

证券代码：300625

证券简称：三雄极光

广东三雄极光照明股份有限公司 投资者关系活动记录表

编号：2024-002

| | | |
|---------------|---|---|
| 投资者关系活动类别 | <input checked="" type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input checked="" type="checkbox"/> 现场参观 | <input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 路演活动 <input type="checkbox"/> 其他（ ） |
| 参与单位名称及人员姓名 | 国泰基金：吴金涛 | |
| 时间 | 2024年2月1日上午10:00 | |
| 地点 | 公司南沙榄核园区会议室 | |
| 上市公司接待人员姓名 | 董事会秘书颜新元 证券事务代表冯海英 | |
| 投资者关系活动主要内容介绍 | <p>一、现场参观</p> <p>首先公司组织投资者参观了公司展厅。</p> <p>二、与投资者沟通交流的主要内容</p> <p>1、公司业务结构以商用照明为主，请问商用照明与家居照明的区别有哪些？</p> <p>答：首先是应用场景不同，商用照明一般用在经营或者公共场所，而家居照明产品用于个人生活空间。不同应用场景对光环境与产品的诉求也是不一样的，商用场所具有较强的公共属性与经营特征，因此对产品品质、性能的稳定性、技术指标的专业要求更高一些；而家居照明的个性化需求更高一些，包括对产品外观偏好、光环境舒适性的感受等，都更加个人化、个性化。</p> | |

其次是消费决策主体不同。家居照明一般是消费者个人根据自己的认知与偏好选择，购买渠道一般是线下零售店或者电商，也有部分通过家装公司或家装设计公司等；而商用照明对产品的选择往往由专业人士决策，评价指标专业、系统，一般都是批量采购甚至通过招投标的形式采购，单次采购量相对较大。

第三，服务内容不同。家居照明一般只是产品的销售，而商用照明尤其是工程项目经常需要厂商提供照明方案设计、售后施工服务、工程调试等全方位的整体照明方案综合服务，综合要求相对更高、更复杂。

公司作为国内商用照明市场的领先者，在综合服务能力、照明方案设计以及产品设计与品质管控方面有非常突出的能力，也得到了专业人士的一致认可；家居照明是公司目前重点发展的业务之一。公司目前商用业务板块在整体营收中的占比接近百分之八十，家居照明类产品在营收中的占比大约是十几个百分点。

2、2021 年公司收入端增速还不错，但是净利率表现不太好，原因是什么？

答：2021 年公司营业收入创历史新高，但净利润表现不好，主要是以下原因：①2021 年公司对恒大应收款 2.09 亿元计提了 80%的坏账准备；②受全球宏观经济影响，当年全球供应链受到很大的冲击，上游大部分原材料价格大幅上涨，芯片供应紧张，给公司造成较大的成本压力，从而导致公司 2021 年增收不增利的经营状况。

3、公司毛利率持续改善的原因？

答：2023 年以来，公司综合毛利率持续改善主要是两方面原因，一方面是上游原材料及主要元器件部分价格下降，为公司实现盈利目标创造了较好的条件；另一方面是公司内部变革持续深入推进，采取了一系列降本增效举措，比如持续进行生

产自动化改造，通过设备及工艺改造提高生产效率；加强产品方案优化、扩大产品平台化研发范围；强化供应商的分级管理并对供应商进行赋能等。

4、公司“1+N”经销商模式介绍？

答：公司以经销模式为主。2021年上半年，公司商用业务板块根据经销商资源禀赋特点推行“1+N”的渠道模式，大力发展各细分行业的经销商，强化公司在重点细分行业的专业化水平与服务能力，提高三雄体系（包括经销商渠道）的市场拓展能力与竞争力。

“1+N”是公司根据经销商的资源禀赋与能力进行的分类，“1”指在区域中综合能力较强、行业覆盖面广的大经销商，“N”指在区域中个别或者部分细分领域拥有较强的资源与能力的经销商或分销商。公司根据现有经销商体系的资源禀赋与能力优势分析，找出公司在区域中的薄弱环节与领域，针对这些薄弱领域重点对外发展具有相对资源优势与竞争实力的细分领域专业经/分销商，补全公司在该区域的短板，提高公司总体行业覆盖与专业竞争能力。

公司商用业务板块按照地域将全国划分为华南、华中、华北、华东、东北、西南、西北等七大片区，根据各区域业务情况下设近60家办事处，协助经销商在当地开拓市场，并提供专业技术服务支持。

5、公司海外收入占比一直较小，这是为什么？

答：公司主要以国内销售为主，出口业务占比较小，2022年出口业务占总营收的0.58%，约1,322.55万元。国内照明产品出口以OEM、ODM模式为主，公司一直坚持自主品牌运营，对海外业务的投入相对较小，目前海外业务在公司整体业务中影响很小。

6、公司未来发展战略是什么？有计划拓展第二成长曲线吗？

| | |
|----------|--|
| | <p>答：根据行业协会的统计数据，我国国内照明行业市场 规模超过2,000亿元，行业集中度仍比较低，公司未来发展战 略将继续专注并深耕大照明行业，在稳固商业照明领域优势 地位的基础上努力提高电商及家居照明业务板块规模，并将 努力实现以下主要发展目标：①成为国内综合实力一流的照 明企业，国内市场自主品牌营收规模进入行业前三；②保持 国内商用照明龙头地位；③培育一批商用照明细分市场冠 军。公司也将根据宏观经济以及照明行业的发展变化，不断 评估与完善公司未来发展战略，更加重视智能照明的发 展，充分挖掘“双碳”环境下照明行业新的机遇。</p> |
| 其他情况说明 | <p>接待过程中，公司接待人员严格按照有关制度规定与来访投资 者进行交流、沟通，没有出现未公开重大信息泄露等情况，同 时已按深圳证券交易所有关规定要求来访人员签署调研《承诺 书》。</p> |
| 附件清单(如有) | 无 |
| 日期 | 2024年2月1日 |