

证券代码：600839

证券简称：四川长虹

## 四川长虹电器股份有限公司

### 投资者关系活动记录表

编号：2023-投关-003

<b>投资者关系活动类别</b>	<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"/> 电话会议
<b>参与单位名称及人员</b>	交银施罗德基金 韩威俊 国盛证券 徐程颖 交银施罗德基金 朱维缜 国盛证券 谈祺阳
<b>时间</b>	2023年5月23日
<b>地点</b>	四川省成都市武侯区天府四街199号长虹科技大厦会议室
<b>上市公司接待人员姓名</b>	公司董事兼副总经理吴定刚、董事会秘书兼首席合规官赵其林、中国区电视营销事业部市场部部长侯学明、长虹国际控股公司国际化推进部部长吴中奎、证券事务代表杨柳絮以及董事会办公室工作人员
<b>投资者关系活动主要内容摘要</b>	
<p><b>1、目前白电业务在销售端主要有哪些变化？智易家在白电内销中承担了什么样的角色？</b></p> <p>答：公司在国内市场积极推进营销转型，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。</p> <p>在海外市场充分发挥内外协同、冰洗协同、全球协同的产业优势，在不断提升海外产品研发能力，产品竞争力的同时，帮助客户做好市场细分，量身打造市场营销策略，驱动海外细分市场。积极开拓海外市场，拓展新客户的同时，不断优化客户结构；加速海外品牌建设，提升海外品牌知名度，深化海外营销渠道与推广能力建设。</p> <p>公司与旗下子公司长虹美菱共同投资组建智易家，分别持股50%。经过近几年的发展，智易家已从单一的电子商务公司发展为线上线下一体化的O2O运营平台公司，其已建立了完善的智慧交易平台，实现了从订单到物流、从信用到收款、从商务到结算的全面信息化、</p>	

智能化和平台化。白电国内市场销售业务通过智易家的智慧交易平台销售商品。销售商品对应的客户、渠道、销售交易是由长虹美菱自行控制和对接的，对外交易主体是智易家。在货款结算方面，长虹美菱与智易家之间遵循“外部客户账期就是智易家对长虹美菱账期，外部客户回款就是智易家对长虹美菱回款，不在智易家停留或中转”的原则。

## 2、公司白电业务终端的消费者画像如何？未来将如何继续发力产品提升？

答：公司坚持“产品领先”，努力打造符合消费人群、具有独特价值的产品。主要产品类别情况如下：

冰箱方面：长虹美菱自主研发了“零冲击”“微微冻”保鲜技术、水分子激活保鲜技术、全面薄GLS集成技术、MCN+净味保鲜技术等核心技术，引领冰箱行业回归保鲜主场，全面进入“拼薄”和“长效净味”的时代。引领市场需求，强化产品定义，在功能上打造“新鲜美菱”的品牌心智、在空间上打造“薄嵌一体化”的设计美学、在容积上打造“超高容积率”的存储标杆。上市的“M鲜生”系列冰箱、“十分净”系列冰箱、大窄门系列冰箱、魔法石系列及无忧嵌系列冰箱等，打造了“美菱鲜”、“美菱薄”、“美菱嵌”的品牌名片，产品竞争能力明显增强。

空调方面：坚持“好睡眠+好空气+好舒适”的产品理念，重点围绕品质、体验、健康进行产品升级，打造空调“极静、极省、极智”的品牌体验，围绕“新风换气、自清洁、全无尘”三大核心功能进行产品系列化布局。推出了长虹“仰望”系列Q6E挂机与Q6E柜机，行业首个全无尘新风空调Q7A挂机及分区控温空调Q7V挂机等，解决用户同场景不同温度需求的痛点。

洗衣机方面：开发内桶锥形胀圆技术、斜角稳定技术、云盘冷凝技术三项黑科技，打造洗衣机“薄”“大”“智”行业名片。在“十分薄”滚筒平台上，陆续发布超氧净、5GII系列产品，行业首创的“烘道水洗”功能具备清洁、健康、祛味等功效。

