

证券代码：002960

证券简称：青鸟消防

编号：2023-006

青鸟消防股份有限公司
投资者关系活动记录表

（2023年10月31日）

投资者关系活动类别	<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 checked="" 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 _____
参与单位名称及人员姓名	中信证券：刘海博、陆竑；JPMorgan 资产：高云；中银资管：欧阳力君；建信养老金：刘洋；永盈基金：慎胜杰等 54 位与会人员。参加交流活动人员名单详见附件。
时间	2023 年 10 月 31 日 10:00-11:00
地点及方式	电话交流
上市公司接待人员姓名	公司总经理、董事会秘书：张黔山先生
投资者关系活动主要内容介绍	<p>一、公司 2023 年前三季度业绩情况介绍</p> <p>1、前三季度消防电子市场总体特征</p> <p>第一个特征：总体竞争态势仍然激烈，不同赛道程度不同</p> <p>消防报警：依然是一个相对竞争的市场，公司在消防报警主要是两个品牌，青鸟品牌作为第一品牌今年前三季度总体平稳，久远品牌保持了 30% 左右的不错增速。</p> <p>消防报警市场总量比较大，但是边际的增速相对来说是下降的，公司基本预判消防报警全行业的增速是持平或负增长。</p> <p>智能疏散：赛道总体来说是竞争比较激烈，进入到 Q3 激烈的态势仍然持续。加上各个区域的保交楼因素带来增长机会的同时，也带来验收端的把关等等一系列的问题，把关的门槛降低带来市场的充分竞争。</p>

今年以来，公司在疏散市场连续下调两次价格，3月份和7月份，对毛利率方面是有一定的影响。总体来讲，公司前三季度在智能疏散市场保持平稳较快增长，增速相较于去年来讲是下降的。这个下降也是公司从业务定位端，面对一个非常激烈的竞争环境之下做的一个策略性的选择。

与此同时，储能端、气体探测、气体灭火竞争也比较激烈。

第二个特征：存在进一步挤压出清的空间

市场总体的边际增量是下降的，但是青鸟的总体增速尤其是在工业、气体类、海外业务等，增速还是相对不错。所以整体特征还是进一步挤压出清，龙头企业提高市占份额。

第三个特征：市场仍有可拓展的结构性的机会

一个消防电子类的企业要获得持续的增长，必须要建立在相对完善的业务结构之上。公司围绕消防电子是全链条布局的，从预警、报警、疏散、灭火包括气体类等一系列的综合性体系，能把握这个市场中的各个节点、各个阶段的政策类或市场类的机会。

第四个特征：整体信用环境处在相对紧张的状态

如果公司在地产类的依赖性非常高的话，是比较危险的。好在青鸟在2018年、19年开始，就在地产方面做了相应的优化，所以整体来讲地产这一块对公司的影响相对来讲是在可控范围之内，公司在年初也对一些地产商做了进一步的业务结构的策略选择，主动放弃一些信用情况紧张的房企战略合作。

2、前三季度经营数据亮点

维度 1：前三季度收入稳步增长

前三季度，公司在经营收入端整体保持稳步增长，实现36.4亿收入（同比+7%）。该增速是公司建立在对大的信用环境的一个基本判断之上的策略性选择。

比如说公司在疏散端，在今年进入到第二季度，有意的去做一些相应的控制，有所为有所不为，有些业务做了主动的放弃。在收入端“有保有压”，“压”是对于疏散端的相对的克制和定力，对于青鸟品牌现

阶段进入 25~30 亿体量范围下的策略调整，“保”是体现在行业端、在工业端、在海外端这方面的增速相对不错。公司海外的整体增速在 25% 上下，在典型工业产品这一端也是 40% 多增速，在储能业务端增速较高（储能前三季度的发货量 6,800 万上下，超过去年全年的 4,000 多万），气体类的业务也保持 20-30% 的增长，包括气体灭火、气体探测。

维度 2：盈利能力提升

前三季度的毛利率同比增长 1.62%，主要得益于几个方面：整体的体量，公司提高采购量在整个供应商议价方面是有一定优势；降本增效，通过技术驱动，比如朱鹮芯片及供应链的优化。

