

证券代码：603195

证券简称：公牛集团

公牛集团股份有限公司
投资者关系活动记录表

编号：2025005

投资者关系 活动类型	☒ 特定对象调研 ☒ 分析师会议 ☐ 媒体采访 ☐ 业绩说明会 ☐ 新闻发布会 ☐ 现场参观 ☒ 路演活动 ☐ 其他
形式	☐ 现场 ☒ 电话会议
参与单位名称	中金公司、中信建投证券、中信证券、华泰证券、长江证券、申万宏源证券、招商证券、国联民生证券、广发证券、浙商证券、国泰海通证券、天风证券、国金证券、银河证券、国信证券、东吴证券、华创证券、开源证券、国投证券、中泰证券、光大证券、东方财富证券、华西证券、信达证券、国海证券、西部证券、太平洋证券、财信证券、高盛证券、瑞银证券、摩根士丹利证券、野村东方证券、Jefferie、人保资产、国华兴益资产、睿郡资产、明河资产、和谐汇一、润晖投资、九祥资产、路博迈基金、Ploncy、瑞银集团等（排名不分先后）
时间	2025 年 10 月 31 日-11 月 7 日
地点	线上/电话会议
上市公司 接待人员	董事、资深副总裁、董事会秘书、财务总监 刘圣松 财经管理中心负责人 张立伟 证券事务代表 靳晓雪 投资者关系经理 张鹏博
投资者关系活 动主要内容介 绍	（一）2025 年前三季度经营情况 公司前三季度实现营业收入 121.98 亿元，归母净利润 29.79 亿元，第三季度经营情况较第二季度企稳回升。公司经营基本面的稳定性没有改变，主要品类的产品竞争力和市场占有率均在进一步提升。 面对高度不确定的经营环境，公司正视外部压力与挑战，积极调整经营策略：一是继续加大对新业务、新市场的投入，虽然目前销售规模尚不大，但发展趋势良好；二是有效控制费用和不必要的成本开支；三是根据市场需求进行合理的经营安排，持续提升渠道动销，保障业务良性、健康、可持续发展。 （二）投资者交流主要问题汇总 问题 1：今年前三季度，公司经营现金流量净额提升明显的原因？ 答：前三季度，公司经营活动产生的现金流量净额同比增加 20.12%，反映了公司经营活动的良性健康发展状态，主要系公司存货库存周转加快、费用支出下降、预收账款增加所致。 问题 2：毛利率较同期略有下降，公司如何看待未来趋势？ 答：主要因为产品结构变化所致，当前公司整体盈利水平仍保持在较高且稳定的区间，产品结构调整顺应了市场趋势，具有可持续性。尽管短期面临环境带来的挑战，公司的盈利能力和经营质量依然稳健、富有韧性，长期

	竞争力依然稳固，整体经营向好趋势不变。 问题 3：公司电连接业务未来的发展思路？ 答：在当前经营环境快速变化的背景下，公司将持续通过产品创新与渠道深耕，结合国际化战略，推动电连接业务稳定发展。 具体来讲，主要从以下三方面着手应对：一是保持产品结构向上升级的方向不变，持续优化常规产品布局；二是强化新品类、新产品的研发与市场开拓力度，以有效抵消传统产品需求的变化；三是大力推动电连接产品出海，重点拓展轨道插座、电动工具的国际市场，其中轨道插座在德国市场的良好表现已验证其海外需求的确定性，公司正组建专门团队推进全球市场布局。 问题 4：墙开品类的领先地位已经非常突出，如何持续提升市占率？ 答：今年以来，公司墙壁开关业务呈现出相对平稳的、比较优势不断提升的发展态势，领先地位不断增强。公司持续通过产品创新提升综合竞争力，推出了新一代“蝶翼超薄开关”、拨杆开关、“全屋 Wifi 路由器”等受到市场好评的新品；在智能化方面，逐步实现与主流智能生态兼容，并积极构建自有生态，支持更高级别的光效控制和平台连接功能，在行业内保持领先水平。同时，墙开产品在装企渠道的业务拓展效果明显，市占率增长呈现良好趋势。 问题 5：公司照明业务的发展状态如何？后续的发力方向？ 答：照明品类是公司智能电工照明业务的核心品类，业务基本盘稳定，实现了相较行业整体更好的成长状态，产品竞争力、市场占有率进一步提升。 今年以来，公司围绕 AI 智能应用与全屋健康光取得了行业性的突破，融入了健康光的潮流款装饰灯、以落地护眼灯为代表的移动照明、沐光无主灯等品类均取得了良好的增长。在家居智能领域，依托内部 AI 研究院、顶尖高校、优质供应链企业的研发资源整合，更好地构建业务独特性优势，向客户传递 AI 智能+健康的核心价值，不断推动行业创新升级，并深耕零售渠道，提升消费者认知与品牌影响力。 问题 6：在客户群体从民用电工类市场逐步转向新能源基础设施建设的过程中，公司在渠道方面做了哪些准备？ 答：顺应市场需要，公司近年来加大了对 B 端业务渠道的资源投入，包括团队建设、组织管理和内部资源配置，并依托 BBS（公牛业务管理体系），系统性地设计和优化 B 端商业模式。针对新能源业务领域，目前围绕充电业务已经布局了整体商用解决方案，组建了专门团队进行大客户开发，重点面向重卡、大功率充电等高价值场景进行业务拓展。总的来讲，公司会对行业的变化快速反应，以更高的技术和服务要求来牵引能力建设，应对新挑战、把握新机会。 问题 7：公司电连接和家装品类在海外的业务发展情况？ 答：公司电连接和家装品类在海外市场的长期目标是“全球到达”，即通过全品类出海，将业务覆盖到大部分市场和地区，目前还处于业务快速复制
--	---

	的出发阶段，但发展势头良好。此前公司采用产品共创模式，与优质大客户共同投资、联合开发产品，度过了初创期。现阶段已转向平台化研发并积极搭建全球化产品线，以更广泛地满足市场需求。在团队方面，按区域、国家分层次安排负责人推动招商与运营，进一步构建本土销售服务能力。同时，针对不同市场，通过创新产品、渠道拓展、品牌推广等方式提升市场竞争力与品牌美誉度。 问题 8：公司在环境、社会和公司治理（ESG）方面有哪些工作进展？ 答：公司高度重视并积极践行可持续发展，持续为全球消费者提供创新的绿色产品和服务，逐步构建了从组织制度设计、落地执行到效果评估的系统，推动 ESG 深度融入企业经营。今年以来，公司在推进绿色制造、推出绿色产品、提高员工福祉、打造和谐社区等方面进行了更多实践和积累，在国际权威指数机构“MSCI”（明晟）最新一次的 ESG 评级中，公司实现了由 B 级到 A 级的跨越式提升。
附件	无
日期	2025 年 11 月 11 日