

## 浙江普莱得电器股份有限公司投资者关系活动记录表

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（请文字说明其他活动内容）
参与单位名称及人员姓名	投资者网上提问
时间	2024年5月6日（周一）下午 15:00~17:00
地点	公司通过全景网“投资者关系互动平台”（ <a href="https://ir.p5w.net">https://ir.p5w.net</a> ）采用网络远程的方式召开业绩说明会
上市公司接待人员姓名	1、董事长、总经理杨伟明 2、独立董事夏祖兴 3、董事会秘书郭康丽 4、财务负责人郑小娟 5、保荐代表人钱旭
投资者关系活动主要内容介绍	<p style="text-align: center;"><b>投资者提出的问题及公司回复情况</b></p> <p>公司就投资者在本次说明会中提出的问题进行了回复：</p> <p>1、当前研发投入占营业收入比例为 3.71%，请问公司如何评估这一研发投入水平与行业标准的对比？未来研发投入是否会增加，重点投入方向有哪些？已获得的 465 项专利中，有多少已经应用于产品并转化为市场优势？公司在专利转化和技术创新商业化方面有哪些成功案例和计划？</p> <p>您好！感谢您对本公司的关注，公司研发投入与同行业对比请查阅公司招股说明书“第五节业务与技术-六”；公司的技术创新请查阅公司招股说明书“第二节概览-五”相关内容，谢谢！</p> <p>2、公司上市前业绩增长突出，上市后反而下降，是否存在上市前突击分红、上市后后劲不足呢？</p>

感谢您对公司业绩变化的关注。公司一直秉承稳健经营、持续发展的原则，致力于通过不断的创新和优化管理，实现长期稳定的业绩增长。关于公司上市前后业绩的变化，这是多种因素综合作用的结果，包括市场环境的变化、行业竞争态势的调整以及公司战略规划的实施等。

我们正在采取一系列措施，包括加强内部管理、优化产品结构、拓展市场渠道等，以提升公司的整体竞争力和市场表现。我们相信，这些努力将有助于公司实现长期的健康发展，并为股东创造持续的价值。

再次感谢您的关注和支持。我们期待与股东共同见证公司未来的发展成就。

**3、与同类的婺城区的“开创电气”相比，各项指标在差不多的情况下，活跃度显然低很多**

感谢您对公司运营情况的关注。我们一直致力于通过持续的技术创新和市场策略调整，提升公司的市场活跃度和竞争力。我们相信，通过这些努力，公司将能够在不久的将来展现出更加积极的市场表现。我们期待未来能够带给股东更加令人满意的结果。再次感谢您的关注和支持。

**4、公司积极回购公司股票的行为值得赞赏。**

您好！我们对公司的未来持续保持乐观态度，并期待与所有股东共享成果，再次感谢您的关心和支持！

**5、杨总您好，我这边是《泡财经》，公司 2023 年毛利下滑，原因何在？新的一年如何补救？**

您好！2023 年度受全球宏观经济环境和下游去库存等原因导致需求减弱的影响，公司通过自主品牌的发力，营业收入较 2022 年略有增长，导致净利下降主要是两方面：其一，因募投项目“年产 800 万台 DC 锂电电动工具项目”逐步投产，在建工程转固定资产导致折旧摊销费用增加；其二，加大自主品牌产品的市场推广力度，相应的销售费用同比增加 29.01%，以及上市中介机构费及咨询费、招待费等增加导致管理费用同比增加

