

证券代码：002960

证券简称：青鸟消防

编号：2022-002

青鸟消防股份有限公司
投资者关系活动记录表
（2022年3月15日）

投资者关系活动类别	<input 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"/> 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	安信证券：郭倩倩；高杨洋； 平安基金：张晓泉；中金基金：孙思琦；中欧基金：余科苗；长江养老保险：刘杰；平安养老保险：刘强；前海开源：张梓杰；中信资管：程伟庆；国元证券：张晋；大家保险：刘磊；国元证券：杨军等 70家机构共 95 人，参加交流活动人员名单详见附件。
时间	2022年3月15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、 公司基本情况介绍</p> <p>（1）赛道布局及经营情况：</p> <p>从前三个月基本数据看，青鸟消防各个赛道在按节奏推进，这一节奏的基础在于过往、尤其是去年形成的绝对领先的优势，是公司多年来形成的护城河、壁垒优势。</p> <p>公司份额的提升，无论订单、发货，还是相应的回款、成本数据都符合公司在年初的基本判断和预期。</p> <p>（2）外部环境及战略目标：</p> <p>对 2022 年的基本判断，春节过后疫情的反复，国际上的战争等黑</p>

天鹅事件的不断涌现使外部环境更复杂，对企业经营带来更严峻的挑战，但是这样的挑战是所有企业都面临的，如何保持定力、更好地提升竞争力对于获得领先优势会有一个乘数效应。

在 22 年整个外部环境下，我们希望提前超额完成去年年初制定的 50 亿+的三年规划，从目前跟进的全年项目情况来看，我们对此有信心，这对实现公司战略 1.0 的目标打下非常不错的基础。

(3) 战术执行方面：

2022 年的基本打法是“全力进攻，积极防御”，两者相辅相成。

a) 全力进攻方面：我们要做进一步的赛道卡位和挤压出清。

在卡位方面，除了“3+2+2”，还要进行进一步的纵深方面的门类提升，包括在工业端进行相应的细分分层，四个维度，分别是钢铁石化等传统工业、地铁轨交、中高端制造和新型电力储能。

此外也要在高端酒店方面进行积极发力；同时实施高地策略，包括技术高地和场景高地，这是青鸟消防在往后三年着力要做的事，有利于①提升公司的技术地位；②提升公司毛利率；③加强品牌影响力，打造世界级的消防电子企业。

在挤压出清方面，我们要进一步利用目前相对寒冷的外部环境，做进一步的提升和相应的份额调整，公司具备这样的土壤和相应的可行性。

b) 积极防御方面：要保持谨慎冷静的态度和战略定力。

在经济环境压力下，面临成本把控问题；在进一步扩规模的过程中，面临产能问题（芯片供应）；下游环境导致的信用问题，如何加大催收还款的力度等，都需要进一步推进，我们会确保公司战略的执行和落地。

二、问答环节

Q: 青鸟 1.0 战略的时间规划节点是什么时候？其阶段性目标和总体目标是什么？

A: 青鸟 1.0 战略是一个大的框架，分两个阶段目标。第一个阶段

是实现在 2021 年（公司成立 20 周年）年初确立的三年翻一倍的目标。从历史来看，青鸟消防具有三年翻一倍的能力和可能性。第二个阶段是在三年达到 50 个亿的目标后，希望用不到 3 年的时间实现 100 亿规模的目标。

框架下另一个重要任务是赛道卡位，去年完成了“3+2+2”的赛道卡位，今年要做的是赛道卡位进一步的结构优化，包括各个结构项下的战略地位的诉求，具体聚焦到某几个赛道相应的定位，比如在工业行业赛道里面，锁定了钢铁石化、地铁轨交、中高端制造和新型电力储能四个方面的纵深小门类的提升，实施高地策略等，对于我们来讲涉及到很多的场景方面。

