元）	6,644,986,786.86	7,062,623,483.30	-5.91%
归属于上市公司股东的净资产（元）	3,071,003,411.79	3,214,300,858.27	-4.46%

3、公司股东数量及持股情况

单位：股

报告期末普通股股东总数	36,533	报告期末表决权恢复的优先股股东总数（如有）	0			
前 10 名股东持股情况						
股东名称	股东性质	持股比例	持股数量	持有有限售条件的股份数量	质押、标记或冻结情况	
					股份状态	数量
王友林	境内自然人	44.96%	358,591,306	268,943,479	质押	8,500,000
康力电梯股份有限公司—第一期员工持股计划	其他	3.77%	30,084,286	0		
朱美娟	境内自然人	2.17%	17,280,000	0		
香港中央结算有限公司	境外法人	1.80%	14,324,346	0		
中国工商银行股份有限公司—富国中证红利指数增强型证券投资基金	其他	0.73%	5,836,371	0		
泰康人寿保险有限责任公司—传统—普通保险产品—019L-CT001 深	其他	0.66%	5,285,079	0		
泰康人寿保险有限责任公司—分红—个人分红—019L-FH002 深	其他	0.53%	4,219,351	0		
泰康资管—建设银行—泰康资产盈泰成长资产管理产品	其他	0.50%	3,961,400	0		
芜湖长元股权投资基金（有限合伙）	境内非国有法人	0.50%	3,951,361	0		
顾兴生	境内自然人	0.47%	3,732,400	0		
上述股东关联关系或一致行动的说明	上述股东中，王友林先生与朱美娟女士为一致行动人，除此之外，本公司未知其他股东之间是否存在关联关系，也未知其他股东之间是否属于一致行动人。					
参与融资融券业务股东情况说明（如有）	不适用					

4、控股股东或实际控制人变更情况

控股股东报告期内变更

适用 不适用

公司报告期控股股东未发生变更。

实际控制人报告期内变更

适用 不适用

公司报告期实际控制人未发生变更。

5、公司优先股股东总数及前 10 名优先股股东持股情况表

公司报告期无优先股股东持股情况。

6、在半年度报告批准报出日存续的债券情况

适用 不适用

三、重要事项

（一）报告期内公司所处的行业情况

2022 年上半年，国际形势依然复杂严峻，世界经济增长放缓态势明显。根据国家统计局公布数据及相关行业报告显示，上半年国内生产总值同比增长 2.5%；全国固定资产投资（不含农户）同比增长 6.1%，呈现“基建发力、房地产承压”的特征：其中，基础建设投资表现出很强的韧性，同比增长 7.1%，全国房地产开发投资下降 5.4%，房屋新开工面积同比下降 34.4%，房屋新竣工面积同比下降 21.5%。

同时，国内疫情多点散发，对经济稳定运行造成一定冲击。4 月份上海新冠肺炎疫情爆发，上海及周边地区有着众多电梯整梯和配件生产企业，导致各个企业相继停产，对电梯行业的供应链稳定及产品交付造成影响。根据国家统计局数据，2022 年上半年全国电梯、自动扶梯及升降机累计产量为 64.7 万台，较上年同期下降 11.5%。由于统计数据口径等原因，预估实际降幅可能更大。

自 2021 年开始，受产能和国际形势影响，电梯行业主要大宗原材料如钢材、铜、铝、玻璃价格持续上涨，并延续到 2022 年 5 月上旬势头不减，使得全行业利润受到影响，盈利空间压缩。

在宏观环境充满复杂和不确定的背景下，成本上升及盈利空间压缩，进一步驱动着电梯行业优秀企业加速转型升级、进入高质量发展新阶段。

尽管如前所述，我国电梯行业的基本需求长期存在：

1、我国城镇化进程仍有中长期发展需要，电梯是配套城市发展的重要设备，基本需求长期存在。

城镇化持续发展、基础设施投资、交通投资和旧楼加装电梯等动力推动下，中国电梯行业近年仍在持续增长。当前市场仍以新装电梯需求为主，细分到每个领域并不相同。与房地产相关的新梯需求或趋于平稳、甚至下降；但轨道交通、商业地产、医院、别墅电梯、旧楼加装电梯等应用场景增长态势依然较好。新基建、新型城镇化仍会为行业带来较大的空间。近日住房和城乡建设部发布的《住宅项目规范》（征求意见稿）继续提高了对住宅建筑设置电梯的要求，带来了新的增量空间。

住房和城乡建设部发布的《住宅项目规范》（征求意见稿）继续提高了对住宅建筑设置电梯的要求，也将刺激房地产增量市场对电梯的需求密度提升。

近十来年，我国轨道交通建设均保持了良好的发展势头，受益于《国家综合立体交通网规划纲要》、《新时代交通强国铁路先行规划纲要》、《中华人民共和国国民经济和社会发展第十四个五年规划和 2035 年远景目标纲要》等政策的大力支持，未来若干年内我国轨道交通建设仍将保持良好的发展势头，轨道交通装备产业将有持续的成长。

2、旧梯改造需求增速明显，全行业更加聚焦后电梯市场新蓝海。电梯企业正纷纷升级传统服务解决方案，加速从制造业向服务业转型；与此同时，《特种设备安全法》的实施有助于拥有全产业链型的电梯企业做大做强。

3、电梯维保后市场是电梯企业的新蓝海，按需维保仍需数字化手段的进一步发展推动。

电梯保有量增加驱动维保市场快速增长，电梯厂商寻求新的增长点、扩张维保业务已成必然。我国的电梯保有量居世界第一，在行业监管政策和下游使用者对安全性关注的加持下，产品存量的市场占有率也是取胜的关键，拥有性价比较高的产品、一定的品牌美誉度、产品质量保证及快速且周到的服务能力的电梯企业将受益于后市场的崛起。电梯公司正稳步实现由制造型向制造与服务型转变、由速度型向质量效益型转变。而我国维保人才短缺，按需维保的推动仍需要物联网、数字化技术的进一步研发提升。

4、数字化、智能化的发展趋势催生行业新技术和较多的市场机会。行业内的优秀企业正普遍实现智能化转型、数字化升级，推动云服务、大数据、物联网等技术运用到电梯产品之中，打造电梯信息化系统和实现电梯安全监管智能化，使之成为电梯制造企业新的利润点。

5、中国电梯市场处于前所未有的竞争格局。竞争强度进一步加剧，既表现出行业集中趋势，市场格局亦呈现一定松动，中国自主品牌系头部电梯企业韧性十足。

电梯行业竞争呈现品牌、价格、技术、质量、交付能力、工程体验等全方位的综合实力竞争。地产行业集中度提高及集采模式带动了部分原先市场地位领先的电梯品牌的市占率提升。与此同时，中国自主品牌系头部电梯企业近年呈现出韧性十足，普遍出现销售额增长、新梯业务市占率上升，或在一些重点业务领域实现品牌战略性突破，反映出对房地产行业供应链创新更好的适应能力及中国企业经营的灵活性。电梯行业分化愈加明显，跨行业与关联行业通过收并购、自建等方式进入电梯业，行业洗牌速度加剧。特别是 2022 年上半年，土地市场呈现城市间分化持续加剧，房企投资高度聚焦于 22 个核心城市，国央企仍为拿地主力，房企倾向于布局热点二线城市等下游需求变化，将使得电梯行业的新梯业务竞争进一步聚焦。

（二）报告期内公司从事的主要业务

1、主要业务与产品康力电梯成立于 1997 年，2010 年 3 月在深交所挂牌上市。公司深耕主业，始终致力以经营自主品牌“康力电梯”为核心，为用户提供亲人般乘坐的电扶梯产品和服务，现已发展成为业内领先的集电、扶梯及自动人行步道产品的研发、设计、生产、销售、安装、维保、更新、改造服务于一体化的现代化综合型电梯企业集团，拥有全资、控股子公司共计 14 家，形成了具有康力特色的“整机生产为主、关键零部件生产、后服务市场为支撑”的一体化经营模式。

