

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：2024002

投资者关系 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 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input checked="" type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 路演活动 <input type="checkbox"/> 其他
形式	<input checked="" type="checkbox"/> 现场 <input 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、华创证券、天风证券、国金证券、银河证券、兴业证券、东吴证券、开源证券、国投证券、中泰证券、民生证券、光大证券、方正证券、东方证券、财通证券、西南证券、华西证券、国海证券、东北证券、东兴证券、太平洋证券、瑞银证券、汇丰前海证券、Jefferies、兴全基金、南方基金、嘉实基金、富国基金、华夏基金、易方达基金、博时基金、中欧基金、大成基金、银华基金、睿远基金、华安基金、浙商基金、长城基金、永赢基金、万家基金、平安基金、上银基金、农银汇理基金、申万菱信基金、泓德基金、宝盈基金、泰康资产、国华兴益资产、百年保险资产、上海睿郡、高毅资产、景林资产、和谐汇一、永安国富、敦和资产、巨杉资本、施罗德投资、柏基投资、安本、法巴基金、Comgest、荷兰汇盈投资等（排名不分先后）
时间	2024年5月21日
地点	公司会议室
上市公司 接待人员	董事长兼总裁阮立平 董事、资深副总裁、董事会秘书、财务总监刘圣松 证券事务代表靳晓雪
投资者关系活 动主要内容介 绍	<p>（一）2023年度及2024年第一季度经营情况介绍</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，智能电工照明业务逆势实现了较快的增长，新能源业务取得了跨越式发展，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%。公司各项业务稳步推动，实现了良好的开局。</p> <p>（二）公司发展战略</p> <p>公司的长期目标是成为民用电工行业领导者，向用电科技、用电时尚转型升级。2024年，公司会围绕“智能生态、新能源、国际化”三大业务方向，面向稳健与长远发展，基于业务、价值链、市场三大要素，重新审视和思考面临的机会与挑战，着力构建四项战略优势能力：</p> <p>1) 技术领先： ——将多年积累的制造优势打造为长期优势，在新进入的技术密集型产业，</p>

构建自研自制的领先核心优势，看的更深、走的更远

2) 只为客户

——从时代变化和客户需求出发，根据业务品类的变化，重构价值链，进行商业模式创新，为客户创造更大价值

3) 数智驱动

——以打造世界级先进企业为目标，持续推动流程与数字化变革，全面应用 AI+，助力全价值链运营效率和质量的提升

4) 全球发展

——全面拓展国际市场，以全品类探索加速出海，深度本土化经营，服务全球客户，打造世界级品牌

总体上，公司将以“成为国际民用电工行业领导者”为愿景，把握时代机遇，加速推动智能生态、新能源用电和国际化业务发展，建立“技术领先、只为客户、数智驱动、全球发展”四轮驱动的战略能力，持续构筑产品力、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。

(三) 投资者交流主要问题汇总

问题 1: 2023 年公司保持着高水平的毛利率，影响因素是什么，如何看待未来的盈利水平？

答：公司 2023 年度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，公司追求合理、可持续的盈利水平，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: 公司新能源充电业务的增速很快，线上市占率领先，今年业务会有哪些重点方向？

答：2023 年，公司新能源业务整体实现收入 3.80 亿元，同比增长 148.64%。今年，公司将持续强化充电业务的产品竞争力和渠道建设，构筑综合竞争优势，助力业务快速发展。

(1) 在产品布局上，新能源汽车枪、桩业务将不断优化现有产品线，C 端产品以安全感、科技感、创新引领行业发展，B 端产品围绕技术领先、高性能、极致成本建立竞争优势。

(2) 在渠道拓展上，国内市场将持续提升线下专业渠道体系的覆盖率和渗透率，并积极探索新零售业务模式；在中小运营商有效覆盖的基础上，拓展大型运营商及政企项目；推动经销商向服务商的转型升级，进一步提升售后服务及时性及满意度。

(3) 在供应链完善上，将继续推动研发、采购、制造环节的精益化和规模化，以及核心零部件的自研自制，快速构建制造技术领先优势。

(4) 在品牌建设上，公司将加大在新能源领域的宣传力度，通过面向不同用户群体开展多层次的媒介推广与宣传活动，抢占消费者心智。

问题 3: 公司储能业务的发展进度？

答：储能业务作为公司在新能源领域的重要布局，尚处在发展的初期，未来顺应能源结构变革的时代趋势，有着广阔的市场空间。

2023年下半年开始，公司的家庭储能产品在海外市场进行了试销验证，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。

2024年，公司将全面布局家储生态，推动发达国家市场的渠道与品牌建设；同时，进一步开发迭代国内工商储产品线，开展商业模式的探索与验证，加快搭建工商业储能的专业渠道能力，助力业务实现快速突破。

问题 4：公司国际化业务的发展规划？

答：国际化作为公司重要的战略方向之一，目前处于全面出发、全面探索的阶段。公司面向新兴市场国家、发达国家同时进行布局，积极论证多品类在不同市场的潜在业务机会。2024年，公司将继续推动本土化建设，在产品策划、渠道建设等方面结合当地市场状况进行针对性开发。

问题 5：公司如何捕捉消费者潜在需求并进行产品创新？

答：长期以来，公司建立了以消费者需求为导向的产品研发创新机制与优势。

（1）组织模式上，公司每个业务方向设有独立事业部，事业部有各自明确的使命和目标，在品类领域上持续推动产品创新，引领行业发展。

（2）创新机制上，公司构建了前瞻性研究、产品策划、研发三位一体的产品创新体系和团队，完善的方法论贯穿于公司产品策划、研发、制造、营销以及品牌全价值链。

此外，公司通过各种新技术、新材料与新工艺的创新应用，围绕“电连接”、“智能电工照明”、“新能源”推出了一大批设计、外观、技术、性能等方面富有差异化特点的产品，广受消费者好评。

问题 6：公司业务矩阵在拓宽，内部的组织模式和人才培养机制是怎样的？

答：基于业务可持续发展的需要，公司持续推动组织与人才变革。

（1）经过自身的不断探索与优秀经验的借鉴，公司的组织形态采用以事业部制为基础的矩阵式管理模式，事业部负责产品研发、制造、交付，多个事业部可共用渠道，有助于运营效率的不断提升。

（2）公司的人才培养机制日趋完善，随着业务发展，人员效率也在持续提升。人才选用上，自主培养、校园招聘、社会招聘并重，推动人才来源的多元化；人才培养上，公司设有专门的公牛学院及人才培养班、培训项目，旨在培养高素质、高技能的业务与管理人才；人才激励上，公司具有较为完善的薪酬考核和股权激励体系，持续提升员工薪酬的竞争力，有效支持新业务、海外业务的推动与核心骨干人才的吸引与保留。

问题 7：今年销售费用投放会倾向于哪些方面？

答：公司销售费用的投放聚焦于战略主轴，主要围绕两个方面：

（1）公牛品牌向高端、时尚、科技转型升级，推动转换器、墙开、新能源、无主灯等品类美誉度的提升。

（2）新业务新市场的深化开拓，快速构建业务核心能力，同时推动渠道变

	革工作的快速开展
附件	无
日期	2024年5月23日