在未来整个经济悲观的情况下，公司如何获得增速、实现份额提升的策略有三个重要维度，一是品类的扩张，二是场景的扩张，三是挤压的出清。

青鸟 1.0 我们的诉求就是在于要达到一个非常大的百亿以上的规模体量，在这一体量下，未来进入存量时代后面临的更新换代场景下的商业机会，有利于保持相对高的增长，因此是为未来提前打下基础。未来五年时间，百亿规模的可能性是比较大的。

Q: 青鸟未来有没有继续对外投资的一个计划，比如进一步对应急疏散这个领域做一些并购的布局，还是会选择一些其他的投资方向？

A: 投资新设或收购都要考虑这几个维度，一是技术的维度，二是产品的维度，三是场景的维度。过往这十多年，青鸟消防一直秉持着这样的投资策略和指导原则进行投资推进，这对于青鸟消防的发展来说，在扩品类，扩市场等各个维度都发挥了非常重要的作用。

比如疏散类业务，我们 17 年收购了中科知创，在去年收购了左向照明；在报警类业务上，我们在 2007 年收购了久远消防。我们已经形成了多品牌，多品类，多产品，多性能的产品矩阵，消防电子的布局基本到位。

疏散端已经形成了多品牌的产品阵营，靠目前的四个品牌，从整

个卡位角度、互补角度来讲是完全匹配的，未来要做的是各种品牌之间的协同、品牌的定位问题，不会再做并购的考虑。

未来还会做一些大产品的扩充，比如灭火端方向的并购，包括高端灭火、高端的细水雾，高端的气体灭火等方向上进行考虑。但是在其他品类，比如说报警品类，疏散方面，我们已经形成了优势格局，可能会在一些小的底层技术方面进行进一步优化。

Q: 投资者可能会认为公司 2021 年的高速增长是由于收购并表，公司除了收购并表带来的业绩增长之外，还有哪些内生的增长动力？

A: 去年公司主要收购并表了法国 Finsecur 和左向照明，两者合并收入分别是三亿左右与一亿左右，这在并表带来的收入端里只占 10% 上下，去年的收入端 90% 是内生业务带来的。

Q: 公司旗下有许多全资子公司和投资收购来的公司，公司内部如何进行组织管理？

A: 因为我们的战略定位是多品牌、多品类、多场景、多性能的产品矩阵，不同品牌下的定位不同，所以在管理方面，第一个是要尊重独立性，保持各个业务板块的独立运作，不刻意的去协调；第二是不同板块之间要有竞合关系；第三是要有边界，竞争、跨区域进入别的领域要有边界，需要讲究公平性，有仲裁机构。总体上要保持扁平化的方式和开放的心态，保持效率。

Q: 关于存量市场，老旧小区改造这种场景，改造一定会涉及到消防系统的更新吗？有没有政策强制性？这种项目的行政审批流程是怎样的？

A: 一个维度是国家在消防电子领域有垄断的特征，包括强制安装和强制认证（强制认证涉及到一系列的技术鉴定）。在通用场景下，涉及到住宅、商场、写字楼等民用商用场景，从场景端来讲是强制性的，新建时比较便利，因为从源头把住了，对于改扩建的过程中有验

收的问题，特别要通过消防验收这一关，从这个角度来讲，强制性管理的端口是从整个管理体系入手去管理。

第二个维度是老旧小区改造，如果仅是住宅小区，产品基本上是用无线端比较多，因为老旧小区的建造原来在质量等方面良莠不齐，所以才存在升级改造的问题，政府这种强投入往往会采用集采的方式，对老旧小区安装相应的消防类产品。报批环节是从项目端本身就有自己的审批程序。

往大里说，老旧改造是存量场景一方面，未来存在大量的机会，存量场景的更新换代，比如地铁轨交的存量场景，我们在大行业当中定位成泛工业端，在这方面青鸟消防今年有一些突破，我们会增加地铁线方面电子消防相关的产品，类似于这样的存量时代下的更新换代机会很多。

