

## 众业达电气股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2022-010

<b>投资者关系活动类别</b>	<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）
<b>活动参与人员</b>	国元证券股份有限公司——赵莉莉
<b>时间</b>	2022年11月07日
<b>地点</b>	众业达电气股份有限公司
<b>形式</b>	线上电话会议
<b>上市公司接待人员姓名</b>	董事会秘书、副总经理    张海娜 证券事务代表                      韩会敏
<b>交流内容及具体问答记录</b>	<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，因此需要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，能够根据客户需求为其提供不同规格、不同品牌和不同价</p>

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、公司的获客情况

线下分销子公司、办事处主要是通过团队进行地堆、拜访、电话等方式获客。

众业达商城运营团队在线上和线下两个不同的场景同时发力，线上进行 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。

### 4、众业达商城的建设情况

公司电商平台“众业达商城（zydmall）”是公司搭建的专业垂直工业品电商平台，主要销售公司签约品牌的产品，通过线上与线下结合，以线上平台与线下实体子公司、办事处形成互补，突破线下子公司和办事处的辐射范围，提高对中小型客户及长尾市场的覆盖。2022 年前三季度，

众业达商城实现销售额约 55.88 亿元（含税），同比增长 5.76%。

目前可通过公司官网 (<https://www.zyd.cn>)、众业达商城网站 (<https://www.zydmall.com>)、微信小程序“众业达商城”以及关注微信公众号“众业达商城”等方式进入众业达商城。

另外，公司持续部署“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](http://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。

#### 5、公司仓储物流及受疫情影响的情况

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，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，因疫情呈散发多发的态势影响，公司各地所属的子公司均遵守落实当地疫情管控措施。

#### 6、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

	<p>品类。</p> <p>7、公司的产品定价</p> <p>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。</p> <p>8、公司在新能源领域的客户与布局</p> <p>工业电气产品可以应用于任何有输配电需求和工业控制需求的地方，新能源领域涉及前述需求的都能使用公司分销的相关产品。另一方面，公司战略之一就是行业覆盖，公司不断寻找新兴行业进行延伸布局，从为风电光伏行业提供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、逆变器冷却系统，到为石油行业提供钻井平台电控系统，再到为新能源车行业提供充电解决方案等。</p> <p>9、公司充电站业务情况</p> <p>公司充电站为自主研发及生产，其主要特点有：具有技术先进性，支持大功率大速率充电；产品结构紧凑，节约充电站占用场地的面积；现场施工方便快捷，可缩短项目建设周期；智能化充电策略，提高业主的运营管理效率；规划适应性强，可二次搬迁，最大保护业主投资；充电站建设的综合成本相对较低，社会效益高。</p> <p>截止目前，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。</p> <p>目前公司的核心业务仍是以分销为主，充电桩/站业务后续将根据市场技术趋势和业务机会来进行拓展。</p> <p>10、是否考虑进军海外的充电桩市场？</p> <p>公司目前以布局国内市场为主。</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
----------------------------------	---