

(上接D2版)

二、公司历史沿革及改制重组情况
(一)公司设立方式
公牛集团是以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,公牛有限股东会审议通过决议,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有限公司。
2017年12月27日,公牛集团完成了本次整体变更设立股份有限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情况
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、凝晖投资、德元投资、伯书投资和齐源宝。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	16.44%
3	阮学平	96,864,199	17.938%	96,864,199	16.44%
4	高领道盈	12,067,042	2.235%	12,067,042	2.011%
5	凝晖投资	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	伯书投资	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	凝晖投资	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	伯书投资	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、凝晖投资、德元投资、晓舟投资、伯书投资、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)发行人股本中有股及外投资情况

发行人股本中不存在国有及外资股份。

(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、阮学平通过郗今投资间接持有凝晖投资0.01%出资额,郗今投资系

阮立平、阮学平共同持股。凝晖投资持有发行人发行前0.754%股权,其执行事务

合伙人为郗今投资。除郗今投资外,凝晖投资其余合伙人为阮立平、阮小

平、阮幼平,与阮立平、阮学平均系兄弟姊妹关系。阮立平、阮小

平、阮幼平通过凝晖投资间接持有发行人发行前0.251%股权。

阮立平、阮学平通过直接及间接方式合计持有德元投资25.3166%出资额,其

中,两人分别直接持有德元投资12.6498%出资额,并通过郗今投资间接持有

德元投资0.017%出资额。德元投资持有发行人发行前0.331%股权,其执行事务

合伙人为郗今投资。德元投资合伙人中,阮幼平与阮立平、阮学平系兄弟姊妹

关系,其通过德元投资间接持有发行人发行前0.289%股权;潘晓微系阮立平妻

子潘晓飞之姐,其间间接持有发行人发行前0.011%股权;蔡映峰系潘晓微之配

偶,其间间接持有发行人发行前0.028%股权;庞旭仙系阮学平妻子孙小平的姐

姐孙幼平之配偶,其间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、泓宁李琴,其中

阮舒泓系阮立平之女,朱赴宁之妻,泓宁李琴为朱赴宁、阮舒泓分别持股68%、

32%之企业。朱赴宁、阮舒泓通过齐源宝及泓宁李琴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年公司成立以来,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,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”、“爱眼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。

(二)产品销售方式及渠道

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

电商等境外销售业务。

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。

(三)公司销售方式及渠道

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

电商等境外销售业务。

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。

(三)公司销售方式及渠道

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

电商等境外销售业务。

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

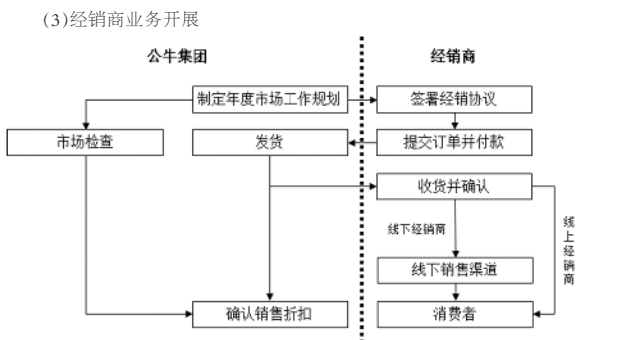
直以经销为主,不存在重大变化。

(三)公司销售方式及渠道

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。



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销售目标制定,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检查,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代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,公司对其市场节点开发情况给予考核和激励。线上经销商则通过在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

道和上海区域线下渠道。

(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

线下产品适度隔离,确保不发生冲突的情况下加强公司品牌和产品的推广,建

设立立体的渠道体系。

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

额由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55.12%。

(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,提高公牛品牌覆盖率。

②上海线下直销

上海作为紧邻公司总部的一线城市发达市场,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产品而取得的小量收入。

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

公司生产所需的原材料主要为塑料、铜材、五金件、组件等,原材料采购

价格与铜和塑料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

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创新具备了较强的市场竞争

能力,在与诸多国际电工品牌的总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、插头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3CA认证证书最多的企业。2018年11月,公司转换器产品(移动插座)

被工信部和中国工业经济联合会确定为制造单项冠军产品。

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
西门子公司(Siemens)	正泰
施耐德(Schneider)	德力西
罗格朗(Legrand)	欧普
西蒙(Simon)	飞雕
松下(Panasonic)	公牛

(3)LED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

市场占有率达全球照明市场的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。

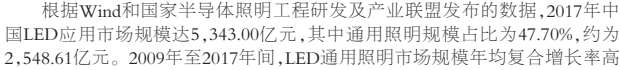
我国照明电器行业目前正处于由传统照明向LED照明深化发展的转型升

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5,343.00亿元,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

达54.62%。

图:中国LED通用照明市场规模(单位:亿元)



本公司于2014年进入LED照明领域,报告期内该项业务处于导入期进入

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)	佛山照明
	三雄极光
	雪莱特
	勤上
	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,竞争厂商众多,尚未出现具有明显规模和品牌优势的企

业,市场集中度相对较低。

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、

品胜等国内品牌。

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、产品策划与产品品牌创建工作,

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

同时