

证券代码： 002441

证券简称： 众业达

众业达电气股份有限公司投资者关系活动记录表

编号： 2024-002

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）
参与单位名称及人员姓名	东方财富证券股份有限公司 杨劲
时间	2024 年 1 月 22 日
地点	众业达电气股份有限公司
形式	现场调研
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 证券事务专员 陈松娇
交流内容及具体问答记录	<p>1、公司基本情况介绍</p> <p>公司主营业务为通过自有的销售网络分销签约供应商的工业电气元器件产品，以及进行系统集成产品和成套制造产品的生产和销售。</p> <p>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。</p> <p>2、公司分销的品牌</p> <p>公司分销的产品覆盖品牌近 200 个、产品 SKU100 万+。前五大供应商分别是施耐德、ABB、西门子、常熟开关、德力西。近几年，公司也拓展了研华、天正、德力西、欧姆龙、SMC、禾川等品牌。新品牌、新品类都是未来增量。公司未来也会结合市场及实际，不断拓展新的品牌和产品。</p>

3、公司的产品采购和库存管理情况

公司大部分的分销产品都是先从供应商处买断后再出售给下游客户或二级分销商，这种分销模式决定了公司必须保有一定的存货量以满足下游客户随时采购的需求。在产品的采购上，主要是对常规品备货，备货会根据市场及客户需求的货期进行备货，有的是2周，有的是1个月，有的是2个月，原则是不会超过3个月。

在采购及库存管理中，公司采用EDI、ERP、WMS等系统进行管理，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，日处理订单达100万张以上，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。7大物流仓和子公司中转仓多数都上线了WMS系统，能有效管理仓库商品存放状态，准确货物进出仓库的数量、时间、类型、发货情况，确保全国数据的时效性及实时性并准确无误。

另外，一般情况下，部分供应商有流通产品库存政策的，会有相应的退换货政策，公司可以在一段周期，对流转速度较慢的产品通过退换货政策优化库存结构降低存货积压风险。同时，公司也有制定相应的制度及措施来管理和提高存货周转率。

4、公司与施耐德签订的分销协议情况

截至2023年4月12日，公司及子公司与同一交易对手施耐德电气（中国）有限公司及其关联公司（以下合称“施耐德”）签署多份《分销协议》，涉及的低压配电及工控产品分销协议的采购目标金额合计343,440.1万元（不含税），具体采购金额以日常实际采购为准；相关设备/产品的采购合同金额为421.75万元（不含税），该金额未包含在分销协议的采购目标金额中。

截至2023年9月30日，上述签署协议的履行金额为255,637.3万元（不含税）。

5、公司与供应商的采购价格情况

公司每年年初会与供应商签订年度分销框架协议对采购目标等进行约定，在过程节点中结合市场、项目及实际可能会有调整。此外，也会有各种促销政策的谈判等。

6、公司售后服务团队情况

众业达在全国拥有 30 多个服务站点，300 多名工程师，同时参股孙公司旗下运营的工业速派服务平台拥有上万名在平台注册认证的第三方工程师，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，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。

7、公司分销业务的季节性

分销业务的季节性并不明显，从营业收入看，因为 Q1 有春节因素，所以一般下半年会好于上半年。从毛利率看，因为公司的盈利一方面来自于分销业务的产品销售溢价和供应商按季度和按年度给予的销售折扣，另一方面来自于从事系统集成和成套业务取得的利润，因此，一般 Q1 的净利润可能稍微高点，而 Q4 较低，因为 Q1 会有上一年全年以及 Q4 的返利，而 Q4 可能只有 Q3 的返利并且还需要进行员工年终奖、减值计提等。

8、工控猫商城和众业达商城的定位差异

众业达商城采用的是线上线下协同增效的运营模式，众业达商城在公司的定位里承担了“众业达客户电子化入口、客户推广出口”的职能，对线下业务是一种增效和销售促进，客户群体主要为成套制造商、OEM、系统集成商、行业终端用户等生产型客户。工控猫商城采用纯线上运营方式，客户群体主要为机电市场门店、终端服务商等渠道型客户。众业达商城和工控猫商城在运营模式和客户群体均存在区隔。

9、众业达商城的销售情况

公司披露的众业达商城的销售额是含增值税的，截止 2023 年前三季度，众业达商城销售额 71.38 亿元（含税），扣税后占营业收入（分销）的占比约为 70%。

公司采用的是线上线下协同增效的运营模式，商城在公司的定位里承担了“众业达客户电子化入口、客户推广出口”的职能，所以对线下业务是一种增效和销售促进。因为线上只是对外销售的一个窗口，跟线下一样，订单进来后都是到 ERP 系统、商务、物流、售后。目前，从客户端来说，我们没有完全区分线上客户和线下客户，不管是客户还是我们自身，商城下单会提高效率，所以有一些线下的客户也会通过线上平台去下单，而且引入的新客户我们也会引导他们去通过线上下单；有一些线上的客户成为大客户后，部分也可能转入线下去下单。

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。随着互联网行业发展趋势以及网络消费习惯的养成，同时众业达商城能为客户提供相关产品选型、技术等方面的支持，能不断提高客户黏性。

10、线下渠道的覆盖情况

公司通过覆盖国内主要城市的 54 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。

	<p style="text-align: center;">11、下游客户及行业情况</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，客户相对比较分散。</p> <p>未来，在大数据中心、人工智能、工业互联网、特高压、新能源、生命科学等领域建设中均有中低压配电类、电气自动化类产品、数字化相关产品的使用，会带来持续市场需求，从而带动工业电气产品分销行业的增长，为公司带来更多的业务机会。</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>