

(上接28版)

二、公司历史沿革及改制重组情况
(一)公司设立方式
公牛集团是由公牛有限以整体变更方式设立的股份有限公司。
2017年12月8日,公牛有限股东会通过决议,同意以2017年8月31日为改制基准日,整体变更为股份有限公司;确认将经审计的净资产754,189,432.77元折合公司股份540,000,000股,每股面值人民币1元,其余214,189,432.77元计入公司的资本公积。

2017年12月23日,公牛集团召开创立大会,创立大会一致同意整体变更设立股份公司。

2017年12月27日,公牛集团完成了本次整体变更设立股份公司的工商变更登记,并领取了新的《营业执照》统一社会信用代码:91330282671205242Y)。

(二)发起人及其投入的资产内容

发行人的发起人共10名,其中自然人发起人共三名,分别为阮立平、阮学平、孙荣飞;法人发起人共两名,分别为良机实业、晓舟投资;有限合伙企业发起人共五名,分别为高领道盈、鼈牌投资、德元投资、伯乐投资和齐源宝。2017年12月27日,发行人整体变更设立股份公司,将截至2017年8月31日经审计的净资产754,189,432.77元折合股份540,000,000股,每股面值人民币1元,其余214,189,432.77元计入公司的资本公积。

三、有关股本的情况

(一)本次发行前后股本结构变动情况

本次发行前,公司总股本为54,000万股,本次拟发行股数不超过6,000万股,占发行后总股本不低于10%。假设公司本次发行6,000万股新股,则发行前后公司的股本结构如下:

序号	股东名称	发行前 持股数量(股)	持股比例	发行后 持股数量(股)	持股比例
1	良机实业	324,000,000	60%	324,000,000	54%
2	阮立平	96,864,199	17.938%	96,864,199	16.144%
3	阮学平	96,864,199	17.938%	96,864,199	16.144%
4	高领道盈	12,067,042	2.235%	12,067,042	2.011%
5	鼈牌投资	4,072,954	0.754%	4,072,954	0.679%
6	德元投资	1,787,442	0.331%	1,787,442	0.298%
7	晓舟投资	1,508,385	0.279%	1,508,385	0.251%
8	伯乐投资	1,357,544	0.251%	1,357,544	0.226%
9	齐源宝	1,025,712	0.190%	1,025,712	0.171%
10	孙荣飞	452,523	0.084%	452,523	0.076%
11	社会公众股	-	-	60,000,000	10%
合计		540,000,000	100.00%	600,000,000	100.00%

本次发行前各股东的流通及锁定安排请参见《第一节 重大事项提示》之“二、股份流通限制及自愿锁定的承诺”。

(二)发起人的持股情况

股份公司设立时,各发起人的持股情况如下:

序号	股东名称	持股数量(股)	持股比例
1	良机实业	324,000,000	60%
2	阮立平	96,864,199	17.938%
3	阮学平	96,864,199	17.938%
4	高领道盈	12,067,042	2.235%
5	鼈牌投资	4,072,954	0.754%
6	德元投资	1,787,442	0.331%
7	晓舟投资	1,508,385	0.279%
8	伯乐投资	1,357,544	0.251%
9	齐源宝	1,025,712	0.190%
10	孙荣飞	452,523	0.084%
合计		540,000,000	100.00%

(三)前十名股东情况

本次发行前,发行人共有十名股东,分别为良机实业、阮立平、阮学平、高领道盈、鼈牌投资、德元投资、晓舟投资、伯乐投资、齐源宝、孙荣飞,其持股情况请参见前述“一、本次发行前后股本结构变动情况”。

(四)前十名自然人股东

发行人共有三名自然人股东,分别为阮立平、阮学平、孙荣飞,其持股情况请参见前述“一、本次发行前后股本结构变动情况”。

(五)发行人股本中国有股及外资股情况

发行人股本中不存在国有股及外资股。

(六)发行人的发起人、控股股东和主要股东之间的关联关系
发行人自然人股东阮立平、阮学平系兄弟关系,两人分别直接持有发行人发行前17.938%股权。

阮立平、阮学平分别持有良机实业50%股权,良机实业为发行人控股股东,持有发行人发行前60%股权。

阮立平、阮学平通过德今投资间接持有鼈牌投资0.01%出资额,德今投资系两人各持有50%股权之企业。鼈牌投资持有发行人发行前0.754%股权,其执行事务合伙人为德今投资。除德今投资外,鼈牌投资其余合伙人为阮亚平、阮小平、阮幼平,与阮立平、阮学平均系兄弟姐妹关系,阮亚平、阮小平、阮幼平通过鼈牌投资间接持有发行人发行前0.028%股权;潘晓峰系阮立平妻子潘晓飞之姐,间接持有发行人发行前0.011%股权;蔡映峰系潘晓飞之配偶,间接持有发行人发行前0.028%股权;虞仲灿系阮学平妻子孙小平的姐姐孙幼平之配偶,间接持有发行人发行前0.022%股权。

