

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：2024001

|                       |   |
|-----------------------|---|
| 投资者关系<br>活动类型         | <input checked="" type="checkbox"/> 特定对象调研 <input checked="" type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input type="checkbox"/> 业绩说明会<br><input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 现场参观 <input checked="" type="checkbox"/> 路演活动 <input type="checkbox"/> 其他  |
| 形式                    | <input type="checkbox"/> 现场 <input checked="" type="checkbox"/> 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、国联证券、国盛证券、广发证券、浙商证券、海通证券、华创证券、天风证券、国金证券、银河证券、兴业证券、开源证券、国投证券、国信证券、中泰证券、民生证券、光大证券、方正证券、东方证券、华西证券、国海证券、东北证券、东兴证券、高盛证券、瑞银证券、摩根士丹利、汇丰前海证券、Jefferies、兴全基金、南方基金、嘉实基金、富国基金、工银瑞信基金、博时基金、中欧基金、睿远基金、交银施罗德基、鹏扬基金、华安基金、浙商基金、光大保德信基金、长城基金、永赢基金、东方红资产、大家资产、平安养老、泰康资产、太平洋资产、新华资产、中荷人寿、中意资产、国华兴益资产、上海睿郡、景林资产、源乐晟、和谐汇一、永安国富、大朴资产、巨杉资本、天井投资、安本、百达世瑞、贝莱德基金、Point 72、路博迈、花旗国际、荷宝基金、Generation、Comgest、MILLENNIUM、IGWT等（排名不分先后）                              |
| 时间                    | 2023年4月26日  |
| 地点                    | 线上/电话会议   |
| 上市公司<br>接待人员          | 董事、资深副总裁、董事会秘书、财务总监刘圣松<br>证券事务代表靳晓雪<br>投资者关系经理张鹏博   |
| 投资者关系活<br>动主要内容介<br>绍 | <p><b>（一）2023年度及2024年第一季度经营情况介绍</b></p> <p>2023年公司实现营业收入156.95亿元，同比增长11.46%，实现归属于上市公司股东的净利润38.70亿元，同比增长21.37%。电连接业务的优势进一步巩固，智能电工照明业务在房地产深度调整中仍实现了较快的增长，新能源业务则乘势而上，取得了跨越式发展，公牛品牌的知名度和美誉度得到了进一步提升。</p> <p>2024年第一季度公司实现营业收入38.03亿元，同比增长14.06%，实现归属于上市公司股东的净利润9.29亿元，同比增长26.27%，公司保持着稳健、良好的经营能力和盈利能力。</p> <p><b>（二）新一年的公司发展战略</b></p> <p>2024年，公司将保持面向未来的长期经营策略，继续加快推动“智能生态、新能源用电、国际化”三大业务战略的发展进程，建立“技术领先、只为客户、数智驱动、全球突破”四轮驱动的战略能力，构筑产品力、营销力、运营力等综合竞争优势，为消费者提供更好、更多的用电产品及服务。</p> |

### **（三）投资者交流主要问题汇总**

**问题 1：报告期内公司保持着高水平的毛利率，主要原因是什么，是否可持续？**

答：公司 2023 年度、2024 年一季度的毛利率同比显著提升，主要源于两个方面：一是大宗原材料价格下降带来的正收益；二是内部经营管理能力的提升带来的，包括采购、研发、生产、销售全价值链的精益管理水平提升。整体来看，公司内部管理能力的不断提升是保持高盈利水平的主要驱动因素，是一种可持续循环的能力，不会发生改变。

**问题 2：公司业务在地产行业承压的环境下能够逆势增长，公司做了哪些努力？**

答：近年来，公司主要做了以下几方面的努力，做到了穿越周期。一是在现有行业本身寻找产品与模式创新的增长机会，满足用户深度需求以及新趋势，如超薄开关、无叶风扇灯等创新性新品，引领传统行业的发展潮流；二是在与装修需求相关的产业上，通过前瞻布局打造时尚产品生态，在每个品类的拓展过程中有效复制能力，同时推动渠道综合化变革，形成了独特的综合竞争优势；三是积极布局新能源新赛道，使得公司整体的产业组合具有可持续性，实现稳健发展。

