

证券代码：002960

证券简称：青鸟消防

编号：2021-001

青鸟消防股份有限公司
投资者关系活动记录表
(2021 年 2 月 28 日)

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 _____
参与单位名称及人员姓名	机构投资者： 召集人：浙商证券 王华君、李锋 参会人员：国泰、新华、银华、华夏等机构 38 人，具体见附件
时间	2021 年 2 月 28 日
地点及方式	电话交流
上市公司接待人员姓名	董事会秘书：张黔山
投资者关系活动主要内容介绍	<p>一、公司 2020 年经营情况介绍</p> <p>2020 年度是青鸟消防 IPO 的第一个完整的会计年度。全年来看，公司呈前低后高的发展态势。收入整体达到 25.2 亿左右；利润 4.3 亿左右。从收入和利润端来看，实现相应的增长。在公司的业务战略和布局方面，在疫情的影响下，完成了年初的部署的目标。</p> <p>分季度：</p> <p>从各个季度来看，Q1 的影响比较大，收入下降到 50%-60%；Q2-Q4，得益于国家疫情的防控和公司自身的应变能力，公司适时地调整了经</p>

营节奏：在市场拓展端、运营流程管理端、发货、实施等各维度做了动态的调整；研发端在做持续的结合，结合一些行业核心技术的开发；另外还包括一些渠道的优化和建设。整体来讲，在 Q2-Q4 快速修复，达到同期增长，并且同期增长实现逐渐抬高的走势。比如 Q2 单季度收入同比增长 21% 左右，Q3 同比增长 23.8% 左右，Q4 同比增长 26% 左右。从这些数据来看，公司在 3、4 月适时地调整节奏，产生了一定的效果。这是公司执行力的体现。

分业务：

传统的民用商业报警板块：该板块体量大，整体跟全国的 GDP 的紧密度比较高。这个板块公司实现平稳增长的态势，增速大致 10% 左右。这个增速远高于 GDP 的增速、行业增速。传统的民用商业报警市场的增速是平稳的，且基本上与行业的 GDP 增速相挂钩，略高 3-4 个点。一般年份 GDP 增速约 6%-7%，今年 GDP 增速约 3% 左右，因此我们判断 2020 年消防报警行业增速在 5%-6% 左右。公司在民用商业报警板块远超于行业平均增速。

应急智能疏散业务板块：该板块受益于应急疏散政策的催化，迎来未来 3-5 年发展期；也受益于青鸟消防在该板块布局早（5、6 年前已开始布局），因此快速抓住了市场机遇。2020 年度在应急疏散业务业绩达到 1.8-1.9 亿，相对于 19 年 5-6 千万，达到 1.8 倍左右的增长。从未来三年来看，应急疏散市场是快速增长的发展态势。公司希望 2-3 年时间，应急疏散业绩快速拉升到 8-10 亿。

工业级消防报警产品：公司布局了三年。虽然去年收入端没有在工业级消防报警系统板块有大的体现，但整体来讲，工业级消防报警产品是高品质消防报警企业必争之地，它代表了公司的品牌力和技术力。去年形成了成体系的、有很大差异化、世界领先性的、世界级的产品，比如自检功能的火焰探测器、具有差温功能的感温电缆等。同时，去年在 B 端组建了业内的工业级的产品事业部；与钢铁、管廊、石化行业做了沟通；以及一些产品的实地认证等相关工作。公司期望

2021 年这些工作快速提升进展，希望 2021-2022 年有不错的斩获。
我们希望未来三年传统的民用商业报警、智能疏散产品以及工业级消防报警产品组成青鸟消防的三驾马车。

研发：

青鸟消防从创立之初就是以技术、研发安身立命的企业，设立之初就是希望以高科技的手段来解决消防报警行业的问题。一直以来公司对研发端都非常重视，比如在底层传感技术、跨学科的光学 AI 技术等方面投入都非常大。去年在研发投入达到 1.4 亿左右，同比增速约 20%，对于消防报警企业，这样的规模和占比是不多见的。虽然这对于当期的利润可能会产生影响，但对于企业的长远发展是很关键的基石，未来的某个时间点一定会发生强大的势能的作用。

渠道建设：

公司的产品的特点是：三多，多品牌、多品类、多性能。三多的产品矩阵形成自身的经销加直销相互补充相互完善的渠道的体系。去年公司在优化渠道机制；从准入、考核、激励、退出等方面来对经销商优化和调整，也对经销商的销售人员、管理者进行培训，也取得了一定的效果，提升了团队的战斗力。