31.77%。2024 年，公司将继续发力自主品牌、优化工艺流程、优化激励机制、加速新产品研发等多渠道努力，力争提升企业经济效益。感谢关注！

**6、公司未来在产品研发上有哪些规划和目标？特别是在满足国内外知名品牌商需求的同时，公司如何平衡自有品牌的发展与推广？**

您好！公司凭借持续的技术创新、丰富的产品设计和生产经验、对客户需求的快速响应以及良好的售后服务等优势，公司服务了众多国际知名电动工具品牌商及零售商，进入了如 Stanley Black&Decker（史丹利·百得）、BOSCH（博世）、Makita（牧田）、Metabo（麦太保）、Einhell（安海）、ADEO（安达屋）、Kingfisher（翠丰）、Harbor Freight Tools（HFT）等国际知名企业的供应商体系，为其提供 ODM 电动工具产品，并建立了长期、良好的合作伙伴关系。目前，公司主要产品出口欧洲、美洲、亚太等市场的近百个国家和地区，在行业内享有较高的知名度和美誉度，客户粘性不断增强。同时，公司依托多年来积累的研发设计和生产制造优势，积极开展自有品牌建设，不断加强 OBM 产品的推广和销售，以实现品牌价值和竞争力的进一步提升。目前，结合不同国家和地区市场成熟度、产品性能要求、应用场景等因素，公司建立了“恒动”、“纽迈特（NEUMASTER）”、“PRULDE”、“邦他”、“BATAVIA”等全系列差异化定位的自有及授权品牌组合。同时，公司紧跟行业发展趋势，积极主动布局销售渠道，借助电商平台在电动工具领域销售的兴起，开设亚马逊、天猫等线上平台品牌旗舰店，目前已覆盖国内、北美及欧洲等市场。感谢您的支持和关注！

**7、项目“年产 800 万台 DC 锂电电动工具项目”进展如何？预计会对公司业绩产生什么影响？**

您好！募投项目已逐步投产，正处于产能爬坡期，公司在生产制造中大量运用自制非标智能自动化设备、智能检测、智物流等，保证产品质量的同时减少用工成本，起到降本增效，对公司

生产经营有积极的影响。谢谢！

**8、2024 年哪些项目能给公司带来利润增长点？和 23 年相比怎么样？**

您好！2024 年公司将积极响应我国制造业由大到强的战略转变，从全球市场渠道、研发创新能力、人才培养构建、未来工厂建设四方面发力，加快推进产业变革和创新驱动发展。实现公司“年产 800 万台 DC 锂电电动工具”项目全面投产，打造出智慧化的研发、设计、生产销售一体化基地，不断满足客户对产品的高要求、高标准，促进公司的可持续发展。谢谢！

**9、在 OBM 模式方面，公司在报告期内成果如何？有何新计划？**

您好！2023 年，公司围绕自身产业优势，持续聚焦热风枪、钉枪等多个细分类目，实现亚马逊平台跨境业务销售收入较 2022 年增长 26.28%。

2024 年，公司将加大对亚马逊北美以外的市场拓展，通过开设仓储和售后等当地服务，提升自主品牌的市场占有率，从而确保公司跨境业绩的持续快速发展。谢谢！

**10、请问贵司今年有什么新的增长预期点**

您好！2024 年公司将积极响应我国制造业由大到强的战略转变，从全球市场渠道、研发创新能力、人才培养构建、未来工厂建设四方面发力，加快推进产业变革和创新驱动发展。实现公司“年产 800 万台 DC 锂电电动工具”项目全面投产，打造出智慧化的研发、设计、生产销售一体化基地，不断满足客户对产品的高要求、高标准，促进公司的可持续发展。谢谢！

**11、报告期内公司完成了对荷兰参股公司 BATAVIA 的收购并取得控制权，这会对公司业绩产生何种影响？**

您好！BATAVIA 主要从事电动工具产品设计和销售，在欧洲市场拥有广泛的销售渠道，在公司年产 800 万台 DC 锂电电动工具项目建成后，公司将极大提高生产制造、仓储物流、产品品质等优势，充分利用 BATAVIA 的产品设计和销售渠道资源，形

成研发设计、生产制造、营销渠道之间的协同效应，增强公司核心竞争力。谢谢！

**12、请问如何看待贵公司净利润下降现状？**

您好！通过与审计机构讨论沟通，2023 年公司净利润下降与宏观经济形势及行业需求走势相符，系开拓市场，相应增加销售费用等导致净利润下降。谢谢

**13、请问管理层对公司未来业绩保持持续增长是否有信心？**

您好，我们对企业未来的业绩保持持续增长充满信心。谢谢！

**14、您好，请问公司业务是否涉及新能源领域？**

您好！公司产品为电动工具，覆盖电热类、喷涂类、钉枪类、吹吸类、冲磨类、蒸汽类等六大产品系列，300 余种规格型号，广泛应用于家庭装修、工业制造、建筑施工、园林维护等多个领域。公司未来的业务发展请关注公司公告。谢谢！

**15、如何评价当前董事会、监事会的运作效率及成员构成的合理性？未来是否有优化董事会结构或引入独立董事的计划？**

您好！公司已建立了规范的股东大会、董事会、监事会、总经理的法人治理结构，其中董事会成员为 7 名，独立董事 3 名，严格按照上市公司相关治理准则，规范董事会、监事会的运作，在公司重大事项决策过程中充分发挥董事会各专业委员会及独立董事的职能及专业优势，不断健全内控体系。感谢您的支持！

