

证券代码：002960

证券简称：青鸟消防

编号：2022-009

青鸟消防股份有限公司
投资者关系活动记录表
（2022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	长江证券：张弛；东吴基金：陈伟斌；江信基金：王伟；建信基金：吕怡；兴全基金：钱鑫等 51 位与会人员。参加交流活动人员名单详见附件。
时间	2022 年 10 月 31 日
地点及方式	电话交流
上市公司接待人员姓名	公司副总经理、董事会秘书：张黔山
投资者关系活动主要内容介绍	<p>一、公司经营情况介绍</p> <p>今年以来，国内疫情多点、持续、散发，在工程项目建设端、产品生产、物流等方面带来压力，公司在行业竞争及生产端、物流端、运营管理端相应承压。在这一背景下，公司积极主动应对，发挥体系化能力，取得远高于行业的发展成绩，单三季度及前三季度均保持增长。今年 1-9 月，实现收入约 34 亿元，增速约 32%；利润约 4.2 亿元，增速约 11%。</p> <p>从品牌线来看：青鸟品牌前三季度受疫情影响基本持平；久远品牌前三季度保持 30%-35%的增速；疏散业务增速较快，前三季度保持倍增以上的增速，疏散品类今年预计保持倍增上下增速。国外品牌线来看：法国品牌基本持平；北美地区增速接近倍增；西班牙品牌增速约 40%</p>

左右。工业端确定了“4+1”的业务框架（包括钢铁石化、地铁轨交、中高端制造及电力+储能等）并有序推进，前三季度较去年同比增速倍增以上，全年工业端（工业消防+储能）有望实现1亿元左右收入，较去年同期实现倍增以上。整体来看，公司表现远高于业内。

应收账款回款及现金流有序向好。前三季度经营活动净现金流金额增速达42%，远超收入端增速。面对升级出清与疫情，公司采取一系列前置措施加强项目管理，尤其是客户的信用评估、过程的风险管理、项目实施后的催款措施等。

利润指标基本稳定。前三季度毛利率保持在36.8%左右，符合管理层在年初确定的毛利率范围；全年毛利率在35%-38%，努力在36%左右。从净利率来看，前三季度净利率约12.2%，全年努力净利率在12%左右。

从项目进展及发货情况来看，在疫情承压的大背景下，全年管理层依然努力达成营收目标约50亿元上下，净利率目标12%左右。

二、问答环节

Q：四季度对比三季度是否有积极变化，对未来的判断如何？

A：三季度整体变化不大，短期来看疫情会呈现复杂、多点的趋势，企业方面未来半年应做好充分准备，要更加积极主动的应对，包括动态生产、物流、货运等方面，在疫情承压的大背景下，全年管理层依然努力达成营收目标约50亿元上下。

Q：前三季度是否感受到了市占率的提升？在哪些方面做了应对外部挑战的优化？

A：公司前三季度保持30%以上的增速，远超于行业端的增速，从行业规模下降的角度来看，市占率有所提升。同时与青鸟的体系化能力也有关。产品端来看，核心因素是“六多”的产品矩阵（多品牌、多品类、多性能、多认证、多场景、多区域）。对于明后年的持续增长，提前布局十分重要。渠道端来看，青鸟消防是经销+直销的渠道模式，覆盖全国大部分区域。全年预判来看，全年50亿左右，相对去年增速25%-30%。

目标的取得有两方面直接原因：1) “六多”的产品矩阵优势 2) 渠道的渗透能力、成本的管控能力、毛利率在行业中具有竞争力。今年面对疫情承压与行业竞争加剧，主动降价（疏散在年初主动降价）。在降价的情况下，毛利率前三季度保持在 36.8%，全年来看 35%-38%，中位数约 36%左右。

Q: 对明年的毛利率有何展望，是否还有提升的空间？

A: 未来两三年会进入毛利率和净利率平稳阶段，中间过程存在修复及向上可能。主要原因有：1) 今年是行业加速出清元年，公司在很多品类（例如疏散）采取挤压、主动降价的策略，测试市场的承压能力，明年保持价格端的平稳会带来毛利的提升；2) 新品类、新行业客户规模的提高会提升毛利率；3) 明年进入第二个发展阶段，进一步的规模化带来生产制造端的优势，从而使得毛利率步入修复平整直接向上的阶段。

从净利端来看，今年前三季度管理费用的增速（约 11.5%）远低于收入端增速。对于直销品牌，例如久远品牌，近两年销售人员增速较快，未来人效会进一步提高，销售费用率会进一步优化。