## 3、集团的外销渠道未来是否有可能进一步深化协同？

答：公司不断强化资源协同，围绕市场、客户、产品等方面优化布局，抢抓市场订单。在海外市场充分发挥内外协同、产业协同、全球协同的产业优势，以国内多年积累的营销能力为基础，通过量身打造市场营销策略，驱动海外细分市场，积极开拓海外市场新客户，不断优化客户结构；加速海外品牌建设，提升海外品牌知名度，深化海外营销渠道与推广能力建设。

在海外营销方面，公司坚持电商国际化主线，深化业务转型，聚焦核心市场，积极拓展新市场，不断提升品牌形象及业务规模；坚持效率提升与风险管控两手抓，持续推动各项业务稳健良性发展。

#### 4、公司的考核是否有一些量化指标？2023年发展的展望？

答：公司对各业务主体均设置了量化经营指标。在家电业务方面，公司坚持良性发展与转型升级并重。坚持“效率为王”核心思想，以数字化为依托，通过合理的商业库存管理驱动组织转型，提升以效率为核心的综合竞争力；持续深化落实“产品领先”理念，以核心技术为驱动，推进产品高端化转型；继续坚持“对标对阵”，以市场需求为核心，增强市场竞争能力。加大力度提升培育期业务规模和行业影响力，聚焦智慧家庭方向发展新业务，以新业务孵化促进转型升级。

#### 5、公司黑电板块未来的业务展望？竞争力如何？

答：公司黑电板块持续全面提升运营效率，整体运营效率达行业领先水平。依托“5G+工业互联网”的行业领先智能电视生产线深入推进大规模高端定制化生产，强化价值链竞争力，坚定深化营销转型，主动出击市场，筑牢市场。国际化持续深入，建成国际领先的自动化智能生产线以及基于工业互联网云平台的大型模组智能制造中心，持续优化产品结构，产品产销能力进一步增强。

##### 1、运营能力

建成行业领先的“5G+工业互联网”智慧工厂，关键工序自动化设备率达100%；物流自动化率95%，原材料立库、整机生产线及成品立库无缝集成。持续推行“C+3”订单运营模式，国内的订单交付天数同比提升14.2%，商业库存周转同比提升25.5%，存货周转效率同比大幅提升，电视产品效率实现行业领先。推进ToB与ToC业务在研产供等多方位协同，产品品类进一步聚焦，供应链效率优势明显。海外方面，持续优化组织深入开展电商精细化运营管理，推行OPSI管控，实现系统提效。

##### 2、技术能力

以用户体验为中心，聚焦“多模态交互、画质、智能诊断”等核心技术，持续技术创新，为用户提供有独特价值产品。进一步夯实8K产品技术与布局，强化8K心智，全力打造长虹“8K”电视新名片。激光电视继续保持技术领先，获CES2022“三色激光显示创新金奖”、德国2022年红点奖以及“世界上超高清显示标准（BT.2020）色域最高的激光电视”认证等多项奖项。依托长虹国家级技术中心的强大实力，组建海外研发中心，加强中高端产品技术储备和研发投入。坚持以技术创新打造策源地，聚焦安卓TV、ROKU、NF三大智能电视平台，圆满完成GoogleTV系列产品、AndroidTV迭代系列、MiniLED产品及显示器产品的研发。

##### 3、营销能力

深化国内营销转型，优化营销组织与策略，拉通产品价值链经营，开展场景化、套系

化及数字化营销。紧抓结构升级促增量，聚焦“8K、75+大板”产品布局、推广，产品销量实现倍增，其中8K产品在全网份额接近90%，保持绝对领先地位。持续优化销售渠道体系，强化线上线下营销协同，聚焦区域、渠道和门店。海外方面，聚焦战略区域、核心市场和重点客户，打造了美洲、独联体、北美、南亚四大10亿级规模区域市场，成功进入了澳洲大连锁HarveyNorman渠道。

附件清单

风险提示

以上如涉及对行业的预测、公司发展战略规划等相关内容，不能视作公司或管理层对行业、公司发展或业绩的承诺和保证，敬请广大投资者注意投资风险。

日期

2023年5月24日