盈利能力提升，也反馈出我们在年初跟大家沟通的，随着企业规模的推进，随着进一步的竞争能力的提升，利润增速会逐渐高于收入增速，在今年这方面就已经有所体现。

维度 3：现金流改善

现金流进一步改善。经营活动现金流净额相较于去年提升了 37%，销售商品收到的现金也超过了收入的增速，背后也是体现出公司的整体的竞争实力，也反映出企业在应收端、客户端、信用端的管理，这方面成果体现出还是不错。

维度 4：业务结构优化

今年前三季度整个业务结构进一步的平衡，从原来的单一以消防报警为核心，到现在其他业务增速远高于报警类的业务。在工业、储能、气体探测、海外等这些方面的收入增速都相对较高。随着时间推移，结构会进一步优化。

3、前三季度重大经营举措

举措 1：持续强化在行业端，包括了在非房地产的商业领域，以及石油石化、电力、储能、地铁、轨交、高端制造等一系列的工业领域、海外领域，持续加强投入及渠道端的建设。

举措 2：美安中国作为国外引进的高端品牌，在今年以来虽说在财务报告上还没开始体现，但是整个的推进工作比原来的计划要有所提前，公司在西安的工厂目前已经具备了生产的条件，正在做国外产品的

一些转产认证的相关工作。公司相信在明年的第二季度，高端品牌美安的二代相关产品项目会逐渐进行释放。

举措 3: 马鞍山基地建设，土建和房屋厂房建设基本上完成。明年三四月份应该具备全厂达产条件，它是一个综合性的生产基地，包括疏散、报警等等一系列产品都可以在马鞍山生产。这对于公司进一步提升整体的产能供给能力和进一步的降本会有很大的帮助。

对于马鞍山的基地，公司会进一步考虑，会引进我们一些比较大的供应商，在工厂附近就近设厂，这样减少包装和运输等成本。基地的规模化对于整个的降本方面是会有进一步的帮助。

公司围绕疏散的品类，目前已经比较齐全，现在应该有近千种品类。疏散端的品类进一步完善，在疏散市场的竞争力也进一步提升。明年的疏散端营收占比，公司也希望进一步提高。

举措 4: 海外建设方面，公司目前也在考虑将法国、西班牙的产品利用国内的供应链，正在做一些转产认证的相关工作。一旦完成之后，利用国内的供应链与产能对降低海外产品的成本是非常有帮助的。

相关认证工作从今年的 6 月份开始启动，目前在有序推进当中，这个对于明年整体的降本工作非常有帮助。

举措 5: 运营管理体系方面的建设，包括我们要打通从研发端到采购到工厂全链条的沟通对接，以及减少中间的冗余、信息盲点，进一步降低运营过程中的成本，也取得了一定的成效。也加强了各个基地间的交流，采纳了各个基地的一些有效的、有特色的做法，对于降本和整个产品性能的提升有很大帮助。

4、全年预判

从公司整体的目前跟进的业务数据来看，相信全年保持收入端 10~15% 上下的增速是有希望的（需要看最后 12 月份的相应的回款情况），利润端的增速保持 20% 以上的希望是比较大的。

二、投资者提问交流

Q: 行业竞争格局与出清情况

A: 报警端: 以北京市场为例, 公司今年的增速在 30% 左右, 北京市场中青鸟品牌是第一品牌。青鸟品牌全年来看在北京市场应该能做到 2~2.5 亿元左右, 公司抢占了其他竞争对手的份额, 因为围绕着消防报警的总量并没有增长。公司在几个主要区域增速不错, 北京、河南、深圳区域今年都是 30% 左右增长。

另外还有一个品牌就是久远品牌, 久远品牌的增速在 30% 左右, 且建立在久远品牌目前只覆盖了 10 余个省份, 并没有把全国的其他省份放开给久远品牌。因此, 从定性角度来看, 公司在报警领域的市占率会进一步提高。