另外，海外品牌的净利润率偏低，尤其在法国。随人员业务整合未来海外的运营效率会进一步提升。

Q: 未来 2-3 年的收入、业绩增长的大致中枢？面对当前的外部变化，未来的增长中枢是否有调整？

A: 考虑到公司业务的持续发展，公司很早布局海外，未来可能重点加强海外业务。

青鸟作为第一品牌，将扩规模、提升市占率作为第一目标，在此目标下，达到 50 亿规模后，我们需要考虑的不只是规模而是有质量的规模。在客户的选择方面，未来会对各个品牌做相应的区隔，保证有质量的规模，在年底做明年整体规划的时候去考虑，整体基调来说，未来 3-5 年增长是第一位，在此背景下要求有质量的增长。主要包括 1) 品牌区分，包括价格、客户定位等；2) 增加海外线、行业线；3) 对于通用线，比如说通用报警、智能疏散等，考虑在保持相对稳定的毛利率和净

利率的基础之上的规模增长。总体保证未来收入增速的同时，利润增速及应收的回款等会进一步调优。

同时，定增目前还在进展中，会找较长期的投资人进入，定增后可能在行业端对公司有进一步赋能和帮助，结构端也会借助新进的股东层面做优化和调整。

Q: 公司业务的主要构成？请问对地产是否依赖，地产之外的需求情况如何？

A: 公司业务和下游场景是产品和应用关系。青鸟消防是定位于建筑场景的消防电子的产品及解决方案的“一站式”供应商。建筑场景是它的一个应用场景。建筑产品分很多类别，同时建筑产品内部消防电子产品有很多种。消防电子产品本身来讲，随着时间的推移，随着技术的迭代，会产生非常丰富的产品应用。从建筑场景来看，住宅类分为新建地产和存量地产，还有非住宅类的，比如商业体、公共基础设施等等，还有非民用类的，如工业端工业生产线所用的。过往两三年之前，消防电子的主要的应用场景还是在于基于新建的住宅类的场景。调研统计数据显示，从消防产品应用端来看，住宅类的场景大概占 35%-40%，其中，从行业端来看，新建比例可能在约 70%，存量改造占约 30%。存量改造主要包括，1) 到法定年限的消防电子产品；2) 本身场景的升级改造所带来的。例如随城市化率的提高（目前中国城镇化率约 67%），未来一方面可能要提高城镇化率，另一方面主要是提高城镇化的质量。从消防电子产品的品类来看，受益于应急管理部要求在建筑场景安装智能疏散的强制性标准，该品类市场规模大幅提升。

对于个体企业，抓住行业规模的发展，增速来自于三方面：1) 品类是否足够多；2) 场景是否足够多；3) 在每个赛道里的份额提升。

青鸟消防是“一站式”解决方案供应商，品类足够多，应用场景不仅包括地产的住宅类。未来在通用端计划加强业务结构性优化，加强在高利润率的高端应用场景的发展。今年利用美安品牌开始进入这个领域，UL（国外市场较为认可）转 3C 标准，使其既符合 UL 又符合 3C 标准，对标海外高端品牌。

Q: 储能消防和智慧消防业务规模及未来增速?

A: 智慧消防从 2016 年开始推, 从客户类型来看, 分为公有云 (To 小 B) 与私有云 (To 大 B 与 To G), 公有云做得很好。季报披露了接入的点位数等数据, 尝试了云端收费模式, 虽然金额较小, 但也是有益尝试。从产品类型来看, 有传统消防电子类产品+新产品 (例如基于 NB、基于 LoRa 的无线端产品)。未来计划和应急管理部合作, 因为应急管理部从政府端也需要构建社会的消防监管平台, 未来会跟企业端的云平台进行对接等。未来 3-5 年, 应该可以看到发展的机会。

储能消防: 于去年下半年开始着力构建整个储能消防的品类体系。今年推出了从站级、舱级、簇级到 PACK 级的基于青鸟消防“朱鹮”芯片的多场景、“一站式”整体解决方案。从业务端看, 在消防电子类企业发展靠前, 与原厂商和中间的系统集成商达成了深度交流和一些框架合作协议。前三季度受限于项目实施进度, 产品端发货在 2500 万左右, 金额上就消防电子类企业来说, 做的较为靠前。目前以推进商业变现较快的舱级产品线为主, 更多专注在基于电芯和 pack 层面的储能安全解决方案。若明年储能相关政策落地, 能够助力储能消防的配置。储能消防是我们 50-100 亿有质量的规模结构中非常有价值的组成部分。

Q: 副总经理离职的原因?