公司构建了核心技术自主可控的、基于“中国芯、康力芯”打造的全场景客流电扶梯运输解决方案，新梯产品广泛应用于住宅、商业、酒店、商场、综合体、医院、公共交通、旅游景区、体育展馆、公共设施等各种场景；以速度分类电梯产品线覆盖 0.25-10m/s，满足“99%”市场需求；扶梯产品线系列全，重载扶梯行业领先；同时可为客户提供包括从维保、修理、更新改造等业务的全生命周期服务方案；在产品的设计、生产供应、

销售支持、工程安装、售后服务等全流程积累了丰富的项目经验。

公司以自主研发为支撑，垂直电梯覆盖 9 大梯种、29 个系列、168 种规格，扶梯覆盖 6 大梯种、6 个系列、64 种规格，包括 KLK2 蓝豹、金豹系列高速电梯，KLK1 金燕、银燕乘客电梯，KLKS 新凌燕乘客电梯，KLW 无机房电梯，KLG 观光电梯，KLJ 家用电梯，KLB 医用电梯，KLM 凌秀型自动扶梯，KLF 嶺秀型自动扶梯，KLT 公共交通扶梯，KLXF 重载交通型自动扶梯，KRF 自动人行道等。

康力“幸福加梯”是康力电梯的旗舰子品牌，运营主体康力幸福加装电梯（苏州）有限公司于 2017 年 11 月成立，专注既有建筑加装电梯综合一体化的服务，提供土建、施工、电梯、安装、维保的全生命、总包式工程服务。

苏州康力科技产业投资有限公司为公司投向智能制造、工业机器人等领域的产业投资平台，苏州康力君卓股权投资中心(有限合伙)为公司投向物联网领域的产业投资平台。

2、销售模式

电梯产品的销售具有设备定制化并含工程、服务于一体的业务特征。公司销售模式分直销和代理, 通过遍布全国的销售网络和国内外经销商伙伴，在获取订单后, 根据配套的建筑和客户的不同需求提供个性化定制方案；同时亦通过参与项目招投标方式获取客户集团采购、政府采购等领域的重大订单；业务形成“订单式生产”的经营模式，为客户供应电扶梯产品、提供工程安装和维保服务。

海外业务主要依靠经销商代理销售设备。

3、业绩驱动因素

公司业绩的驱动因素与宏观经济周期影响下的下游市场需求息息相关，也与公司自身经营策略、经营效率、产品竞争优势、产品结构和价格策略等紧密相连。

国内经济内循环为中国自主品牌的崛起提供了很好的宏观环境和历史机遇。在中国房地产转型升级与高质量国产替代同步进行时，在电梯行业新形势下，面对诸多不确定性与更加激烈的市场竞争，公司开启企业变革战略，旨在锻造更具竞争力的中国制造品牌，2022 年和今后的几年，深入的变革引领、坚持不懈的奋斗，以战略牵引公司高质量发展。

（三）主要经营成果

2022 年上半年, 虽然经历了严峻的疫情考验，但公司在董事会领导下，坚持稳中求进工作总基调，围绕年度目标，统筹疫情防控与经济发展，克难攻坚，确保企业稳健发展。

2022 年上半年，在全球经济持续复苏的背景下，受疫情多点散发物流受限、人员流动受限、零部件短缺、国际地缘政治冲突等不利影响，叠加房地产行业的调控政策，企业仍然面临诸多不利经营环境。面对纷繁复杂的市场环境，公司全体干部职工聚势变革、同心奋斗。

2022 年上半年是公司变革发展的关键阶段，公司上下克服疫情对生产组织、终端销售、按时交货等造成的不利影响，建立战略价值共识，为落实经营目标全体努力。公司各机构统筹当期的经营发展，坚守本职，保证了经营稳定。

