

海尔智家股份有限公司投资者关系活动记录表
参加 2024 年青岛辖区上市公司投资者网上集体接待日活动

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 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 checked="" type="checkbox"/> 其他（参加上市公司投资者网上集体接待日活动）
参与单位名称及人员姓名	线上参与海尔智家 2024 年青岛辖区上市公司投资者网上集体接待日的全体投资者。
时间	2024 年 11 月 28 日 15:00-17:00
地点及会议召开方式	中国证券报中证网（ https://www.cs.com.cn ） 网络文字互动
上市公司接待人员姓名	董事长、总裁：李华刚先生 董事、财务总监、副总裁：宫伟先生 董事会秘书：刘晓梅女士 投资者关系总监、证券事务代表：刘涛先生
投资者关系活动主要内容介绍	<p>为进一步加强与投资者的互动交流，海尔智家股份有限公司参加了由青岛证监局、青岛市上市公司协会联合举办的“2024 年青岛辖区上市公司投资者网上集体接待日活动”，以在线交流形式就公司经营状况、海外拓展、品牌建设等投资者关注的问题与投资者进行沟通与交流。</p>
附件清单（如有）	<p>1、公司未来是否会加大现金分红力度？ 答：公司历来重视通过现金分红积极回报投资者。截止 2023 年度，公司上市至今实现利润 1091 亿元，累计现金分红 371.58 亿元，现金分红比例 34.05%。2023 年度，公司现金分红占归母净利润比例达到 45%。2024 年 3 月，公司披露了《未来三年（2024 年-2026 年）股东回报规划》，公司在符合利润分配原则和现金分红条件、保证公司正常经营和长远健康发展的前提下，原则上每年进行一次现金分红；2024 年度~2026 年度，公司现金分红比例较 2023 年度分红比例实现稳步提升；2025 年度、2026 年度公司以现金方式分配的利润占当年实现的合并报表归属于母公司所有者的净利润的比例不低于 50%。公司董事会可以根据公司的盈利状况及资金需求状况提议公司进行中期现金分红。</p> <p>2、请问未来美国若加征关税，对公司海外业务有怎样的影响，应对策略？ 答：自 1998 年公司实施国际化战略以来，公司始终坚持本土化发展战略，目前公司在海外市场形成了完善的供应链布局，产能规模居于行业前列。公司将致力于为全球用户提供最好的产品和服务，实现公司穿越周期的发展。</p> <p>3、公司并表日日顺物流业务会给公司带来哪些好处？ 答：日日顺是海尔智家最重要的供应链服务提供商，家电物流亦是日日顺业务的最主要组成部分，其对家电行业供应链的专业理解和实践处于行业领先水平。双方的合作有历史、有基础，日日顺是海尔智家于关键的物流环节落地国内零售转型变革</p>

和海外品牌本土化能力升级的最优选择。

合并后，在海尔智家家电业务的物流服务体系上，双方将形成同一个公司、同一个团队、同一个目标，基于公司长期发展战略推进物流能力的提升。海尔智家国内零售转型变革和海外品牌本土化能力升级的实施将在物流环节得到更有力的保障，双方互相用于链接的人员、系统、数据接口将全部打通，海尔智家为客户提供仓储、分销、配送一体化服务的能力将显著提升。海尔智家将充分加快库存周转、缩小运距运费等关键营运指标与行业领先水平间的差距，显著降低物流费用、渠道费用、人员重叠，持续提升海尔智家的市场竞争力。

4、请问公司下一步的境外战略是什么样的？有做什么样的准备？重点拓展的境外市场有哪些？

答：公司海外将坚持高端创牌的发展战略，强化三位一体本土化能力，促进各个海外市场聚焦各自市场的份额引领与盈利能力提升。在原有战略目标定位下，通过全球研发资源协同，坚持原创技术引领，加速技术迭代；产品方面，不断丰富产品阵容，在高端产品基础上，丰富中端主力产品和入门级产品；在传统优势品类基础上，强化暖通、小家电产品阵容，满足多样化市场需求；市场方面，加速拓展新兴市场渠道建设，提升主流渠道展示形象和转化效率；强化本土化社交平台形象深化品牌认知；通过组织变革和机制变革，不断提升本土化市场反应速度；加速“一带一路”国家供应链布局，持续把握增长机会。

