

长虹美菱股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2024-30

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（请文字说明其他活动内容）
参与单位名称及人员	中海基金：杨济舟、何文逸；东吴基金：赵政；民生加银基金：尹涛；太平养老：高喻；瀚川投资：陈昊冉；光大理财：房俊；兴银理财：王毅成；星石投资：王子澈；国金基金：董广达；国投瑞银：张宇初；杭银理财：徐廷玮；招银理财：姚思劼；方正证券：吴慧迪、陈炯阳；国金证券：王刚、蔡润泽；招商证券：史晋星、闫哲坤；天风证券：于雪娇；华创证券：樊翼辰；国投证券：李奕臻、余昆；中信建投证券：翟延杰
时间	2024年9月25日
地点	公司行政中心一号会议室
上市公司接待人员姓名	副总裁兼董事会秘书：李霞 财务管理部主管：段平 证券事务主管：肖莉 证券事务经理：吕明
投资者关系活动主要内容介绍	投资者与公司代表互动交流问答 1. 请介绍下公司的营销能力 答：公司建立了较为完善的销售网络及服务体系，为用户提供覆盖白电和厨卫小家电等全品类的高品质服务。国内市场主动拥抱市场变化，抢存量、挖增量、练能力，持续加强售前售后服务能力提升，积极推进营销转型，快速搭建以合理商业库存管理为核心的运营管理体系和以终端零售价为核心价值管理体系，实现从面向产品线的销售管理到面向全渠道和用户经营服务、从

单一品类营销到全品类营销的营销转型；通过坚定的对标对阵实现产品领先和效率提升，打造营销体系能力和长期发展潜力。

海外市场始终坚持以业务为导向、客户为中心，围绕“产品协同、内外协同及渠道拓展”，深挖市场需求，聚焦重点市场及核心优质客户，提升营销能力；加强科技创新，坚持品质至上，不断提升产品的质量和性能；围绕客户满意度，通过提高交付率、强化配件管理、快速响应售前与售后技术支持需求，不断提升客户服务能力以及客户满意度。基于全价值链提升运营能力，“销产研”拉通，提升“钱效、物效”，结合新海运形式持续提升国际物流能力。通过产品协同、团队赋能，打造具备冰洗双产业线运营能力的团队，冰箱柜及洗衣机产业双轮驱动；发力品牌业务，聚焦重点市场及重点市场的核心渠道，聚焦产业结构平衡及产品结构提升，聚焦资源加强品牌建设，深化渠道拓展，不断扩大经营规模，提升经营质量。

2. 请介绍下公司的运营能力

答：公司持续开展标杆管理活动，提升公司运营管理水平 and 竞争力。同时，通过持续开展“人效、钱效、物效”三方面提升工作，不断提升内部管理能力。建立了目标清晰、指标量化、绩效导向的绩效考核和激励下沉的分层式分享体系，激活内部生产力。以价值链管理为主线，持续开展价值创造工作，提升公司竞争力。同时，不断完善合规风控体系，提高防范风险能力。

3. 请介绍下公司的冰箱的产品能力

答：公司冰箱产品方面，40 多年来在专业制冷领域持续深耕，通过对市场趋势的精准把控和消费人群的偏好研究，围绕“鲜、薄、窄、嵌”的产品升级思路，坚持推动产品竞争力的不断提升，2024 年持续强化“美菱鲜”、“美菱薄”、“美菱窄”、“美菱嵌”产品名片。产品方面，公司发布了第三代“M 鲜生系列”冰箱，持续补充行业最好的冷冻保鲜“冻鲜生系列”新法式五门，持续强化“美菱鲜”心智，为顺应行业以旧换新趋势，400/600BT“大窄门”系列全面升级，围绕“零平嵌”和“双系统”市场风口，持续强化布局“无忧嵌 PRO”和“全无间 PRO”第二代系列嵌入式冰箱。

4. 请介绍下公司的空调的产品能力

答：公司空调产品，坚持以用户为中心，基于用户的实际使用场景，从“风感、风口、风控”进行产品布局和迭代升级，不断提升用户体感舒适度、视觉感官和操控便捷性。经过多年潜心

