

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：2022-002

投资者关系活动类别	<input checked="" type="checkbox"/> 特定对象调研 <input 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"/> 路演活动 <input type="checkbox"/> 现场参观 <input checked="" type="checkbox"/> 其他（线上会议）
参与单位名称及人员姓名	交银施罗德基金管理有限公司 一余李平、张晨 华鑫证券有限责任公司 一张涵
时间	2022年2月25日
地点	众业达电气股份有限公司
上市公司接待人员姓名	董事会秘书、副总经理 张海娜 新渠道开发部经理 黄海鹏 证券事务代表 韩会敏
投资者关系活动主要内容介绍	<p>1、2021年度业绩情况</p> <p>2021年度公司预计实现归属于上市公司股东的净利润同期增长50%-75%，一方面是传统产业复苏及新基建、碳中和、新能源等新兴领域投资拉动，下游行业需求整体回暖，公司充分把握行业发展机遇，推动公司与其他竞争对手的差异化发展，提升客户体验和粘度，促使公司2021年度经营性业绩增长；另一方面是公司全资子公司上海泰高开关有限公司的房屋搬迁补偿款在2021年度进行确认并计入当期非经常性损益，该款项预计将影响公司2021年净利润11,500万元，具体金额以会计师事务所审计确认的数据为准。</p> <p>2、众业达分销品牌</p> <p>公司分销的产品覆盖品牌近200个、型号70多万种。2020</p>

年公司前五大供应商为施耐德、ABB、西门子、常熟开关、德力西，其采购额占公司 2020 年度采购总额的比例分别为 35.22%、20.17%、11.20%、8.06%、3.32%，共计 77.97%。前五大供应商的采购额虽然逐年有所增加，但占采购总额的占比逐年有所下降。

近几年，公司也拓展了菲尼克斯、天正、德力西、欧姆龙等品牌，2022 年，公司将会与 SMC 展开合作。公司坚持多品牌战略，成熟产品与成长产品都是我们重点发展的方向，未来公司会结合市场及客户需求不断增加品牌和品类。

3、公司分销产品定价

公司结合供应商指导价、自身采购成本以及市场实际来定价。随着向供应商的采购成本提高，我们会相应提高销售产品单价。

4、众业达客户类型

众业达的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。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。

5、公司的利润相关情况

公司的盈利一方面来自于分销业务的产品销售溢价和供应商按季度和按年度给予的销售折扣，另一方面来自于从事系统集成和成套业务取得的利润。

公司每年均与供应商签订分销协议，按约定供应商每年会综合考虑公司的采购指标完成情况、市场拓展情况、服务支持情况等，按季度、年度给予公司采购量一定比例的销售折扣。实务操作中，公司一般在取得供应商有关销售折扣确认函或开票信息后抵减成本。一般情况下公司当年获得的销售折扣包括了当年前三季度的季度销售折扣和上一年第四季度的季度销售折扣及上一年度的年度销售折扣。

未来，公司将通过覆盖全国的分销网络以及众业达商城，提升物流响应能力，提高技术服务网建设，提升客户的粘性和对客户的服务能力，从而提升对客户的议价能力，提高公司的毛利率。同时，通过精细化管理、严控费用增长，从而提升净利率。

6、公司的存货情况

公司存货金额较大且逐年增长，这是由公司的分销模式决定的：公司大部分的分销产品都是先从供应商处买断后再出售给下游客户，这种分销模式决定了公司必须保有一定的存货量以满足下游客户随时采购的需求，而且随着业务规模的扩大，存货量也相应扩大。另外，一般情况下，供应商每年给予公司两次定期或不定期的退货机会，公司可以将可能形成滞销的部分产品退给供应商，帮助降低存货积压的风险。同时，公司也有制定相应的措施来提高及控制存货周转率。

7、公司以前年度第四季度利润低的原因

公司以前年度第四季度利润较低主要是第四季度需要计提员工薪酬奖金及信用、资产减值损失等。资产减值损失主要包含了计提存货减值以及商誉减值。

8、众业达商城的经营情况

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，能满足客户不同需求的“一站式工业品服务平台”。同时，作为线下业务的重要补充，快速有效覆盖中小客户和长尾市场。作为公司电子化订单的接入口，也大幅提高工作人员的工作效率，使得工作人员能腾出更多精力覆盖更多的大客户。

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。

9、众业达商城的销售品类情况

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+家，产品 SKU100 万+。

其中，众业达在 2017 年设立了众业达供应链管理有限公司，旨在进行众业达商城辅助品类的补充，主要产品有电气和自动化控制类小元件、电气及电气周边应用辅材、安防劳保类 MRO 应用品类等，已经补充的 SKU 接近几万个，未来将进行更大规模的补充以适用更多的重点应用场景。

10、众业达商城的获客情况

众业达商城运营团队在线上 and 线下两个不同的场景同时发力，线上进行 SEO/SEM 的建设和优化，利用新媒体运营方式广泛获客并精准营销；与多品牌供应商密切合作，通过直播等活动，快速获客；同时结合线下各子公司中小客户团队、二级办事处进行线下开发和服务，去进行长尾市场的覆盖。随着互联网行业发展趋势以及网络消费习惯的养成，同时众业达商城能为客户提供相关产品选型、技术等方面的支持，所以众业达商城的客户黏性还是比较高。

11、公司数字化建设情况

公司持续进行数字化建设与升级，ERP 系统作为整个众业达集团业务系统的核心，日常有 2000 以上的并发用户，日处理各类单据数量达 10 万张以上，并与多个供应商的订单平台通过 EDI 接口进行订单等数据的交换。另外，根据不同业务及日常办公需求，还存有多套业务支持系统，比如提供决策依据的 BI 系统、进行仓储及物流管理的 WMS 系统、对客户关系进行管理分析的 CRM 系统、电子商务平台 ZYDMALL 及自动化办公平台 OA、HR 系统等。通过数字化管理工具的全面推行，赋能业务，推动公司与其他竞争对手的差异化发展，提升客户体验和粘度，实现业务的可持续发展。

12、公司业务的发展空间

工业电气产品下游分布广泛，产品广泛应用于电力、通信、装备制造、市政、新能源、自动化、电子、轨道交通、基础设施、智能制造等各个领域。整体行业市场受到国家宏观经济发展周期的影响，工业电气产品分销行业的增速与 GDP 的增速基本保持一致，公司作为行业龙头企业，增速保持高于行业增速的发展。不同的行业周期，均有突出发展的下游行业带动整个工业电气行业的稳定增长。按照工业电气产品应用领域分布状况，未来包括新基建、智能电网、碳中和、

	新能源、自动化、轨道交通、智能制造以及数字化等相关应用领域行业的快速发展，将有利于工业电气产品市场的增长，为公司带来更多的业务机会。
附件清单(如有)	无
日期	2022年2月25日