应收账款：

管理层结合对国内经济的判断，在回款方面加强了 KPI 的考核，回款的增速优于发货的增速。整体上大幅增长。2019 年度经营性活动现金流净额约 1 亿多，2020 年度成倍速以上的大幅度增长。结余至 12 月末，货币资金 15 亿左右。消防报警下游行业的特征来看，客户对账款的诉求往往形成常态。对于供应商，怎样在这个常态之下把它作为武器做相应的市场竞争，是很重要的一点。公司把账期作为市场扩展很重要的一个方面。但是这个举措对工程销售的要求是比较高的，至

少需具备三个方面的要素：一、需要放账期的能力，资金能力。二、需要风险管控的能力。三、毛利的盈利能力。这是多维度的。这对于青鸟消防是一个很实用的武器之一。

总体来讲，2020 年，公司上市的第一个会计年度，能取得这样的经营成果，更加坚定了团队的信心。基于 2020 研发端、产品端、渠道端、新市场布局端的基础，公司对 2021 年及以后的发展是非常有信心的，力争成为未来世界领先生命安全解决方案提供商。

Q&A

Q1: 对于“去年传统消防产品 10%的增长”，这里的传统消防产品指的是剔除掉应急疏散（去年工业没有收入），剩下的都算传统消防产品是吗？

是的。但是口径分类有一些是相互交集的，比如有个传感器是面对可燃气体的，可以分为民用和工业用的。而工业用的可燃气体传感器应该列属于大口径的消防报警产品，但是这个体量比较小，因此现在只能大致切分。对于工业级可燃气体传感器是否属于工业级，届时公司需要在年报中讨论。

Q2: 传统行业的市场空间在 200-300 亿，公司传统产品的市占率不高（不到 10%），过去几年的复合增速不能算特别快（20%左右），公司怎么看过去几年的增速？未来有什么展望？

消防报警行业有大市场、小公司的特征，极为分散。传统民用商业的市场规模 200-300 亿，但是进入到第一梯队（10 亿以上）的公司并不多，青鸟与海湾 20 亿以上，很多区域性公司 2-3 亿，而几千万、几百万的公司非常多。造成这个局面的原因可能是因为历史上快速增长、原来的管理体系等。2018 年放管后管理体系的改革、2018 年之后一系列的变化、产品端和处罚端的措施会对未来大市场小公司的格局产生较大的改变。未来 5-10 年会有比较大的改变，从粗犷的、野蛮

的状态转到良性的、相对集中的状态。根据美国的趋势，头三家占 60% 左右。未来 5-10 年一定会形成 3-5 家相对龙头的行业特征。

第二，青鸟消防过往的增长分为几个节点。2000-2010：规模从零到 3 亿；2010-2016：3 亿升至 10 亿；2016-2019：10 亿升至 20 亿以上。后视镜的角度看，这些增长都与这些相关节点上的势能有关系。比如，从技术研发到 2010 年技术处理、产品认证，公司产品研发和销售扩张受到很大作用。2010 之后，销售管理体系坚定了经销商体系，并加强力度。未来，关键仍在产品维度、经销+直销维度、品牌建设等。行业未来趋势判断：传统民用市场增速 8%-10%，应急疏散市场处在从 0 到 1 的补短板时期，工业端作为增量。2020 年各季度表现不同。Q1 下滑，Q2-Q4 同比增速 20% 以上且逐期递增，这归功于产品端、渠道端的建设的积累。公司相信，这些积累对于 21、22 年是有参考意义的。

Q3：未来五年复合增长

公司基本的愿景是希望 3-4 年之间完成目前 20 亿增长到 50 亿的规模。各业务板块因特征不同无法划分入未来每年的预期收入。比如，传统民用商业板块达 10-15%；但应急疏散板块相信有倍增的发展态势；工业级产品从零增长，收入规模预计达 2-3 亿以上（毛利高）。其他板块愿景如家用消防需等待政策催化剂。公司对未来三年“已经在碗里”的业务基本盘是有信心的。

Q4：去年主要竞争对手：海湾、三江的市占率的情况

传统民用商业消防产品与经济发展关联性很强，以前我们对未来的预测 8-10% 是基于 GDP6% 的基础，去年 GDP 增速在 2-3% 左右，因此作出传统民用行业增长 5-6pct 的判断。

海湾等数据企业拿不到相关数据。三江、泰和安等应该很快会出数据。

Q5: 去年应急照明和疏散系统增长很快, 是因为更新改造的需求还是新建商用房的需求? 旧房改造对消防这块有要求吗?