5、请介绍一下公司在新兴市场的布局，以及未来是否要加强这些地区的投入，抓住市场快速增长的机会？

答：目前公司在南亚、东南亚市场形成了领先的市场地位；2024年公司通过供应链本土化布局、并购等举措加速中东非市场的发展。新兴市场在家电普及率、产品结构方面均有良好的提升空间。

未来公司将通过多方面实现业务持续健康发展：①在品牌方面，发挥区域品牌屋组合，覆盖各阶层用户；同时持续抓高端特别是超高端突破，加速卡萨帝布局；②产品创新方面，以用户为中心做爆款，坚持两季三代的产品节奏和技术储备，持续迭代产品竞争力；③供应链方面：坚定三位一体本土化布局，完善本体化布局。④渠道/服务方面，加大到国家的渠道拓展，提升渠道覆盖率及单店产出；加速终端转型，直销员体系建设等提升单店产出。在数字化转型：发挥全球资源协同优势，⑤数字化转型降本提效；推进数字化市场、数字研发、数字物流、智能制造、数字采购等落地推进，提升盈利能力。⑥在机制方面，坚定人单合一跨文化融合模式，授权一线直面终端，面对市场灵活反应，激发一线员工自主性及活力，创造价值及分享价值合一。

6、今天的投资者集体接待日会有直播或其他互动形式吗？还是仅限于网上问答？

答：您好，今日接待日沟通方式为网上问答，谢谢。如有相关

事项咨询可拨打 0532-88931670，谢谢。

7、公司的数字化变革取得哪些新成效？

答：公司持续推进全链路数字化变革，不断提升在用户运营、研发创新、成本费用以及供应链等方面竞争力。国内市场，公司持续推进采购、研发及制造端数字化变革、构建数字化产销协同体系；海外市场通过搭建采购数字化平台提升成本竞争力、通过全球供应链协同提升产能利用率。上述数字化举措，有效提高公司毛利率，今年前三季度公司毛利率较 2023 年同期上升 0.1 个百分点，达到 30.8%。此外，在费用率方面，随着推进数字化变革的推进，企业运营、组织效率不断提升，今年前三季度销售费用率为 14.2%，较 2023 年同期优化 0.5 个百分点；前三季度管理费用率为 3.8%，较 2023 年同期优化 0.3 个百分点。

8、请问第四季度在以旧换新补贴加持下，销售同比增长了多少？

答：从行业监测数据来看，以旧换新政策效果对终端消费拉动非常明显：家电行业零售额 7 月份下滑 9.2%，随着以旧换新政策在全国的陆续实施，8 月、9 月零售数据分别同比增长 3.7%、28.6%，三季度单季度累计增长 7.5%。10 月份内销市场受消费品以旧换新政策持续推进、国庆假期和双十一促销活动提前等多因素影响，进一步提振家电消费。公司零售端受以旧换新促进表现良好。

9、请问海外整体的经营利润率现在相较全球化刚开始时有多大的提升，现在相较国内业务的经营利润率如何？

答：公司海外业务经过 20 多年发展，已经从投入期进入良性发展期，成功实现了多品牌、跨产品、跨区域的全球化布局。海外盈利能力水平较以往实现了较大提升。

目前海外市场整体盈利水平较国内仍有一定差距，公司未来将深化海外市场本土化能力升级，始终聚焦本土化高端创牌战略，推动盈利能力提升。

10、公司多年来能够保持毛利提升态势，主要原因是什么？

答：今年前三季度，公司毛利率达到 30.8%，较 2023 年同期上升 0.1 个百分点，国内市场和海外市场毛利率均同比提升。推进数字化变革、通过全球供应链协同提升产能利用率等措施有效提升公司海内外市场毛利率水平。另外，公司持续推进高端创牌战略，产品结构的优化也是公司盈利能力保持增长趋势的重要因素。

