

证券代码：002960

证券简称：青鸟消防

编号：2022-008

**青鸟消防股份有限公司**  
**投资者关系活动记录表**  
**（2022年6月8日）**

<b>投资者关系活动类别</b>	<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 _____
<b>参与单位名称及人员姓名</b>	中信建投证券：吕娟、韩非；中欧基金：许崇晟；银华基金：吴颖；招商基金：贾仁栋等 82 位与会人员。参加交流活动人员名单详见附件。
<b>时间</b>	2022 年 6 月 8 日
<b>地点及方式</b>	电话交流
<b>上市公司接待人员姓名</b>	公司副总经理、董事会秘书：张黔山
<b>投资者关系活动主要内容介绍</b>	<p><b>一、公司近期情况介绍</b></p> <p>今年 1-3 月份，总体来讲，疫情影响较小，第一季度实现 65%左右营收规模增长。4 月份以来，全国疫情多点散发，物流货运端部分区域受到影响，主要在华东地区的项目实施、商品端物流货运影响相对较大，四月份受到一些影响，五月份已经修复，二季度目前预计单季度的增速影响可控，稳中有升。</p> <p>相比来看公司表现还是不错的，主要受益于安全库存管理、动态货运和多品类多品牌战略。五六月份正逐步修复，二季度稳中有升，半年度来看是稳中增长。不改变年初 50 亿规模目标，公司有信心完成该目标。</p>

疫情对公司影响及应对措施主要在几方面：①生产端：提前备货，动态调整；②物流端（主要）：部分区域影响较大，五月中下旬逐渐优化打通相关渠道，影响边际越来越小；③工程实施稍有滞后。

从自身内部来讲，青鸟消防拥有“多品类、多品牌、多性能”的产品矩阵，具备“一站式”整体解决方案实力，比如久远影响较小，应急疏散业务仍保持倍增的速度，疫情的影响相对会被对冲。

定增项目情况：5月27号证监会开始受理审核。

## 二、问答环节

### 1、公司整体情况

**Q：公司下游的业务分类及对业绩的贡献情况？**

A：公司的品类、场景比较多，各个品类或场景不尽相同，这也是公司的优势所在，能够对冲部分场景如新建地产增速的下降。

以通用报警为例，主要用在住宅公共区域、服务综合体等。以住宅类和非住宅划分：住宅类（商业、学校和政府大楼等）占比40%+，之前在50%左右，在不断下降；非住宅类（大型综合体包括机场，酒店等）占比接近60%。

另一维度，相对新建类，更新改造类的存量市场规模和占比不断提升。近年来青鸟消防重点发力于旧场景改造，集中于存量市场，比如商场、老旧小区的改造升级。新建项目容易发现，老旧场景改造升级项目难以发现，公司和经销商也在改变市场思路，消防电子市场必然会走向存量时代。同时，政策引导提高消防安全重视程度，新场景新产品需求不断涌现。

通用报警整体市场规模复合增速个位数，住宅类房地产对公司影响有限，公司在产品维度和场景维度均多元化布局，两者叠加实现超越行业增速。

**Q：历史应收账款回款集中在第四季度，现金流及应收账款有什么举措？**

A: 主要和下游场景有关, 下游主要为地产和工业端客户, 所以呈现了现阶段的特征, 在这个领域普遍存在, 但是应收账款问题总体影响不大。

第一方面, 相比建材, 消防电子回款较好。消防电子和建材行业属性不同, 消防电子客户主要是具备资质的弱电和消防工程公司, 本身需要资质管理, 需要消防产品验收。对工程公司来说, 消防产品是消防工程的一部分, 大的项目就一二十万或二三十万, 一方面金额不大, 一方面需要资质管理, 是项目验收的关键卡口。客户不在极端情况下, 极小概率会违约, 可能会适当延缓账期。