疏散端: 目前还是一个增量且竞争非常激烈的市场, 从报警类的企业做疏散来看, 青鸟消防是第一。

气体灭火: 正天齐是第一品牌, 七氟丙烷出货量应该在其当前的全部产品中超过 50% 份额, 但未来可能还要强调全氟己酮、UL 标准、高端细水雾等系列产品。

气体探测: 国内刚刚起步, 比较碎片化, 目前来谈市占率还为时过早。

储能项下: 我们看到, 青鸟项目做的还是不错的, 前三季度的出货在 6,800 万上下, 公司也跟一些主流的储能厂商有比较深度的战略合作协议, 包括像阳光等。

Q: 2024 年利润率展望

A: 从定性角度来讲, 随着结构优化的推进、在工业产品、海外占比的进一步提升, 毛利率上升的趋势是必然的。

同时还有一个比较重要的是运营费用, 前三季度可以看到公司销售费用增速比较快, 第一个是因为直销团队的人员扩张 (主要是久远品牌增加颗粒度、设立办事处, 销售人员增长规模还是比较大), 另外一个也是今年以来展会活动开的比较多, 市场推广费用总体全年来看约 1000~2000 万元。明年在整个费用端, 公司要加强人效, 进一步提升销售人员的 ARPU 值, 有些办事处新建, 必须要经过一年到两年的转换期。

降本工作来看，朱鹮芯片作为核心芯片要进一步地扩展相应功能、进一步替代电子元器件采购，本身来讲对降本是有帮助的。

今年没有做完的针对采购端的优化，在明年会进一步产生相应的效果，比如说做到整个集团的采购共享数据库，因为此前采购基本上是由各公司独立去做。未来并不是去管各个公司的采购，而是有一个全体体系指导的采购目录和清单，采购部的清单会定期进行更新，如果各个子公司采购的东西价格高于清单上的价格要有特别的理由，这对整个降本是有帮助的。

所以整体来从趋势定性看，明年随着业务结构的变化、进一步降本增效工作的推进，盈利能力应该会有提升的空间。

Q: 国内高端品牌美安中国未来的打法？

A: 美安中国首先定位在高端，对标像霍尼、西门子这些相应品牌，美安中国总体的业务负责人是何军先生，他在霍尼、盛赛尔有近 30 年经验，从创办开始就一直在，他对整个领域是非常通透的，由他来挂帅。从美安中国的未来定位来讲，我们希望它能在国内替代海外品牌，至少能成为一个主要的玩家。

这里面分几步走，2~3 年成为主要玩家，3~5 年能成为在这个领域的有比较重要话语权的领导者。从定量角度来讲，2~3 年做到 5000 万美金，长则 3~5 年，我们希望能够在高端品牌方面能够有 1 亿美金的规模。

从节奏来看，明年在报表端这块来讲，应该不会有快速的贡献，有几方面因素：（1）涉及到的产品端的问题，因为消防电子很重要的就是认证。美安中国一定要 UL 认证和 3C 两个认证，认证工作涉及到产品品类非常之多，两套认证都要做，多品类产品的认证时间周期会相对比较长。同时在过程当中，由于没有全套的体系产品，对于整个市场端的销售拉动作用是不够的。

西安工厂，也就是美安中国在国内的生产基地，现在已经具备了相应的生产条件，但是产品端还在认证过程当中。所以在明年，随着部分

产品的认证完成，是在西安工厂进行生产的，明年渐次的会可能在报表当中会体现出美安中国品牌的一些业务收入。

总体来讲，在后年这方面的相对规模化收入会得到进一步体现。

Q：产品出海的布局？

A：产品出海有几个因素制约：

(1) 认证：跟一般的消费品不一样，有这个强制认证和规范。

(2) 文化：海外的用户对消防电子产品的理解和国内不同。国内做的产品比较轻巧的但在海外不适用。

(3) 渠道：海外的销售端和国内销售的不一样。

青鸟消防从 2011 年开始持续投入了 10 年以上的时间，交了很多学费。海外市场它有自己的生态圈，必须经过长时间沉淀才能融入，有不同的 know-how、玩法，当公司沉淀下来之后就具备了相应的先发优势。公司在欧洲是以西班牙和法国为桥头堡，在北美是以蒙特利尔、多伦多、加州/德州为桥头堡，已经扎根时间非常长，同时我们现在也在进一步拓展英国市场，是一个渐次迭代的往前推进。

