

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： 2024-005

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 type="checkbox"/> 其他（请文字说明其他活动内容）
参与单位名称及人员姓名	Barclays: Timothy Lee , Xin Wang , Amos Fletcher , Jian Chang , Yingke Zhou AMBIENTA SGR SPA: Nick Durack JPM ASSET MANAGEMENT: Anjali Patel LH NR UK (MANAGEMENT) LLP: Andrew Caldwell QATAR INVESTMENT AUTHORITY: Nicola Stefanelli , Abdulla Ahmad Al-Ansari
时间	2024 年 5 月 24 日
地点	众业达电气股份有限公司
形式	电话会议
上市公司接待人员姓名	董事会秘书、副总经理 张海娜 新渠道开发部负责人 黄海鹏 证券事务代表 韩会敏 证券事务专员 陈松娇
交流内容及具体问答记录	1、公司基本情况介绍 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 54 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 7 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，实现线上线下一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业行业专业会员体系创立“工控猫商城”拓展工业领域 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。

2、公司产品价格

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。

3、公司库存情况

在产品的采购上，主要是对常规品备货，备货会根据市场及客户需求的货期进行备货，有的是2周，有的是1个月，有的是2个月，原则是不会超过3个月。

另外，一般情况下，部分供应商有流通产品库存政策的，会有相应的退换货政策，公司可以在一段周期，对流转速度较慢的产品通过退换货政策优化库存结构降低存货积压风险。同时，公司也有制定相应的制度及措施来管理和提高存货周转率。

4、公司分销的品牌

公司分销的产品覆盖品牌近200个、SKU100多万种，其中外资品牌采购占比较大。公司2023年度前五大供应商分别为施耐德、ABB、西门子、常熟开关、德力西，前五大供应商在公司的采购占比为76.41%。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。

近几年，公司也拓展了研华、天正、德力西、欧姆龙、SMC、禾川等品牌。为实现多品牌战略，未来公司会结合市场及客户需

	<p>求不断增加品牌和品类。</p> <p>5、公司是否有进行投资或上下游整合的计划？</p> <p>公司会结合国内市场实际情况投资设立子公司或新设办事处。另外，今年计划向新加坡全资子公司增资 4,200 万新加坡元，推动海外布局，拓展公司在东南亚等海外市场电气自动化分销业务。</p> <p>6、结合今年的销售情况，下游行业表现如何？</p> <p>整体来看，下游新能源等新兴行业表现较好，房地产行业较弱。</p> <p>7、今年业绩的预期？</p> <p>根据公司 2024 年度的相关预算，计划 2024 年度实现营业收入 125.11 亿元，同比增长 5%，实现净利润 2.51 亿元，同比下降 3.57%。该预算为公司 2024 年度经营计划的内部管理控制指标，不代表公司盈利预测，能否实现取决于市场状况变化等多种因素，存在很大的不确定性。</p>
<p>关于本次活动是否涉及应披露重大信息的说明</p>	<p>不适用</p>
<p>活动过程中所使用的演示文稿、提供的文档等附件（如有，可作为附件）</p>	<p>无</p>