第二方面, 青鸟消防全渠道全品类, 青鸟经销为主, 久远直销为主, 不同销售模式回款不一样。销售环节上的玩法、know-how 以及风控体系不一样, 以经销商为例, 从前中后端进行管控: 前端对经销商能力评估和授信, 通过信用额度作为对经销商进行评估; 中端对项目备案, 会对客户进行评估; 后端启动催款账期。总体来看, 坏账仅有局部发生, 在可控范围之内。

**Q: 现金流相对略有下滑, 公司存货增加比较快的原因?**

A: 存货比较多的原因是公司主动进行安全库存管理, 发挥资金上的优势, 锁定长单、储备安全库存, 存货相对以前增加较多, 否则可能影响今年的发货, 是主动性行为。行业的现状是竞争激烈, 青鸟为提前一年实现 50 亿销售规模的目标, 这个背景下收入规模放在第一位, 应收账款问题不可避免, 这也是企业风控能力的考验, 对企业来说更多是一个平衡问题的处理。

**Q: 大股东大宗减持的情况?**

A: 今年陈文佳女士做了减持计划, 还没完全完成, 计划时间区间到 9 月份左右。主要还是大宗方式, 不是二级市场竞价, 股东更多的是个人投资考虑。市场不必过于担忧, 去年前年都有类似情况, 对公司影响微乎其微, 还是要看公司基本面。

**Q: 如何看待海康、大华进入消防行业?**

A: 海康和大华是公司战略学习的对标企业，其为安防的翘楚，也希望成为消防企业的翘楚。他们也在做消安一体化产品，但是公司认为不会产生多大的冲突，青鸟消防在智慧消防领域做了五六年，在技术路线、know-how 上都不一样。智慧消防更多作为一个大消防安全的战略卡口，需要消防云端和地面产品相结合。

消防市场不同于安防市场，需要长期的 know-how，需要数据场景积累，是强学习成本的领域，海康、大华想进入这个行业需要解决高 know-how 这个问题，时间是一个护城河。全球范围来看，优秀的消防企业都是接近百年企业，如泰科、霍尼韦尔等等，也欢迎海康、大华在消防市场发展中加入进来，促进市场发展。

## 2、工业消防、智能疏散、智慧消防等分版块情况

### Q: 工业消防报警市场格局，以及未来发展方向？

A: 工业环境具有强干扰、高危险和高辐射等特征。工业消防报警是垂直赛道，面向大 B 端，门槛较高，客户付费意愿和能力强。工业消防细分赛道较多，钢铁、石化和地铁轨交等每个赛道玩法均不一样。工业赛道有一些隐形玩家，普遍存在进口情况，在地铁轨交、核电和军工领域，很多都是用国外产品，国产替代逻辑较强。

去年是公司工业消防销售元年，钢铁石化实现客户从 0 到 1 突破，公司逐渐形成对工业消防行业的认知，并不断拓展能力边界。今年以钢铁石化、地铁轨交、高端制造、电力储能四个为泛工业场景的主攻方向，产品以火焰探测器、感温电缆等为主。

地铁轨交主要逻辑是国产替代，面向大城市，未来五年是存量更换期，公司对标的是霍尼韦尔、西门子等国外品牌；钢铁石化赛道情况与之类似。电力储能战略意义更高，公司希望成为储能消防报警领域的第一品牌。储能是国家战略级的考量，有技术、经济性价比、合作利益等上的考量，企业端不太容易判断市场规模。工业消防这几块细分领域不能通吃，具体市场份额难以测算，每一个领域有 2-3 亿的规模就可以成为主要玩家。

**Q: 智能疏散行业的竞争格局，未来的市占率会到什么水平？**

A: 应急疏散产品很早就有，比如单灯、单向指示牌、应急灯等。2019 年应急管理部出台文件安装集中控制型应急疏散产品，需要和报警系统相接，接入报警数据智能计算并指示逃生路线，行业玩家发生了变化。