去年主要是源于新建, 旧房改造也是有要求的, 这部分是实行“一刀切”, 但是跟着一定弹性节奏走, 根据供应能力分轻重缓急。

Q6: 行业内存在价格战, 公司毛利还是同比增长, 是怎么做到的? 净利率提升是因为毛利还会费用管控?

去年毛利率与 19 年差不多, 39.5%左右。前三季度同比增长是因为 Q4 是旺季, 全年发货最多。因为青鸟消防采用经销商体系, Q4 发货多, 返点较多, 毛利率会下降。2019 年也是如此, Q4 的毛利率比 Q2、Q3 低, 往往 Q1 毛利最高。

全年毛利率是综合维度影响的。从收入价格线来看, 市场相对充分竞争, 产品价格线下行压力很大, 因此在成本方面是综合性的。从研发、生产、采购一体化等联动机制、生产制造柔性建设方面, 提升了产品的成品率。同时公司在核心部件是连续投入的, 不仅仅增加了性能, 在控制综合成本方面也是有帮助的。因此, 毛利率维稳是综合的手段。

净利率方面: 收入增长约 11%。净利润 4.3 亿, 如果扣除现金管理、税收返还等影响, 净利润增速约 12%。

费用端增加不少。一、股权激励费用: 7 月开始股权激励, 费用每月 380 万。二、Q4 公司进行现金奖励。

Q7: 我们今年自研的芯片是否能拉开和竞争对手的成本优势? 站在当前时点, 上游的大宗原材料价格持续上涨, 库存是否做了相应的管理?

从公司的业务布局、为未来打下基础来讲, 去年做的还是比较多的。一方面芯片 19 年 11 月第一代, 20 年现场部件全部使用上了我们

自己的，同时迭代开发第二代的芯片。芯片的推出在降本制造方面确实发挥出了作用。

原材料方面，去年会感受到一些，整体来讲还好。原材料成本对毛利率在我们可控范围之内。未来毛利率影响主要源自业务结构和区域结构。

Q8: 工业端是否有一个指引?

有期待，但是现在不给指引，主要是工业大 B 端的业务导入时间会比较长、且有不稳定性，要一步一步来。

Q9: 去年下半年房地场融资紧张，我们公司去年现金流净额大幅增加改善，在这个过程中我们具体做了什么?

从行业维度来看，下游资金紧张，但我们的下游客户主要是工程公司，在工程总额占比是很小的，不会刻意不还钱而影响它们的资质，不会有这种主观意愿。青鸟品牌一直以来面对经销商，形成了自身的能力，会根据能力做一定范围内的授信，并在这授信范围内做一定的增信，同时，中端和后端也做了相应的风险控制设计。实时调整考核维度，去年加大了回款的返点激励，都是有帮助的。

Q10: 目前经销商的现金流情况如何，给他们的授信额度是怎么样的?

经销商的授信额度是不一样的，而且每年都在调整，比如去年做的好，可能来年的额度会做调整。

Q11: 返点会体现在报表、费用上吗?

返点直接对冲收入。

Q12: 对现金流的管控，只是临时的举措，还是未来几年都会朝严密的管控去走?

	<p>这个不那么机械，如果市场一片诚信一片大好，那何乐而不为呢？在账期方面，时不时地要踩一下刹车，在风险可控、没有寡头垄断的情况下要收和放。</p> <p>Q13：现有产品使用自己生产的芯片的比例是多少？</p> <p>去年所有的主流现场部件产品几乎都用自己生产的芯片。</p>
附件清单(如有)	参加交流活动人员名单
日期	2021年2月28日

附件：

青鸟消防投资者交流活动参加人员名单（2021-02-28）

单位	姓名
丰岭资本	金斌
成都腾倍尔资产管理	朱修贤
英大资管	王京乐
重庆德睿恒丰资管	江昕
长城基金	周诗博
国泰	谢泓材
国泰	戴计辉
国泰	曾彪
国泰	林小聪
华美投资	张小仁
玖歌投资	程崇
巨星集团	王莉莉
南方基金	张磊
中加基金	李坤元
华夏基金	陈虎
弘毅远方基金	樊可
山证国际	章海默
银河基金	神玉飞
浙商基金	陈鹏辉
银华基金	周书
太平资产	徐纯波
华安基金	崔莹
源乘	李小瑛
富果投资	谈建强
国泰	林小聪
南土资管	薛蕴哲
英大资产	王京乐
银华	周晶
华宝基金	刘世昌
新华资产	朱战宇
南土资管	薛蕴哲
信诚	张弘
上投摩根	李博
信诚	夏明月
银华	孙蓓琳
聚鸣投资	黄杨
天治基金	施钰