公牛集团股份有限公司

公司代码:603195　　公司简称:公牛集团

2025年度报告摘要

第一节 重要提示

1、本年度报告摘要来自年度报告全文，为全面了解本公司的经营成果、财务状况及未来发展规划，投资者应当到http://www.sse.com.cn网站仔细阅读年度报告全文。

2、本公司董事会及董事、高级管理人员保证年度报告内容的真实性、准确性、完整性，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担个别和连带的法律责任。

3、公司全体董事出席董事会会议。

4、天健会计师事务所(特殊普通合伙)为本公司出具了标准无保留意见的审计报告。

5、董事会决议通过的本报告期利润分配预案或公积金转增股本预案

经天健会计师事务所(特殊普通合伙)审计，公司2025年度实现归属于母公司普通股东净利润4,070,632,747.77元，截至2025年12月31日，母公司累计可供分配利润为3,788,561,204.15元。公司2025年度利润分配方案如下:以实施权益分派股权登记日登记的公司可参与分配的股份为基数，拟向全体股东每10股派发现金红利19元(含税)。

以截至本报告披露报批日公司总股本1,807,909,538股，合计拟派发现金红利3,435,028,122.20元(含税)。

在实施权益分派的股权登记日前公司可参与分配的股份发生变动的，拟维持每股分配比例不变，相应调整分配总额。

本方案尚需公司2025年度股东会审议通过。

截至报告期末，母公司存在未弥补亏损的相关情况及其对公司分红等事项的影响

□适用√不适用

第二节 公司基本情况

1、公司简介

公司股票简况				
股票种类	股票上市交易所	股票简称	股票代码	变更前股票简称
A股	上海证券交易所	公牛集团	603195	/

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	刘圣松	靳晓雪
联系地址	上海市青浦区盈港东路3888号A7号楼	上海市青浦区盈港东路3888号A7号楼
电话	021-33561091	021-33561091
传真	021-33561091	021-33561091
电子信箱	liushengsong@gongniu.cn	jinxx@gongniu.cn

2、报告期公司主要业务简介

1.行业发展阶段与周期性特点

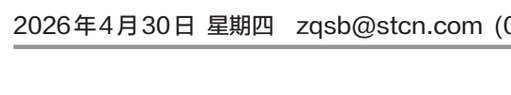
按国家统计局《国民经济行业分类》(GB/T4754—2017)，公司从事的业务所处行业大类为"C38电气机械和器材制造业"，其中转换器、墙壁开关插座和数码配件产品属于"3899其他未列明电气机械及器材制造"小类，LED照明属于"3872照明灯具制造"小类，新能源充电桩/桩属于"3829其他配电及控制设施制造"小类。

随着我国经济结构进一步优化，居民可支配收入和消费水平的不断增长，拉动了家用电器、消费电子、房地产、家装、新能源汽车等行业的持续快速增长，从而带动了电连接、智能电工照明、新能源充储产品市场需求的持续提升。当前，我国已成为世界转换器产品的主要生产基地，墙壁开关插座在我国市场上形成了以民族品牌、国际知名品牌并存的局面；在照明领域，我国已成为世界工厂，产品远销全球绝大部分市场；在新能源汽车领域，我国是世界上最大的新能源汽车生产国、消费国。总体来看，传统的转换器、数码配件电连接产品，及墙壁开关插座、LED电工照明产品已进入产业发展的成熟期，但其中细分品类，如智能生态家居产品，以及新能源产品正处于产业发展的成长期，产业红利持续释放。

电连接，智能电工照明，新能源产品与居民生活密切相关，无明显的行业周期性特征和区域性特征。其中，电连接，智能电工照明中的部分产品受春节期间大部分零售终端网点(如五金店、专业市场等)停业休息以及住宅装修减少等因素影响，第一季度通常成为产品全年销量最小的季节。

2.公司所处的行业地位

公司深耕民用电工领域，始终坚持"专业专注、走远路"的经营理念，自1995年创立以来，逐步形成电连接、智能电工照明、新能源三大主营业务，凭借过硬的产品品质和良好的口碑，公牛品牌的知名度、美誉度不断提升，产品销量领先。报告期内，公司获得了"全国质量检验信得过产品""全国消费者质量信誉保障产品""全国民用电工行业质量领先品牌"等殊荣，公司及全资子公司公牛光电分别荣获浙江省科学技术进步二等奖。



根据行业通数据，2025年公司转换器、墙壁开关插座、新能源汽车充电桩、新能源汽车充电枪产品在天猫市场线上销售排名均为第一。

1.主营业务

报告期内，公司围绕战略目标，专注于电连接、智能电工照明、新能源三大业务。电连接产品主要为转换器(即插座)、数码配件、电动工具、数据中心配电产品等，智能电工照明产品主要包括墙壁开关插座、LED照明(含智能照明)、安全断路器、智能冷霸、智能晾衣机、智能门锁、智能窗帘机等，新能源产品主要为新能源汽车充电桩/枪、家庭储能、工商业储能、户外便携式储能等。