A: 晓晖总主要负责经销商的对接及部分行业端 (高端酒店等) 的工作, 这部分业务规模总体跟去年基本持平。他由于个人原因选择离开, 公司对于晓晖总 9 个月的工作表示感谢, 同时, 由于经销商体系由公司决策层来对接, 因此不会产生什么影响。

Q: 定增的进度? 如何看待当前拿到定增, 是否会加快资本开支的步伐?

A: 一个月之内会有清晰的结果。增发完成后, 会进一步增加青鸟消防的实力。面对外部环境的变化, 一方面资金储备非常重要; 另一方面项目建设也在推进中, 例如马鞍山的基地建设, 希望一到两年内可以建设完成, 公司产能在供应链保障方面对公司进入到第二阶段是非常重要的基础。除此之外, 我们资本方面的工作是不能停的。我们一直以

	<p>来也是在围绕着刚才讲到的品类、区域、布局方面寻找相应标的，在推进当中围绕着一些大品类方面的中小品类的细化、优化工作，在一些技术端方面未来会采取资本的一些工具去加速相关工作。</p> <p>募资过程中，我们在与行业端的沟通较为顺畅，大家较为认可公司，此次定增的资金总体上说是偏长期的资金，短期大家担心定增后的稀释，但我认为从股价的角度，更多是心态上的原因。同时长期资金本身带有行业属性。结合既定战略和目前所处的阶段，公司对定增的打法非常坚决。</p> <p>Q：储能消防客户开拓的情况如何？对于未来几年发展的规划？</p> <p>A：在消防电子类企业中走的靠前，与阳光电源等厂商合作，并达成框架合作的协议，与原厂商等有深度交流和对接，与终端客户（电网等）也有对接和交流。今年在储能消防领域获得了一些奖项。今年储能业务总量金额较小，明后年会有更加系统性的规划。在今年实现的基数上，未来两三年有望实现倍增，力求在储能市场成为头部。</p> <p>未来量取决于：1) 项目本身的点数；2) 储能安全规程相关政策的落地程度，这涉及到储能消防单位价值比的问题。目前单位价值比在1%-3%，随着规程落地，对PACK级的要求提高，价值量会进一步提升，希望在5%-7%，这样市场才更有价值。公司持乐观态度，气体灭火、芯片、报警团队共同去做，投入和重视程度高。今年年底或明年年初会基于今年的情况做总结和规划。</p> <p>Q：储能消防领域的竞争格局？</p> <p>A：总体是各方诸侯，分为几类：1) 消防电子类：青鸟消防是第一规模、第一品牌；2) 原来做工业端：例如电力端的气体灭火公司、电动客车公司做相关消防或灭火等；3) 电源管理系统企业：基于电源管理本身的象限；4) 电池厂商、系统集成商：阳光电源等。这些企业各有优势，具有很强的互补性。青鸟消防在储能安全的产品线端、品牌端及项目落地方面走的均为靠前。</p>
附件清单(如有)	青鸟消防投资者交流活动参加人员名单（2022-10-31）

附件：

青鸟消防投资者交流活动参加人员名单（2022-10-31）

序号	姓名	机构
1	张弛	长江证券
2	陈伟斌	东吴基金
3	王伟	江信基金
4	吕怡	建信基金
5	钱鑫	兴全基金
6	谢泓材	国泰基金
7	沈菁	摩根华鑫基金
8	张亮	博时基金
9	莫倩	华泰柏瑞
10	李捷	国寿安保基金
11	张岩松	中银资管
12	潘越	南方基金
13	邓翔	华富基金
14	王鹏	华泰柏瑞
15	樊星	长城基金
16	曹馨茗	信泰人寿
17	李东	中华联合
18	王鹏	华泰资产
19	俞朕飞	华夏久盈
20	谷风	中意资产
21	韩硕果	前海人寿
22	章贤良	石锋资产
23	陈泽斌	冲积资产
24	赵康杰	明曜投资
25	冯飞洋	沅京资本
26	黄振航	汐泰投资
27	彭心悦	多鑫
28	郭艳红	暖逸欣
29	黄隆堂	蓝墨投资
30	王贵州	和基投资
31	蔡骏男	理成
32	邱蒨	三峡资本
33	谢定禾	理成
34	张昭丞	丹羿投资
35	傅真卿	勤远投资
36	谷玺	彤源投资
37	李思玮	百济
38	刘恋	松垚资本

39	孙蔡安	一瓢资本
40	陈丽兴	光大理财
41	凌润东	招银理财
42	梁勤之	中信自营
43	洪聪颖	财通自营
44	张炳炜	国君资管
45	杨朝晖	中信证券股衍部
46	陈书剑	财信证券
47	姚远	长江资管
48	赵晓媛	中融信托
49	吴清晨	建信投资
50	高云	JP Morgan Asset Management
51	孙蔡安	香港公司客户