与此前灯具生产企业不同，青鸟消防的应急疏散是一个联动系统，对接报警系统并实现算法控制；其次系统需要安装调试和售后服务，强电领域不具备该优势，近年来看报警企业做疏散和传统照明企业做疏散增速有区别，青鸟消防体系内左向照明增速弱于其他品牌。

智能疏散行业 2019 年开始进入一个快速发展期，预计市场规模不低于报警市场，应该可以到三四百亿的规模，去年预计一百多亿的规模，行业整体复合增长率约百分之二三十。公司年初进行了漏斗分析，今年预计会有十二三亿的疏散业务收入规模。公司应急疏散业务的战略诉求是做第一品牌，短则三年，长则五年，市场份额目标是 20%-30%。和通用报警市场类似，疏散行业竞争也非常激烈，有价格竞争，对毛利率会产生一定影响，预计有三到四年时间过渡，但整体是增量市场。

**Q: 智慧消防发展趋势和公司优势？**

A: 国内的智慧消防市场发展刚刚开始，海康、大华也在做，智慧消防是政府智慧政务云的一部分。目前的模式是，给客户提供免费服务，买产品送 app 和服务，也在不断迭代。从整个城市安全智能化的维度看，会有很多发展方向，定性来讲，智慧消防是传统消防模式的升维，未来智慧消防是必须要做的。

青鸟消防核心优势是具备大量场景中可接入的设备，温感烟感等等。未来会进入存量市场，云端是存量时代的入口，要打下牢固的基础，这是青鸟消防战略级的考虑，目标一定是成为核心玩家，也做了一些消安一体化项目——湖南师范大学、湖北省黄石市消防救援支队项目等。

智慧消防市场规模很难测算，几十亿或几百亿测算口径不一样，但是对青鸟消防上来说，一定要把握住，“云端+地面”结合，这是楼宇的物联网和一体化运营很重要的先决条件。

以及家用消防，目前收入体量不大，还在做战略性的布局，但是在国外渗透率高，是很大的市场，国内未来也会发展起来，安全的需求是人类的基本需求，是未来的趋势，基于此，做饱和式的投资储备。

### 3、储能消防业务进展

#### Q: 储能产品和客户新的进展？

A: 公司产品已初步成型，主要从三个维度来说：

①消防产品端：内部已经有成型的产品介绍、技术说明，储能产品层级迭代（站级、舱级、簇级、PACK 级），覆盖预警探测+灭火维度，能够适用不同场景维度等；

②基于 BMS 对接的和电池厂商联合试验，电池消防技术复杂度高，正在推进联合试验，已经达成一些标准的相关工作，也包括用户侧的企业联合试验和标准相关的工作；

③项目和业务维度：今年储能背景热度高，对接了不少该领域的电池厂家，如果客户的储能项目基于计划如期完成，那青鸟消防储能消防业务量将获得较大增长。

#### Q: 传统解决方案和电池模组级解决方案分别单 GWh 的价值量？

A: 目前市场上落地的项目传统消防方案为主，青鸟消防产品线做到全体系，站级、舱级、簇级、PACK 级都可以做。这里要强调的是，PACK 级的最后落地为整体解决方案，青鸟消防技术产品都具备，但是转化成整体解决方案要和电池厂商、BMS 企业合作，需要与电池厂商数据共享，比如某些气体浓度的分析，并进行联合试验。只要有数据，试验是没问题的。

任何产品都需要平衡技术和价格。双碳背景下的储能消防也需要一个平衡过程，今年落地还是传统方案为主，国外也是传统方案为主。单位价值量上产品多层次，价格跨度非常大，两三万有，四五万有，几十万也有（是一个 demo，全部配置消防产品）。这与装置完整度相关，单位价值量超过 10%，客户可能接受不了，根据经验来看，消防产品占比平衡区间为 5%-7%，客户可能易于接受。在区间内谈技术落地问题，反推产品方案的升级，满足需求同时降成本。

目前消防支出占比是 2%左右，国外高一些。随着规程完善，重视程度提高，预计会提升至 5%-7%，所以企业能力发挥了关键作用，满足技术性能的同时成本优化，对于企业来说底层技术积累和产品框架、层次至关重要。