齐源宝持有发行人发行前0.190%股权,其执行事务合伙人为朱赴宁,朱赴宁系阮立平之女婿。除朱赴宁外,齐源宝其余合伙人为阮舒泓、乱宁李豪,其中阮舒泓系阮立平之女、朱赴宁之妻,乱宁李豪为朱赴宁、阮舒泓分别持股68%、32%之企业。朱赴宁、阮舒泓通过齐源宝及乱宁李豪分别间接持有发行人发行前0.129%、0.061%股权。

四、发行人主营业务情况

(一)发行人主营业务、主要产品及其用途

公司专注于以转换器、墙壁开关插座为核心的民用电工产品的研发、生产和销售,主要包括转换器、墙壁开关插座、LED照明、数码配件等电源连接和用电延伸性产品,广泛应用于家庭、办公等用电场合。

自1995年创立以来,公牛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,并在多年的发展过程中逐步拓展,形成了“安全插座”、“装饰开关”、“双眼LED灯”、“数码精品”等品类定位鲜明、可持续发展的业务组合,公牛“已成为一个家喻户晓的公众品牌”。

公司自设立至今,一直专注于民用电工领域,主营业务未发生重大变化。

(二)产品销售方式和渠道

公司销售模式以经销为主、直销为辅,建立了覆盖全国31个省、直辖市及自治区的全国性销售网络。此外,公司近年来也积极拓展海外市场,加快全球布局。

公司设立了联合营销中心,其下设的五金渠道、专业渠道、数码渠道、电商渠道等分别负责各自渠道的经销业务,上海公牛和慈溪公牛负责电商、商超和上海线下直销等直销业务,而海外业务部负责境外OEM、境外自主品牌和跨境电商等境外直销业务。

报告期内,公司根据市场需求变化不断完善和优化销售渠道,销售模式一直以经销为主,不存在重大变化。

1.经销销售

经销是公司最主要的销售渠道和模式,2016年、2017年、2018年和2019年1-6月,经销收入占主营业务收入比重分别为86.09%、84.81%、84.76%和86.41%,总体保持稳定。

①经销模式概况

公司建立了扁平化经销体系,对经销商实行买断式销售。公司经销体系包括转换器、墙壁开关插座、数码配件三大线下经销体系和线上经销体系,在三大线下体系内实行分区域独家经销。公司线下和线上经销商均向公司买断式购入经销产品,线下经销商将产品销售给终端渠道,终端渠道再将产品销售给消费者;线上经销商则通过电商等线上渠道将产品直接销售给消费者。

公司的经销模式运行图如下:



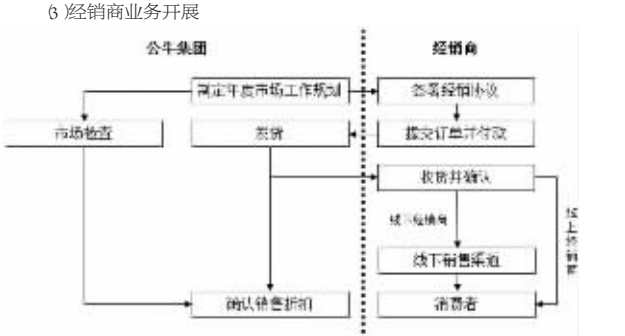
②经销商基本情况

经过长期的渠道建设和优化完善,公司逐步形成了一批合作关系稳定、市场开拓能力良好的经销商。报告期内,公司经销商数量情况如下:

分类	2019年 6月30日	2018年 12月31日	2017年 12月31日	2016年 12月31日
转换器经销商	472	477	453	439
墙壁开关插座经销商	1,569	1,525	1,541	1,580
数码配件经销商	379	373	413	-
线上经销商	67	63	62	35
线下经销商	154	165	402	141
合计经销商数量	2,333	2,273	2,067	1,913