公司坚守"成为国际民用电工行业领导者"的企业愿景，将"为客户提供安全舒适的用电体验"为使命，践行"专业专注、走远路"的发展理念。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、营销模式、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积累，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。

2.经营模式

(1)采购模式：公司的采购业务主要包括铜、银、铝、锡、塑料粒子、纸浆等生产物料采购和IT物资，行政等非生产物料采购两大类。公司确立了以品质为核心的采购策略，通过严格的供应商准入、定期考核及审查机制优选主要供应商，并与主要供应商建立战略合作关系，确保品质与交付。公司在集团层面设立采购共享平台，配备专职人员，通过集中采购、源头供应商直采、参与研发等方式提升议价能力，降低采购成本，监控原材料质量。此外，公司优化完善供应商管理系统，ERP系统，制造执行及仓储管理等系统，加强精益采购管理，不断提升采购效率。

公司集中采购铜、银、铝、锡、塑料粒子、纸浆等大宗原材料，并通过期货套期保值等方式锁定交易价格，降低原材料现货市场价格波动给公司经营带来的不确定性风险。

(2)生产模式：公司采用"市场预测+安全库存"的模式组织生产，以自制为主，部分新品和配套类产品采取OEM生产方式。各工厂负责相应产品和部件的生产组织，在确保产品品质、有效管控成本的前提下保证按时交货。公司持续推进生产模式创新，通过搭建产销均衡体系，不断提高精益化、自动化和数字化水平，坚持技术工艺创新，确保产品品质的同时，逐步提升"订单驱动"的柔性生产模式，降低库存积压损失。

(3)销售模式：公司建立了线下线上一体化的全渠道销售模式。线下渠道销售以经销为主，直销为辅，公司在线下电工领域内创新性地推行线下"集运营"的销售方式，并持续扩展渠道精细化管理，有效提升盈利能力。公司已建立了覆盖全国范围的营销网络，拥有30多个销售分公司、110多万家终端网点的线下销售网络。线上渠道以直销+经销模式覆盖主流电商平台，着力培育细店打造为品牌宣传窗口，积极开展数字化营销，借助各流量入口，实现"站外导流，站内销售"。同时，公司围绕智能电工照明品类，加速B端渠道装企、工程项目的开发与销售力度；围绕新能源相关品类，积极布局B端运营商客户。此外，公司积极拓展家装产品、新能源产品在海外市场的本土化销售能力，加快业务的全球布局。

报告期内公司新增重要非主营业务的说明

□适用√不适用

一、报告期内公司所处行业情况

1.行业发展阶段与周期性特点

按国家统计局《国民经济行业分类》(GB/T4754—2017)，公司从事的业务所处行业大类为"C38电气机械和器材制造业"，其中转换器、墙壁开关插座和数码配件产品属于"3899其他未列明电气机械及器材制造"小类，LED照明属于"3872照明灯具制造"小类，新能源充电桩/桩属于"3829其他配电及控制设施制造"小类。

随着我国经济结构进一步优化，居民可支配收入和消费水平的不断增长，拉动了家用电器、消费电子、房地产、家装、新能源汽车等行业的持续快速增长，从而带动了电连接、智能电工照明、新能源充储产品市场需求的持续提升。当前，我国已成为世界转换器产品的主要生产基地，墙壁开关插座在我国市场上形成了以民族品牌、国际知名品牌并存的局面；在照明领域，我国已成为世界工厂，产品远销全球绝大部分市场；在新能源汽车领域，我国是世界上最大的新能源汽车生产国、消费国。总体来看，传统的转换器、数码配件电连接产品，及墙壁开关插座、LED电工照明产品已进入产业发展的成熟期，但其中细分品类，如智能生态家居产品，以及新能源产品正处于产业发展的成长期，产业红利持续释放。

电连接，智能电工照明，新能源产品与居民生活密切相关，无明显的行业周期性特征和区域性特征。其中，电连接，智能电工照明中的部分产品受春节期间大部分零售终端网点(如五金店、专业市场等)停业休息以及住宅装修减少等因素影响，第一季度通常成为产品全年销量最小的季节。

2.公司所处的行业地位

公司深耕民用电工领域，始终坚持"专业专注、走远路"的经营理念，自1995年创立以来，逐步形成电连接、智能电工照明、新能源三大主营业务，凭借过硬的产品品质和良好的口碑，公牛品牌的知名度、美誉度不断提升，产品销量领先。报告期内，公司获得了"全国质量检验信得过产品""全国消费者质量信誉保障产品""全国民用电工行业质量领先品牌"等殊荣，公司及全资子公司公牛光电分别荣获浙江省科学技术进步二等奖。