**Q: 如果打入电芯内部和多家电池厂商合作获取数据，电池厂商是否介意？**

A: 打入到电芯级电池厂家会非常介意，植入消防产品会使电池本身产生一些变化，探测端进入以后会破坏电池结构，消防产品本身也是一个危险源，会有线路连接。理念上和其他层级的储能消防是相通的，但是实践上需要跨越，需要各方共同推进，进入别家“后院”还是很难突破。达到这一层次需要一些政策标准，要求消防企业具备全系统管理能力，这是一个升级迭代的过程。

今年项目应用上以现有成熟产品为主，既要成熟产品落地，也要做中远期的一些事情，如与 BMS 企业做 PACK 级方案的联合试验，标准制定等。

**Q: 公司具有产品优势，2%-3%的支出占比提升到 5%-7%推进的阻碍在哪？**

A: 国家能源局等强调储能在发展的同时要优化成本，这是大势所趋，对公司来说要具备技术驱动能力才能实现消防产品支出占比提升。目前来讲，是路径依赖，没有强制性标准，当下阶段没有以电池模组为最小管理单元的消防安全标准，标准落地后公司会努力推进，同时也要看新标准出来的执行力度，所以说平衡点在 5%-7%，是因为安全投资无止境，是一个迭代的过程，随着储能消防产品升级推进，对消防企业的底层技术的能力要求提高，毛利率的边界会越来越高。

**Q: 公司参加了储能消防标准制定，政策出台时间？**

A: 按通常情况预计，《电化学储能电站安全规程》有望于今年 8 月份出台，相当于储能消防行业的基本法，是最核心的，讲到了最小管理单元（电池模组），极早期做到精准探测并预警等等，是一个行业技

	<p>术标杆。围绕该政策会落地很多东西，目前来看各方重视程度较高，大概率会出台。</p> <p><b>Q: 储能消防体量比较小，上市公司以外还有哪些品牌储能消防公司做得不错？</b></p> <p>A: 消防应用无处不在，产品比较散，而储能火灾情况复杂、技术要求高，有很多传统消防产品不能用，整体市场格局比较碎片化。部分参与者如，专做报警探测：青鸟旗下报警品牌、泰和安、泛海三江和国外霍尼韦尔；灭火端：正天齐等；深圳部分企业也在做传统式产品。市场分散受主管部门影响，沈阳消防所主要围绕消防电子产品，如报警和疏散；天津消防所做灭火端比较多一些；还有上海消防所和四川消防所主管行业均有所不同。</p> <p>储能消防市场目前分散度较高，长远来看，传统消防命题将升级为各种技术组合的一个命题，逻辑假设不一样，市场发展趋势也不一样。预计储能消防价值占比 5%-7%，综合应用底层技术可以降低边际成本从而提高毛利率。</p> <p>公司从三个维度做储能业务——既要又要还要：既要传统的解决方案，解决市占率和渗透率的问题；又要做行业标准，参与并发声；还要做跨界，延伸和 BMS 等相关厂家的合作深度。既要只是目前落地的一个场景而已。</p>
<b>附件清单(如有)</b>	青鸟消防投资者交流活动参加人员名单（2022-06-08）