2022 年上半年，公司实现营业收入达 233,839.00 万元，较上年同期增长 4.62%；实现利润总额 14,467.61 万元，实现归属于上市公司股东的净利润 12,566.19 万元（公司实施第二次员工持股计划和股票期

权激励计划的摊销成本，影响 2022 年上半年税前利润总额 733.29 万元)，其中归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润为 10,574.51 万元。

截至 2022 年 6 月 30 日，公司资产总额 66.45 亿元，负债总额 35.73 亿元，资产负债率为 53.77%；归属于母公司所有者权益 30.71 亿元，加权平均净资产收益率 3.09%，同比下降 3.17 个百分点。

截至 2022 年 6 月 30 日，公司正在执行的有效订单为 71.70 亿元（未包括中标但未收到定金的北京市轨道交通 3 号线一期工程、成都至兰州铁路成都至川主寺段站房工程、徐州市城市轨道交通 3 号线二期工程、成都轨道交通 8 号、13 号、10 号、17 号、18 号、30 号、资阳线，中标金额共计 33.50 亿元），在手订单保持稳定。

（四）报告期内公司重点工作

1、深化组织变革，战略规划引领高质量发展。

在公司变革发展的背景下，在电梯行业新形势中，公司全盘审视高质量发展的需要，精心谋划中长期发展蓝图，编制战略规划，制定经营计划。以市场为导向，不断优化组织机构，完善管理制度规范，实施业务流程再造。

（1）上半年，前线运营中心，对总部管理组织、分公司组织进行架构变阵及人员调整，优化分公司绩效管理方案，聚焦重大销售项目管理、交易质量、铁三角团队运作及落地。

（2）统筹公司研发项目，确定研发工作内容和考核机制，推进整机、零部件研发力量整合，实现研发项目和研发资源的高效调配。

（3）公司持续推进流程变革，促进组织体系的融合互促，提升运营能力和效率，发挥规模经营优势。公司不断加强合规建设，与时俱进，推进业务体系优化和改善，增强组织效能。

（4）公司调整了董事会成员结构，聘任朱琳昊先生为总经理，规划对组织架构进行适应性调整，完善管理干部任免运作流程，以充分满足战略发展的需要。同时，积极优化人员结构，人员配置向前线运营中心倾斜。

（5）公司持续出台、修订和完善各方面配套管理制度，为战略运营体系的落地打桩筑基。

2、报告期内主要经营情况

（1）前线运营中心积极应对外部挑战稳健经营，轨道交通领域订单收获丰厚；国际业务提升销售战略，实现增长。

报告期内，公司持续完善营销架构管理，融入制定的营销思路，强化销售团队营销能力；同时，以价值共赢为宗旨，加强代理商对公司愿景和规划的认识与理解，进一步强化市场对公司品牌的认可。深度赋能和深化变革，提升组织综合能力，开展“猎鹰展翅训战班”，加强营销骨干培养学习，为全年目标和公司三年战略规划的目标奋斗。鉴于上半年国内市场遭遇疫情挑战，公司灵活快速调整营销策略，快速跟进市场需求，有序布局，保障业务稳健推进；国内持续加大新基建投资力度，城轨交通电扶梯需求增长，公司积极参与市场投标，轨交项目订单再创佳绩，公司将继续积极拓展该领域业务机会，持续提升市场竞争力和市场份额，助力新基建，为国家发展贡献力量。

为应对海外疫情影响及复杂的国际形势，国际业务中心根据自身发展情况，重新分析国际市场竞争和市场需求情况，重新制定了新的战略目标，调整了组织架构，基于优质客户资源，加强代理商沟通，着力加大非贸易摩擦海外市场和潜在新兴市场的开拓力度，不断加强与海外大型代理商的合作关系，提升品牌全球影响力。

