

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： 2023-004

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	长城证券股份有限公司 王泽雷
时间	2023 年 12 月 1 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 新渠道开发部负责人 黄海鹏 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>“3+1”网络：</p> <p>“分销网”：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 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</p>

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。

“物流网”：公司通过覆盖全国核心城市的 8 大物流中心和 50 个物流配送中转仓有效缩短了全国范围内产品的供货周期，从而使得公司能够为客户提供及时和快捷的配送及仓储管理服务。公司将加大对现有设施与设备的升级与改造，持续优化物流管理与服务体系，提升整体供应链的效率与服务质量，以进一步增强客户对于众业达物流配送能力的信赖。

“技术服务网”：为服务和拓展公司工业电气产品分销业务，公司通过信息化系统的应用和服务管理体系的搭建，构建以总部技术中心为统筹，区域服务中心为核心入口的全国性工业技术服务网络，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。公司上线技术服务平台 zydCARE 实现服务需求和服务资源的统筹和统一调配，逐步推进对工业电气品牌制造商、大型成套制造商、行业终端用户服务需求的响应，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。

“加互联网”：公司通过数字化的应用，整合分销网、物流网和技术服务网的资源，赋能于三网之间的联动，实现线上线下全面覆盖的工业电气分销服务平台，推动公司与其他竞争对手的差异化发展，提升公司核心竞争力。公司通过电子商务平台“众业达商城”发展工业品一站式采购 B2B 业务，并依托中国工控网百万级的工业行业专业会员体系创立“工控猫商城”拓展工业领域 B2B 业务，同时上线的工业领域技术服务外包平台“工业速派”，实现从产品前端销售到后端技术维保服务的数字化闭环。

“3+1”团队：

配电团队及工控团队聚焦成套制造商、OEM、系统集成商、终端用户等核心客户，并结合市场情况不断优化客户结构；中小客户团队聚焦中小客户，通过线下线上相结合的方式实现对碎片化市场的数字化覆盖、小客户维护以及二级市场渠道开发；技术服务团队以向客户提供工业电气产品相关服务为基础、行业配套

应用方案为延伸，以向新兴行业客户提供行业应用解决方案为增值服务。公司致力于打造不同领域的专业化团队，并通过团队间有效协同和赋能实现行业、产品和区域的全面覆盖战略。

2、2023年H1分销是56.27亿，众业达商城45.18亿，占比80%，金额同比增长30%。2022年分销是119.76亿，众业达商城73.65亿，占比61.5%，金额同比增长7.38%。以后是不是期望分销基本都从网上平台走？

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。

2、公司近两年的现金流压力是不是比2020年的时候要大？

公司从事的是分销行业，从行业特性来说，对现金流的要求就比较大。任何时候公司的现金流压力都是有的，现金流受公司销售情况、客户结算周期、供应商的结算等影响。公司持续从客户应收风险控制、内控管理、合同管理、资产安全管理等方面，通过数字化工具的分析及应用，加强分析与预测，强化节点控制，实现事前预防、事中控制、事后稽查，控制应收账款的坏账风险。

3、公司石油钻机、风力发电、电动车充电系统集成方案和成套产品具体情况

公司石油钻井平台电气控制系统配套产品主要有石油钻井平台配电柜、石油钻井平台控制柜；风力发电电气控制系统配套

产品主要有风力发电水冷系统、风力发电变浆系统；关于电动车充电系统集成方面，公司可为客户提供安全、可靠、高效的充电站整体解决方案。目前已经积累了乘用车交直流充电桩、充电管理后台系统、以及手机端 APP 软件等完整充电网络开发运营经验，目前在全国已销售了 50 多套预装式充电站，运营 6 个站点（4 套为预装式充电站，2 个为充电桩快充站点）。

4、公司系统集成与成套制造 2023 年 H1 达 1.18 亿，同比 188.87%，主要是原因是什么？

上半年，系统集成与成套制造业务的增长主要是来自客户四川宏华电气有限责任公司的订单。

5、公司毛利率季节性变化的原因？今年的成本方面，如渠道建设、仓储物流等有什么变化？

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。

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。实务操作中，公司一般在取得供应商有关销售折扣确认函或开票信息后抵减成本。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。

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。

渠道目前的侧重点是继续扩大渠道覆盖和渠道下沉，推动办事处销售渗透率的能力提升。仓储物流在不断优化团队建设、持续优化 WMS，持续提升物流运营效率。

6、公司海外业务情况？

目前公司主要以国内业务为主，暂不涉及海外业务。

	<p>7、公司分销的产品</p> <p>公司分销的产品覆盖品牌近 200 个、型号 70 多万种，其中外资品牌采购占比较大。但前五大供应商在公司的采购占比逐步下降，已从 90%以上（2017 年）降至目前 80%以下。公司坚持多品牌战略，成熟产品与成长产品都是我们重点发展的方向。</p> <p>近几年，公司也拓展了菲尼克斯、研华、天正、德力西、欧姆龙等品牌，2022 年公司与 SMC 展开合作，进入气动产品领域。为实现多品牌战略，未来公司会结合市场及客户需求不断增加品牌和品类。</p> <p>8、中国工控网的定位及业务情况</p> <p>工控网目前的业务分为三大板块，一是传统业务，依托于工业电气与自动化业务媒体平台中国工控网，包括广告媒体、研究咨询、教育培训；二是工业品电商业务，由旗下工控猫在运营；三是速派技术服务外包业务，为“技术服务”+“技术人才”的工业领域智能服务平台。三部分业务均以中国工控网成立 20 多年积累的 426 万注册用户，其中包含 35 万家工厂客户为基础。目前传统业务较为成熟，处于稳定发展阶段，其中的研究咨询业务，每年发布相关领域的标准报告超过 100 份，另外也有针对客户具体需求的专项项目研究。电商业务与技术服务业务运营相对独立，近年来持续增长，是支撑工控网后续快速发展的潜力型业务。</p> <p>工控网与品牌商客户的合作主要在于广告传媒、研究咨询和教育培训业务，面向的是品牌商的市场部或品宣部；众业达与品牌商的合作主要在于产品分销，面向的是品牌商的销售部门。二者侧重点不同，工控网覆盖的品牌商客户家数更多。在与众业达和工控网均有合作的品牌商，二者业务相辅相成，互相促进。</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</p>	<p>无</p>

件（如有，可作为附件）	
-------------	--