**16、公司 2024 年会推出哪些新产品？能否简述一下公司新产品规划？**

您好！感谢您对我们公司 2024 年新产品规划的关注。为了持续为客户提供价值，我们将继续围绕电热类、喷涂类、钉枪类、吹吸类等电动工具产品系列进行创新，并推出新产品。

我们的新产品规划将专注于提高工具的性能、安全性和操作便捷性，以满足客户的需求。我们将在高效加热、喷涂均匀性、精准钉枪和多功能吹吸等方面进行创新。此外，我们还将根据市场反馈和技术发展，继续探索其他潜在的电动工具系列产品。

我们坚信，通过这些新产品的推出，我们将能够巩固我们在市场

中的领导地位，并为公司创造持续的增长动力，为股东创造更大的价值。

再次感谢您的关注和支持！

### 17、普莱得公司认为自己相对于其他竞争者的主要竞争优势是什么？

您好！公司高度重视自主研发与创新。自设立之初，公司已成立技术中心。在十余年的生产经营过程中，公司不断加大研发投入，积累研发经验，组建了一支具有专业研发实力和现代化管理经验的高效运作团队，建立了电动工具研究、设计与开发一系列完整的研发体系，为公司发展提供了强有力的后备保障。而在自主研发的基础上，公司也积极推进与国内高等院校及海外科研力量的结合，与西安交通大学、浙江师范大学、金华职业技术学院、金华市质量技术监督检测院等机构建立了密切合作，成立了“浙江师范大学—浙江普莱得电器有限公司高新技术开发研究所”、“浙江师范大学教育实习基地”和“浙江同济科技职业学院实习基地”。2020年6月，公司与浙师大工学院的乌克兰工程热物理专家 Khalatov Artem 教授成立了海外院士专家工作站，开展多款主要产品的重难点问题攻克。公司是国家标准《电烙铁和热风枪》（GB/T7157-2019）的参与编制单位，是浙江制造团体标准《便携式热风枪》（T/ZZB0515-2018）、《手持式电动钉枪》（T/ZZB 2771-2022）的主要起草单位。

经过多年的业务拓展和积累，公司建立了完善的销售网络和售后服务体系，产品出口多个国家和地区，且客户主要为世界知名的电动工具品牌商和零售商，并与对方保持了长期持续的合作关系。目前，公司通过参股荷兰公司 BATAVIA B.V 布局欧洲销售网络，并建立泰国生产基地，加强公司对境外客户需求的响应度。另外，公司通过电商平台进行推广和销售，在天猫、亚马逊等平台设立旗舰店开展线上销售，在自有品牌推广方面取得了较快发展。未来公司将根据下游客户的全球布局转移趋势，进一步优化、调整自身境内外市场拓展策略，提高公司服务水平及快速响应能

力，及时获得行业前沿信息，高效整合资源组织产品设计、研发和生产，与客户共同成长、协同发展，进一步深化双方的合作关系。感谢您的支持和关注！

**18、杨董事长，您好，普莱得是一家专精特新，但是股价连续5个月处于破发状态，管理层有什么举措来提高投资者的信心？有没有做市值管理的打算？五月三十日600万股的解禁，将再次打击中小投资者的信心。从上市至今股价没有一次像样的上涨，太让人心寒了！！！！**

您好！公司自上市以来致力于保持企业长期稳健发展，二级市场股票价格受多种因素影响，基于对公司未来发展的信心，公司已开展回购股份将用于员工持股计划或股权激励。公司管理层将继续勤勉尽责，持续提升整体经营能力，积极回报广大投资者。公司严格依据相关法律、法规和规范性文件的要求及时履行信息披露义务。谢谢！

