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：2026002

投资者关系活动类型	√特定对象调研　√分析师会议　□媒体采访　□业绩说明会 □新闻发布会　□现场参观　√路演活动　□其他
形式	□现场　√电话会议
参与单位名称	中信建投证券、中信证券、华泰证券、长江证券、申万宏源证券、招商证券、广发证券、浙商证券、国泰海通证券、天风证券、国金证券、兴业证券、开源证券、国信证券、中泰证券、光大证券、东方证券、财通证券、华安证券、方正证券、东方财富证券、东北证券、国海证券、华源证券、长城证券、中金公司、中国银河证券、国联民生证券、山西证券、第一上海证券、高盛(中国)证券、瑞银证券、野村东方证券、永赢基金、天弘基金、华商基金、中泰资管、上海明河、路博迈基金、高毅资产、招银理财、工银安盛资产、平安养老保险、华西证券、银河基金、西部证券、Morgan Stanley、Jefferies等（排名不分先后）
时间	2026年10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 财经管理中心负责人 张立伟 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	**（一）2026年前三季度经营情况介绍** 前三季度，公司实现营业收入122.09亿元，归母净利润28.31亿元。公司在外部经营环境不断变化的情况下，积极应对，保持了较行业更好地经营韧性和相对稳健的盈利基础。在公司转型的关键阶段，业绩受外部环境与内部战略投入的共同影响：一方面，原材料高位运行、地产深度调整带来经营挑战；另一方面，我们主动加大对主业及新能源、国际化等新业务的投入，布局长远发展。 前三季度，公司传统业务展现了较好的比较优势，新业务成长趋势良好、能力进一步完善。第一曲线中，电连接业务基本盘保持稳定，嵌入式业务、电动工具、数据中心配电等新业务不断成长；智能电工照明业务依靠产品创新、渠道下沉与深耕、照明等品类的品牌推广巩固竞争力，市场份额仍在提升，同时持续推进智能化、高端化，做好海外产品储备。第二曲线中，新能源充电业务第三季度趋势向好，商用产品线优势持续释放；国际化方面，家装业务已经布局20多个国家，正在进一步搭建经销商网络、完善本土化产品线，储能业务通过收购等方式补齐能力要素，持续搭建海外品牌、渠道和配套生态。 展望全年及不久的未来，公司将坚持既定的战略方向，在维持基本良好的盈利水平状态下，持续加大对国际业务、新能源等领域的投入与资源

	整合，推动新业务逐步从培育期走向收获期。 **（二）投资者交流主要问题汇总** **问题 1、公司如何应对大宗原材料价格可能出现的持续上行？** 答：原材料价格上行对全行业都带来了一定的挑战，公司通过套期保值、内部降本增效、调整产品结构等方式消化了部分原材料价格上涨的影响。后续公司将继续管理各项经营要素，保持盈利水平在合理区间运行，推动高质量经营。 **问题 2、请介绍下公司销售费用投放的规划。** 答：公司销售费用投放以服务长期发展为目标。今年以来，销售费用有所增加，主要投向发展型业务，重点为照明品类。公司以 AI 智能大路灯等产品为抓手，开展品牌投放，进一步提升公牛品牌在照明领域的认知度，强化 AI 健康照明的消费者心智，持续打造照明业务长期竞争力。未来，公司销售费用投放的大方向仍将聚焦发展型业务及面向未来的业务，投放节奏将与公司整体经营以及收入、利润情况相匹配，在推动新业务长期竞争力打造的同时，保持经营质量总体稳健。 **问题 3、国内新能源业务的经营情况如何？** 答：今年前三季度公司新能源业务趋势良好，家用充电桩保持领先地位，商用充电桩扩大领先优势。商用产品方面，公司围绕重卡超充等场景，获得行业首张一级能效充电桩认证，并持续推进高压直挂等技术布局，完善商用超充桩技术能力，提升产品领先性；同时加快面向大 B 端客户的直销能力建设。家用产品方面，公司不断迭代创新，始终保持在第三方品牌中的领先地位。整体来看，公司国内充电业务结构持续优化，商用占比提升，进一步构建了全面发展的能力，同步也在积极规划与布局海外业务。 **问题 4、请介绍下海外家装业务的整体进展情况。** 答：公司海外业务围绕“全品出海、全球到达”战略，坚持长期主义，家装产品线正加快产品准备与渠道拓展。产品方面，公司组建海外墙开产品研发团队，面向二十多个主要国家推进本土化产品开发与认证工作，逐步丰富各国产品体系。渠道方面，公司加快经销商布局，目前业务已渗透二十多个国家地区，并已建立国家代理等渠道合作模式。后续公司将继续聚合内外部资源，坚定不移推动海外家装业务发展。 **问题 5、请介绍公司海外新能源业务情况和对艾伏新能源收购的战略考量。** 答：公司海外新能源业务目前以欧洲市场为主，聚焦户用储能及中小工商业储能等分布式产品。渠道方面，公司以意大利市场为试点，建立安装服务商伙伴关系的新模式，持续推进渠道深耕与布局，并逐步向德国、波兰等市场拓展。产品方面，公司新一代储能产品在 10 月初的意大利展会上获得了很好的市场反馈，随着销售的推进未来将逐步在经营结果中体现。 关于收购艾伏新能源的考量：当前储能行业迭代速度快，公司作为后进入者需具备产品线宽度、供应链成本竞争力、市场和渠道客户、品牌传播等关

	键成功要素。艾伏新能源深耕逆变器领域，在技术研发、产品矩阵及全球市场拓展方面具有长期的积累，将有助于公司加快在储能领域的关键要素布局、快速构建完整价值链，推动海外储能业务快速发展。 **问题 6、照明业务近期的经营情况如何？装饰渠道旗舰店 5.0 的最新进展？** 答：今年前三季度，公司照明业务保持增长态势，实现了市占率提升和逆势增长。公司以健康和智能为核心打造差异化优势，以 AI 大路灯为抓手开展品牌投放和消费者心智建设，对照明全系列产品形成了较好地辐射带动；同时持续推进技术及底层供应链投入，基础款照明产品向全光谱方向升级，沐光及公牛品牌智能照明产品向高端化、全品类方向发展。 公司自 2020 年起持续推进装饰渠道门店迭代演进，目前，旗舰店有效地支撑了照明产品及生活电器等生态品类销售，已成为装饰渠道核心增长引擎之一。5.0 智能旗舰店是在优质门店基础上进一步升级：一方面丰富护眼照明产品体系，突出照明产品场景化展示；另一方面推动产品智能化要素全面升级，将公牛在全屋智能领域的价值推向市场。未来，公司将持续强化旗舰店投入，包括专供款产品策划及门店运营能力提升，并将旗舰店作为渠道门店升级和转型的潜力方向持续探索、有序布局。
附件	无
日期	2026 年 11 月 2 日