**问题 3：公司新能源业务有哪些新的进展？**

答：2023 年，公司新能源业务实现收入 3.80 亿元，同比增长 148.64%。

（1）新能源汽车充电业务，公司在国内市场采用 to C 和 to B 双管齐下的策略：C 端线上已稳居第三方品牌的领先位置，线下渠道网点的数量及覆盖率持续提升；B 端领域，加大了公共运营市场和中大型运营商客户的开拓，在渠道体系和客户关系建设方面取得了良好反馈。此外，在不断完善产品线的同时，围绕长期核心技术领先优势的打造，公司的自研自制能力进一步成熟。

（2）储能业务，公司的家庭储能产品正处在海外市场试销验证过程中，公司建立了专门的组织和子公司，积极进行业务和人才的本地化准备，并有序推动渠道和服务体系的建设。此外，公司推出了差异化定位的用户侧工商业储能产品，目前业务处在前期筹备阶段。

2024 年，公司将继续强化新能源用电业务的产品竞争力和渠道建设，推动业务持续快速发展。

**问题 4：公司在转换器产品上有哪些创新？**

答：转换器是公司的传统优势业务，2023 年，公司产品创新以时尚、安全的定位，引领年轻化、高端化、智能化的行业发展潮流。（1）在满足用户新需求方面，公司推出了大师轨道插座、高颜值插座、全球旅行转换器、Z 世代系列插座等深受用户喜爱的升级款产品；（2）针对细分场景使用痛点，公司推出了二轮电动车防过充插座、大功率转换插头、升级款 PDU、工业连接器等新品，同时巩固了增量场景下公牛品牌的行业地位；（3）围绕东南亚市场，公司进行了本土化产品创新，策划并上市了多款具有竞争力的创新产品，为海外消费者带来差异化的用户体验。

|    |  |
|----|--|
|    | <p><b>问题 5：2024 年，公司对海外业务有什么展望？</b></p> <p>答：2024 年，公司将加快推动公牛业务与品牌的国际化，走本地化道路。</p> <p>（1）面向发达国家的新能源业务，公司将借助原有的供应链及研发优势，快速构建涵盖光储充的家庭能源解决方案；以德国等典型国家为基础，持续开发安装商渠道；通过积极参加展会、行业交流会、线上社媒投放推广等方式，快速提升品牌知名度。（2）新兴国家业务，将继续秉持以电连接为核心的多品类发展战略，走产品本地化、方法本地化、生意本地化道路，进一步赋能渠道，开展精益市场规划。（3）跨境电商，将跟随线下海外业务发展的步伐，实现线上线下的协同发展，同时也将牢牢抓住东南亚电商崛起势头，积极布局新兴电商平台。</p> <p><b>问题 6：公司推出装饰渠道 4.0 旗舰店的考量以及进展情况？</b></p> <p>答：4.0 全品类旗舰店是公司装饰渠道门店综合化、专卖化升级的最新版本店态，包括了墙开、装饰灯、无主灯、生活电器、智能门锁、轨道插座等装修相关的品类。近年来消费者集成化购买的趋势明显提速，公司 2023 年进行了 4.0 旗舰店的试点验证，通过验证，我们发现旗舰店是消费者在新消费模式下的核心支点，综合满足了线下体验、一站式采购和线上信息获取与流量转化的需求。2024 年，公司将大力推动全品类旗舰店+新零售模式的渠道变革，相信旗舰店将会是公牛产品的集中采购地、体验地和品牌露出的核心阵地，目前旗舰店的建设工作在顺利推进中。</p> <p><b>问题 7：近期例如铜等大宗原材料价格上涨，公司是否有较好的应对措施？</b></p> <p>答：原材料价格波动属于正常的生产经营事项，是全行业共同面临的经营环境变化，公司能够相对行业更好地应对原材料价格波动。在采购端，公司建立了完善的大宗原材料套期保值机制，成立了专门的组织和专业团队负责运作，稳定原材料价格波动对实际采购成本的影响。在销售端，公司具有面向市场的产品价格形成机制，可以结合市场竞争策略进行价格动态调整。上述机制，将帮助公司长期可持续地实现稳定的经营目标。</p> <p><b>问题 8：2024 年一季度公司合同负债较年初有较大增幅，主要原因是什么？</b></p> <p>答：合同负债的产生主要由于公司预收订单款项，但尚未能完成交付或经销商尚未确认收货，一季度末增幅较大系上述业务跨期造成，本质上是一种经营过程中正常的动态活动。</p> |
| 附件 | 无  |
| 日期 | 2023 年 4 月 30 日  |