

证券代码：002441

证券简称：众业达

众业达电气股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2021-004

投资者关系活动类别	<input type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 现场参观 <input checked="" type="checkbox"/> 其他（线上会议） <input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 路演活动
参与单位名称及人员姓名	中欧基金管理有限公司—冯炉丹
时间	2021年12月21日上午
地点	线上会议
上市公司接待人员姓名	董事会秘书、副总经理 张海娜 证券事务代表 韩会敏
投资者关系活动主要内容介绍	<p>1、公司基本情况及前三季度经营情况</p> <p>公司主营业务为通过自有的销售网络分销签约供应商的工业电气元器件产品，以及进行系统集成产品和成套制造产品的生产和销售。公司是国内工业电气分销行业最大的分销服务商。</p> <p>2021年前三季度，公司实现营业收入92.64亿元，同比增长21.22%；实现归属于上市公司股东的净利润3.19亿元，同比增长21.17%。其中，2021年第三季度实现营业收入33.30亿元，同比增长3.71%；实现归属于上市公司股东的净利润1.08亿元，同比增长18.52%。</p> <p>2、公司核心竞争力</p> <p>公司核心竞争力可概括为“分销网、物流网、技术服务网，加互联网”的“3+1”网络和“配电团队、工控团队、中</p>

小客户团队，加技术服务团队”的“3+1”团队。

“3+1”网络：

“分销网”：公司拥有完善的销售网络，通过覆盖国内主要城市的 55 家子公司及 100 多个办事处，为客户提供稳定、及时、快捷的产品与服务，并通过全国销售网络联动为客户提供全国范围内的全面服务。未来结合公司战略，公司销售网络将进一步下沉与扩张，实现对三四线城市以及空白区域的覆盖，并且结合工业电气行业发展趋势持续增加新的产品线与新的品牌，如自动化产品线与国产品牌，以此驱动业务的可持续发展。

“物流网”：公司通过覆盖全国核心城市的 8 大物流中心和 50 个物流配送中转仓有效缩短了全国范围内产品的供货周期，从而使得公司能够为客户提供及时和快捷的配送及仓储管理服务。公司将加大对现有设施与设备的升级与改造，持续优化物流管理与服务体系，提升整体供应链的效率与服务质量，以进一步增强客户对于众业达物流配送能力的信赖。

“技术服务网”：为服务和拓展公司工业电气产品分销业务，公司通过信息化系统的应用和服务管理体系的搭建，构建以总部技术中心为统筹，区域服务中心为核心入口的全国性工业技术服务网络，能够为客户提供售前技术支持、行业解决方案、人员培训、售后技术服务等。公司上线技术服务平台 zydCARE 实现服务需求和服务资源的统筹和统一调配，逐步推进对工业电气品牌制造商、大型成套制造商、行业终端用户服务需求的响应，通过内外部服务资源的整合，形成覆盖全国的三级服务网络。

“加互联网”：公司通过数字化的应用，整合分销网、物流网和技术服务网的资源，赋能于三网之间的联动，实现线上线下全面覆盖的工业电气分销服务平台，推动公司与其他竞争对手的差异化发展，提升公司核心竞争力。公司通过电子商务平台“众业达商城”发展工业品一站式采购 B2B 业务，并依托中国工控网百万级的工控行业专业会员体系创立“工控猫商城”拓展工控领域 B2B 业务，同时上线的工业领域技术服务外包平台“工业速派”，实现从产品前端销售到后端技术维保服务的数字化闭环。

“3+1”团队：

配电团队及工控团队聚焦成套制造商、OEM、系统集成商、终端用户等核心客户，并结合市场情况不断优化客户结构；中小客户团队聚焦中小客户，通过线下线上相结合的方式实现对碎片化市场的数字化覆盖、小客户维护以及二级市场渠道开发；技术服务团队以向客户提供工业电气产品相关服务为基础、行业配套应用方案为延伸，以向新兴行业客户提供行业应用解决方案为增值服务。公司致力于打造不同领域的专业化团队，并通过团队间有效协同和赋能实现行业、产品和区域的全面覆盖战略。

3、公司客户类型

公司下游客户主要有盘厂、集成商、二级分销商、原始设备制造商、工程安装公司等。众业达商城除了上述客户类型，还有贸易商、MRO、行业客户、五金门店、装饰设计公司等其他类型的客户，且客户占比相对分散。

4、众业达商城经营情况

公司的工业品电气数字化专业服务平台“众业达商城”主要销售众业达签约品牌的产品，作为线下业务的重要补充，快速有效覆盖中小客户。目前众业达商城的主要合作品牌有施耐德、ABB、西门子、菲尼克斯、德力西等国内外知名电气品牌商，随着这几年产线的拓展也开始和博世、百塔、3M、得力等工具和劳保品牌开展合作。截止目前，众业达商城已经覆盖近 10 多个工业产线一级类目，经营品牌 100+，产品 SKU100 万+。

众业达商城 2021 年前三季度实现销售额约 52.84 亿元（含税），同比增长 43.24%。

5、众业达商城获客来源

众业达商城的流量一方面主要是来源于各个区域的地推团队，一方面是来源于商城营销系统品牌商推广活动的导流，另外在线上的 SEO 及 SEM 的运营也会带来一部分的客户流量。

6、客户对众业达商城的黏性

众业达商城主要面向的客户是小 B 客户，和 C 端客户不同，B 端的客户对采购产品的需求是持续性的，众业达商城具有多品牌多品类的特点，且完全向会员开放公司的实时库存，而且众业达商城在众多的工业类电商平台中电气类产品是具

	<p>有权威性的，商城中的产品详情描述完全与品牌官方同步，且开发的技术选型模块可以让一些技术基础较差的客户很轻松地找到自己需要的产品，使客户形成很高的粘度；商城开发的营销系统通过联合品牌商做品牌的产品推广活动，把产品精准地推送到目标应用客户，解决以往“客户找产品”和“产品找客户”难的行业痛点。</p> <p>7、公司经营性现金流为负的原因</p> <p>公司经营活动产生的现金流量净额为负，主要是受销售规模增长及客户结算周期的影响，应收账款有所增加；同时根据销售需要以及结合供应商的供货政策，适时增加库存量，供应商结算时点到期支付等因素影响所致。</p> <p>8、公司未来的发展计划</p> <p>公司将继续围绕主业，稳步推进“分销网、物流网、技术服务网加上互联网”的“3+1”战略，持续提升“分销网、物流网、技术服务网，加互联网”的“3+1”网络和“配电团队、工控团队、中小客户团队，加技术服务”的“3+1”团队两个“3+1”核心竞争力，为客户提供稳定、及时、快捷的产品与服务，推进公司持续健康发展。</p>
附件清单(如有)	无
日期	2021年12月21日