Q: 2022 年因为外部条件公司发展会有挑战，对我们而言，从风险角度可否给外在因素的重要性做一个排序？

A: 今年整个环境会确实比较复杂，开年之后疫情的反复，俄罗斯和乌克兰战争是在年初没有预判到，整体来讲，一个维度是需求端的判断，另外一个维度是从供给端，供给端包括产能和成本两方面，第三个维度是经济环境带来的信用方面的问题。

需求端：需求有刚性，50 亿目标有信心。按照我们跟进的项目的情况来看，我们对于提前超额完成三年的 50 亿+目标是比较有信心的，从 1、2 月份到现在的订单量、发货量来看，也更加坚定了我们的信心，在复杂外部环境影响下，经济建设和城镇化率提升带来的需求仍保持刚性。

供给端：供应链和产能基本保持紧平衡。由于外部战争等复杂因素影响未知，我们保持偏谨慎的态度跟进。我们在公司整个的研发、生产这方面的优势会持续，公司作为第一品牌对于上游供应链有很多合作方式，比如签长单，打预付款进行锁量、锁价等一系列的措施，这会对公司的经营现金流产生影响，对于公司进一步的融资诉求越来越

越强烈。

出清带来的反向的竞争也是存在的，所以在价格竞争方面，我们要保持一个比较清醒的态度，要看到会存在局部地区竞争的激化，这要考验企业在价格端、风控端的把握。

Q: 今年公司朱鹮芯片说要迭代到第三代了，那么每一代具体提升了什么？

A: 朱鹮芯片三代今年 4、5 月份应该会推出了，第一个方面是在功耗端，对于整个系统的功耗会进一步降低，有利于整个消防电子系统的网络性能，第二个方面可能会增加一些比如无线通讯相关的功能，会在基于消防电子类的同类的性能端进行优化和提升，第三个方面是在融合性上会进一步加强，在通信模块、供电模块的融合性会进一步加强，性能端会进一步优化。

Q: 今年 2 月份的时候公司投资一个消防安全产业园，会打造四大产业基地，这四个基地具体的产能情况还有目前产能的利用率如何？

A: ①四川绵阳，大概有 100 亩地左右。

②核心基地是在河北涿鹿，这个也是青鸟消防缘起的地方，大概是 130 亩地上下，目前以供应报警类产品为主，一年的生产部件量应该是在五千万左右，它的产能利用率应该达到了近饱和状态，在产能端会保持一定的冗余以保证产件质量、寿命。

③中山古镇在建左向生产基地（收购前拿到的 20 亩地左右），建成后约 5 万平方米，覆盖珠三角，以疏散类产品为主，包括各种应急灯，同时还要做一个 OEM 的基地。

④马鞍山-安徽青鸟，在灯具的制造端具备一定的基础，作为长三角的基地，这是初步的计划，目前还在考量当中，包括资金等一系列细节。

这四大基地也是围绕着百亿+的规模端进行相应的配置，还有部分会考虑跟国外之间的相应互动，这个是整个来讲我们在产能基地端围

绕着公司战略方面的基本考量。不光是基础部件的生产，还有部分上游核心部件的一些自主生产，因为要保持产品品质，包括降本，所以在核心部件方面，我们会考虑是由基地进行生产而非外包，也准备利用这几个基地，尤其是利用马鞍山基地来做纵向的核心部件的生产。

Q: 上游的核心部件，朱鹮芯片现在的产能完全够我们所有的产品的自供还是说有一部分的冗余？

A: 不够，去年绝大部分用的朱鹮芯片，同时还会采购其他公司的芯片，今年芯片的产量会扩大，但这不是在一个规模之下的产能的问题，如果每年能保持相对的平衡是不错的，如何在我们的规模扩大的时候保持一个平衡，这对我们来说也是一个非常重要的工作。

