

证券代码：002032

证券简称：苏泊尔

浙江苏泊尔股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2023016

<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 checked="" type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 其他（电话会议）
<b>参与单位名称及人员姓名</b>	中金公司何伟&韦一飞&张沁仪、国泰基金吴金涛、招商基金郑若慈、南方基金李想、宽远资产吴相贤、Bright Valley Capital陈思、中海基金陈玮、大成基金徐雄晖、惠理基金廖欣宇。国泰君安蔡雯娟、浦银安盛基金李俐璇、东方红资管叶倩、中国人寿资产李珊珊、长江证券崔甜甜、华宝基金邢瀚文、嘉实基金王力、华安基金萧戈言、光大保德信谢东、东方资管马依暄；招商证券史晋星&彭子豪、中泰资管陈太中、信璞投资林华强&蒋锐、华泰资管逯海燕；兴业证券颜晓晴&周庆、中欧基金宋星琦、易方达基金方鑫宸；申万宏源刘正、诺安基金王晴、华宝基金吴心怡&汤慧、鹏扬基金朱悦&李人望；广发证券袁雨辰、圆信永丰基金李阳&陈臣、国联基金范鹏程、长城基金尹宁；高盛伊健&唐欢、施罗德基金 Sarah Liu；天风证券李阳、广发资管张冰灵、银河基金施文琪；西南证券龚梦泓、银河基金金寿鹏；瑞银证券潘人怡、摩根士丹利凌珈瑜、浙商证券文煊、光大证券周方正。
<b>时间</b>	2023年9月21日
<b>地点</b>	公司杭州基地报告厅
<b>上市公司接待人员姓名</b>	总经理：张国华 财务总监：徐波 董事会秘书：叶继德

	<p>电器事业部总经理：曾劲松</p> <p>证券事务代表：方琳</p> <p>证券事务专员：张珂</p>
<p>投资者关系活动 主要内容介绍</p>	<p>首先，董事会秘书叶继德先生对公司 2023 年上半年业绩情况、市场份额表现等运营情况做了总结，并从产品创新、渠道运作以及内部运营管理等面对公司核心竞争力进行了分析，同时向投资者展示公司历年 ROE、分红率、股份回购计划、股权激励计划、ESG 工作成绩等。最后，公司总经理张国华先生、财务总监徐波先生、电器事业部总经理曾劲松先生与投资者进行了更深入的问答交流。</p> <p>主要问题具体如下：</p> <p><b>公司品类拓展策略及如何进行新品类管理？</b></p> <p>多年来，公司基于消费者洞察根据不同人群的需求和痛点进行有效创新。</p> <p>在传统优势品类方面，公司持续进行产品研发与功能迭代，以实现现有品类规模的有机增长；而在新品类方面，公司会选择进入部分具有一定市场容量且可持续发展的新品类，在整体不过多增加单品型号的前提下以期获得销售规模的持续增长，以实现公司的良性运营和产销效率的提升。</p> <p>公司今年推出的便携式咖啡机和自动炒菜机都是较为典型的新品类例子。</p> <p><b>公司 ROE 水平目前优于行业平均水平，未来预计如何？</b></p> <p>公司作为制造业企业，近年来 ROE 水平一直处于行业领先水平，主要得益于公司利润的改善以及利润率的稳定持续增长以及严格控制资本开支。未来公司希望努力做到稳定的 ROE 水平。</p> <p><b>当年轻消费者成为主力消费群体，公司有什么相应的对</b></p>

策？

公司近年来一直在推进品牌年轻化战略，持续通过洞察年轻消费群体的需求以设计与研发更适合年轻人群的产品。通过几年的耕耘，公司产品在年轻群体中的消费占比有显著提升，这进一步增加了公司对于产品年轻化设计与传播方面的信心。未来，公司希望能通过产品创新和设计创新并通过年轻人喜欢的传播渠道以期获得更多年轻消费者的认可，并继续提升在年轻群体中的消费占比，为公司销售带来可持续的增量。

**抖音渠道目前利润率较低，如何看待该渠道的未来发展趋势？**

近年来，抖音渠道快速发展，公司在抖音平台布局较早，目前已经积累了一定数量的粉丝，且自播比例现已得到较大提升，随着费用率下降，公司抖音平台去年起已逐步实现盈利。未来，公司将通过更好地运营公域流量和私域流量以此降低线上平台的整体费用率，努力提升抖音渠道的运营与盈利能力。

**线下渠道的未来潜力如何？其中 O2O 渠道的发展趋势预计如何？**

随着消费习惯和心智的改变，线下渠道方面，行业在一二级市场现代渠道整体仍处于下滑状态，在社群团购和到家业务上有较快增长；随着国家出台的一系列促进消费的措施，一二级市场现代渠道销售有望得到进一步改善。公司近两年在三四级市场O2O 渠道获得了较好的增长，目前公司在京东专卖店、天猫优品等渠道进店率较高且有较好的动销，使得公司整体线下渠道销售保持稳定。此外，在B2B 业务方面，公司与银行、航空公司等多家大中型企业开展积分换购及团购业务，为线下渠道带来新的增长点。

	<p><b>公司未来会持续高比例分红吗？</b></p> <p>公司基于多年来稳健经营，前期积累了较高的未分配利润，结合公司自身的资金使用安排，为更好地回报股东，公司在2022年度实施了高比例的现金分红，但未来每年分红情况还需视当年现金及使用情况决定。</p> <p><b>公司下半年外销关联交易目标能否实现及未来展望？</b></p> <p>今年在低基数+低库存的情况下，公司对下半年的外销关联交易充满信心。未来外贸业务的展望将取决于主要外销客户现有品类全球销售的有机增长，及可能转移新品类代工带来的增长，公司希望外销业务未来能保持相对平稳的增长。</p>
附件清单（如有）	无
日期	2023年9月25日