报告期内，公司围绕战略目标，专注于电连接、智能电工照明、新能源三大业务。电连接产品主要为转换器(即插座)、数码配件、电动工具、数据中心配电产品等，智能电工照明产品主要包括墙壁开关插座、LED照明(含智能照明)、安全断路器、智能冷霸、智能晾衣机、智能门锁、智能窗帘机等，新能源产品主要为新能源汽车充电桩/枪、家庭储能、工商业储能、户外便携式储能等。

公司坚守"成为国际民用电工行业领导者"的企业愿景，将"为客户提供安全舒适的用电体验"为使命，践行"专业专注、走远路"的发展理念。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、营销模式、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积累，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。

2.经营模式

(1)采购模式：公司的采购业务主要包括铜、银、铝、锡、塑料粒子、纸浆等生产物料采购和IT物资，行政等非生产物料采购两大类。公司确立了以品质为核心的采购策略，通过严格的供应商准入、定期考核及审查机制优选主要供应商，并与主要供应商建立战略合作关系，确保品质与交付。公司在集团层面设立采购共享平台，配备专职人员，通过集中采购、源头供应商直采、参与研发等方式提升议价能力，降低采购成本，监控原材料质量。此外，公司优化完善供应商管理系统，ERP系统，制造执行及仓储管理等系统，加强精益采购管理，不断提升采购效率。

公司集中采购铜、银、铝、锡、塑料粒子、纸浆等大宗原材料，并通过期货套期保值等方式锁定交易价格，降低原材料现货市场价格波动给公司经营带来的不确定性风险。

(2)生产模式：公司采用"市场预测+安全库存"的模式组织生产，以自制为主，部分新品和配套类产品采取OEM生产方式。各工厂负责相应产品和部件的生产组织，在确保产品品质、有效管控成本的前提下保证按时交货。公司持续推进生产模式创新，通过搭建产销均衡体系，不断提高精益化、自动化和数字化水平，坚持技术工艺创新，确保产品品质的同时，逐步提升"订单驱动"的柔性生产模式，降低库存积压损失。

(3)销售模式：公司建立了线下线上一体化的全渠道销售模式。线下渠道销售以经销为主，直销为辅，公司在线下电工领域内创新性地推行线下"集运营"的销售方式，并持续扩展渠道精细化管理，有效提升盈利能力。公司已建立了覆盖全国范围的营销网络，拥有30多个销售分公司、110多万家终端网点的线下销售网络。线上渠道以直销+经销模式覆盖主流电商平台，着力培育细店打造为品牌宣传窗口，积极开展数字化营销，借助各流量入口，实现"站外导流，站内销售"。同时，公司围绕智能电工照明品类，加速B端渠道装企、工程项目的开发与销售力度；围绕新能源相关品类，积极布局B端运营商客户。此外，公司积极拓展家装产品、新能源产品在海外市场的本土化销售能力，加快业务的全球布局。

(4)研发模式：公司坚持"自主研发为主，合作研发为辅"的研发模式，不断提升产品竞争力。公司建立了以市场为导向的研发体系，通过对市场的深入调研，准确把握消费者需求，并结合公司的技术储备，确定研发项目，并通过项目评审、样品评审、试产评审等环节，确保研发项目顺利推进。公司建立了完善的研发管理制度，对研发项目的立项、研发过程、结项等进行规范管理，并通过研发人员的绩效考核，激发研发人员的创新活力。公司与外部研发机构也保持着良好的合作关系，通过产学研合作，不断提升公司的研发实力。

(5)营销模式：公司建立了线下线上一体化的全渠道销售模式。线下渠道销售以经销为主，直销为辅，公司在线下电工领域内创新性地推行线下"集运营"的销售方式，并持续扩展渠道精细化管理，有效提升盈利能力。公司已建立了覆盖全国范围的营销网络，拥有30多个销售分公司、110多万家终端网点的线下销售网络。线上渠道以直销+经销模式覆盖主流电商平台，着力培育细店打造为品牌宣传窗口，积极开展数字化营销，借助各流量入口，实现"站外导流，站内销售"。同时，公司围绕智能电工照明品类，加速B端渠道装企、工程项目的开发与销售力度；围绕新能源相关品类，积极布局B端运营商客户。此外，公司积极拓展家装产品、新能源产品在海外市场的本土化销售能力，加快业务的全球布局。

(6)物流模式：公司建立了以"仓储+配送"为核心的物流管理体系，通过对仓储网络的优化布局，提高物流效率，降低物流成本。公司在全国范围内设立了多个仓储中心，并通过与第三方物流公司合作，实现对全国范围内客户的快速配送。公司还通过信息化手段，对物流过程进行实时监控，确保货物安全、准时送达。

