

长虹美菱股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2025-17

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	开源证券：吕明；泓德基金：季宇、苏航
时间	2025年8月29日
地点	公司行政一号会议室
上市公司接待人员姓名	副总裁兼董事会秘书：李霞 证券事务主管：肖莉
投资者关系活动主要内容介绍	<p>投资者与公司代表互动交流问答</p> <p>1. 请介绍公司 2025 年上半年空调业务的经营情况</p> <p>答：空调产业方面，国内市场持续深入贯彻“产品第一、品牌优先、渠道共建、用户直达”的经营策略。聚焦行业发展趋势，强化技术创新，快速迭代升级产品阵列，坚持线上线下一体化运营，持续推进空白市场开拓，提升网点覆盖。海外市场重点聚焦头部客户深化合作，上半年 TOP15 客户规模进一步提升；同步发力强健腰部客户群体，形成业务增长的稳定支撑，此外积极拓展新兴客户。报告期内，公司空调业务实现收入约 115.75 亿元，同比增长 36.18%。</p> <p>2. 请简要介绍 2025 年下半年公司的经营计划</p> <p>答：2025 年下半年，公司将继续以创新驱动引领产业发展，以资源整合助力产业矩阵，强化产业协同夯实市场基础，通过内外融合加速公司发展，发展新质生产力，推进数字化、智能化转型升级，加速实现公司高质量发展。2025 年公司力争实现规模和利润双增长，保证有利润的规模增长的良性发展趋势。</p>

	<p>3. 请简要介绍 2025 年下半年公司国内冰箱柜产业的市场策略</p> <p>答：2025 年下半年，公司冰箱柜产业国内市场方面，深度推进“营销转型、用户直达”战略，围绕“高质量客户运营、全方位用户运营”开展工作，以差异化创新加速产品结构升级零售转型。产品端全面推动多款 M 鲜生产品上市，围绕“保鲜最好、品质解冻”的心智种草，强化“美菱保鲜好”的品牌标签，聚焦大鲸喜、大冻房、小确杏等独特价值差异化产品推广。市场端以用户为中心，紧抓“上平台、下三进、评三优、推精品”用户运营工作。渠道端坚持高质量运营，夯实存量渠道基础能力，强化新兴渠道布局，核心大店加速零售转型，注重单品及存货效率提升，加快强化产业融合，推进家居一体化布局。强化品牌建设，加快一体化流量运营和用户生态能力建设。</p> <p>4. 请简要介绍 2025 年下半年公司海外冰箱柜产业的市场策略</p> <p>答：2025 年下半年，公司冰箱柜产业海外市场方面，围绕主流市场的主流结构重塑产品平台，并基于同质化产品的差异化定义策略，持续加大产品投入。紧密把握全球消费需求升级趋势，主推“风冷、变频、多门、节能”等趋势性产品，构建“高端高品味、中端高性价比、低端高效率”产品矩阵，精准匹配差异化市场消费需求。业务拓展方面，进一步加快亚非拉市场的布局，积极开拓增量空间，实现市场份额的持续扩大；聚焦市场打造品牌根据地，加速海外自主品牌业务的规模化发展，打造具有国际影响力的品牌形象。</p> <p>5. 请简要介绍 2025 年下半年公司海外空调产业的市场策略</p> <p>答：2025 年下半年，公司空调产业海外市场方面，通过完善产品矩阵与加速平台化开发，满足客户需求；聚焦拉美、中东、欧洲市场，深挖区域核心大客户，构建全周期客户服务体系以增强合作粘性；布局欧洲及中亚市场、紧抓非洲新兴市场发展机遇，做增量支撑；坚持品牌优先，深耕根据地市场，保障自有品牌业务持续成长。</p>
<p>附件清单（如有）</p>	<p>无</p>
<p>日期</p>	<p>2025 年 8 月 29 日</p>