

证券代码：002668

证券简称：奥马电器

广东奥马电器股份有限公司

投资者关系活动记录表

编号：2023-01

投资者关系活动类别	<input type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input checked="" 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）
形式	<input type="checkbox"/> 现场 <input checked="" type="checkbox"/> 网上 <input type="checkbox"/> 电话会议
参与单位名称及人员姓名	参与公司2022年年度业绩说明会的所有投资者
时间	2023年3月16日 15:00-17:00
地点	价值在线（ https://www.ir-online.cn/ ）
上市公司接待人员姓名	独立董事 文建平/先生 总经理兼财务总监 王浩/先生 董事会秘书 温晓瑞/女士
投资者关系活动主要内容介绍	<p>1.（1）公司的研发方向有哪些？是否涉及智能家居方面的投入，有哪些核心技术和专利？（2）AI方面有哪些投入和技术实力，同行业中有哪些优势？（3）如何看待国内市场，有哪些规划来竞争国内市场？</p> <p>答：尊敬的投资者，您好！</p> <p>（1）在研发方面，公司聚焦在冰箱制冷技术、食物保鲜技术及冰箱智能化等领域，公司在智控零度超保鲜技术、全自动制冰机创新技术、AI智能双变频技术等方面引领冰箱行业发展。公司每年根据产品企划进行研发项目立项，持续提升产品竞争力和附加值，研发费用率稳中有升，居行业前列。2022年，</p>

公司荣获中国家用电器研究院“鲜储守护先锋奖”、“年度产品创新成果奖”、“广东省第十一届‘省长杯’工业设计大赛（泛家居类）”优秀奖等奖项。

(2) 公司在AI语音控制、AI智能双变频技术等方面积极布局，持续提升公司产品智能化水平。

(3) 在内销方面，2022年公司取得突破性进展，内销收入远超行业增速；2023年，公司将开展多维度市场环境及产品方向调研，有针对性的加强重点客户沟通工作，指导研发方向，为重点大客户多元产品组合，制定个性化解决方案，增强客户粘性，实现内外销协同发展。

感谢您的关注！

2.公司生产线的自动化程度有多高？在“无人工厂”方面有什么计划吗？

答：尊敬的投资者，您好！公司拥有13条自动化生产线，公司近年来持续升级自动化设备与生产线，驱动精益生产，打造行业领先的高端智能工厂。此外，公司280万台高端冰箱智能制造项目正按计划建设，预计将在2023年和2024年分阶段建成投产，将进一步提升公司产能和生产制造优势。感谢您的关注！

3.奥马的高端产品相对于竞品有什么优势？销售情况如何？

答：尊敬的投资者，您好！奥马作为国内最大的冰箱ODM生产商，产品品质已通过市场检验获得全球大量客户的认可，以高性价比产品及稳定的供货能力赢得众多客户信赖，2022年度，公司中高端风冷产品销量同比提升5.9个百分点，产品优势主要如下：

(1) 技术领先。公司产品可搭载六区功能分储、零下25度深冷技术、AI语音控制、LT蓝晶净味、智控零度超保鲜、智控保湿技术、宽幅变温技术、智控双变频科技、第五代风冷无霜技术等科技，降低整机能耗、噪音，达到食物保鲜水润不风干，冰箱冷冻深冻不结霜，引领风冷冰箱进入智能双变频时代。公司产品“奥马鲜见S550”荣获艾普兰优质产品奖，奥马冰箱风冷系列荣获欧盟品质奖。

(2) 超高品质。在面对注重品质设计和认证背书的消费群体，公司产品追求面向全球市场的高级品质，可满足严苛的欧洲能效标准，产品通过全球多个知名品牌设立的独立实验室测试，全面通过中国合格评定国家认可委员会（CNAS）、国际知名监测机构SGS、CSA、TUV、ITS和德凯授权的监测中心测试，产品获得全球100多个国家和地区的安全、环保、能耗等300余项资质认证。

(3) 匠心设计。奥马在努力修炼内功的同时，在产品外观及工艺设计上也颇具匠心。公司在国内外设立双设计中心，欧洲总部设立于世界时尚之都米兰，联合意大利UP Design设计机构丰富产品设计的差异化和美观实用性，为用户创造高质量的生活体验。

感谢您的关注！

4.请问营业收入较同期减少22.52%，净利润反而扭亏为盈的原因是？

答：尊敬的投资者，您好！2022年度，公司实现营业收入78.43亿元，同比减少22.52%，实现归属于上市公司股东的净利润4.24亿元，同比扭亏为盈，主要原因如下：

(1) 在收入方面，2022年因全球地缘冲突、海外通货膨胀、零售库存等因素导致全球冰箱冷柜行业需求相对疲弱，公司冰箱冷柜产品以出口为主，其中欧洲区域销售比重较大，公司2022年收入下滑主要受行业下滑导致。

