

证券代码：603195

证券简称：公牛集团

公牛集团股份有限公司 投资者关系活动记录表

编号：2024005

投资者关系 活动类型	<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 checked="" type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 路演活动 <input type="checkbox"/> 其他
形式	<input checked="" type="checkbox"/> 现场 <input type="checkbox"/> 电话会议
参与单位名称	个人投资者、机构投资者、国泰君安证券投资者教育基地、国泰君安证券浙江分公司 指导单位：上海证券交易所、宁波市证券期货业协会
时间	2024年11月29日
地点	公司会议室
上市公司 接待人员	证券事务代表 靳晓雪 投资者关系经理 张鹏博
投资者关系活 动主要内容介 绍	<p>（一）公司情况介绍</p> <p>1、公司基本情况</p> <p>自1995年创立以来，公司始终坚持以消费者需求为导向，以产品品质为根本，从“插座”这一细分领域开始，不断推动功能、技术与设计的创新，开发出了大批受消费者喜爱的新产品。以创新为灵魂，凭借产品研发、营销、供应链及品牌方面的综合领先优势，公司在多年的发展过程中逐步拓展，形成了电连接、智能电工照明、新能源三大业务板块，围绕民用电工及照明领域形成了长期可持续发展的产业布局。</p> <p>2、公司核心竞争力</p> <p>公司始终秉持“忠信诚和、专业专注”的核心价值观，战略上前瞻布局、战术上卓越运营，综合竞争优势不断增强。</p> <p>（1）产品力：建立了以消费者需求为导向的产品研发创新优势；始终坚持以质取胜的质量理念，形成了有效、系统的质量管理和控制体系。</p> <p>（2）营销力：始终顺应消费需求和消费习惯的变化，前瞻性推动渠道变革；安全可靠的品牌美誉度深入人心，时尚、高端、科技的品牌形象不断强化。</p> <p>（3）运营力：供应链高度精益化、自动化、数字化，在品质、效率、成本方面始终保持竞争力；公牛业务管理体系成为驱动业务发展的强大引擎。</p> <p>3、公司发展战略</p> <p>公司将以“成为国际民用电工行业领导者”为愿景，把握时代机遇，加速推动智能生态、新能源用电和国际化业务发展，建立“技术领先、只为客户、数智驱动、全球发展”四轮驱动的战略能力，持续构筑产品力、营销力、运营力等综合竞争优势，为消费者提供更好、更多的用电产品及服务。</p>

（二）投资者交流主要问题汇总

问题 1: 过去几年地产行业调整, 公司依然实现了稳健的增长, 做了哪些应对措施?

答: 近年来, 公司主要做了以下几方面的努力, 实现了良性增长。一是寻找已有业务产品与模式创新的增长机会, 围绕用户深度需求以及趋势变化, 推出了如超薄开关、无叶风扇灯等新品, 引领行业发展; 二是在与装修需求相关的产业上, 通过前瞻布局打造时尚产品生态, 在每个品类的拓展过程中有效复制能力, 同时推动渠道综合化变革, 形成了独特的综合竞争优势; 三是积极布局新能源新赛道, 使得公司整体的产业组合具有可持续性, 实现稳健发展。

问题 2: 地产后周期时代, 转换器、墙开业务市占率已经领先, 是否有其他新的业务方向?

答: 公司围绕电连接、智能电工照明、新能源三大业务板块形成了前瞻的、可持续的产业组合: 以转换器为代表的电连接品类面向多元化需求持续创新, 引领安全、科技、时尚的用电风潮; 智能电工照明业务板块中, 墙壁开关插座市场竞争力、市占率仍在快速提升, 照明、生态型品类处于良性成长阶段; 新能源业务近几年高速增长, 并在持续构筑技术、渠道、供应链、品牌全方位综合竞争优势; 此外, 国际化业务处在系统性地有序推动过程中。

问题 3: 新能源业务赛道中充电品类的发展情况?

答: 公司布局新能源充电业务以来, 快速完成了从交流到直流、从慢充到快充、从单桩到群充、从 ToC 到 ToB 等产品线和渠道的布局。2024 年, 业务市场竞争力持续提升, 行业领先地位进一步得到巩固。

产品上, 公司今年推出了“无极”家用旗舰款充电桩, 液冷、群充等直流充电桩产品。公司以技术领先为拉动, 在大功率、快充、可靠性等方向上加强研发, 打造未来竞争优势。

渠道上, 截至今年 6 月底, 公司累计开发 C 端网点 2.2 万余家, 在中小运营商有效覆盖的基础上, 拓展大型运营商及政企项目, 累计开发运营商客户 2,200 余家。线上市占率稳步提升、线下渠道网点数量及精细化运作能力持续提升。

供应链上, 公司加快推动核心工艺与关键零部件的自研自制进程, 以全价值链精益制造能力的增强, 巩固公司产品的综合竞争优势。

问题 4: 公司境内已经是相关业务龙头了, 有没有海外长远布局?

答: “国际化”是公司三大战略方向之一, 面向新兴市场国家、发达国家同时进行布局, 积极论证多品类在不同市场的潜在业务机会。

东南亚等新兴市场: 公司将抓住当地家电化和房地产时代机遇, 加快推动公牛智能生态业务的本地化, 依托国内形成的配送访销、旗舰店等精细化渠道管理能力与经验, 积极推动商业模式的创新和验证;

发达国家市场: 公司聚焦新能源时代发展趋势, 围绕用户需求持续丰富产

	<p>品线，以更加开放的方式整合各类资源要素，推动业务快速发展。</p> <p>问题 5：目前公司的营销体系建设构成如何？</p> <p>答：公司建立了线上线下一体化的全渠道销售模式。</p> <p>线下渠道销售模式以经销为主，公司在民用电工领域内创新性地推行“配送访销”的销售方式，并持续开展渠道精细化管理，已建立了覆盖全国城乡、110 多万家终端网点的销售网络。顺应时代及消费趋势的变化，公司不断推动门店综合化、专卖化升级，并引入新零售业务模式，持续夯实渠道运营能力。</p> <p>线上渠道以直销+经销模式覆盖主流电商平台，着力将旗舰店打造为品牌宣传窗口，并积极开展数字化营销。</p> <p>同时，公司围绕智能电工照明品类，加速装企渠道、工程项目的开发与销售力度；围绕新能源相关品类，积极布局 B 端运营商客户。此外，公司积极开拓新兴国家、发达国家海外市场，加快业务的全球布局。</p> <p>问题 6：公司交易性金融资产主要包含什么？</p> <p>答：在确保正常生产经营和资金安全的前提下，为提高资金使用效率，公司将部分闲置资金用于委托理财，并制定了完善的管理机制。相关理财产品计入交易性金融资产或其他流动资产，产品种类为：商业银行、信托公司、证券公司、资产管理公司等具有合法经营资格的金融机构发行的安全性高、流动性好、风险等级较低的理财产品。</p>
附件	无
日期	2024 年 12 月 3 日