

证券代码：002242

证券简称：九阳股份

九阳股份有限公司投资者关系活动记录表

投资者关系活动类别	<input type="checkbox"/> 特定对象调研 <input checked="" 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（请文字说明其他活动内容）
活动参与人员	易方达基金：王汉超；汇添富基金：周晗、李超；景林资产：王喻碧云资本：贾凡；长江证券：管泉森、孙珊、崔甜甜；中信证券：虞秀兰；广发证券：曾婵；POINT72：ChristinaHe2；中金公司：韦一飞；施罗德投资（香港）：Jack Lee、刘佳；招商证券：史晋星中国人寿资产管理：李珊珊；中泰证券：张亨嘉；淡水泉投资：杨焯；国金证券：贺虹萍；国泰君安：蔡雯娟；海通证券：朱默辰；东兴证券：文奕婕；中邮证券：刘意纯；华安基金：刘伟亭；国信证券：尹昇；华泰证券：李艳光；国都证券：郝卓凡；中国人民保险：毛一凡；浙商基金：邓怡；上海东方证券：陈太中；平安养老保险：王毅成；天风证券：王艺玲；Polymer：卢佳玥；上海格传私募基金：凌有志；华泰资产：吴张爽；Millennium：范翰立；融通基金：姚一鸣；泓德基金：王克玉；上海晨燕资管：杨光；上海朴易资管：宋伟；UOB 投资：韩冬伟；太平基金：魏志羽；晨曦（深圳）私募基金：王帅；大连通和投资：张婷婷；磐厚动量上海资本管理：张云；君禾股权投资基金管理：秦戈；上海行知创投：周峰；东财基金：唐忠；方正富邦基金：刘畅；华宝兴业基金：毛文博；高毅资产：方振；兰馨亚洲投资：王珏；首创证券：陈梦；工银瑞信：袁文韬；兴业证券资管：张昕；明河投资：赵玄；摩根资管：胡昀昀；万家基金：李黎亚；华安证券：叶群；上海益菁汇资管：周帅；渤海投资：李文；东方基金：郭晓慧；深圳裕晋私募：邵仕威；星泰投资：贾淑靖；上海和谐汇一资管：陈阳；中债信用增进投资：江照；wt asset management：房旻稼；太盟投资：张芳芳；杭州长谋投资管理：李谦；华西家电：张硕、陈玉卢；Fidelity International Limited：Sherry Qin；光大保德信基金：唐靓；鹏扬基金：张延鹏；上海标朴

	投资：周明巍；神州牧基金：周忠伟；海富通基金：赵晨凯；博道基金：钱程；富国基金：宁丰；大朴资产：姚永华；安邦资产：张萌；厦门财富管理：卢杰；信泰人寿保险：林相宜；太平基金管理：田发祥；深圳中天汇富基金：许高飞
上市公司接待人员	副董事长：韩润；总经理：杨宁宁；财务负责人：阚建刚；董事会秘书：缪敏鑫
时间	2022年8月30日
地点	线上
形式	电话会议
交流内容及具体问答记录	<p>开场致词：</p> <p>面对消费复苏缓慢、原材料价格剧烈波动、企业运营成本不断高企等不利背景下，上半年公司通过平台标准化、调整优化产品结构、供应链提质增效等措施，实现了同口径下毛利率同比提升1.11个百分点，单二季度更是提升了4.32个百分点。</p> <p>九阳坚定聚焦小家电主业，积极洞察消费者需求，全面布局中高端产品线，主打太空系列产品，重点推出了使用氧化锌抗菌技术的破壁机、拥有立体热风循环加热技术的不翻面空气炸锅、水润膜技术的0涂层电饭煲、抑菌净热一体的净水器、大磨王耐磨不粘炒锅等新产品，较好的提升了品牌影响力和产品科技感。</p> <p>面对渠道的变革，公司积极布局和拓展线上线下新兴渠道，重点发展内容电商，现已实现“短视频+投流+直播”的自播闭环，自播率在行业内较为领先；众所周知，中高端的产品离不开线下终端的体验，公司上半年积极投建太空科技样板终端，这些均是公司长期发展的高价值投入。</p> <p>未来，公司将坚持聚焦主业，基于零售动销为导向，减少非核心业务投入，持续推出好产品等一系列举措，努力实现内在价值和发展质量的提升，公司管理层也将与时俱进、全力以赴，为公司、为股东持续创造价值。</p>