注1:上表中三大产品线的经销商是基于公司分区域独家经销的政策,按经销单元划分的各产品线的经销商数量,因此,由于部分经销商为公共经销商,即可能兼营转换器、墙壁开关插座和数码配件三类产品中的两类或三类,或可能兼营线上和线下经销,所以,按经销单元划分的经销商数量合计数,需扣除重复经营而导致重复的数量,从而得到与公司存在经销关系的经销商总数。

注2:截至2019年6月末,公司LED照明产品按替换式产品(如球泡灯)和装修阶段购置类产品(如筒灯、灯带),分别划入转换器和墙壁开关插座两条产品线的经销系统,由相应产品线的经销商进行同步经销。



对于公司与经销商之间的业务开展,公司每年基于市场调研对市场环境进行充分评估,从而合理、审慎的进行市场需求预测和目标制定,并据此制定经销商年度市场工作规划及统一的年度销售政策。公司通常定期对经销商年度市场工作规划的完成情况进行考核,并根据考核结果和既定销售政策确定给予经销商的销售折扣和其他奖惩措施。

对于经销商与渠道客户之间的业务开展,经销商在收到渠道客户订单后,安排送货或由渠道客户自取货物并结算,并由渠道客户完成面向最终消费者的销售。同时,转换器经销商、数码配件经销商普遍采用配送访销的模式进行面向渠道客户的销售。为了鼓励经销商开发更多的客户,公司对其市场拜访开发情况进行考核和激励。线上经销商则通过电子商务平台开设的网店直接向最终消费者进行销售。

2.直销销售

公司直销主要包括电商直销和线下直销,其中,线下直销主要包括商超渠道和上海区域线下直销。

①电商直销

公司顺应消费者购买方式多样化的趋势,积极开拓电商新渠道,实行线上线下产品适度区隔,确保不发生冲突的情况下加强公司产品品牌的推广,建设立体化的渠道体系。

目前,公司主要电商直销模式包括:

①通过天猫、京东、淘宝等电商平台开设由公司直接运营的公牛天猫旗舰店、公牛京东旗舰店、公牛淘宝企业店铺等,进行直接面向终端消费者的销售,直接客户为终端消费者。

②通过京东自营、阿里巴巴、天猫超市等平台进行销售,公司的直接客户为京东和阿里巴巴等。

除以上直销模式以外,公司电商业务也采取线上经销的模式同步开展,选择行业领先的电子商务经销企业开展合作。

报告期内,公司电商渠道建设卓有成效,电商直销销售收入快速增长,销售规模于2016年的34,629.83万元增长至2018年的83,397.56万元,三年复合增长率为55.19%。

②线下直销

①商超渠道

针对家乐福、大润发、沃尔玛、麦德龙等全国连锁商超,由公司统一与其开展业务合作,提高公司品牌覆盖率。

②上海线下直销

上海作为紧邻公司总部的一线发达市场,公司希望将其打造为产品形象展示和销售服务的窗口,因此,在上海区域采取线下直销的模式开展业务,以上海区域作为新品首发上市,营销新模式试行的试验基地。

③其他

线下直销中的“其他”主要包括公司少量的一次性销售,以及由于部分OEM客户位于境内的采购主体向公司采购商品而取得的少量收入。

3.外销销售

公司外销以境外OEM业务为主,产品销售给境外品牌厂商或其贸易商。同时,近年来公司积极加快境外自主品牌业务的开拓。

(三)发行人所需的主要原材料

公司生产所需要的原材料主要为塑料、铜材、五金件、组件等,原材料采购价格和铜和铝等大宗商品价格存在一定相关性。

(四)行业竞争情况以及发行人在行业中的竞争地位

1.行业竞争情况

①转换器

中国已成为世界转换器产品的主要生产基地。在国内转换器市场上,以本公司为代表的国内厂商通过自主研发和渠道建设新具备了较强的市场竞争力,在与诸多国际电工品牌的总体市场份额竞争中取得了优势。此外,国内企业生产的转换器产品也已销往欧洲、东南亚、美国、中东、非洲等世界各个地区。

根据《中国电器工业年鉴2015版》,中国电器工业协会电器附件及家用控制器分会2014年对全国家用开关、插座插座等电器附件产品部分生产企业进行了调查,统计了2014年各类指标排名前十名的企业,公牛集团产品销售收入排名第一。另根据中国质量认证中心的查询结果,截至2018年7月末,转换器行业约有400余家制造商的产品通过3C认证,经统计,本公司是行业内拥有转换器产品3C认证证书最多的企业。2018年11月,公司转换器产品(移动插座)被工信部和中国电器工业协会确定为制造业单项冠军产品。