Q: 青鸟是采用多品牌的策略，其他的行业内的公司会不会采用多品牌的战略，有没有其他的企业是通过收购别的企业来进入新领域，如果说都是用这样的方式，公司的优势在哪里？

A: 基本上第一阵营的其他公司他们都是做的单一品牌，像我们这种多品牌、多品类、多性能、多场景的应该就我们一家。

Q: 我们公司拿到了各国的一些认证，比如说中国的 3C 和美国的 UL 这些，这些公认认证是不是可以通用？

A: 看客户的多样性，中国的最低门槛是 3C 认证，有的客户像跨国连锁相关的客户要求 UL 认证，不同的客户有不同的诉求。消防电子产品各国有相应的管制，要符合当地的国家的相关习惯和相应的管理方式。

Q: 我们在地铁轨交这个细分领域会有比较大的突破，到现在为止我们在手订单的情况怎么样？目前工业领域有没有业绩指引？

A: 目前来讲还在推进当中，我们这边有进一步的消息，会进一步的跟市场沟通。

目前工业领域没有业绩指引，工业端我们大概分了四个方面，是钢铁石化为代表的传统工业、地铁轨交、中高端制造以及电力储能。

对于电力储能，我们的战略诉求是作为龙头的消防报警企业，在这个领域我们是 NO.1；地铁轨交是慢过程，替代有周期，我们重点的对标可能是类似于霍尼韦尔、西门子这样的国外企业；在钢铁石化可能更多的是面对一些国内垂直行业的玩家，我们在这个领域要成为主要的参与方。

Q: 我们气体探测的产品毛利率在过去几年快速上升，从 20%提升到了 50%，毛利率的提升原因有什么？

A: 气体探测的毛利率这几年基本上在 50%左右，原来可能是因为它的技术比较低，气体探测我们分为三个品牌，民用端的久远品牌，工业端的惟泰品牌，面向美国的盟莆安品牌，海外毛利率略高，工业端毛利率是 40%—50%，因为面对的受众相对来讲是偏工业级客户，加上它的整个的技术端门槛会更高一些，整体的毛利率会更高一些，但是量不是特别大，气体探测大概合在一起是在一个亿左右的规模。因为在工业端的占比较多，所以说毛利率提升比较快。

Q: 我们的规模效应体现在哪些环节，50 亿到 100 亿预计时间更快的原因是什么？

A: 第一方面：在集采方面有一定的优势，近两年上游各方面是刚性上涨的，从这个角度来讲对于第一品牌来讲，上游原材料厂商是有相对的议价能力，这个是很重要的一方面。

第二方面：在整个的规模增长之后，生产效率会进一步的提高，包括产能利用率等一系列，这对于单品的成本有进一步的下降，尤其是在消防电子报警企业，它不是单品、单规模，它是多品、大规模，在这之下很容易出现成本高的问题，规模的扩大在制造环节里面有非常大的帮助。

第三方面：在于整个品牌的优势，这是相辅相成的，品牌有助于

	规模, 规模有助于项目品牌的提升, 青鸟消防是唯一一家主营业务 100% 为消防电子类产品的公司, 它的上市在客户端这方面有利于对品牌度的提升, 规模也是一样的, 在客户的认知心理方面, 跟这样的大规模公司打交道心理安全、接受度更高。
附件清单(如有)	参加交流活动人员名单
日期	2022 年 3 月 15 日