Q：工业及储能方面的进展？

A：工业消防：典型工业产品前三季度增速在 40% 多。典型工业品包括了用在工业场景的防爆类、吸气式等产品。增速略低于我们预期，主要还是一些项目实施原因。因为今年以来我们强调了项目备案制，进一步让利给经销商。通过经销商对接到总部的业务，都会把业绩放给区域的经销商，强调经销商进行相应的备案。所以今年以来我们在整个工业端的备案数量是非常之高的，有效的项目线索备案比去年增加两倍左右，但转换需要一个过程，包括工业项目的建设阶段、周期。所以从整个备案的数量源头来看，我们工业产品端未来持续发展的这个基础是具备的。

关于储能项目：在前三季度我们的发货大概 6800 万，去年全年大概 4,000 多万发货，前三季度同比增长超过 100%。全年来看储能发货端，如果在 11 月份 12 月份一些项目能够推进实施的话，全年破亿的可能性也是有的。在业内，我们的发货量应该来讲是排的比较靠前。

	<p>在储能项目上：（1）从产品端，从站舱簇到 PACK，全链条的产品这个构架年初就已经全部完成，今年也进一步优化了一些产品端的性能，比如应用在零下 40 度的相应的产品、基于 PACK 层面的一些产品的优化。我们今年也跟应急管理部、沈消所就储能消防、储能探测灭火方面，达成了联合实验开发的战略合作，共同构建联合实验室，在推进相关工作。（2）从客户合作角度：在这个业内大的经销商和原厂商我们都有深度的合作，比如阳光电源等，我们都有相应的深度的合作，应该是走在比较前面的，跟进的项目也比较多，我们在定期报告披露了一些进展中的项目比如国电投的，项目的覆盖面、数量都是比较多的。只是在储能项下，确实正如之前我们所讲到的，从整体来看，目前还是以舱级为主，1MW 对应的投资额，基本上 3 万左右（探测+灭火）。PACK 级有个别项目，是实验性的，大概 5 万到 7 万左右的规模，但是占比较少。从目前商业落地来看，储能的厂商还是追求成本控制，目前舱级方案的商业落地是主流。</p> <p>泛工业气体方面，今年业务布局进一步加强，成立了气体探测事业部，也成立了燃气业务板块，因为燃气今年的接二连三的爆炸事故也倒逼了相应的政策出台，是当前的发展点。</p>
附件清单(如有)	与会人员名单
日期	2023 年 10 月 31 日

附件：

青鸟消防投资者交流活动参会人员名单（2023-10-31）

序号	姓名	机构
1	刘海博	中信证券机械
2	陆竑	中信证券机械
3	高云	JP 摩根资产
4	欧阳力君	中银资管
5	刘洋	建信养老金
6	慎胜杰	永赢基金
7	史东骏	诺德基金
8	周恒	中融基金
9	李不凡	嘉实基金
10	徐志华	汇添富基金
11	尚广豪	嘉实基金
12	刘晋	博弈树投资
13	景顺长城路演纪要	景顺长城基金
14	于淼	翊鹏投资
15	常义乐	中信建投机械
16	张钧宇	北京信伟达资产管理
17	李乾	敦和资管
18	罗双福	进化海南
19	徐荣正	厚德天成私募
20	彭雪皎	湘楚资产
21	张英超	澄明资产
22	刘正	鸿商资本股权投资有限公司
23	高梦晨	明世伙伴
24	黄振东	弘毅远方基金
25	杨超	中信建投机械
26	杨立	拾贝投资
27	赵栋	青骊投资
28	刘嘉林	国盛证券
29	吴悠	嘉实基金
30	王蒙	上海原泽私募基金管理有限公司
31	洪流 Luke	Cederberg Capital
32	吴伟康	湘楚资产
33	郝曠川	农银人寿保险股份有限公司
34	满臻	东方资管
35	张文鹏	中邮人寿
36	占叶琨	诺安基金
37	张岩松	中银资管

38	王炜越	中金公司
39	刘恋	Alpines
40	王晗畅	安信资管
41	张玉川	诚旻投资
42	闫广	德邦建材
43	姬新悦	浙商机械
44	王逸枫	德邦建材
45	李艾武	茗晖基金
46	黄杨	凯丰投资
47	谭丽	嘉实基金
48	钮舒越	中信股衍
49	宋雅慧	红杉资本
50	黄海	泓德基金
51	俞淼	白鹭资管
52	赵士林	朱雀投资
53	贺喆	华宝基金
54	赵康杰	明曜投资