

证券代码：002441

证券简称：众业达

众业达电气股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2019-006

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（请文字说明其他活动内容）
参与单位名称及人员姓名	平安证券股份有限公司—王霖
时间	2019年11月4日
地点	众业达电气股份有限公司会议室
上市公司接待人员姓名	董事会秘书、副总经理 张海娜 证券事务代表 韩会敏
投资者关系活动主要内容介绍	<p>1、公司基本情况介绍及战略规划</p> <p>公司主营业务为通过自有的销售网络分销签约供应商的工业电气元器件产品，以及进行系统集成产品和成套制造产品的生产和销售。</p> <p>公司的企业愿景是将公司打造成为“全球最优秀的专业电气自动化服务商”。公司将贯彻执行“3+1”的经营战略，以“行业覆盖、产品覆盖、区域覆盖，加人力资源”为战略核心，以“分销网、物流网、技术服务网，加互联网”作为公司核心竞争力驱动服务升级；以“配电团队、工控团队、中小客户团队，加技术服务团队”保障三覆盖战略成果落地，为公司未来三年实现“客户与产品结构转型”，五年实现“客户服务体验成为公司核心竞争力”的经营战略目标奠定扎实的基础。</p> <p>2、公司 2019 年第三季度业绩情况及众业达商城销售情</p>

况

公司 2019 年前 3 季度实现营业收入 71.73 亿元，同比增长 14.38%；实现归属于上市公司股东的净利润 2.16 亿元，同比增长 15.60%。

众业达商城 2017 年实现销售额约 4.6 亿元，2018 年实现销售额 17.1 亿元，2019 年前三季度实现销售额约 23 亿元。

3、公司分销的品牌

公司分销的产品覆盖品牌近 200 个、品种 60 多万种。2018 年公司前五大供应商为施耐德、ABB、西门子、常熟开关、上海人民电器，其采购额占公司 2018 年度采购总额的比例分别为 39.64%、19.76%、12.45%、8.81%、2.36%，共计 83.02%。

为实现工业电气产品的全面覆盖，公司不断增加品牌和品类，例如近两年，分销品牌新增了德力西、天正、研华等。

4、公司的客户情况

公司客户数量超 6 万家，主要为盘柜厂、系统集成商、二级分销商、OEM 客户、最终用户、工程安装公司及其它。

5、公司工控业务情况

公司不断扩充工控团队，同时不断引进新的品牌如菲尼克斯、研华等，随着品牌的逐步增加，公司在销售过程中可重点选择毛利率较高的产品，故在工控行业整体需求并不是太大的大环境下，公司工控分销业务的营收和毛利率还能提升。

6、公司的利润构成

公司的盈利一方面来自于分销业务的产品销售溢价和供应商按季度和按年度给予的销售折扣，另一方面来自于从事系统集成和成套业务取得的利润。公司具备的多样化专业服务能力使公司在稳固和拓宽客户基础及销售网络的同时，能够提升公司产品的销售溢价水平和系统集成、成套制造业务的利润率，全面的专业服务能力还能够使公司为供应商提供更多的服务，从而获得销售折扣率的提升。

7、公司核心竞争力

公司核心竞争力可概括为“分销网、物流网、技术服务网，加互联网”的“3+1”网络和“配电团队、工控团队、中

小客户团队，加技术服务团队”的“3+1”团队。

“3+1”网络：

“分销网”：公司拥有完善的销售网络，通过覆盖国内主要城市的 54 家子公司及 120 多个办事处，为客户提供稳定、及时、快捷的产品与服务，并通过全国销售网络联动为客户提供全国范围内的全面服务。未来结合公司战略，公司销售网络将进一步下沉与扩张，实现对三四线城市以及空白区域的覆盖，并且结合工业电气行业发展趋势持续增加新的产品线与新的品牌，如自动化产品线与国产品牌，以此驱动业务的可持续发展。

“物流网”：公司通过覆盖全国核心城市的 8 大物流中心和 50 个物流配送中转仓有效缩短了全国范围内产品的供货周期，从而使得公司能够为客户提供及时和快捷的配送及仓储管理服务。公司将加大对现有设施与设备的升级与改造，持续优化物流管理与服务体系，提升整体供应链的效率与服务质量，以进一步增强客户对于众业达物流配送能力的信赖。

“技术服务网”：为服务和拓展公司工业电气产品分销业务，公司通过信息化系统的应用和服务管理体系的搭建，构建以总部技术中心为统筹，区域服务中心为核心入口的全国性工业技术服务网络，能够为客户提供售前技术支持、行业解决方案、人员培训、售后技术服务等。公司上线技术服务平台 zydCARE 实现服务需求和服务资源的统筹和统一调配，逐步推进对工业电气品牌制造商、大型成套制造商、行业终端用户服务需求的响应，通过内外部服务资源的整合，形成覆盖全国的三级服务网络。

“加互联网”：公司通过数字化的应用，整合分销网、物流网和技术服务网的资源，赋能于三网之间的联动，实现线上线下全面覆盖的工业电气分销服务平台，推动公司与其他竞争对手的差异化发展，提升公司核心竞争力。公司通过电子商务平台“众业达商城”发展工业品一站式采购 B2B 业务，并依托中国工控网百万级的工控行业专业会员体系创立“工控猫商城”拓展工控领域 B2B 业务，同时上线的工业领域技术服务外包平台“工业速派”，实现从产品前端销售到后端技术维保服务的数字化闭环。

“3+1”团队：

	<p>配电团队及工控团队聚焦成套制造商、OEM、系统集成商、终端用户等核心客户，并结合市场情况不断优化客户结构；中小客户团队聚焦中小客户，通过线下线上相结合的方式实现对碎片化市场的数字化覆盖、小客户维护以及二级市场渠道开发；技术服务团队以向客户提供工业电气产品相关服务为基础、行业配套应用方案为延伸，以向新兴行业客户提供行业应用解决方案为增值服务。公司致力于打造不同领域的专业化团队，并通过团队间有效协同和赋能实现行业、产品和区域的全面覆盖战略。</p> <p>公司将不断提升“3+1”网络和“3+1”团队两个“3+1”核心竞争力，推动公司与其他竞争对手的差异化发展，提升客户体验和粘度。</p> <p>8、众业达商城与其他电商的区别</p> <p>从平台定位上，zydmail 为工业电气数字化专业服务平台，其他电商平台为原 B2C 平台向 B2B 领域的延展；从平台目标上，zydmail 为用数字化实现运营效率的升级，其他电商平台为用电商模式快速完成市场覆盖；从目标客户层面，zydmail 线上线下结合，完整覆盖行业客户、OEM、SI、MRO 客户，其他电商平台为机电市场批发贸易商；在获客模式上，zydmail 为靠综合服务和集团影响开发精准客户，其他电商平台靠价格和服务广泛发展客户；从运营模式上，zydmail 补充供应链、联合供应商覆盖中小客户，其他电商平台快速发展供应链低价抢占市场；从市场定位上，zydmail 更注重专业化产品的推广，其他电商平台更侧重于通用类产品的流量。</p>
附件清单(如有)	无
日期	2019 年 11 月 4 日