

证券代码： 002677

证券简称：浙江美大

浙江美大实业股份有限公司 投资者关系活动记录表

编号：2022-001

投资者关系活动类别	<input checked="" type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 路演活动 <input type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 其他
参与单位名称及人员姓名	长江证券、中金公司、华泰证券、广发证券、中信证券、安信证券、海通证券、中银证券、中泰证券、国金证券、国信证券、招商证券、天风证券、兴业证券、高盛高华证券、东方证券、华创证券、财信证券、西部证券、首创证券、国元证券、西南证券、长城证券、信达证券、国盛证券、国海证券、国都证券、民生证券、开源证券、国君家电、东方基金、大成基金、华安基金、海富通基金、摩根华鑫基金、万家基金、永赢基金、上投摩根基金、华宝兴业基金、前海联合基金、国寿安保基金、光大保德信基金、华泰基金、兴银基金、浙商基金、中邮基金、中邮自营、长盛基金、信诚基金、平安基金、宝盈基金、中科沃土基金、弘毅远方基金、华宸未来基金、诺德基金、西部利得基金、中国国际金融、招商国际资本、POINT72 ASSOCIATES, LLC、Tiger Pacific Capital、安邦资产、兴证资管、国海资管、中泰资管、华泰资管、北京塔基资管、华泰证券资产、前海人寿保险、平安养老保险、渤海人寿保险、国华人寿、天安人寿、华安财保、中邮人寿、人寿资产、大朴资产、景林资产、翎展资本、碧云资本、招银国际资本、沅沛投资、凯读投资、红筹投资、景泰利丰投资、明河投资、北京志开投资、汉和汉华资本、横琴淳臻投资、宁泉资产、上海蠡慧投资、上海顶天投资、上海筌笠资产、裕晋投资、德华创业投资、重阳投资、远望角投资、源乐晟资产、理成资产、白犀资产、中银理财、杭银理财、进门财经、粤民投、和谐汇一、

	农银汇理、出口信用、中国农业银行等 141 个投资机构
时间	2022 年 4 月 22 日 15:00-16:00
地点	电话会议
上市公司接待人员姓名	夏志生、钟传良、王培飞、徐红、李羽
投资者关系活动主要内容介绍	<p>1、2021 年、2022 年 Q1 各渠道增速情况？</p> <p>答：2021 年公司在经销商渠道的基础上，继续大力开发电商、KA 整装、家装、社区、下沉、工程等多元化新兴渠道。2021 年新增一级经销商 300 多家，累计一级经销商 1900 多家；新增终端门店 900 多个，累计营销终端 3800 多个，其中家电 KA 终端 750 个，通过各渠道的布局和发力，产品覆盖面进一步扩大，销量实现了快速增长。2022 年 Q1 公司持续加大力度推进各渠道的建设和拓展，目前各渠道保持良好的发展势头。</p> <p>2、公司目前市占率 20%以上，2022 年公司在收入增速和盈利方面如何平衡？</p> <p>答：2021 年公司实现营收 21.64 亿元（均以出厂价计算），较上年同期增长 22.19%，实现净利 6.65 亿元，较上年同期增长 22.28%，实现了良好的经营业绩。根据产业在线数据，公司市占率达 20%以上，继续保持行业龙头地位。2022 年，公司继续通过加大技术创新力度，加速新品研发；特别加大和加强市场投入和建设，大力开发和优化多元化营销渠道，持续推进线上线下融合发展，进一步提升市场覆盖面，实现销量的快速提升。同时通过技术创新、产品优化、迭代升级，提升生产效率等措施，实现良好的经营业绩，保持相对稳定的毛利率水平。</p> <p>3、2021 年集成灶业务增长 25%左右，量和价的贡献情况？</p> <p>答：公司集成灶 2021 年价格保持稳定，营收的增速主要来自销量的增长。</p>

4、去年行业蒸烤一体、蒸烤独立等高端集成灶占比在提升，行业的均价向上走，为什么公司价格基本持平？

答：2020年我司蒸箱款、蒸烤款的集成灶销量占比较高，2021年蒸烤一体集成灶占比仍有一定提升。但由于2021年新兴渠道开发较快取得成效，家装渠道和下沉渠道等均为专供机型，性价比较高，所以整体价格比较稳定。