附件：

青鸟消防投资者交流活动参会人员名单（2022-03-15）

单位	姓名
慧创蚨祥投资发展有限公司	余伟民
鑫元基金管理有限公司	葛天伟
进门财经	袁慧琴
国海证券资管	刘航
太平洋资产管理有限责任公司	王喆
国元证券股份有限公司	张晋
大家保险资产管理有限公司	刘磊
国寿安保基金管理有限公司	孟亦佳
广东雷石基金管理合伙企业(有限合伙)	孙婷婷
国元证券股份有限公司	杨军
上海玖歌投资管理有限公司	苏凯
深圳市惠通基金管理有限公司	安小涛
安信证券研究中心	高杨洋
安信证券研究中心	李疆
平安基金管理有限公司	张晓泉
上海银叶投资有限公司	彭钰琰
广银理财有限责任公司	葛小川
中金基金管理有限公司	孙思琦
青鸟消防	张总
中欧基金管理有限公司	余科苗
中信证券股份有限公司自营	李晨阳
中国国际金融有限公司资产管理部	金宾斌
安信证券研究中心	高杨洋
调音师资产管理有限公司	程成
上海米牛投资管理有限公司	葛碧洲
青骊投资管理（上海）有限公司	吴洋
东方自营	万里明
新华资产管理股份有限公司	朱战宇
上海玖歌投资管理有限公司	孙健
速记	侯壮琴
中欧基金管理有限公司	许崇晟
国联安基金管理有限公司	徐志华
中融基金管理有限公司	吴刚
青骊投资管理（上海）有限公司	匡人雷
中信保诚基金管理有限公司	常峪宁
上海和谐汇一资产管理有限公司	凌晨

深圳市惠通基金管理有限公司	海骞
安信证券	杨港
万家基金管理有限公司	张希晨
兴合基金管理有限公司	梁辰星
长江养老保险股份有限公司	刘杰
广州云禧私募证券投资基金管理有限公司	黄恒超
宝盈基金管理有限公司	贾昌浩
北京宏道投资管理有限公司	庄自超
浙江龙航资产管理有限公司	李方勇
长江养老保险股份有限公司	肖向前
平安养老保险股份有限公司	刘强
前海开源基金管理有限公司	张梓杰
宏羽投资	李宏斌
中信证券股份有限公司资管	程伟庆
恒大人寿保险有限公司	张泽京
平安基金管理有限公司	李辻
信达澳银基金管理有限公司	邹运
上海趣时资产管理有限公司	古建军
上海彤源投资发展有限公司	郭磊
北京晓鹰投资管理有限公司	查民
调音师资产管理有限公司	白锟
上海玖鹏资产管理中心（有限合伙）	胡纪相
中信保诚基金管理有限公司	孙浩中
国泰基金管理有限公司	李刚平
深圳市惠通基金管理有限公司	郭双桃
东方自营	万里明
安信证券	丁颖颖
光大永明资产管理股份有限公司	唐博文
光大保德信基金管理有限公司	赵志铭
拾贝投资管理(北京)有限公司	杨立
拾贝投资管理(北京)有限公司	杨立
上海瞰道资产管理有限公司	褚晓丹
安信证券股份有限公司	王子先
安信证券股份有限公司	杨舒婷
盈峰资本管理有限公司	李明刚
安信证券研究中心	郭倩倩
杭州柏乔投资管理有限公司	郑思河
安信证券研究中心	郭倩倩
合创友量	严冬颖
东方基金管理有限公司	陈皓
国投聚力投资管理有限公司	张哲
上海米牛投资管理有限公司	葛碧洲
南华基金管理有限公司	刘斐

深圳富达价值投资有限公司	范健峰
农银汇理基金管理有限公司	刘荫泽
中邮创业基金管理股份有限公司	江刘玮
深圳市远望角投资管理企业(有限合伙)	曾实
青骊投资管理(上海)有限公司	于利强
上海趣时资产管理有限公司	章秀奇
安信有色	覃晶晶
太平养老保险股份有限公司	王书伟
广东雷石资产管理合伙企业(有限合伙)	黎景航
鹏华基金	曾稳纲
交银施罗德基金管理有限公司	郭若
安信证券	潘艳
博时基金管理有限公司	周龙
中金基金管理有限公司	孙思琦
青骊投资管理(上海)有限公司	匡人雷
中信保诚基金管理有限公司	常峪宁