**19、您好，请问公司今年一季度收入和利润均稳步上涨的原因是什么？**

您好！2024年一季度收入和利润有所上涨，主要是下游客户去库存影响缓慢消除，客户需求正在逐步恢复，订单量充足。感谢您的关注！

**20、尽管2023年公司营业收入略有增长，但净利润与扣非净利润均有明显下滑，请详细分析导致净利润下降的具体原因，并说明公司计划采取哪些措施来提升盈利能力？**

您好！2023年度受全球宏观经济环境和下游去库存等原因导致需求减弱的影响，公司通过自主品牌的发力，营业收入较2022年略有增长，导致净利下降主要是两方面：其一，因募投项目“年产800万台DC锂电电动工具项目”逐步投产，在建工程转固定资产导致折旧摊销费用增加；其二，加大自主品牌产品的市场推广力度，相应的销售费用同比增加29.01%，以及上市中介机构费及咨询费、招待费等增加导致管理费用同比增加31.77%。2024年，公司将继续发力自主品牌、优化工艺流程、

优化激励机制、加速新产品研发等多渠道努力，力争提升企业经济效益。感谢您的关注！

**21、在成为电动工具行业最具竞争力的 ODM 和 OBM 供应商的战略目标下，公司计划如何平衡代工与自有品牌业务的发展？自有品牌建设的具体策略是什么？**

您好！凭借持续的技术创新、丰富的产品设计和生产经验、对客户需求的快速响应以及良好的售后服务等优势，公司服务了众多国际知名电动工具品牌商及零售商，进入了如 Stanley Black&Decker（史丹利·百得）、BOSCH（博世）、Makita（牧田）、Metabo（麦太保）、Einhell（安海）、ADEO（安达屋）、Kingfisher（翠丰）、Harbor Freight Tools（HFT）等国际知名企业的供应商体系，为其提供 ODM 电动工具产品，并建立了长期、良好的合作伙伴关系。公司主要产品出口欧洲、美洲、亚太等市场的近百个国家和地区，在行业内享有较高的知名度和美誉度，客户粘性不断增强。同时，公司依托多年来积累的研发设计和生产制造优势，积极开展自有品牌建设，不断加强 OBM 产品的推广和销售，以实现品牌价值和企业竞争力的进一步提升。目前，结合不同国家和地区市场成熟度、产品性能要求、应用场景等因素，公司建立了“恒动”、“纽迈特(NEUMASTER)”、“PRULDE”、“邦他”、“BATAVIA”等全系列差异化定位的自有及授权品牌组合。同时，公司紧跟行业发展趋势，积极主动布局销售渠道，借助电商平台在电动工具领域销售的兴起，开设亚马逊、天猫等线上平台品牌旗舰店，目前已覆盖国内、北美及欧洲等市场。感谢您的支持和关注！

**22、2023 年公司研发投入多少，有无较上年增加？主要用于哪些研究领域？**

您好！2023 年公司研发费用 2646 万元，较上年增加 11.36%；公司紧跟市场需求，专注于电动工具领域的技术研发投入，保持并不断提高产品和技术的先进性，进而不断推出新的产品系列。感谢关注！



**23、在自有品牌推广方面，除了电商平台外，是否有线下渠道扩展计划？如何利用数字化营销提升品牌知名度和市场份额？**

您好！当前公司自主品牌主要聚焦在电商渠道，线下渠道布局将作为公司的中长期规划。公司通过 ERP 和 Xmas 等软件实现网上销售和广告投放的可视化管理，大大的提高了效率和效益。感谢您的支持！

**24、公司海外业务营收较上年同期有所减少，请问主要原因是什么？预计会采用什么样的举措促使海外业务业绩增长？**

您好！2023 年销售收入减少主要为全球经济受战争、通胀、国际关系等不利影响，客户对预期的不确定性以及行业竞争加剧，对此公司将通过加强客户沟通，提升对客户的响应速度，增加客户粘性；适度调整生产管理模式，提升对订单交付的灵活性；加强研发团队开发产品的速度和技术解决能力，增加新品销售和项目开发等措施。感谢您的关注！

**25、能否简述一下 2024 年公司的经营计划及重点目标？**

您好！感谢您对公司未来发展的关注。2024 年公司将积极响应我国制造业由大到强的战略转变，从全球市场渠道、研发创新能力、人才培养构建、未来工厂建设四方面发力，加快推进产业变革和创新驱动发展。实现公司“年产 800 万台 DC 锂电电动工具”项目全面投产，打造出智慧化的研发、设计、生产销售一体化基地，不断满足客户对产品的高要求、高标准，促进公司的可持续发展。谢谢！

**26、董事长您好，请问公司未来的业绩增长点在哪哪些方面，能否介绍一下，谢谢！**

您好！感谢您对公司未来发展的关注。2024 年公司将积极响应我国制造业由大到强的战略转变，从全球市场渠道、研发创新能力、人才培养构建、未来工厂建设四方面发力，加快推进产业变革和创新驱动发展。实现公司“年产 800 万台 DC 锂电电动工具”项目全面投产，打造出智慧化的研发、设计、生产销售一