附件：

**青鸟消防投资者交流活动参加人员名单（2022-06-08）**

序号	姓名	公司
1	吕娟	中信建投证券
2	韩非	中信建投证券
3	许崇晟	中欧基金管理有限公司
4	吴颖	银华基金管理股份有限公司
5	贾仁栋	招商基金管理有限公司
6	刘海彬	新华基金管理股份有限公司
7	陈军	东吴基金管理有限公司
8	杜汉颐	国寿安保基金管理有限公司
9	彭柏文	惠升基金管理有限责任公司
10	孙浩中	中信保诚基金管理有限公司
11	谢泓材	国泰基金管理有限公司
12	陈树莹	国泰基金管理有限公司
13	杨红	东海基金管理有限责任公司
14	李阳东	国联安基金管理有限公司
15	李浦江	博远基金管理有限公司
16	梁辰星	兴合基金管理有限公司
17	欧阳力君	中银基金管理有限公司
18	朱冰兵	东吴基金管理有限公司
19	伏涛	信达澳银基金管理有限公司
20	朱战宇	中邮人寿保险股份有限公司
21	李欣雨	中国人保资产管理有限公司
22	孙颖	英大保险资产管理有限公司
23	施隽	太平洋资产管理有限责任公司
24	李俊	招商证券资产管理有限公司
25	尚青	上海光大证券资产管理有限公司
26	李相南	中邮理财有限责任公司
27	李大川	苏银理财有限责任公司
28	赵宇星	合众资产管理股份有限公司
29	邹文俊	上海世诚投资管理有限公司
30	彭钰玲	上海银叶投资有限公司
31	谢沛霖	中移资本控股有限责任公司
32	段然	中移资本控股有限责任公司
33	谢晓惟	中移资本控股有限责任公司
34	李茗	中移资本控股有限责任公司
35	邱蔚	三峡资本控股有限责任公司
36	王晶	浙江韶夏投资管理有限公司
37	徐路	海南翎展私募基金管理合伙企业（有限合伙）
38	韩飞	海南容光私募基金管理中心（有限合伙）

39	刘阳	中交投资基金管理（北京）有限公司
40	张春梅	北京暖逸欣私募基金管理有限公司
41	匡人雷	青骊投资管理（上海）有限公司
42	钱妍婷	上海歌斐资产管理有限公司
43	张小兵	江苏瑞华投资控股集团有限公司
44	龙云露	盈峰资本管理有限公司
45	文琦	上海彤源投资发展有限公司
46	马泉林	陕西抱朴容易资产管理有限公司
47	王路跖	千合资本管理有限公司
48	潘贻立	上海彤源投资发展有限公司
49	郭宝运	华能贵诚信托有限公司
50	孟欣	北京暖逸欣私募基金管理有限公司
51	诸凯	北京源乐晟资产管理有限公司
52	章溢漫	上海和谐汇一资产管理有限公司
53	朱春羽	沅京资本管理（北京）有限公司
54	张知正	深圳市富盛德资产管理有限公司
55	褚晓丹	上海瞰道资产管理有限公司
56	孙建林	上海浦泓投资管理有限公司
57	苏雪晶	青骊投资管理（上海）有限公司
58	柳超然	北京清和泉资本管理有限公司
59	于江勇	丰琰投资管理（上海）有限公司
60	李伟驰	海南泰昇私募基金管理有限公司
61	罗先波	深圳市同创佳业资产管理有限公司
62	季巍	北京宏道投资管理有限公司
63	彭钰琰	上海银叶投资有限公司
64	郭艳红	厦门金恒宇投资管理有限公司
65	邹文俊	上海世诚投资管理有限公司
66	jiamu	Willing Capital Management Limited
67	Wenjin Hu (Sharon)	Sumitomo Mitsui DS Asset Management Company, Limited (三井住友德思资产管理株式会社)
68	Xu lei	Dymon Asia Capital (HK) Limited
69	Robin LIN	Pinpoint Asset Management Limited
70	may chen	Strategic Vision Investment Limited
71	黄德华	中信建投证券
72	常鑫	中信建投证券
73	夏纾雨	中信建投证券
74	冪加和	中信建投证券股份有限公司深圳分公司
75	彭元立	中信建投证券股份有限公司深圳分公司
76	喻姜丰	东海证券股份有限公司
77	邓光健	平安证券股份有限公司
78	许天怡	中国国际金融股份有限公司
79	杨楠	华宝证券股份有限公司
80	万里明	东方证券股份有限公司

81	周浩	深圳市创新投资集团有限公司
82	杨如丰	中信建投经管委财富管理部客户