(7)研发模式：公司坚持"自主研发为主，合作研发为辅"的研发模式，不断提升产品竞争力。公司建立了以市场为导向的研发体系，通过对市场的深入调研，准确把握消费者需求，并结合公司的技术储备，确定研发项目，并通过项目评审、样品评审、试产评审等环节，确保研发项目顺利推进。公司建立了完善的研发管理制度，对研发项目的立项、研发过程、结项等进行规范管理，并通过研发人员的绩效考核，激发研发人员的创新活力。公司与外部研发机构也保持着良好的合作关系，通过产学研合作，不断提升公司的研发实力。

(8)采购模式：公司的采购业务主要包括铜、银、铝、锡、塑料粒子、纸浆等生产物料采购和IT物资，行政等非生产物料采购两大类。公司确立了以品质为核心的采购策略，通过严格的供应商准入、定期考核及审查机制优选主要供应商，并与主要供应商建立战略合作关系，确保品质与交付。公司在集团层面设立采购共享平台，配备专职人员，通过集中采购、源头供应商直采、参与研发等方式提升议价能力，降低采购成本，监控原材料质量。此外，公司优化完善供应商管理系统，ERP系统，制造执行及仓储管理等系统，加强精益采购管理，不断提升采购效率。

公司集中采购铜、银、铝、锡、塑料粒子、纸浆等大宗原材料，并通过期货套期保值等方式锁定交易价格，降低原材料现货市场价格波动给公司经营带来的不确定性风险。

(9)销售模式：公司建立了线下线上一体化的全渠道销售模式。线下渠道销售以经销为主，直销为辅，公司在线下电工领域内创新性地推行线下"集运营"的销售方式，并持续扩展渠道精细化管理，有效提升盈利能力。公司已建立了覆盖全国范围的营销网络，拥有30多个销售分公司、110多万家终端网点的线下销售网络。线上渠道以直销+经销模式覆盖主流电商平台，着力培育细店打造为品牌宣传窗口，积极开展数字化营销，借助各流量入口，实现"站外导流，站内销售"。同时，公司围绕智能电工照明品类，加速B端渠道装企、工程项目的开发与销售力度；围绕新能源相关品类，积极布局B端运营商客户。此外，公司积极拓展家装产品、新能源产品在海外市场的本土化销售能力，加快业务的全球布局。

(10)物流模式：公司建立了以"仓储+配送"为核心的物流管理体系，通过对仓储网络的优化布局，提高物流效率，降低物流成本。公司在全国范围内设立了多个仓储中心，并通过与第三方物流公司合作，实现对全国范围内客户的快速配送。公司还通过信息化手段，对物流过程进行实时监控，确保货物安全、准时送达。

(11)研发模式：公司坚持"自主研发为主，合作研发为辅"的研发模式，不断提升产品竞争力。公司建立了以市场为导向的研发体系，通过对市场的深入调研，准确把握消费者需求，并结合公司的技术储备，确定研发项目，并通过项目评审、样品评审、试产评审等环节，确保研发项目顺利推进。公司建立了完善的研发管理制度，对研发项目的立项、研发过程、结项等进行规范管理，并通过研发人员的绩效考核，激发研发人员的创新活力。公司与外部研发机构也保持着良好的合作关系，通过产学研合作，不断提升公司的研发实力。

(12)采购模式：公司的采购业务主要包括铜、银、铝、锡、塑料粒子、纸浆等生产物料采购和IT物资，行政等非生产物料采购两大类。公司确立了以品质为核心的采购策略，通过严格的供应商准入、定期考核及审查机制优选主要供应商，并与主要供应商建立战略合作关系，确保品质与交付。公司在集团层面设立采购共享平台，配备专职人员，通过集中采购、源头供应商直采、参与研发等方式提升议价能力，降低采购成本，监控原材料质量。此外，公司优化完善供应商管理系统，ERP系统，制造执行及仓储管理等系统，加强精益采购管理，不断提升采购效率。

公司集中采购铜、银、铝、锡、塑料粒子、纸浆等大宗原材料，并通过期货套期保值等方式锁定交易价格，降低原材料现货市场价格波动给公司经营带来的不确定性风险。

(13)销售模式：公司建立了线下线上一体化的全渠道销售模式。线下渠道销售以经销为主，直销为辅，公司在线下电工领域内创新性地推行线下"集运营"的销售方式，并持续扩展渠道精细化管理，有效提升盈利能力。公司已建立了覆盖全国范围的营销网络，拥有30多个销售分公司、110多万家终端网点的线下销售网络。线上渠道以直销+经销模式覆盖主流电商平台，着力培育细店打造为品牌宣传窗口，积极开展数字化营销，借助各流量入口，实现"站外导流，站内销售"。同时，公司围绕智能电工照明品类，加速B端渠道装企、工程项目的开发与销售力度；围绕新能源相关品类，积极布局B端运营商客户。此外，公司积极拓展家装产品、新能源产品在海外市场的本土化销售能力，加快业务的全球布局。