根据情报通所提供数据,2018年本公司转换器产品天猫市场占有率情况如下:

产品类别	本公司转换器 天猫线上销售排名	本公司转换器 天猫市场占有率
转换器	1	66.39%

注:此处,转换器在情报通对应的产品类别为“电子/电工-接线板/插头-接线板”。

报告期内,在国内市场上与本公司转换器产品有竞争关系的主要品牌情况如下:

国外品牌	国内品牌
飞利浦 Philips	小米

②墙壁开关插座

墙壁开关插座一般是指安装在墙壁上使用的电器开关、插座,用来接通和断开电路,以及控制照明灯的控制。墙壁开关插座行业参与者众多,在中国市场上形成了民族品牌、国际知名品牌并存的局面。以本公司为代表的本土企业不断提升技术水平与产品品质,获得了较好的发展。

根据中国质量认证中心的查询结果,截至2018年7月末,墙壁开关插座行业约有1,400余家制造商的产品通过3C认证。根据情报通所提供数据,2018年本公司墙壁开关插座产品天猫市场占有率情况如下:

产品类别	本公司墙壁开关插座天猫市场占有率
墙壁开关插座	26.08%

注:此处,墙壁开关插座在情报通对应的产品类别为“电子/电工-开关”和“电子/电工-插座”。

报告期内,在国内市场上与本公司墙壁开关插座产品有竞争关系的主要品牌情况如下:

国外品牌	国内品牌
西门子公司 Siemens	正泰
施耐德 Schneider	德力西
罗格朗 Legrand	阳光
西蒙 Simon	飞雕
松下 Panasonic	鸿雁

③LED照明行业

我国是照明电器产品的世界工厂,产品远销220个国家和地区,国内照明市场占到全球照明市场的20%以上。我国的照明电器行业生产企业主要分布在东南沿海的江浙闽粤沪等地,即长三角、珠三角、闽三角三大区域,行业内参与者以民营企业为主,整体产业集中度不高。

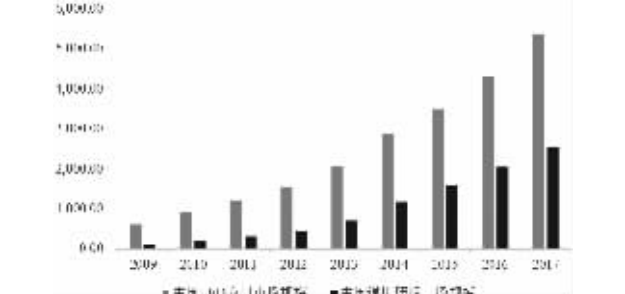
我国照明电器行业目前正处于由传统照明向LED照明深化发展的转型升级阶段。LED照明相对于传统照明性能优势突出,且我国于2011年11月1日公布了《中国逐步淘汰白炽灯路线图》,逐步禁止进口和销售普通照明白炽灯,政策推动和市场选择的双重因素推动了LED照明行业近年来的快速发展。

图:中国逐步淘汰白炽灯路线图



根据Wind和国家半导体照明工程研发及产业联盟发布的数据,2017年中国LED应用市场规模达55,343.00亿元,其中通用照明规模占比为47.70%,约为2,548.61亿元。2009年至2017年间,LED通用照明市场规模年均复合增长率高达54.62%。

图:中国LED通用照明市场规模 单位:亿元)



数据来源:Wind、国家半导体照明工程研发及产业联盟
本公司于2014年进入LED照明领域,报告期内该项业务从导入期进入高速增长阶段。在国内市场上与本公司LED照明产品有竞争关系的主要品牌基本情况如下:

国外品牌	国内品牌
飞利浦 Philips	欧普
欧司朗 Osram	雷士
松下 Panasonic	三雄极光
	云米特
	木林森

④数码配件行业

近年来以智能手机为代表的消费电子产业快速增长,带来了移动电源、数据线等数码配件产品的巨大需求。但与转换器、墙壁开关插座和LED照明行业相比,国内数码配件行业仍处于前期导入和快速成长阶段,产品行业标准制定较晚或无对应标准,竞争对手众多,尚未出现具有明显规模和品牌优势的企业,市场中度相对偏低。

