

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：2025001

投资者关系活动类型	<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 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	个人投资者、上海证券交易所投资者服务中心、中证中小投资者服务中心、财通证券投资者教育基地、财通证券宁波分公司
时间	2025年3月5日
地点	公司会议室
上市公司接待人员	董事、董事会秘书、资深副总裁、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><b>（一）公司情况介绍</b></p> <p>1、公司基本情况</p> <p>自1995年创立以来，公司始终坚持以消费者需求为导向，以产品品质为根本，从“插座”这一细分领域开始，不断推动功能、技术与设计的创新，开发出了大批受消费者喜爱的新产品。以创新为灵魂，凭借产品研发、营销、供应链及品牌方面的综合领先优势，公司在多年的发展过程中逐步拓展，形成了电连接、智能电工照明、新能源三大业务板块，围绕民用电工及照明领域形成了长期可持续发展的产业布局。</p> <p>2、公司核心竞争力</p> <p>公司始终秉持“忠信诚和、专业专注”的核心价值观，战略上前瞻布局、战术上卓越运营，综合竞争优势不断增强。</p> <p>（1）产品力：建立了以消费者需求为导向的产品研发创新优势；始终坚持以质取胜的质量理念，形成了有效、系统的质量管理体系和控制体系。</p> <p>（2）营销力：始终顺应消费需求和消费习惯的变化，前瞻性推动渠道变革；安全可靠的品牌美誉度深入人心，时尚、高端、科技的品牌形象不断强化。</p> <p>（3）运营力：供应链高度精益化、自动化、数字化，在品质、效率、成本方面始终保持竞争力；公牛业务管理体系成为驱动业务发展的强大引擎。</p> <p>3、公司发展战略</p> <p>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，以“智能生态”、“新能源”和“国际化”作为业务发展的战略方向，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。</p>

## **(二) 投资者交流主要问题汇总**

### **问题 1: 公司近年来业绩增长的主要驱动力是什么?**

答: 近年来, 公司持续推动创新变革, 主要在以下几方面做了努力, 实现了良性增长: 一是寻找已有业务产品与模式创新的增长机会, 围绕用户深度需求以及趋势变化, 推出了如轨道插座、超薄开关、无叶风扇灯、无主灯等新品, 引领行业发展; 二是在与装修需求相关的产业上, 通过前瞻布局打造时尚产品生态, 在每个品类的拓展过程中有效复制能力, 同时推动渠道综合化变革, 形成了独特的综合竞争优势; 三是积极布局新能源新赛道, 使得公司整体的产业组合具有可持续性, 实现稳健发展。

### **问题 2: 公司主要业务的发展状态与市场竞争力情况如何?**

答: 公司围绕电连接、智能电工照明、新能源三大业务板块形成了前瞻的、可持续的产业布局, 在产品、渠道、品牌、供应链方面的综合领先优势持续增强:

(1) 以转换器为代表的电连接品类面向多元化需求持续创新, 引领安全、科技、时尚的用电风潮, 其中转换器业务在国内具有领先的市场地位;

(2) 智能电工照明业务板块中, 墙壁开关插座市场竞争力、市占率仍在快速提升, 照明、生态型品类处于良性成长阶段;

(3) 新能源业务近几年高速增长, 并在持续构筑技术、渠道、供应链、品牌全方位综合竞争能力, 其中充电品类的市占率稳步提升;

此外, 国际化业务处在系统性地有序推动过程中, 是公司重要的战略方向。

### **问题 3: 公司在未来的渠道策略上, 线上和线下是否有偏好?**

答: 渠道的本质是业务通路, 线上和线下渠道正在互相渗透。公司建立了一体化的全渠道销售模式、统一的价格体系, 推动协同发展, 使自身产品在线上线下均保持良好的市场竞争力。

线下渠道销售模式以经销为主, 公司在民用电工领域内创新性地推行“配送访销”的销售方式, 并持续开展渠道精细化管理, 已建立了覆盖全国城乡、110 多万家终端网点的销售网络。顺应时代及消费趋势的变化, 公司不断推动门店综合化、专卖化升级, 持续夯实渠道运营能力。

线上渠道以直销+经销模式覆盖主流电商平台, 着力将旗舰店打造为品牌宣传窗口, 并积极开展数字化营销。

在线上线下融合的大趋势下, 公司积极推动新零售业务模式建设, 将线上流量引导至终端门店、提升利用率, 通过线下渠道提供优质的安装和售后服务, 更好地响应消费者需求。

### **问题 4: 公司国际化业务开展的方向和策略?**

答: “国际化”是公司战略方向之一。2024 年公司围绕海外业务拓展进行了更加深入的战略洞察, 面向新兴市场国家、发达国家同时进行布局, 逐步构筑本土化能力, 并积极论证多品类在不同市场的潜在业务机会。

	<p>(1) 东南亚等新兴市场：公司将抓住当地家电化和房地产时代机遇，加快推动公牛智能生态业务的本地化，依托国内形成的配送访销、旗舰店等精细化渠道管理能力与经验，积极推动商业模式创新和验证；</p> <p>(2) 发达国家市场：公司聚焦新能源时代发展趋势，围绕用户需求持续丰富产品线，以更加开放的方式整合各类资源要素，推动业务快速发展。</p> <p><b>问题 5：公司未来 3-5 年的战略重点？</b></p> <p>答：公司未来会坚定不移地推进“智能生态”、“新能源”、“国际化”三大战略：在智能生态方面，更加清晰和确定地以智能无主灯为核心，在健康、光效、智能控制和渠道模式方面打造公牛的独特性；“新能源”方面，构建技术领先的综合竞争优势，持续建设分布式的渠道体系，同步布局国内和国外市场；“国际化”方面，系统性地加快推动公牛业务与品牌的海外布局。</p>
<b>附件</b>	无
<b>日期</b>	2025 年 3 月 7 日