体化基地，不断满足客户对产品的高要求、高标准，促进公司的可持续发展。谢谢！

**27、总资产显著增长 69.84%，这一增长主要源于哪些方面的投入或变动？对公司未来的资产负债结构及现金流有何影响？**

您好！2023 年公司完成首次公开发行股票募集资金到位，导致公司的资产总额和净资产都大幅提升，短期内资产负债率水平将进一步降低，防范和抵御财务风险的能力显著增强。感谢您的关注！

**28、您好，请问公司目前生产经营情况如何？订单有增长吗？**

您好！公司目前生产经营正常，订单量充足。谢谢

**29、我是公司股东，希望公司更改分红方案，公司的发行价高，改为分红现金与转增股本相结合的方案。**

您好！公司 2023 年度分红方案为每 10 股派发现金红利 3 元，现金分红比例为 31.10%。分红方案是根据公司当前的可分配利润及所处的发展阶段制定的，保证公司持续健康高质量的发展，以更大的价值回报投资者，公司践行长期而稳健的现金分红政策。谢谢！

**30、公司交流类产品的市场竞争格局及公司核心竞争优势？**

您好！随着锂电池技术的不断发展，锂电类（DC）电动工具是未来发展的趋势未来，全球无绳类电动工具市场占比有望进一步提升。在保持交流类（AC）电动工具的市场竞争力的同时，紧跟行业趋势和市场需求，着力向锂电化和产品系列化发展，报告期内，锂电喷枪、锂电喷雾器等高价值产品销售占比不断提高，保证了公司的持续盈利能力。谢谢！

**31、截至目前回购多少**

您好！请关注公司披露的关于股份回购的进展公告。谢谢！

**32、出口产品主要业务地区是哪里**

您好！公司主要产品出口欧洲、美洲、亚太等市场的近百个

国家和地区。感谢您的关注！

**33、公司通过电商平台开设品牌旗舰店推广自有品牌，请问这一策略目前取得了哪些成效？**

您好！2023 年，公司围绕自身产业优势，持续聚焦热风枪、钉枪等多个细分类目，实现亚马逊平台跨境业务销售收入较 2022 年增长 24.97%。感谢您的支持！

**34、公司如何看待锂电池电动工具的发展前景？在此领域有何成果和新举措？**

您好！随着锂电池技术的不断发展，锂电类（DC）电动工具是未来发展的趋势未来，全球无绳类电动工具市场占比有望进一步提升。在保持交流类（AC）电动工具的市场竞争力的同时，紧跟行业趋势和市场需求，着力向锂电化和产品系列化发展，报告期内，锂电喷枪、锂电喷雾器等高价值产品销售占比不断提高，保证了公司的持续盈利能力。谢谢！

**35、在产品及品牌营销方面，公司有何优势和亮点？**

您好！公司一方面，通过持续提升优势产品品质、性能和外观设计，增强客户粘性，拓展产品系列，以满足 Stanley Black & Decker（史丹利·百得）、BOSCH（博世）、Makita（牧田）、Metabo（麦太保）、Einhell（安海）、ADEO（安达屋）等世界知名品牌商和零售商采购需求，持续发展 ODM 业务；另一方面，公司积极开展自有品牌的推广，逐步发展 OBM 业务以提升品牌价值，实现“ODM+OBM”业务双驱动。感谢您的关注和支持！

**36、公司营收增长，扣除非经常性损益后的净利润下降了很多，企业各类费用是否增长太多，导致净利润下降？**

您好！2023 年度受全球宏观经济环境和下游去库存等原因导致需求减弱的影响，公司通过自主品牌的发力，营业收入较 2022 年略有增长，导致净利下降主要是两方面：其一，因募投项目“年产 800 万台 DC 锂电电动工具项目”逐步投产，在建工程转固定资产导致折旧摊销费用增加；其二，加大自主品牌产品的市场推广力度，相应的销售费用同比增加 29.01%，以及上市

中介机构费及咨询费、招待费等增加导致管理费用同比增加 31.77%。2024 年，公司将继续发力自主品牌、优化工艺流程、优化激励机制、加速新产品研发等多渠道努力，力争提升企业经济效益。感谢关注！

