



## 一、 民爆光电公司概况

公司是一家研发创新驱动型的国家级专精特新“小巨人”企业，主营业务是专业从事 LED 绿色照明灯具产品的研发、生产和销售。公司依托成熟的产品设计开发体系和小批量柔性化的生产制造模式，主要通过 ODM 模式为境外区域品牌商和工程商提供个性化、多样化的照明产品，解决客户对产品应用和功能的差异化需求。公司实行的是“多板块、多主体”的经营运作模式，主要有商业照明和工业照明两大业务板块，同时向植物照明、医美照明、应急照明等领域布局，其中母公司民爆光电专业从事商业照明业务，子公司艾格斯特专业从事工业照明业务。

## 二、 投资亮点

### 1、研发投入力度较大，拥有专业快速响应的研发团队

公司下游客户较为多元，面对的需求是个性化、定制化的，因而公司持续进行研发投入，为客户提供灯具外观定制化设计、照明光效设计、应用功能集成等服务，并开发符合客户个性化需求的产品。多年来，公司已累计开发并销售超过 4 万种产品，在出口型照明企业中处于领先地位；截至目前，公司已积累合作超 4,000 多家客户，市场已覆盖各大洲 100 多个国家和地区，拥有专利技术超 600 项。

### 2、公司打造出柔性高效的组装式生产模式

公司下游客户多、订单小批量，难以大规模生产，公司通过多年的积累，探索出“以单定产”的柔性生产模式。为更好的满足境外区域品牌商、工程商多批次、小批量的订单诉求，公司接单不设置起订量门槛，以承做中小订单为主。为了应对订单量较小的情况，公司目前在灯板贴片、电源制造等工序基本实现自动化，成品组装、包装等工序实现部分工位自动化；为推动并提高产线自动化水

平，公司已经组建自动化设备研制部门，已经有部分品类产品大部分工序实现自动化，大大提升生产效率。

### **3、通过全球多国认证，拥有全流程的质量控制体系保证产品品质**

海外市场对照明灯具的准入资格有着严格的要求，以确保其进口LED照明灯具的质量和安全性，且各国之间的认证标准都存在一定的差异。目前公司已取得全球主要国家/地区的市场准入许可，产品已通过美国UL和FCC认证、澳大利亚SAA和C-TICK认证、欧盟CE认证、德国TUV认证、日本PSE认证和CB等相关国际认证，且通过了各销售地的安全检测，公司产品销往海外不存在障碍。

### **4、管理精细化，销售团队激励充分**

公司下游客户数量多，开发及维护客户的需求较大，因而公司较早建立了客户管理系统，同时也对销售人员进行充分激励。

## **问答环节：**

### **1、未来公司从哪些方面来提升业绩？**

**答：**您好！公司实行的是“多板块、多主体”经营运作模式。全球LED照明市场是万亿级的市场，当前，公司的业务区域已拓展至欧洲、大洋洲、日本、北美洲等众多发达国家和地区；未来，公司将一方面通过进一步加大研发投入，不断开发产品品类，提高在现有市场的渗透率，另一方面也会开发像东南亚等快速成长的潜力市场。此外，公司也会持续推动LED照明技术与农业、安全、城市、体育、医美照明等深度融合，加快植物照明、应急照明、美容照明、建筑照明等领域的发展，稳步提升公司的经营业绩。谢谢！

### **2、公司比同行会存在哪些竞争优势？**

**答：**您好！公司基于差异化的市场策略，经过十几年的发展，建立

了以下竞争优势：

### **(1) 产品开发壁垒**

照明产品的设计和开发需要建立在充分了解客户对产品定位和功能特点的基础上，结合客户所处的应用场景、文化习俗和消费行为特征等因素，利用自身的技术能力、案例经验，进行针对性的产品差异化设计。公司打造了一个强大的电子部门和工业设计部门，能够快速满足客户差异化的需求。

### **(2) 配套服务壁垒**

商业照明和工业照明客户注重产品尤其是差异化产品的配套服务，产品定位、方案设计、应用场景分析、销售的过程服务和售后质量保障等因素都是影响客户对产品提供商选择的重要考量指标。公司深耕行业 13 年，市场已覆盖各大洲 100 多个国家和地区，公司有强大的销售服务团队，积累了丰富的配套服务经验也形成了一定的壁垒。

### **(3) 人才壁垒**

为了绑定核心销售人员长期为公司服务和与公司共同发展，公司在筹划设立之初就制定了《优才计划》，并成立了员工持股平台，对核心团队实施股权激励以保持团队的稳定性和较强的开拓市场的能力。谢谢！

**3、公司工业照明的毛利率比大多数同行都要高，从回报率上讲比商业照明更高，未来有没有考虑专做工业照明？**

**答：**您好！公司是做商业照明起家的，商业照明是一个巨大的市场，公司不会因为工业照明毛利更高就放弃做商业照明，我们会一如既往的服务好我们的客户。我们的愿景是打造成为“规模化、集群化、数据化、现代化、国际化的优质企业”，未来我们会重点布局商业照

|      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|      | <p>明和工业照明，同时向植物照明、应急照明、美容照明、建筑照明等领域延伸。谢谢！</p> <p><b>4、请介绍一下公司客户群和渠道跟其他同行有何区别？</b></p> <p><b>答：</b>您好！公司自设立之初就确定了主要以 ODM 模式对客户采用直销的销售策略，主要服务境外的区域品牌商和工程商，品牌商的客户又分为分销商和工程商，我们主要为客户提供小批量多批次的差异化产品。国内有些同行是做通用型标准化产品，他们的渠道是沃尔玛、宜家等国际品牌商、连锁渠道商。谢谢！</p> <p><b>5、公司小批量多批次的订单对公司的生产效率和产品品质是不是提出了比较高的挑战？</b></p> <p><b>答：</b>您好！公司一直坚持贯彻“交期等同于信用，质量等同于生命”的经营理念，已经建立和完善了制造管理体系和品质管控体系，完全能够满足客户不同应用领域各类定制需求，并在保证品质的前提下满足产品按期交付。谢谢！</p> <p><b>6、公司上市以后要重点提升哪些能力？</b></p> <p><b>答：</b>您好！公司会在以下几方面加强提升：1、研发方面，公司会持续加大研发投入力度，未来会考虑在境外多地区建立研发中心，更加贴近客户去不断开发新的产品品类来满足客户差异化的需求；2、销售推广方面，要进一步完善营销体系，加强开拓力度，让销售人员要走出去，去到客户一线现场去挖掘客户需求，做好相关服务，进一步增加与客户的黏性；3、进一步加强精益管理，加快制造自动化研发力度，实行降本增效。谢谢！</p> |
| 附件清单 | 无                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| 日期   | 2023 年 9 月 14 日                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |