

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：2024003

| | |
|-----------------------|--|
| 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 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、中信证券、华泰证券、招商证券、长江证券、国金证券、天风证券、国盛证券、申万宏源证券、国泰君安证券、海通证券、广发证券、浙商证券、国投证券、兴业证券、光大证券、民生证券、开源证券、中国银河证券、华创证券、东方证券、国信证券、财通证券、中泰证券、方正证券、东北证券、国海证券、华西证券、华安证券、西部证券、首创证券、东吴证券、华福证券、太平洋证券、德邦证券、东海证券、甬兴证券、高盛证券、瑞银证券、摩根士丹利国际、Jefferies、野村东方证券、兴全基金、南方基金、嘉实基金、广发基金、易方达基金、华夏基金、工银瑞信基金、景顺长城基金、中欧基金、交银施罗德基金、永赢基金、兴业基金、光大保德信基金、大成基金、华安基金、中加基金、圆信永丰基金、长安基金、长城基金、中海基金、鹏扬基金、汇丰晋信基金、泉果基金、华泰保兴基金、南华基金、华富基金、东兴基金、大家资产、泰康资产、长江养老保险、中意资产、国华兴益保险、杭银理财、中信证券资管、广发证券资管、光大证券资管、东证资管、浙商资管、中泰资管、永安国富资管、上海睿郡、和谐汇一、重阳投资、天井投资、安联投资、安本投资、贝莱德基金、Brighter Investment、百域资本、Comgest、Generation、Dymon Asia、恒生银行、花旗国际、汇丰环球投资、荷宝投资、路博迈基金、Library、摩根士丹利基金、摩根资管、Millennium Capital、Marathon Asset、Point 72、Partners Bay、瑞士百达、施罗德投资、Valliance Asset 等（排名不分先后） |
| 时间 | 2024年8月30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 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 | <p>（一）2024年上半年经营情况介绍</p> <p>2024年上半年公司实现营业收入83.86亿元，同比增长10.45%，实现归属于上市公司股东的净利润22.39亿元，同比增长22.88%。各项业务保持稳健增长，盈利能力进一步提升。</p> <p>上半年，公司围绕“智能生态、新能源、国际化”战略，推动业务向科技、时尚转型，推出了z世代、功能性轨道插座、超薄蝶翼开关2代、全屋wifi墙壁开关插座等一系列引领行业风尚的创新产品；全品类旗舰店+新零售的渠道变革也初见成效；新能源业务在C端和B端都保持着良好的发展势头，逐步完善了生态布局；海外业务的全面探索和本土化落地进程顺利；组织人才及数字化流程化变革牵引内部经营管理能力持续加强；公</p> |

牛品牌形象也向时尚、高端、科技进一步升级。

（二）下半年公司战略要点介绍

下半年，公司仍然坚定的推进三大战略，构建“技术领先、只为客户、数智驱动、全球发展”的战略核心能力：通过未来研究院推动领先技术在智能光效控制、新能源产品研发领域的应用；围绕客户需求加大渠道模式创新力度；进一步推动 AI+、数字化流程化应用，推动业务效率提升；通过不断探索及各类资源要素的整合，加快推进国际化进程。

（三）投资者交流主要问题汇总

问题 1: 上半年公司依然延续了较高的毛利率水平，其中主要的影响因素是什么？怎样看待原材料成本的变化？

答：上半年公司毛利率较去年同期有所提升，环比去年末仍然保持了较好的水平，这一结果源自多方面的综合贡献，其中主要的原因是公司内部持续推动管理能力提升以及降本增效工作。公司已经建立了成熟的内部机制和能力，如大宗原材料商品的套期保值、产品价格调整机制等，能够有效应对原材料价格的短期波动，保障公司经营的稳健性和产品的竞争力。

问题 2: 来自消费端的“降级趋势”对公司业务有什么影响？

答：围绕消费者需求和趋势变化的产品创新，是公司长期积累形成的领先优势之一。上半年，一方面公司依托产品研发和设计能力、高效低成本的供应链能力，推动转换器基础款产品升级，顺应墙开下沉市场品牌化演变的消费趋势，通过高价值感的性价比产品持续提升竞争力与市占率。另一方面，公司推出的高端系列产品，如轨道插座、超薄开关等，满足了消费者对时尚、科技、智能体验的升级需求，也实现了良好的增长，同步推动了公司品牌形象和美誉度的进一步提升。

问题 3: 沐光无主灯业务的进展？

答：沐光品牌无主灯致力于为消费者提供套系化智能灯光解决方案，上半年保持了较传统照明更快增速的有序发展态势。产品端，沐光无主灯围绕氛围科技、健康科技、智能科技全面布局灯光方案和产品线；渠道端，公司着力提升门店运营能力，在原有通路的基础上通过新零售直播+精准广告+本地生活，开拓多元化的获客模式，同时以健康光方案赋能门店光效设计师、销售管理人员，有效提升了成交转化能力。

问题 4: 上半年新能源充电业务有什么新成绩？

答：上半年，公司新能源业务依然保持了较快增速，实现收入 2.89 亿元，同比增长 120.22%，围绕“光-储-充-放”全面场景进行生态布局，进一步丰富产品线，快速提升综合竞争优势。

产品上：在家充领域，公司推出旗舰款无极充电桩，以智能化、设计美学及高标准树立了行业新标杆；快充领域，丰富了以群充为代表的直流桩产品线，推出了行业技术制高点的液冷充电桩，同时自研核心零部件功率模块的性能也处于行业先进水平。渠道上，线下网点的覆盖率和渗透率进一步

| | |
|----|--|
| | <p>提升，截至半年度，累计开发终端网点 2.2 万余家；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，累计开发运营商客户 2,200 余家；同时，公司积极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。以上措施，共同促进了充电枪、桩产品市占率的快速、持续提升。</p> <p>问题 5：公司国际化业务开展的策略和思路？</p> <p>答：上半年，公司以全品类、全市场、全面本土化（路径）的策略，有序推进全球市场布局进程，实现境外收入 1.40 亿元（请详见公司半年度报告“财务报告”章节相关内容）。下半年，公司将加快国际化战略在全球不同区域的探索和实施。</p> <p>问题 6：请介绍下装饰渠道全品类旗舰店的建设进展？</p> <p>答：在智能电工照明业务板块，公司持续打造时尚高端的产品生态，围绕消费者“一站式”购买的趋势，大力推动全品类旗舰店和新零售模式结合的渠道变革，上半年取得了较好的成效。</p> <p>依托良好的产品展示、购买体验、及门店形象，全品类旗舰店有力地带动了装修相关业务的套系化销售和协同发展。同时，新零售业务模式初步成型，通过线上流量融合、同城多媒体矩阵、本地生活、异业联盟等多种方式，赋能线下客流多元化。目前，已开业门店的动销在逐步爬坡过程中，下半年公司将继续着力提升门店的运营能力。</p> <p>问题 7：上半年投资收益较同期大幅增加的原因？</p> <p>答：主要系上半年理财产品到期较多、相关收益确认在报告期所致。公司在确保正常生产经营和资金安全的前提下使用闲置自有资金进行现金管理，并以安全性高、流动性好、风险评级较低为主要考量，这一策略未发生改变。</p> <p>问题 8：上半年公司经营活动产生的现金流量净额略有下降，主要原因是什么？</p> <p>答：公司上半现金流状态健康良好，经营活动产生的现金流量净额较去年同期有所变动，具体是电商渠道销售占比提升带来预付款项增加、基于新业务推广与品牌升级费用投放增多的影响，是业务的正常变化。</p> |
| 附件 | 无 |
| 日期 | 2024 年 9 月 2 日 |