

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： 2026-002

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	易方达基金管理有限公司——唐博伦、杨茂达
时间	2026年4月28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 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>产品覆盖：公司分销的产品覆盖品牌近 200 个、SKU100 多万种，满足客户一站式购买需求，高效省时便捷。</p> <p>区域覆盖：公司拥有完善的销售网络，通过覆盖国内主要城市的 54 家子公司及 120 多个办事处、7 大物流中心和 50 个物流配送中转仓，为客户提供稳定、及时、快捷的产品与服务。除线下销售网络，还有线上平台众业达商城，实现线上线下协同增效的运营模式。</p> <p>行业覆盖：多行业（光伏与储能、环保水处理、钢铁与冶金、汽车与汽零重点行业、物流仓储与包装、轨道交通与高速、电源电池与电子设备、食药烟草等），多维度（产品，解决方案，服</p>

务业务)，围绕公司的主营业务，不断匹配市场需求。

## 2、公司下游行业及主要客户类型

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。

公司是一级分销服务企业，客户以 B 端为主，主要有盘厂、集成商、原始设备制造商、二级分销商、工程安装公司等，线上商城除了上述客户类型，还有贸易商、MRO、行业客户、五金门店、装饰设计公司等其他类型的客户，客户相对比较分散。

## 3、分销产品的定价

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，我们会相应提高销售产品单价。

## 4、库存管理

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，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。非常规类产品会与客户沟通确认工期、交货等细节后，向供应商下单采购。

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。

## 5、公司与 ABB、施耐德、西门子等核心上游供应商的合作模式、年度采购框架及合作稳定性如何？是否有新品牌引入计划，新品牌合作对公司供应链及毛利率会带来哪些影响？

公司与 ABB、施耐德、西门子等核心上游供应商一直保持良

好紧密的合作关系，均建立高层级战略合作。多年来公司一直是 ABB、施耐德、西门子等在中国市场的最大分销商之一，合作不仅限于产品代理，更涵盖技术培训、联合方案设计、客户共拓等维度。面对当前激烈的市场竞争，公司与上游供应商在渠道开发，行业业务，海外业务等方面都加大了相应的投入和合作。

众业达是多品牌分销商，近年来也不断引入新的品牌和产线，拓展了研华、天正、德力西、欧姆龙、SMC、禾川等品牌，还有各种电气周边辅材等，不断优化供应链体系，提升客户粘性。

公司在工业电气化领域，拥有多品牌、多品类的产品，还有轻量级的物联网、电气周边辅材等，新品牌新品类的引入可以为客户提供多元化的选择，覆盖更多细分应用场景、提高解决方案匹配度；通过不断优化产品结构，从而提升毛利率；多品牌结构可缓解特定品牌供货紧张或价格波动带来的压力，增强抗风险能力。

6、公司数字化转型整体进展如何，“众业达在线”云平台、智慧仓储等数字化项目落地效果怎样？数字化布局在降本增效、拓展客户、提升业务粘性方面，取得了哪些实际成效，后续还有哪些优化方向？

众业达数字化转型正稳步推进，已构建起全域数据中枢与敏捷业务中台的双轮驱动模式。通过深度整合 ERP、CRM、zydmail 及仓储 WMS 等系统，我们打通了从前端获客到后端履约的全链路数据闭环，在实现业务全程可视化的同时，很大程度地提升了业务运营效率。从具体成效来看，无论从业务前端的获客、商机转化还是后端的订单流转、库存管理都实现了很好的增效赋能，特别是应收账款管理方面，通过风控 4.0 模型的应用，有效地控制了资金风险，提升资金周转效率。更通过“工业智选”与 360° 画像精准匹配供需，推动业务从单纯的“渠道型贸易”向深度的“服务型贸易”转型。关于“众业达在线”项目，基础软件建设

包括“联营商城平台”“慧采平台”和“云仓储”平台的基础建设已经完成，也已经进入试运行阶段，运营模式仍在进行验证和调整，后续会进一步地进行迭代后开始小范围的推广。后续我们将继续深化智能体应用，强化数据资产管理，持续优化客户体验，致力实现利润与规模的双轮驱动增长。

#### 7、海外业务拓展情况

公司海外业务以新加坡设立全资子公司 ELVO PTE. LTD. 作为海外运营总部，初期聚焦在越南、泰国、印尼等东南亚市场。目前已经完成了越南、泰国、印尼的业务性调研，并完成了越南公司的开设。在供给侧，联合控股子公司工控网发起了 IEAC 中国新质制造出海联盟，集结国内优质制造工厂抱团出海，已与十几家国内头部品牌商签署东南亚独家代理协议，覆盖中低压配电、工控自动化、电气周边辅材等核心产线。海外业务目前整体处于战略投入与市场培育阶段，后续将推动泰国、印尼 ELVO 完成注册，业务重心将从调研与团队建设向客户转化与渠道变现跃迁，加大经销商开发与品牌推广力度，推动海外业务从培育期进入成长期。

#### 8、供应商返利与季度利润差

对于分销业务，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。实际操作中，由于当期或当年的销售折扣金额无法准确估计，实务中公司在取得供应商有关销售折扣确认函并开具发票后才确认冲减当期的营业成本，所以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。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 的全部或部分返利（取决于实际返利结算时间），而 Q4 可

	<p>能只有 Q3 的返利并且还需要进行员工年终奖、减值计提等。</p> <p>9、公司派息计划</p> <p>公司 2025 年度利润分配计划向全体股东每 10 股分配现金股利 3 元（含税），加上 2025 年实施前三季度利润分配，公司 2025 年度现金分红总额占公司 2025 年度合并报表归属于上市公司股东的净利润的比例约为 144.56%。2025 年度利润分配尚需股东会审议。</p> <p>为进一步提高分红频次，增强投资者回报水平，结合实际情况，公司拟提请股东会授权董事会制定并实施 2026 年中期（含半年度、前三季度等）分红事宜。待股东会审议通过后，公司会综合考虑公司实际情况及中小投资者的建议制定具体分红方案。</p> <p>10、公司 2026 年重点落地计划</p> <p>2026 年，将通过丰富产品品类、覆盖多元客户，强化供应链与客户粘性，夯实主业，聚焦优势赛道，构建长期护城河。</p> <p>（1）行业深耕：精细化运作八大重点行业客户；双重客户聚焦头部客户，强化行业赋能，优化客户结构（持续大力开拓 OEM 和行业渠道客户。）</p> <p>（2）客户聚焦：关注重点客户、中小&amp;公海运维、新换三大场景，以有效动作支撑业绩、驱动优质增长。</p> <p>（3）供应链完善：搭建配套供应链，双产线驱动，覆盖目标企业 60%以上采购品类。</p> <p>（4）深化数字化转型：深化基础平台建设，巩固数据与信息体系安全；强化 AI 报告分析功能、优化商城数据分析、更新企业知识库；AI 编程，推动思维从“技术”到“业务”的转变，从管理数字化升级至经营数字化。</p> <p>（5）推动业务出海：2026 年，公司将持续推进在东南亚国家进行宏观环境扫描、行业调查，进一步推进公司业务出海。</p>
<p>关于本次活动是否涉及应披露重</p>	<p>不适用</p>

大信息的说明	
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