此外,受近年来多起移动电源自燃等安全事件的影响,消费者对数码配件产品的品质愈加关注。在这样的背景下,随着数码配件产品的行业标准的实施与建立,行业的进入门槛将逐步提升,一贯注重产品品质的企业将获得重要发展机会,如移动电源国家标准GB/T 35590-2017《信息技术便携式数字设备用移动电源通用规范》于2018年7月1日起实施,本公司被工信部直属机构中国电子技术标准化研究院列入首批符合该标准的移动电源企业名单。

本公司于2016年推出数码配件产品,目前该业务仍处于前期培育阶段。报告期内,在国内市场上与本公司产品有竞争关系的主要品牌包括小米、华为、品胜等国产品牌。

2.发行人在行业中的竞争地位

①竞争优势

公牛“自创立以来,始终坚持以消费者需求为导向,以产品品质为根本,通过产品研发、品质管控、渠道开拓、营销推广与供应链建设等方面持续的、全方位的创新与变革,逐步形成了较强的综合性竞争优势”。

①建立了以消费者需求为导向的产品研发创新优势,产品不断推陈出新。长期以来,公司十分重视消费者需求研究、产品策划与产品研发创新工作,始终坚持以提升消费者使用体验作为产品研发创新的首要目标。公司拥有一支近百人的产品策划与工业设计团队,专职负责市场调研、客户访谈、需求洞察、产品概念创意、工业设计工作,构建了突出的产品策划与工业设计能力。同时,公司还为每类产品业务设有专门从事前瞻性研究,设立了品牌与产品策划中心,并在上海和慈溪两地设立了专门从事前瞻性基础研究的研究机构,形成了前瞻性研究、产品策划、研发三位一体的产品创新体系和强大的技术队伍。截至2019年6月30日,公司拥有各类技术人员1,382人。

借助对消费者需求的深刻洞察与前瞻性研究,公司创新应用各种新技术、新材料与新工艺,并通过持续不断的微创新叠加,推出了一大批设计、外观、技术、性能等方面充满特点的产品。在转换器领域,公司创立之初即创新研发出插座专用按压力开关,凭借不易损坏的高可靠性取代了业内原先普遍使用的翘板式开关,至今仍为行业沿用,同时具有抗电涌、防雷、防脱、儿童保护、抗电磁干扰、防雨淋、强电磁结合、智能WiFi控制等功能与特色的新产品也不断面市,持续满足消费者日益升级的使用需求;在墙壁开关插座领域,突破了装饰面板处理技术和装饰开关产业化的壁垒,将装饰类产品成功推向大众,先后推出了铜镁合金、高富磁能、双色注塑、幻影纹理、水晶系列等一系列受消费者欢迎的创新产品。在LED照明、数码配件两个新兴进入的业务领域,公司也秉承新理念,推出了防闪烁LED灯和无线充电器等数码类配件系列产品,并不断丰富产品线,产品竞争力不断增强。

目前公司在售产品中,转换器达41大系列、2,800多个品种,墙壁开关插座达33大系列,超过3,000个品种,覆盖了各类基础功能产品和各类特色功能定位的产品;新进入的LED照明包括19大系列、200多个品种,数码配件包括8大系列,超过200个品种。

报告期内,公司产品多次获得红星奖、iF产品奖、红点设计大奖等国内外工业设计奖项,报告期初至本招股意向书签署日,公司主要产品设计类奖项的获奖情况如下:

序号	奖项	时间	具体获奖产品
1	2016年中国设计红星奖	2016年	插座固定器
2	2016年中国设计红星奖	2016年	多国国际转换器
3	2016年中国设计红星奖	2016年	防雨淋插座
4	2016年中国设计红星奖	2016年	公牛USB充电电子
5	2016年中国设计红星奖	2016年	公牛防触电插座
6	2016年中国设计红星奖	2016年	雪花转换器
7	iF DESIGN AWARD 2016	2016年	防雨淋插座
8	2017年中国设计红星奖	2017年	易用定时器
9	2017年中国设计红星奖	2017年	智立方插座
10	2017年中国设计红星奖	2017年	G28联动开关
11	2017年中国设计红星奖	2017年	LED灯带
12	iF DESIGN AWARD 2017	2017年	车载充电器
13	iF DESIGN AWARD 2017	2017年	魔方插座
14	iF DESIGN AWARD 2018	2018年	数显车充
15	iF DESIGN AWARD 2018	2018年	公牛p2变压器
16	红点奖	2018年	无线充电器
17	2018年中国设计红星奖	2018年	公牛迷你线盘
18	2018年中国设计红星奖	2018年	收纳插座
19	2018年中国设计红星奖	2018年	公牛p2变压器
20	iF DESIGN AWARD 2019	2019年	公牛定时插座器 GND-3
21	iF DESIGN AWARD 2019	2019年	收纳插座
22	iF DESIGN AWARD 2019	2019年	智能开关

