

众业达电气股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2022-007

| | |
|-------------|--|
| 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） |
| 活动参与人员 | 中国银河证券股份有限公司 研究院--周然、丁海瑶、杨德轩、徐小英 中国银河证券股份有限公司 投行部--赵瑛 |
| 时间 | 2022 年 5 月 10 日 |
| 地点 | 众业达电气股份有限公司 |
| 形式 | 进门财经 APP 及电话拨入 |
| 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 |
| 交流内容及具体问答记录 | <p style="text-align: center;">1、公司基本情况</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>2021 年，公司实现营业收入 125.58 亿元，同比增长 16.92%；实现归属于上市公司股东的净利润 4.16 亿元，同比增长 59.19%。2022 年第一季度，公司实现营业收入 26 亿元，同比增长 4.47%；实现归属于上市公司股东的净利润 1.50 亿元，同比增长 20.08%。</p> <p style="text-align: center;">2、公司分销品牌</p> <p>公司分销的产品覆盖品牌近 200 个、型号 70 多万种，其中外资品牌采购占比较大。2021 年公司前五大供应商为施耐德、ABB、西门子、常熟开关、德力西，其采购额占公</p> |

司 2021 年度采购总额的比例分别为 34.02%、18.62%、11.37%、7.74%、4.39%，共计 76.14%。前五大供应商的采购额虽然逐年有所增加，但占采购总额的占比逐年有所下降。

近几年，公司也拓展了菲尼克斯、天正、德力西、欧姆龙等品牌，2022 年，公司与 SMC 展开合作。为实现多品牌战略，未来公司会结合市场及客户需求不断增加品牌和品类。

3、公司的充电桩/站业务情况

公司可为公交集团、物流公司等企业的电动大巴、电动物流车等提供安全、可靠、高效的模块化充电解决方案。目前公司已累计销售充电站 50 多套、运营 4 套，覆盖全国十来个城市。

4、公司系统集成与成套制造业务情况

公司定位业务重心以产品分销与服务为主，系统集成与成套制造业务为辅助业务。目前，系统集成与成套制造业务占主营业务收入的比例为 1.09%。集成与系统集成与成套制造产品主要有石油钻井平台电气控制系统配套产品、风力发电电气控制系统配套产品、风力发电水冷系统、风力发电机变桨控制系统、船用电气系统、电气控制柜、充电桩/站等，能够为下游用户提供方案咨询、系统设计、编程组态、系统集成、成套生产、安装调试、系统培训、维护保养等一揽子服务。

5、公司的产品定价

公司结合供应商指导价、自身采购成本以及市场实际来定价。随着向供应商的采购成本提高，公司也会相应提高销售产品单价。

6、众业达获客情况

众业达通过线上和线下两个不同的场景同时发力。线下一子公司主要负责所属地区的大客户拜访、维护。线上对众业达商城进行 SEO/SEM 的建设和优化，利用新媒体运营方式广泛获客并精准营销；与多品牌供应商密切合作，通过直播等活动，快速获客；同时结合线下各子公司中小客户团队、二级办事处进行线下开发和服务，去进行长尾市

场的覆盖；另外，众业达商城具有多品牌多品类的特点，且完全向会员开放公司的实时库存，众业达商城在众多的工业类电商平台中电气类产品是具有权威性的，商城中的产品详情描述完全与品牌官方同步，且开发的技术选型模块可以让一些技术基础较差的客户很轻松地找到自己需要的产品，随着众业达商城平台不断升级，以及不断提升物流配送能力、服务能力等，使得客户粘性得到很好的提升。

7、公司仓储物流及受疫情影响情况

公司拥有 8 个物流中心、50 个物流配送中转仓，有效地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。目前公司遵守国家防疫政策规定，个别区域性疫情封控管控，所属子公司则按照要求居家办公。

8、公司“分销网、物流网、技术服务网，加互联网”的“3+1”网络具体情况

公司自成立以来一直坚持多品种、多品牌、差异化的发展战略，经过历年的发展和经验总结，形成了公司的核心竞争力即“分销网、物流网、技术服务网，加互联网”的“3+1”网络，产品涉及中低压输配电产品及工业自动化产品；业务环节覆盖分销、物流仓储、专业技术服务、系统集成和成套制造等各个环节。具体如下

“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 55 家子公司及 100 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。

9、公司客户及业务的发展空间

工业电气产品下游分布广泛，产品广泛应用于电力、通信、装备制造、市政、新能源、自动化、电子、轨道交通、基础设施、智能制造等各个领域。众业达的下游客户主要有盘厂、集成商、二级分销商、原始设备制造商、工程安装公司等，客户相对比较分散。

整体行业市场受到国家宏观经济发展周期的影响，工业电气产品分销行业的增速与 GDP 的增速基本保持一致。不同的行业周期，均有突出发展的下游行业带动整个工业电气行业的稳定增长。按照工业电气产品应用领域分布状况，未来包括新基建、智能电网、碳中和、新能源、自动化、轨道交通、智能制造以及数字化等相关应用领域行业的快速发展，将有利于工业电气产品市场的增长，为公司带来更多的业务机会。

10、公司的存货情况

公司存货金额较大且逐年增长，这是由公司的分销模

| | |
|-----------------------------|---|
| | <p>式决定的：公司大部分的分销产品都是先从供应商处买断后再出售给下游客户或二级分销商，这种分销模式决定了公司必须保有一定的存货量以满足下游客户随时采购的需求，而且随着业务规模的扩大，存货量也相应扩大。另外，一般情况下，供应商每年给予公司两次定期或不定期的退货机会，公司可以将可能形成滞销的部分产品退给供应商，帮助降低存货积压的风险。同时，公司也有制定相应的措施来提高及控制存货周转率。</p> <p>11、2022 年一季度公司毛利率和净利率都有所提升，未来如何持续提升？</p> <p>2022 年，公司将持续强化业务管理，以客户为价值导向，用专业化的团队与服务，通过可复制、可持续、可延伸的标准化管理与运营，辅以数字化的平台和工具，聚焦业务场景，落地业务标准，持续整合系统联动，实现业务闭环，保持可持续有价值的增长，保持毛利率的相对稳定。公司将通过继续强化预算管理，实施严格审批、严格定编，控制成本；继续注重收益质量的提升，优化结算方式和回笼结构，提升资金运营能力；从客户应收风险控制、内控管理、合同管理、资产安全管理等方面，通过数字化工具的分析及应用，加强分析与预测，强化节点控制，实现事前预防、事中控制、事后稽查的风控闭环管理。从而通过降低销售费用率、管理费用率以及降低信用减值损失销售比和资产减值损失销售比的方式提升净利率。</p> <p>12、公司 2022 年的经营计划</p> <p>根据公司《2021 年年度报告》，公司预计 2022 年将实现营业总收入 1,381,417.54 万元，较 2021 年增长 10%；实现扣除非经后的归属母公司净利润 34,974.17 万元，较 2021 年增长 11.57%。公司 2022 年度财务预算是基于公司对市场现有情况的了解、判断与分析提出的方案，不代表公司盈利预测，能否实现取决于市场状况变化、经营团队的努力程度等多种因素，存在很大的不确定性。</p> |
| <p>关于本次活动是否涉及应披露重大信息的说明</p> | <p>不适用</p> |

| | |
|----------------------------------|---|
| 活动过程中所使用的演示文稿、提供的文档等附件（如有，可作为附件） | 无 |
|----------------------------------|---|