公司变革一年多以来，电梯后服务市场业务已纳入公司新战略模型中，建立新梯与后服务市场双向发展路径，使公司由新梯销售为主向电梯全生命周期业务拓展方向进行系统性升级。报告期内，公司在深耕新梯业务同时，加速业务结构的调整，加大在后服务市场领域的投资力度，加强同战略客户、合作伙伴全生命周期业务的合作；持续加强电梯物联网投入和建设，围绕数字化后服务运维变革，重点推进预测性维护等方面的技术研发和投入，让电梯更加智能，提升服务效率，实现价值共识，赋能产业生态共赢发展。

(2) 聚焦客户需求，持续建设以市场为导向的产品研发体系，增强核心竞争力。

公司研发体系定方向、定目标、调整考核方式；以客户为中心，以市场为导向，聚焦产品服务，重新梳理现有产品体系、质量标准提升工作。公司多次召开专题会，对在研项目进行梳理与评估，对核心产品研发需求进行可行性讨论，集中精力推进“电梯物联网应用”、“电扶梯健康智能诊断系统”等重点项目，以不断提升电梯安全性、改善用户体验、提升电梯智能化等。

截至 2022 年 6 月 30 日，公司共获得有效专利数 1,066 项，其中发明专利 83 项，实用新型专利 910 项、外观设计专利 73 项；获得国外发明专利 21 项；拥有自主知识产权的软件著作权 31 项。

(3) 报告期内，公司将全面质量管理工作继续深化，及时发现和解决管理中存在的漏洞和问题，不断完善质量管理体系，塑造质量品牌，为公司高质量发展提供了有效支撑。多次开展岗位操作规范培训，通过对质量管理体系标准等的学习与培训，提升员工的质量意识与操作技能，通过实施质量奖惩制度，大力推行全员质量管理理念，有效促进质量管控工作。

除了做好公司内部管控工作外，公司积极完善外部质量信息反馈机制。一方面，完成重点产品关键供方的走访，建立质量信息沟通和数据分享渠道，协助供应商对质量数据进行分析，并制定对策，有效提高外协外购产品的质量。另一方面，公司积极了解产品使用状态，收集客户反馈意见，对投诉数据和重点投诉问题进行阶段性统计和汇总分析，多部门联动找出质量问题根源，并制定相应的改善措施，从根源上解决质量问题。

(4) 推进人力资源管理变革，夯实高质量发展的人才基础。

报告期内，持续推进人力资源管理变革，持续坚持“以奋斗者为本、长期艰苦奋斗”的价值观。2022 年上半年全面升级职位职级体系，通过双通道模式的职级拉通手段，追求组织阵形更有弹性。

(5) 产业经营与资本经营相互融合，充分发挥资本市场平台获取优质投资机会，加强与新兴产业互动。

公司已形成上市公司直接投资、子公司苏州康力科技产投、康力君卓物联网基金、康力君卓数字经济基金和保碧基金等的多线投资布局。经过康力君卓物联网基金的良好合作与成果，2022 年 4 月公司继续联合原有管理团队发起设立康力君卓数字经济基金，从而继续深化制造业与物联网先进技术、数字经济的融合发展，推动公司的产品升级、技术创新、服务扩展。2022 年 5 月，保碧基金实施分配方案，公司获分配 514.84 万元。

2022 年 3 月，公司出资 8,200 万元、通过持有资产管理计划完成了以基石投资者身份认购金茂服务在香港联交所的首次公开发行股份。金茂服务为央企中国金茂控股集团有限公司下属控股企业，拥有国家物业管理企业一级资质，是一家快速增长的领先高端物业管理及城市运营服务提供商。

2022 年 6 月，公司出资 3,240 万元与成都轨道交通集团有限公司下属全资子公司、成都金牛区国资公司共同出资设立四川康力维轨道交通设备有限公司，公司持股比例 54%，旨在高标准、高质量融入成都轨道交通产业发展，进一步完善公司在成都市轨道交通产业及相关电（扶）梯维保等后市场业务的生态圈。