同时,公司还取得了大量的知识产权成果,目前拥有专利技术800多项,其中发明专利60多项。公司多年来参与起草国家标准、行业标准 and 团体标准,40多项是中国电器工业协会电器附件及家用控制器分会副理事长单位,全国电器附件标准化技术委员会副主任委员单位,也是行业第一家承担“浙江制造”标准起草并取得认证的会员企业。

②始终坚持以取胜的质量理念,形成了有效、系统的质量管理体系

公司在创立初期,从一开始即致力于制造高品质插座,坚持高标准、严要求,以此在市场上逐步建立起了公牛良好品牌的市场形象和口碑。随着业务的发展,公司质量的要求也不断升级,制造“安全”的插座成为新的产品定位和质量追求,以质取胜的质量理念在公司内部深入人心。

公司持续加大质量管理投入,在原材料选用、采购、研发及生产过程控制、产品检测、售后服务等方面都严格按照国家标准、相关法律法规及企业标准要求执行,建立了产品策划—产品认证—采购—批量生产—售后全制程、完善的质量管理体系。为确保质量管理体系的高效运行,公司配备了700余名从事质量管理、实验测试、检验分析及品管的专职人员,配置了2,000余台实验及生产自动化检测设备,建立了7个行业内高标准检测实验室,相关实验室获得CNAS国家实验室认证、美国UL WTPD实验室认证以及CCC、VDE、UL、NF、CE等相关产品认证,为产品质量管控提供了坚实的资源保证。经过长期积淀,公司已形成了有效、系统的质量管理体系,通过了ISO9001:2014和ISO14001:2015管理体系认证,并先后获得了“全国质量稳定合格产品”、“质量可信产品”、“中国出口质量安全示范企业”、“浙江名牌产品”、“宁波市市长质量奖”等20多项优质奖项。

③依托覆盖全国城乡、近100万家网点的线下实体营销网络和专业的线上电商营销网络,在民用电工领域形成了线下、线上协同发展的强大营销体系。公司在民用电工领域内创新性地推行“配送访销”的销售模式,将制造业与服务业相融合,通过对经销商的培训、支持和售后服务,组织全国经销商在其经销区域内,配置专用车辆,配备专业的上门服务人员,按照网点布局及既定线路,定期开展配送、送货、售后服务及销售。经过近十年的持续投入,公司将全国零散的五金店、杂货店、办公用品店、超市、建材及灯饰店、数码配件店等凝结形成了一泛的网络,建立起了公牛五金渠道(含五金店、日杂店、办公用品店、超市等)、专业建材及灯饰渠道、数码配件渠道等三大核心线下渠道,这些渠道将销售网点拓展到城市、乡村的门店、卖场、专业市场等各种场所,形成了较完整的线下营销网络。

截至2019年2月底,公司已在全国范围内建立了近73万个五金渠道网点、近10万个专业建材及灯饰渠道网点及12万个数码配件渠道网点。兼具广度与深度的营销网络及其背后的配送访销能力,既是公司产品进一步扩大销售的基,又是LED照明等新品类进入传统优势渠道迅速形成销售和品牌知名度的保障,也是拓展数码配件等新品类的能力支撑。

同时,公司顺应互联网、新零售发展的大趋势,于2010年在行业内较早建立了专门的电商运营管理团队,通过官方直营与专业经销相结合的方式,大力发展电商销售。经过9年的精耕细作,已建立了专业化的电商直销业务运营团队和具有较强实力的线上经销商体系,目前公司已全面入驻天猫、淘宝、京东、唯品会等领先电商平台,有效开拓了数十家线上授权经销商,并积极拓展海外市场,借助一系列符合线上人群年轻化、时尚化消费特性的差异化新品,实现了电商销售持续快速增长。2018年度转换器、墙壁开关插座两个品类天猫市场占有率分别达到66.39%、26.08%。