(14)物流模式：公司建立了以"仓储+配送"为核心的物流管理体系，通过对仓储网络的优化布局，提高物流效率，降低物流成本。公司在全国范围内设立了多个仓储中心，并通过与第三方物流公司合作，实现对全国范围内客户的快速配送。公司还通过信息化手段，对物流过程进行实时监控，确保货物安全、准时送达。

(15)研发模式：公司坚持"自主研发为主，合作研发为辅"的研发模式，不断提升产品竞争力。公司建立了以市场为导向的研发体系，通过对市场的深入调研，准确把握消费者需求，并结合公司的技术储备，确定研发项目，并通过项目评审、样品评审、试产评审等环节，确保研发项目顺利推进。公司建立了完善的研发管理制度，对研发项目的立项、研发过程、结项等进行规范管理，并通过研发人员的绩效考核，激发研发人员的创新活力。公司与外部研发机构也保持着良好的合作关系，通过产学研合作，不断提升公司的研发实力。

(16)采购模式：公司的采购业务主要包括铜、银、铝、锡、塑料粒子、纸浆等生产物料采购和IT物资，行政等非生产物料采购两大类。公司确立了以品质为核心的采购策略，通过严格的供应商准入、定期考核及审查机制优选主要供应商，并与主要供应商建立战略合作关系，确保品质与交付。公司在集团层面设立采购共享平台，配备专职人员，通过集中采购、源头供应商直采、参与研发等方式提升议价能力，降低采购成本，监控原材料质量。此外，公司优化完善供应商管理系统，ERP系统，制造执行及仓储管理等系统，加强精益采购管理，不断提升采购效率。

公司集中采购铜、银、铝、锡、塑料粒子、纸浆等大宗原材料，并通过期货套期保值等方式锁定交易价格，降低原材料现货市场价格波动给公司经营带来的不确定性风险。

(17)销售模式：公司建立了线下线上一体化的全渠道销售模式。线下渠道销售以经销为主，直销为辅，公司在线下电工领域内创新性地推行线下"集运营"的销售方式，并持续扩展渠道精细化管理，有效提升盈利能力。公司已建立了覆盖全国范围的营销网络，拥有30多个销售分公司、110多万家终端网点的线下销售网络。线上渠道以直销+经销模式覆盖主流电商平台，着力培育细店打造为品牌宣传窗口，积极开展数字化营销，借助各流量入口，实现"站外导流，站内销售"。同时，公司围绕智能电工照明品类，加速B端渠道装企、工程项目的开发与销售力度；围绕新能源相关品类，积极布局B端运营商客户。此外，公司积极拓展家装产品、新能源产品在海外市场的本土化销售能力，加快业务的全球布局。

(18)物流模式：公司建立了以"仓储+配送"为核心的物流管理体系，通过对仓储网络的优化布局，提高物流效率，降低物流成本。公司在全国范围内设立了多个仓储中心，并通过与第三方物流公司合作，实现对全国范围内客户的快速配送。公司还通过信息化手段，对物流过程进行实时监控，确保货物安全、准时送达。

(19)研发模式：公司坚持"自主研发为主，合作研发为辅"的研发模式，不断提升产品竞争力。公司建立了以市场为导向的研发体系，通过对市场的深入调研，准确把握消费者需求，并结合公司的技术储备，确定研发项目，并通过项目评审、样品评审、试产评审等环节，确保研发项目顺利推进。公司建立了完善的研发管理制度，对研发项目的立项、研发过程、结项等进行规范管理，并通过研发人员的绩效考核，激发研发人员的创新活力。公司与外部研发机构也保持着良好的合作关系，通过产学研合作，不断提升公司的研发实力。

(20)采购模式：公司的采购业务主要包括铜、银、铝、锡、塑料粒子、纸浆等生产物料采购和IT物资，行政等非生产物料采购两大类。公司确立了以品质为核心的采购策略，通过严格的供应商准入、定期考核及审查机制优选主要供应商，并与主要供应商建立战略合作关系，确保品质与交付。公司在集团层面设立采购共享平台，配备专职人员，通过集中采购、源头供应商直采、参与研发等方式提升议价能力，降低采购成本，监控原材料质量。此外，公司优化完善供应商管理系统，ERP系统，制造执行及仓储管理等系统，加强精益采购管理，不断提升采购效率。

公司集中采购铜、银、铝、锡、塑料粒子、纸浆等大宗原材料，并通过期货套期保值等方式锁定交易价格，降低原材料现货市场价格波动给公司经营带来的不确定性风险。

(21)销售模式：公司建立了线下线上一体化的全渠道销售模式。线下渠道销售以经销为主，直销为辅，公司在线下电工领域内创新性地推行线下"集运营"的销售方式，并持续扩展渠道精细化管理，有效提升盈利能力。公司已建立了覆盖全国范围的营销网络，拥有30多个销售分公司、110多万家终端网点的线下销售网络。线上渠道以直销+经销模式覆盖主流电商平台，着力培育细店打造为品牌宣传窗口，积极开展数字化营销，借助各流量入口，实现"站外导流，站内销售"。同时，公司围绕智能电工照明品类，加速B端渠道装企、工程项目的开发与销售力度；围绕新能源相关品类，积极布局B端运营商客户。此外，公司积极拓展家装产品、新能源产品在海外市场的本土化销售能力，加快业务的全球布局。