4、完善公司治理体系，切实维护股东及投资者权益，强化党建工作并积极履行社会责任。

报告期内，公司严格按照法律法规及中国证监会、深圳证券交易所的其他相关要求，开展“三会”工作，共召开了股东大会 2 次，董事会 6 次，监事会 5 次，规范公司日常运作，提高公司信息披露质量，重视投资者关系管理，防范公司经营风险，继续加强在财务规范、内部审计、风险管控等多方面的持续优化工作，完善公司规范治理运作，建立健全法人治理结构。根据监管机构新颁布实施的《证券法》、《上市公司治理准则》，全面对公司内控管理制度进行了修订并披露。

公司坚持维护股东权益，保障持续稳定的分红政策，报告期内，公司实施 2021 年年度权益分派，向全体股东每 10 股派 3.00 元人民币现金（含税），共计派发现金红利 236,148,766.80 元（含税）。在稳定分红派现的同时，公司持续推进 2021 年度实施的股份回购方案，持续用于实施公司股权激励计划及/或员工持股计划，维护公司市值稳定与全体股东利益。截至 2022 年 6 月 30 日，公司实施的回购金额累计 4,004.70 万元。

上半年，公司扎实推动党史学习教育常态化制度，积极开展党员干部职工教育培训，持续夯实党组织建设，不断提升党建工作水平。强化阵地建设，将企业文化与党群文化充分融合，营造良好党建学习氛围，全面加强宣传意识形态工作，确保意识形态领域安全。持续净化政治生态，深化党风廉政建设，打造忠诚干净担当的干部职工队伍，营造出风清气正的干事创业氛围。同时狠抓主题活动，通过组织疫情防控志愿者活动、全体党员半年度总结学习会、迎七一新四军纪念馆学习等活动，增强群团组织凝聚力。2022 年上半年度面对苏州严峻的疫情防控形势，康力电梯党员干部职工迅速组成志愿服务队，共有 50 余人次参与到抗击疫情中来，勠力同心、共克时艰，为战胜疫情作出了贡献。2022 年上半年度公司荣获苏州市五一劳动奖章获得者一名、吴江区五一劳动奖章二名。

（五）2022 年下半年主要工作

2022 年下半年，公司将继续聚焦变革发展，持续优化相关管理制度、流程和机制，持续拉通“战略、经营、绩效考核”。在上半年变革的基础上，公司将持续加强前线利润中心、技术中心和工厂运营的紧密联动。

1、持续创新研发：公司将继续强化目标管理及考核机制，提升研发效率，推进产品有效转化落地。加大创新力度，积极运用数字化、智能化等新技术、新模式提升研发创新手段。利用自主开发、外部引进、合作开发等多种方式，继续提升优势技术平台实力；继续发挥产业链上下游优势，实现协同发展。公司将加强高素质研发人才引进及专业培训工作，提升团队整体研发水平及综合实力。

2、营销方面：强化队伍建设及综合素质，不断吸纳优秀的人才加入销售团队，提升营销团队实战能力和综合素质；推进品牌建设，着力提升渠道覆盖，强化终端资源聚焦力度，继续沿着全方位提升市场占有率和品牌知名度的目标改进提升。

3、成本管理方面：凭借价值流分析和精益管理降本增效。在高质量满足市场需求的前提下，着力从采购周期和加工周期两个阶段，缩短时间，并加大对单位产品的全流程成本监控管理和考核压降。合理配置人员，提高人均效率。

4、全面推进精益化管理，继续加强人才及制度建设，继续推进企业文化建设，加强企业文化宣贯，提升企业凝聚力及向心力。积极践行企业社会责任，努力提升公司治理水平，促进公司高质量可持续发展。

5、安全绿色生产：坚持安全生产，紧抓产品质量，持续建设质量管理体系，并持续提升员工专业技能，确保产品质量稳定；坚持绿色发展，继续秉承及发扬绿色健康可持续发展生产理念，提升环保、质量标准及要

求，设定环境目标，在生产营运中加强对耗能、污染物排放等各项环保信息的监测，将节能减排、绿色生产贯彻执行、落到实处。

康力电梯股份有限公司

董事长：王友林

2022 年 8 月 26 日