Q1:2022 年第二季度毛利率改善明显，随着原材料价格下行，对后续毛利有什么展望？

二季度同口径下毛利率提升了 1 个多百分点，主要来自新品贡献和产品结构的调整，尤其是中腰部产品占比的提升。从成本维度来看，去年下半年原材料处于高位，今年公司通过推行平台标准化生产、商务议价、工程技改等方式在原材料价格不利的背景下实现毛利率的稳中有升。

Q2:上半年太空系列 0 涂层饭煲表现很好，对其有何展望？

太空 0 涂层饭煲在线上线下的排名都是靠前的，信息披露角度不做单品收入占比的拆分。营养煲数据上表现方面不是很突出，主要原因在于新品推出时间在五月，对上半年贡献有限，但公司在饭煲等刚需品的发力影响着收入结构的变化，进一步提升了报表稳定性。加热类产品的毛利率无论是行业还是公司都低于动力类产品，但是新品 0 涂层饭煲的毛利率表现不错，可以助力公司未来毛利率的持续提升与改善。

Q3：公司实施转型，经销商运营效果有没有变化？线上除了基本盘，内容电商渠道目前做得怎么样？如盈利能力和竞争策略？

产业链条上做调整，以零售为导向做策略，促进产业链周转的提升。对经销商来讲，周转率的提升就可以相应提高其盈利能力。对太空科技终端体验店的建设加大了投入，提升 To C 的能力。

线上来看，内容电商是流量的聚集地和大趋势，公司将大力投入并不断调整。公司也将对所有渠道进行调整，而不是单一渠道的调整，并且是产品结构调整和渠道的结合。

Q4：空炸竞争格局展望？对下一代技术储备有哪些？

竞争格局会越来越激烈，公司每推出一代产品时，会储备几代技术，下半年和明年都会继续推出系列化的新产品。九阳会用技术

	<p>升级解决消费者的需求，推动产品差异化，对不用翻面的产品做升级。</p> <p>Q5: 上半年观察到太空系列表现很好，是否有其他专利储备？太空系列盈利能力相比其他产品的情况？</p> <p>太空系列产品都是九阳首创的，预计未来表现会越来越好。下半年和明年公司会将其做系列化开发，希望可以助力公司业绩的持续增长。</p> <p>Q6: 上半年销售费用还原后费用率有提升，主要投入方向是哪里？</p> <p>运费还原后销售费用有小幅增加，公司主要立足长远考虑，主要做了长期属性的品牌投入，包括在分众传媒、短视频、线下太空科技终端门店等的投入；由于线下渠道有助于提升消费者体验，建设更好更多的太空样板终端，可以助力中高端产品的销售，同时还可提升品牌影响力，预计未来销售费用率还是会保持平稳。</p> <p>Q7: 清洁电器渠道铺设的进度，经销商销售意愿如何？</p> <p>公司使用“九阳”+“Shark”双品牌进入国内清洁小家电市场，以实现对不同圈层消费人群的覆盖，并发挥研发创新的优势，开发推出更多适合中国家庭生活环境的清洁电器产品。与此同时，公司还会发挥线下渠道优势。</p>
<p>关于本次活动是否涉及应披露重大信息的说明</p>	<p>无</p>
<p>活动过程中所使用的演示文稿、提供的文档等附件（如有，可作为附件）</p>	<p>无</p>