5、传统经销商渠道占比？

答：经销商渠道占比为90%，包括了KA渠道、下沉渠道。

6、2021年营收中一二线和三四线城市占比情况？

答：一、二线城市（省会城市及直辖市）销售占比15%，地级市占比30%，县级（市、区）占比55%。

7、传统厨电龙头企业2022年推出了集成灶，行业竞争问题如何看，会有价格战吗？

答：传统厨电龙头企业推出集成灶产品，说明认可集成灶产品、认可集成灶行业，对集成灶市场看好。市场是开放的，竞争是正常的，市场也是在竞争中不断的发展壮大。公司在技术、产品、渠道、品牌等方面具有众多优势，特别在技术创新、产品研发上始终走在行业前列，保持领先地位。

集成灶行业发展前景广阔，我们相信集成灶行业不应该出现价格战，我司也不会参与价格战。我司坚持以做品质做品牌为目标，努力提升公司业绩和品牌价值。同时希望行业有序良性竞争，共同把集成灶行业做大做强。

8、2022Q1原材料价格继续上涨，Q2是否会提高出厂价？

答：如原材料价格没有出现大幅度持续性的涨价，公司目前不考虑产品价格的调整。针对原材料价格变化波动，我司将通过产品创新，技术升级、生产效率提升、管理精细化等措施进行内部消化，以保持稳定的毛利率水平。

9、目前新增苏宁、京东、天猫网点出样数量？

答：2021 年底下沉网点出样 1000 个，截至 3 月底出样网点 2000 个，2022 年出样网点目标不低于 5000 个。

10、公司与下沉渠道的合作模式？下沉渠道的优势？

答：公司和平台签订战略合作协议，通过招商后由经销商出货安装，由当地下沉网点经销商负责对接。下沉渠道收入计入经销商业绩，不计入公司电商，亦不按零售价计入公司营收。

下沉渠道具有自身的资源、优势和消费群体，通过这些渠道可以增加公司品牌的曝光度，进一步扩大品牌影响力和市场覆盖面，提升销量。

11、集成灶进入精装修渠道的难点？

答：我司于 2007 年开始做精装工程渠道，已实施安装了上百个精装工程项目，具备了很好的精装工程业务基础。目前合作的对象以中型地产商如国瑞置业、中南建设、新希望集团等为主。近几年随着集成灶认知度的提高，大型地产商关注度也在不断的提升，我司工程签单和安装率不断提升。

集成灶进入工程渠道的难度，主要是集成灶的单价比传统 2 件套 3 件套价格高。集成灶产品由于受价格、付款要求、安装等方面的限制，同时大型地产商决策慢、决策周期较长，所以推进速度较为缓慢。同时近几年受宏观政策影响，房地产开发进度放缓，再加上疫情影响，因此整体推进速度相对缓慢。

我司今年已签约工程项目 10 多个，数量 1 万多台。工程渠道是我司发展的重要渠道和业绩增长的重要点，公司将继续加大推进力度，加强与头部房地产商的联系和合作，实现工程渠道销量的快速增长。

12、2021 年公司电商增速较高，采取了哪些具体措施？

答：公司对电商渠道作了多项战略性布局和有力措施，公司电商

	<p>渠道由专业的电商团队运行，团队专业人数达到 100 人左右。在产品布局上公司给予大力支持，有针对性的开发电商平台产品，不断增加产品品种，提升产品技术水平，增强产品竞争力；在政策上公司给予大力支持，公司提供场地设备、在抖音、天猫、京东等多个直播平台开设多个帐号，持续不断开展产品直播；同时加强苏宁、京东、拼多多等其他平台的开发，加大推广资源的投入，提升电商的销售份额。</p> <p>13、集成灶行业销量中多少来自新房，多少来自更新换代需求？ 答：目前集成灶新房占比约 95%，更新换代和旧厨房改造占比约 5%。随着消费者认知度的提高，旧厨房改造的需求在持续增强，选择集成灶比例不断上升。我司在大力积极推进旧厨房改造、以旧换新等活动，最快 28 小时内完成厨房换新。此外，我司还有存量市场的厨房更新，该市场消费群体非常庞大。</p> <p>14、集成灶品类有无区域差异化？ 答：从规模看，美大产品覆盖了 31 个省市自治区，包括西藏等偏远地区，从销售额看，华东、华南、华中、西南地区销量较大。集成灶品类适合全国各地销售，基本不存在区域差异化问题，也没有地区性接受度高低的区别。但存在集成灶进入该地区时间的早晚和该地区对集成灶产品认知度高低的区别。</p> <p>（因电话会议投资者未签署《承诺书》，此次投资者关系活动中，公司不存在泄露重大未公开信息的情况。）</p>
附件清单(如有)	无
日期	2022 年 4 月 22 日