

众业达电气股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2022-008

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	富国基金管理有限公司——武云泽 国海证券股份有限公司——杨阳
时间	2022年6月17日
地点	众业达电气股份有限公司
形式	线上电话会议
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、工业电气行业分销模式形成及公司分销价值</p> <p>分销模式是工业电气产品销售的重要模式。工业电气产品包括电力设备、电力系统及输配电产品、自动控制系统及产品、安全与环保设备、照明及温度控制系统等应用在多个领域的系统设备和产品。正是由于工业电气产品的多样性、复杂性和应用的广泛性，产品制造商无法满足来自各行各业的客户不同的个性化需求，因此必须由专业的分销商通过产品分销、仓储物流、系统集成和成套制造等多个环节来满足终端客户的多样化需求。经过多年的发展，工业电气产品制造商与专业分销商之间已经形成明确的专业分工和稳定的战略合作关系。</p> <p>公司作为国内最大的工业电气分销服务商，销售渠道覆盖全国，能向不同客户提供性价比最高的多种产品组合的专业服务，从而满足不同地域及不同行业客户的各种需求；公司分销的产品覆盖品牌近 200 个、型号 70 多万种，</p>

能够根据客户需求为其提供不同规格、不同品牌和不同价格的产品，为客户实现了工业电气产品的“一站式”采购；公司搭建了全国性工业技术服务网络，且有集成制造中心，能通过技术服务、系统集成和成套制造等专业服务满足客户个性化需求的整体解决方案；公司具有全国性的物流网络体系，能为客户提供物流配送、存货管理、产品管理、工程设计和投标支持、技术和服务支持等增值服务，提高了客户的粘性。

2、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 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”拓展工业领域 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：

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。

3、公司分销品牌

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。

4、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。

5、公司的利润相关情况

公司分销业务的毛利主要来自于产品销售溢价和供应商按季度和按年度给予的销售折扣。

公司每年均与供应商签订分销协议，按约定供应商每年会综合考虑公司的采购指标完成情况、市场拓展情况、服务支持情况等，按季度、年度给予公司采购量一定比例的销售折扣。实务操作中，公司一般在取得供应商有关销售折扣确认函或开票信息后抵减成本。一般情况下公司当年获得的销售折扣包括了当年前三季度的季度销售折扣和上一年第四季度的季度销售折扣及上一年度的年度销售折扣。

未来，公司将通过覆盖全国的分销网络以及众业达商城，提升物流响应能力，提高技术服务网建设，提升客户的粘性和对客户的服务能力，从而提升对客户的议价能力，提高公司的毛利率。同时，通过精细化管理、严控费用增长，从而提升净利率。

6、公司经营性现金流为负的原因

公司经营活动产生的现金流量净额为负，主要是受销售规模增长及客户结算周期的影响，应收账款有所增加；同时根据销售需要以及结合供应商的供货政策，适时增加库存量，供应商结算时点到期支付等因素影响所致。

7、公司仓储物流情况

公司拥有 8 个中心物流，分布在：汕头、北京、苏州、广州、成都、郑州、西安、沈阳。50 多个物流中转仓即每家子公司都有独立的仓储中心，实现 200 公里范围内自有车辆配送，确保时效性。公司的物流中心和物流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。

8、众业达商城的相关情况

公司的工业品电气数字化专业服务平台“众业达商城”主要销售众业达签约品牌的产品，能满足客户不同需求的“一站式工业品服务平台”。同时，作为线下业务的重要补充，快速有效覆盖中小客户和长尾市场。作为公司电

	<p>子化订单的接入口，也大幅提高工作人员的工作效率，使得工作人员能腾出更多精力覆盖更多的大客户。</p> <p>公司将持续部署“众业达在线”项目，打造赋能中小贸易企业数字化提升的分销云平台，基于公司多年摸索和实践出来的分销运维经验和数字化优势，协助联营商部署 zydmall.com 子商城入口、“云仓储”物流模块、建立联营体系内的“慧采平台”，持续开发并共享经营管理系统、业务管理系统、仓库管理系统等软件系统给联营商，赋能核心合作联营商，以达到共同提升经营效率，联合形成市场头部竞争优势。</p> <p>9、公司数字化建设情况</p> <p>公司持续进行数字化建设与升级，ERP 系统作为整个众业达集团业务系统的核心，日常有 2000 以上的并发用户，日处理各类单据数量达 10 万张以上，并与多个供应商的订单平台通过 EDI 接口进行订单等数据的交换。另外，根据不同业务及日常办公需求，还存有多套业务支持系统，比如提供决策依据的 BI 系统、进行仓储及物流管理的 WMS 系统、对客户关系进行管理分析的 CRM 系统、电子商务平台 ZYDMALL 及自动化办公平台 OA、HR 系统等。通过数字化管理工具的全面推行，赋能业务，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，实现业务的可持续发展。</p> <p>10、公司客户情况</p> <p>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。</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>
<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）</p>	<p>无</p>