(22)物流模式：公司建立了以"仓储+配送"为核心的物流管理体系，通过对仓储网络的优化布局，提高物流效率，降低物流成本。公司在全国范围内设立了多个仓储中心，并通过与第三方物流公司合作，实现对全国范围内客户的快速配送。公司还通过信息化手段，对物流过程进行实时监控，确保货物安全、准时送达。

(23)研发模式：公司坚持"自主研发为主，合作研发为辅"的研发模式，不断提升产品竞争力。公司建立了以市场为导向的研发体系，通过对市场的深入调研，准确把握消费者需求，并结合公司的技术储备，确定研发项目，并通过项目评审、样品评审、试产评审等环节，确保研发项目顺利推进。公司建立了完善的研发管理制度，对研发项目的立项、研发过程、结项等进行规范管理，并通过研发人员的绩效考核，激发研发人员的创新活力。公司与外部研发机构也保持着良好的合作关系，通过产学研合作，不断提升公司的研发实力。

(24)采购模式：公司的采购业务主要包括铜、银、铝、锡、塑料粒子、纸浆等生产物料采购和IT物资，行政等非生产物料采购两大类。公司确立了以品质为核心的采购策略，通过严格的供应商准入、定期考核及审查机制优选主要供应商，并与主要供应商建立战略合作关系，确保品质与交付。公司在集团层面设立采购共享平台，配备专职人员，通过集中采购、源头供应商直采、参与研发等方式提升议价能力，降低采购成本，监控原材料质量。此外，公司优化完善供应商管理系统，ERP系统，制造执行及仓储管理等系统，加强精益采购管理，不断提升采购效率。

公司集中采购铜、银、铝、锡、塑料粒子、纸浆等大宗原材料，并通过期货套期保值等方式锁定交易价格，降低原材料现货市场价格波动给公司经营带来的不确定性风险。

(25)销售模式：公司建立了线下线上一体化的全渠道销售模式。线下渠道销售以经销为主，直销为辅，公司在线下电工领域内创新性地推行线下"集运营"的销售方式，并持续扩展渠道精细化管理，有效提升盈利能力。公司已建立了覆盖全国范围的营销网络，拥有30多个销售分公司、110多万家终端网点的线下销售网络。线上渠道以直销+经销模式覆盖主流电商平台，着力培育细店打造为品牌宣传窗口，积极开展数字化营销，借助各流量入口，实现"站外导流，站内销售"。同时，公司围绕智能电工照明品类，加速B端渠道装企、工程项目的开发与销售力度；围绕新能源相关品类，积极布局B端运营商客户。此外，公司积极拓展家装产品、新能源产品在海外市场的本土化销售能力，加快业务的全球布局。

(26)物流模式：公司建立了以"仓储+配送"为核心的物流管理体系，通过对仓储网络的优化布局，提高物流效率，降低物流成本。公司在全国范围内设立了多个仓储中心，并通过与第三方物流公司合作，实现对全国范围内客户的快速配送。公司还通过信息化手段，对物流过程进行实时监控，确保货物安全、准时送达。

(27)研发模式：公司坚持"自主研发为主，合作研发为辅"的研发模式，不断提升产品竞争力。公司建立了以市场为导向的研发体系，通过对市场的深入调研，准确把握消费者需求，并结合公司的技术储备，确定研发项目，并通过项目评审、样品评审、试产评审等环节，确保研发项目顺利推进。公司建立了完善的研发管理制度，对研发项目的立项、研发过程、结项等进行规范管理，并通过研发人员的绩效考核，激发研发人员的创新活力。公司与外部研发机构也保持着良好的合作关系，通过产学研合作，不断提升公司的研发实力。

(28)采购模式：公司的采购业务主要包括铜、银、铝、锡、塑料粒子、纸浆等生产物料采购和IT物资，行政等非生产物料采购两大类。公司确立了以品质为核心的采购策略，通过严格的供应商准入、定期考核及审查机制优选主要供应商，并与主要供应商建立战略合作关系，确保品质与交付。公司在集团层面设立采购共享平台，配备专职人员，通过集中采购、源头供应商直采、参与研发等方式提升议价能力，降低采购成本，监控原材料质量。此外，公司优化完善供应商管理系统，ERP系统，制造执行及仓储管理等系统，加强精益采购管理，不断提升采购效率。