**37、您好，贵公司过去一年营业收入实现增长但净利润却出现下降，请问是什么原因**

您好！2023 年度受全球宏观经济环境和下游去库存等原因导致需求减弱的影响，公司通过自主品牌的发力，营业收入较 2022 年略有增长，导致净利下降主要是两方面：其一，因募投项目“年产 800 万台 DC 锂电电动工具项目”逐步投产，在建工程转固定资产导致折旧摊销费用增加；其二，加大自主品牌产品的市场推广力度，相应的销售费用同比增加 29.01%，以及上市中介机构费及咨询费、招待费等增加导致管理费用同比增加 31.77%。2024 年，公司将继续发力自主品牌、优化工艺流程、优化激励机制、加速新产品研发等多渠道努力，力争提升企业经济效益。感谢您的支持！

**38、请简要说说公司产品质量优势？**

您好！公司高度重视质量控制，建立了一套完整、高效的质量管理体系，在产品开发、供应商管理、原材料采购、自制零部件及成品生产检测、仓储和销售各环节建立了完备的质量管理程序，配备了精密的质量检测设备，并且拥有一个经验丰富、高素质的质量管理团队，确保产品质量的稳定性和一致性。公司产品目前已进入欧美等电动工具成熟市场，严格按照主要出口国家和地区的准入标准进行质量控制，主要产品已分别通过 GS 认证、欧洲的 CE/EMC 认证、美国的 UL/ETL 认证、澳大利亚 SAA 认证、韩国 KC 认证等国际认证标准。凭借严格的工艺技术标准和完善的质量控制体系，公司获得了众多国际知名电动工具品牌商及零售商的认可。感谢您的支持！

**39、国常会审议通过的《推动大规模设备更新和消费品以旧换新行动方案》对企业生产经营有何影响？**

您好！公司一直从事电动工具的研发、设计、生产和销售，产品广泛应用于家庭装修、工业制造、建筑施工、园林维护等领域，公司将持续关注国家及行业相关政策，结合公司战略规划和实际经营情况，积极把握行业发展机遇，充分发挥自身核心竞争力以推动公司高质量发展。谢谢！

**40、公司在新质生产力方面有无涉及？未来是否有新计划？**

您好！公司是一家集电动工具研发、设计、生产和销售于一体的专精特新“小巨人”企业，产品广泛应用于家庭装修、工业制造、建筑施工、园林维护等领域，公司积极主动拥抱信息化和数字化发展时代，积极投入数字化、智能化生产设备，持续提升信息化和数字化运营水平，推进企业高质量发展。感谢您的关注！

**41、对于提升 ESG 绩效方面，公司未来有何举措和计划？**

您好！公司目前尚未披露 ESG 报告，但重视相关社会责任。公司在年度报告中具体披露了在环境、社会责任和公司治理等方面的情况，后续会更加注重 ESG 表现，主动适应 ESG 发展趋势，积极践行 ESG 理念，进一步完善 ESG 工作机制，提升 ESG 绩效，推动经济价值与社会价值、环境价值互促共进、互融共赢，携手利益相关方，共创美好未来。感谢您的支持和理解！

**42、请问为什么公司在营业收入增长的同时，净利润与扣非净利润均下降较多，且下降幅度差不多，是哪些经营的问题导致这一数据的出现呢？公司准备如何应对呢？**

投资者您好！2023 年度受全球宏观经济环境和下游去库存等原因导致需求减弱的影响，公司通过自主品牌的发力，营业收入较 2022 年略有增长，导致净利下降主要是两方面：其一，因募投项目“年产 800 万台 DC 锂电电动工具项目”逐步投产，在建工程转固定资产导致折旧摊销费用增加；其二，加大自主品牌产品的市场推广力度，相应的销售费用同比增加 29.01%，以及上市中介机构费及咨询费、招待费等增加导致管理费用同比增加 31.77%。2024 年，公司将继续发力自主品牌、优化工艺流程、优化激励机制、加速新产品研发等多渠道努力，力争提升企业经