11、卡萨帝是支持公司过去收入增长与盈利能力提升的重要抓手，随着性价比趋势的兴起，公司如何规划卡萨帝的中长期发展，通过哪些具体变革支持其未来发展？

答：公司将始终聚焦原创科技创新给用户创造高品质生活体验。在产品上深化三线合一的产品迭代体系，保持产品的代际引领，提高技术门槛；丰富套系产品引领，引领家电家居一体化发展趋势，加快厨电、空调等品类发展。在触点和营销端，

推动新媒体营销变革与线下触点体验升级，通过创新内容场景方案和最佳体验，实现高效触达用户与转化用户，深化用户品牌烙印。谢谢。

12、请问有考量在家电设备上加大 AI 应用？比如在用户使用方向、设备故障诊断方向等等，谢谢。

答：海尔智慧家电一直在探索基于语音场景、AI 视觉、感知类的主动服务。①在语音上，能够一句话，口语化简单控家电。

②在感知 AI 主动服务上，如在智慧空调上，可以风避人吹、睡眠的时候空调自调节、根据不同地区不同季节，自动调节空调，实现舒适场景，在热水器上，学习用户使用行为，提前预热，通过语音入口进行交互实现快速使用热水，冰箱上主动推荐健康膳食方案，洗衣机和烘干机能够实现洗烘晾晒智慧联动。

13、请问接下来对国家的国内消费刺激政策（如以旧换新等）有什么预期？海尔如何积极应对？

答：行业公司面临外部环境差别不大，公司持续发展在于不断提升公司竞争力。公司在保持技术引领优势基础上，深入推进在成本管理体系、零售模式、内容营销模式等方面的深度变革，奠定持续增长基础。（1）公司通过全球平台整合、智能仿真、模块标准化与通用化等举措，挖掘降本潜力，提升研发环节的成本效率；通过开放供应商网络，实施二三级物料管理，积极应用新技术、新材料、新工艺等以提升采购、制造等环节竞争力。（2）深入推进零售模式变革，通过数字库存实现高效触达用户，提升库存周转等效率；（3）公司深化线上主流社交平台运营模式变革，通过打造优质内容与完善账号矩阵布局，提升用户心智与品牌联想度，增强用户流量获取与转化效率。

14、海外怎么应对友商近几年的 OBM 策略，目前他们 OBM 增长和占比也都很大了。我们在海外投了那么多年，核心壁垒是什么，是不是友商也需要投这么多年才行？

答：白色家电产品作为耐用消费品，持续迭代的产品体验、稳定可靠的产品口碑、长期信任共赢的渠道关系、快速反应的本土化供应链体系、及时可靠的物流售后服务体系、积极进取充满活力的组织等是业务持续发展的关键。目前公司海外市场在全球研发体系、多品牌布局尤其是高端品牌、供应链布局、全球平台协同、人单合一文化方面形成了领先优势，过去几年公司各区域市场份额稳步提升，增长跑赢行业。

15、关于对上市公司大股东股票回购增持再贷款提供资金支持没有计划？美国如果加征关税，对营业额和净利润会有什么影响？二级市场表现有没有反应公司的实际经营情况，你们高管不能以个人名义进行增持以增加投资者提供的信心吗？有没有二级市场融资的规划？

答：感谢您对公司的建议和关注。如有相关事项，公司将按照法律法规规定履行信息披露义务。自 1998 年公司实施国际化战略以来，公司始终坚持本土化发展战略，目前公司在海外市

	<p>场形成了完善的供应链布局，产能规模居于行业前列。面对行业的发展变化，公司将致力于为全球用户提供最好的产品和服务，实现公司穿越周期的发展。</p> <p>16、请问特朗普上台对美国公司业务会有影响吗？还要管理层推出增持回购贷款，你们会采取吗？谢谢。</p> <p>答：公司始终坚持本土化发展战略，目前公司在海外市场形成了完善的供应链布局，产能规模居于行业前列。面对行业的发展变化，公司将致力于为全球用户提供最好的产品和服务，实现公司穿越周期的发展。</p>
日期	2024年11月28日