公司集中采购铜、银、铝、锡、塑料粒子、纸浆等大宗原材料，并通过期货套期保值等方式锁定交易价格，降低原材料现货市场价格波动给公司经营带来的不确定性风险。

(29)销售模式：公司建立了线下线上一体化的全渠道销售模式。线下渠道销售以经销为主，直销为辅，公司在线下电工领域内创新性地推行线下"集运营"的销售方式，并持续扩展渠道精细化管理，有效提升盈利能力。公司已建立了覆盖全国范围的营销网络，拥有30多个销售分公司、110多万家终端网点的线下销售网络。线上渠道以直销+经销模式覆盖主流电商平台，着力培育细店打造为品牌宣传窗口，积极开展数字化营销，借助各流量入口，实现"站外导流，站内销售"。同时，公司围绕智能电工照明品类，加速B端渠道装企、工程项目的开发与销售力度；围绕新能源相关品类，积极布局B端运营商客户。此外，公司积极拓展家装产品、新能源产品在海外市场的本土化销售能力，加快业务的全球布局。

(30)物流模式：公司建立了以"仓储+配送"为核心的物流管理体系，通过对仓储网络的优化布局，提高物流效率，降低物流成本。公司在全国范围内设立了多个仓储中心，并通过与第三方物流公司合作，实现对全国范围内客户的快速配送。公司还通过信息化手段，对物流过程进行实时监控，确保货物安全、准时送达。

(31)研发模式：公司坚持"自主研发为主，合作研发为辅"的研发模式，不断提升产品竞争力。公司建立了以市场为导向的研发体系，通过对市场的深入调研，准确把握消费者需求，并结合公司的技术储备，确定研发项目，并通过项目评审、样品评审、试产评审等环节，确保研发项目顺利推进。公司建立了完善的研发管理制度，对研发项目的立项、研发过程、结项等进行规范管理，并通过研发人员的绩效考核，激发研发人员的创新活力。公司与外部研发机构也保持着良好的合作关系，通过产学研合作，不断提升公司的研发实力。

(32)采购模式：公司的采购业务主要包括铜、银、铝、锡、塑料粒子、纸浆等生产物料采购和IT物资，行政等非生产物料采购两大类。公司确立了以品质为核心的采购策略，通过严格的供应商准入、定期考核及审查机制优选主要供应商，并与主要供应商建立战略合作关系，确保品质与交付。公司在集团层面设立采购共享平台，配备专职人员，通过集中采购、源头供应商直采、参与研发等方式提升议价能力，降低采购成本，监控原材料质量。此外，公司优化完善供应商管理系统，ERP系统，制造执行及仓储管理等系统，加强精益采购管理，不断提升采购效率。

公司集中采购铜、银、铝、锡、塑料粒子、纸浆等大宗原材料，并通过期货套期保值等方式锁定交易价格，降低原材料现货市场价格波动给公司经营带来的不确定性风险。

(33)销售模式：公司建立了线下线上一体化的全渠道销售模式。线下渠道销售以经销为主，直销为辅，公司在线下电工领域内创新性地推行线下"集运营"的销售方式，并持续扩展渠道精细化管理，有效提升盈利能力。公司已建立了覆盖全国范围的营销网络，拥有30多个销售分公司、110多万家终端网点的线下销售网络。线上渠道以直销+经销模式覆盖主流电商平台，着力培育细店打造为品牌宣传窗口，积极开展数字化营销，借助各流量入口，实现"站外导流，站内销售"。同时，公司围绕智能电工照明品类，加速B端渠道装企、工程项目的开发与销售力度；围绕新能源相关品类，积极布局B端运营商客户。此外，公司积极拓展家装产品、新能源产品在海外市场的本土化销售能力，加快业务的全球布局。

(34)物流模式：公司建立了以"仓储+配送"为核心的物流管理体系，通过对仓储网络的优化布局，提高物流效率，降低物流成本。公司在全国范围内设立了多个仓储中心，并通过与第三方物流公司合作，实现对全国范围内客户的快速配送。公司还通过信息化手段，对物流过程进行实时监控，确保货物安全、准时送达。

(35)研发模式：公司坚持"自主研发为主，合作研发为辅"的研发模式，不断提升产品竞争力。公司建立了以市场为导向的研发体系，通过对市场的深入调研，准确把握消费者需求，并结合公司的技术储备，确定研发项目，并通过项目评审、样品评审、试产评审等环节，确保研发项目顺利推进。公司建立了完善的研发管理制度，对研发项目的立项、研发过程、结项等进行规范管理，并通过研发人员的绩效考核，激发研发人员的创新活力。公司与外部研发机构也保持着良好的合作关系，通过产学研合作，不断提升公司的研发实力。