济效益。感谢您的理解和支持，普莱得期待与您共同分享公司未来的成长和成功。敬请期待我们的进一步动态。

**43、您好，请问公司的主要原材料有哪些？铜价大幅波动对公司影响大吗？**

您好！铜在原材料中的占比不高，公司会定期关注大宗商品价格走势，进行适度原材料的储备；铜价的短期波动，对公司产品的毛利率有较小影响。感谢您的关注！

**44、子公司普诚科技（浙江）有限公司报告期内业绩如何？**

您好！普诚科技（浙江）有限公司已于 2023 年 9 月注销，对公司无影响。感谢关注！

**45、在 2023 年度报告中提到，公司实现营业总收入比上年同期减增加 1.35%，业绩增长的主要原因是什么？**

您好！2023 年度公司营收增长主要为自主品牌营业收入增加，较 2022 年增长 24.97%。感谢关注！

**46、杨董事长，您好 普莱得是一家专精特新，但是股价连续 5 个月处于破发状态，管理层有什么举措来提高投资者的信心？有没有做市值管理的打算？五月三十日 600 万股的解禁，将再次打击中小投资者的信心。从上市至今股价没有一次像样的上涨，太让人心寒了！！**

投资者您好。公司自上市以来致力于保持企业长期稳健发展，二级市场股票价格受多种因素影响，基于对公司未来发展的信心，公司已开展回购股份将用于员工持股计划或股权激励。公司管理层将继续勤勉尽责，持续提升整体经营能力，积极回报广大投资者。公司严格依据相关法律、法规和规范性文件的要求及时履行信息披露义务。感谢您的理解和支持，普莱得期待与您共同分享公司未来的成长和成功。

敬请期待我们的进一步动态。

**47、贵司近期是否有通过电商平台直播销售拓宽渠道的规划？**

您好！基于目前直播在欧美电商市场还处于初期阶段，公司

暂时没有做电商直播平台的计划。后期公司将根据欧美市场电商直播平台的成熟情况做相应的规划调整。感谢您的关注！

**48、请问公司在 2024 年第一季度的经营情况与去年相比有何不同，业绩变化的主要驱动因素有哪些？**

您好！2024 年一季度营业收入较去年同比增加 15.79%，主要是下游客户去库存影响缓慢消除，客户需求正在逐步恢复。感谢关注！

**49、报告中显示，归属于上市公司股东的净利润比上年同期减少了 20.74%。请问这一下降背后的主要原因是什么，未来公司有何计划来改善盈利能力？**

您好！2023 年度受全球宏观经济环境和下游去库存等原因导致需求减弱的影响，公司通过自主品牌的发力，营业收入较 2022 年略有增长，导致净利下降主要是两方面：其一，因募投项目“年产 800 万台 DC 锂电电动工具项目”逐步投产，在建工程转固定资产导致折旧摊销费用增加；其二，加大自主品牌产品的市场推广力度，相应的销售费用同比增加 29.01%，以及上市中介机构费及咨询费、招待费等增加导致管理费用同比增加 31.77%。2024 年，公司将继续发力自主品牌、优化工艺流程、优化激励机制、加速新产品研发等多渠道努力，力争提升企业经济效益。感谢关注！

**50、您好！贵公司年报显示 2023 年净利润降幅较大，具体是什么原因导致？下一步有什么对策呢？**

您好！2023 年度受全球宏观经济环境和下游去库存等原因导致需求减弱的影响，公司通过自主品牌的发力，营业收入较 2022 年略有增长，导致净利下降主要是两方面：其一，因募投项目“年产 800 万台 DC 锂电电动工具项目”逐步投产，在建工程转固定资产导致折旧摊销费用增加；其二，加大自主品牌产品的市场推广力度，相应的销售费用同比增加 29.01%，以及上市中介机构费及咨询费、招待费等增加导致管理费用同比增加 31.77%。2024 年，公司将继续发力自主品牌、优化工艺流程、

	<p>优化激励机制、加速新产品研发等多渠道努力，力争提升企业经济效益。感谢关注！</p> <p><b>51、领导，您好！我来自四川大决策公司在跨境电商方面做的怎么样?后期有什么大的规划?</b></p> <p>尊敬的股东：您好！2023 年，公司围绕自身产业优势，持续聚焦热风枪、钉枪等多个细分类目，实现亚马逊平台跨境业务销售收入较 2022 年增长 26.28%。</p> <p>2024 年，公司将加大对亚马逊北美以外的市场拓展，通过开设仓储和售后等当地服务，提升自主品牌的市场占有率，从而确保公司跨境业绩的持续快速发展。</p> <p>感谢您的支持和理解！</p>
附件清单(如有)	
日期	2024-05-06 17:25:03