(2) 公司2022年净利润实现扭亏为盈主要原因为：①在市场方面，公司在维持欧洲市场和稳定老客户的前提下，大力拓展国内、北美、亚太等市场；公司在支持协助外销客户开展各项活动促进终端销售的同时大力拓展欧洲以外市场，在亚太区域收入逆势增长近10%，国内市场开拓也取得突破性进展，内销收入远超行业增速。②在产品方面，公司坚持产品结构优化，高端风冷冰箱销量占比35.7%，同比提升5.9个百分点；收入占比56.3%，同比提升8.6个百分点。③公司在保持产品品质的前提下，持续提升生产经营效率和研发效率，并采取减班增效、节支降耗、降本控费等措施，提升产品成本竞争力；此外，2022年下半年以来，铜、铝等大宗商品及海运费等价格持续回落，公司原材料成本得到一定幅度下降。综上，公司2022年实现归属于上市公司股东的净利润扭亏为盈。

感谢您的关注！

5.请问公司出口占比多少，人民币汇率波动对公司影响如何？

答：尊敬的投资者，您好！2022年公司外销收入为59.50亿元，占比75.86%。针对人民币汇率波动，公司坚持风险中性原则，以外汇远期合约作为套期工具，根据销售预测的外币收汇金额和目标成本汇率指导签订远期外汇合约，交割期与预测回款期相匹配，且约定的交割金额与预测回款金额相匹配，以规避汇率波动产生的风险。2022年套期工具的现金流量变动能够抵消汇率波动风险引起的被套期项目现金流变动，实现了套期保值目标。感谢您的关注！

6.请介绍下23年公司的发展战略以及未来的业绩增长点？

答：尊敬的投资者，您好！2023年，公司将继续在冰箱主业上聚焦资源，提升核心竞争力，持续在出口、内销、产品及运营等方面全面发力，力争更好的业绩。具体工作如下：

（1）在出口方面，公司将紧紧抓住大客户库存恢复正常、海运费回落至疫情前状态、出入境恢复正常等有利时机，加强与客户协同，推动客户拜访、访厂、验厂等工作全面恢复；此外，公司将加强与控股股东的渠道和客户资源共享，弥补公司在海外部分地区的渠道不足。

（2）在内销方面，公司将开展多维度市场环境及产品方向调研，有针对性的加强重点客户沟通工作，指导研发方向，为重点大客户多元产品组合，制定个性化解决方案，增强客户粘性，实现内外销协同发展。

（3）在产品方面，公司将持续鼓励技术创新和新材料应用，关注环境健康与市场发展走向，积极拓宽产品品类，推动能效升级计划落地实施；同时，公司将持续挖掘新品推广痛点，深化产品实用性与可适性调研，为客户提供多元产品选订菜单，推动大容积风冷产品占比提升。

（4）在运营方面，公司将深入分析经营管理指标，保持费用管控成效，加强定产协调，助推生产效率恢复与提升；另外，公司将重点关注营运效率的提升，提高库存与应收账款周转率，为本年度的规模提升夯实基础。

感谢您的关注！

7.公司已实现连续14年冰箱出口销量排名第一，对于国内市场，贵司有怎样的定位及战略布局？

答：尊敬的投资者，您好！公司国内市场采取OBM+ODM双轮驱动的模式，生产和销售自主品牌“Homa 奥马”牌冰箱和冷柜，并为战略客户提供ODM服务。2022年公司国内市场开拓取得突破性进展，内销收入远超行业增速。2023年在内销方面，公司将开展多维度市场环境及产品方向调研，有针对性的加强重点客户沟通工作，指导研发方向，为重点大客户多元产品组合，制定个性化解决方案，增强客户粘性，实现内外销协同发展。感谢您的关注！

8.聚焦冰箱主业，未来公司如何丰富产品线，优化产品结构？

答：尊敬的投资者，您好！首先，公司将持续鼓励技术创新和新材料应用，关注环境健康与市场发展走向，积极使用R600a环保制冷剂、HFOs环保发泡剂和FSC认证环保包装材料，推动能效升级计划落地实施，全面满足欧盟、美国、日本、澳大利亚和中东地区的高标准能耗要求。其次，公司将持续挖掘新品推

	<p>广痛点，深化产品实用性与可适性调研，为客户提供多元产品选订菜单，打造最完善的高端风冷产品阵容，推动大容积高端风冷产品占比提升，持续优化公司产品结构。感谢您的关注！</p> <p>9.请问贵公司是否今年回收奥马冰箱49%股权？涉及资金怎样筹措？</p> <p>答：尊敬的投资者，您好！该事项如有进展，公司将按照相关法规及时履行信息披露义务，请您关注公司的公告。感谢您的关注！</p>
日期	2023年3月16日