研发和技术沉淀，公司推出了全无尘自由风 Q7D 挂机及巨能省 Q7V、EV 柜机，实现了开关机 360° 全无尘、吹天吹地不吹人，行业首创 45.2° 天幕式黄金气流技术与 85.6° 瀑布式附壁气流技术等领先技术，实现冷风不直吹，暖从足底起，带来更舒适的送风新体验。凭借“能效超一级，多省 3000 度”的出色表现，荣获了中国家用电器研究院颁发的首张“空调行业柜机超一级能效证书”，同时获得来行业和消费端的认可，再一次夯实了“精工品质舒适每一度”品牌价值主张。

5. 请简要介绍下公司 2024 年下半年冰箱柜产业的经营计划

答：2024 年下半年，冰箱柜产业方面，国内市场继续坚持“价值导向、全面提效”的经营思路，基于“目标导向、问题导向”直面存量市场竞争、产品结构升级、渠道结构变化。产品推广方面围绕“鲜、薄、窄、嵌”进行布局，坚持“抓零售、推精品、提效率”的产品策略，做好以客户为中心的产品运营和以用户为中心的品牌运营，为消费者提供独特价值产品；产品研发方面继续坚持以用户为中心，洞察消费者需求和技术发展趋势，构建三层研发体系，实施产品经理负责制，在产品结构精细化管理的基础上形成“精品+爆品”的产品竞争优势，持续提高产品品质、提升产品竞争力、创造用户价值；渠道变革方面，持续进行基础渠道夯实、零售渠道跑赢、增量渠道拓展、新兴渠道突破，提升渠道经营质量和规模；终端营销方面加强终端营销能力建设，提升终端形象竞争力，聚焦新媒体内容营销，提升用户运营与引流转化；持续对标对阵，强化内部效能的持续提升。

海外市场方面，结合行业需求发展趋势，积极提升产品结构、调整市场结构、优化客户结构，内部提效，不断提升经营质量。产品端围绕风冷化、变频化、节能化进行产品创新，加大多门冰箱的推广；围绕竞争力提升、品质提升、价值提升，深化关键资源建设，提高中低端产品制造效率，提增高端冰箱精细化和制造能力。市场端，加速品牌业务，加大新兴市场的开拓力度，聚焦 ToC 推广、培训、终端能力建设；提高大客户占比，提升大客户的支撑能力。深化提效，建设 CIF 海运能力，通过“以柜定产”模式加强产销供衔接，以数字化建设提高研发效率，“控时长、管异常”严控超期存货、逾期应收，以实现经营质量稳步提升。

6. 请简要介绍下公司 2024 年下半年空调产业的经营计划

答：2024 年下半年，空调产业方面，国内市场坚持科技战略，聚焦核心技术，用技术赋能产品。坚持创新引领，围绕变频、仿真等核心技术持续深耕技术研发，确立了智能高效舒适全新“问

	<p>鼎”变频技术平台、制冷系统爆炸燃烧预防性技术、数字化全息参数商检技术、五恒空调、AI 空调等重点项目，保持行业竞争力。进一步夯实 ToC、ToB 双循环，B 端强化战略性合作，推进多赛道、多元化 B 端业务；C 端推进渠道共创、用户直达，全面覆盖线上线下全渠道，推进以商业库存为核心的效率提升和“送、装、服、收”服务一体化。</p> <p>海外市场方面，持续贯彻“有利润的规模增长、有现金流的利润增长”的核心理念。坚守品牌优先战略，深化根据地市场的开发。聚焦核心优势区域市场，同时积极寻求增长机会，专注于强化优势渠道和开拓新市场，并致力于核心大客户的深入合作。紧跟市场发展趋势，不断推出高端、创新及变频产品；坚持以业务为导向、客户为中心的原则，持续提高产品质量、客户服务能力，以增强客户满意度；坚持数字赋能业务，打造数字化工厂，强化产供销研物流计划一体化运营，持续提升公司效率水平。</p> <p>7. 公司业绩持续向好，请简要介绍下公司下半年经营计划</p> <p>答：2024 年下半年，公司将继续围绕“坚持党建引领，坚持价值导向、全面提效，围绕一个目标，提升六项能力，深化内外协同、强化合规风控，促进公司持续高质量发展”的经营思路开展工作，在损益持续改善的前提下，力争规模增长超行业平均水平。</p>
<p>附件清单（如有）</p>	<p>无</p>
<p>日期</p>	<p>2024 年 9 月 25 日</p>