(36)采购模式：公司的采购业务主要包括铜、银、铝、锡、塑料粒子、纸浆等生产物料采购和IT物资，行政等非生产物料采购两大类。公司确立了以品质为核心的采购策略，通过严格的供应商准入、定期考核及审查机制优选主要供应商，并与主要供应商建立战略合作关系，确保品质与交付。公司在集团层面设立采购共享平台，配备专职人员，通过集中采购、源头供应商直采、参与研发等方式提升议价能力，降低采购成本，监控原材料质量。此外，公司优化完善供应商管理系统，ERP系统，制造执行及仓储管理等系统，加强精益采购管理，不断提升采购效率。

公司集中采购铜、银、铝、锡、塑料粒子、纸浆等大宗原材料，并通过期货套期保值等方式锁定交易价格，降低原材料现货市场价格波动给公司经营带来的不确定性风险。

(37)销售模式：公司建立了线下线上一体化的全渠道销售模式。线下渠道销售以经销为主，直销为辅，公司在线下电工领域内创新性地推行线下"集运营"的销售方式，并持续扩展渠道精细化管理，有效提升盈利能力。公司已建立了覆盖全国范围的营销网络，拥有30多个销售分公司、110多万家终端网点的线下销售网络。线上渠道以直销+经销模式覆盖主流电商平台，着力培育细店打造为品牌宣传窗口，积极开展数字化营销，借助各流量入口，实现"站外导流，站内销售"。同时，公司围绕智能电工照明品类，加速B端渠道装企、工程项目的开发与销售力度；围绕新能源相关品类，积极布局B端运营商客户。此外，公司积极拓展家装产品、新能源产品在海外市场的本土化销售能力，加快业务的全球布局。

(38)物流模式：公司建立了以"仓储+配送"为核心的物流管理体系，通过对仓储网络的优化布局，提高物流效率，降低物流成本。公司在全国范围内设立了多个仓储中心，并通过与第三方物流公司合作，实现对全国范围内客户的快速配送。公司还通过信息化手段，对物流过程进行实时监控，确保货物安全、准时送达。

(39)研发模式：公司坚持"自主研发为主，合作研发为辅"的研发模式，不断提升产品竞争力。公司建立了以市场为导向的研发体系，通过对市场的深入调研，准确把握消费者需求，并结合公司的技术储备，确定研发项目，并通过项目评审、样品评审、试产评审等环节，确保研发项目顺利推进。公司建立了完善的研发管理制度，对研发项目的立项、研发过程、结项等进行规范管理，并通过研发人员的绩效考核，激发研发人员的创新活力。公司与外部研发机构也保持着良好的合作关系，通过产学研合作，不断提升公司的研发实力。

(40)采购模式：公司的采购业务主要包括铜、银、铝、锡、塑料粒子、纸浆等生产物料采购和IT物资，行政等非生产物料采购两大类。公司确立了以品质为核心的采购策略，通过严格的供应商准入、定期考核及审查机制优选主要供应商，并与主要供应商建立战略合作关系，确保品质与交付。公司在集团层面设立采购共享平台，配备专职人员，通过集中采购、源头供应商直采、参与研发等方式提升议价能力，降低采购成本，监控原材料质量。此外，公司优化完善供应商管理系统，ERP系统，制造执行及仓储管理等系统，加强精益采购管理，不断提升采购效率。

公司集中采购铜、银、铝、锡、塑料粒子、纸浆等大宗原材料，并通过期货套期保值等方式锁定交易价格，降低原材料现货市场价格波动给公司经营带来的不确定性风险。

(41)销售模式：公司建立了线下线上一体化的全渠道销售模式。线下渠道销售以经销为主，直销为辅，公司在线下电工领域内创新性地推行线下"集运营"的销售方式，并持续扩展渠道精细化管理，有效提升盈利能力。公司已建立了覆盖全国范围的营销网络，拥有30多个销售分公司、110多万家终端网点的线下销售网络。线上渠道以直销+经销模式覆盖主流电商平台，着力培育细店打造为品牌宣传窗口，积极开展数字化营销，借助各流量入口，实现"站外导流，站内销售"。同时，公司围绕智能电工照明品类，加速B端渠道装企、工程项目的开发与销售力度；围绕新能源相关品类，积极布局B端运营商客户。此外，公司积极拓展家装产品、新能源产品在海外市场的本土化销售能力，加快业务的全球布局。

(42)物流模式：公司建立了以"仓储+配送"为核心的物流管理体系，通过对仓储网络的优化布局，提高物流效率，降低物流成本。公司在全国范围内设立了多个仓储中心，并通过与第三方物流公司合作，实现对全国范围内客户的快速配送。公司还通过信息化手段，对物流过程进行实时监控，确保货物安全、准时送达。

(43)研发模式：公司坚持"自主研发为主，合作研发为辅"的研发模式，不断提升产品竞争力。公司建立了以市场为导向的研发体系，通过对市场的深入调研，准确把握消费者需求，并结合公司的技术储备，确定研发项目，并通过项目评审、样品评审、试产