

长虹美菱股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2024-17

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	汇添富基金：袁建军、刘伟林、马翔、董超、劳杰男、袁锋、夏德婕、李安、丁云波、周晗、徐逸舟；方正家电：吴慧迪、陈炯阳、孙安琪
时间	2024年5月24日
地点	公司行政中心二号会议室
上市公司接待人员姓名	董事会秘书：李霞 证券事务经理：吕明
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. 请介绍下公司 2024 的经营目标</p> <p>答：2024 年公司将坚持党建引领，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。2024 年力争全年收入向双位数增长迈进，同时力争净利润保持稳步增长。</p> <p>2. 请问公司如何看待家电市场未来发展趋势</p> <p>答：国家进一步鼓励和引导消费，提升消费能力、优化消费环境；鼓励数字消费，推动直播电商；鼓励绿色消费，降低消费的“含碳量”。但国内宏观经济还处于持续复苏阶段，房地产处于周期性调整中，居民消费能力不足，传统大家电行业充分竞争、产品同质化较高、行业发展已进入存量竞争时代。</p> <p>另外海外通胀压力持续存在、贸易保护主义升温、政治风险和地缘政治紧张局势加剧，海外业务发展仍然存在较大不确定性。</p>

	<p>3. 请介绍下公司国内冰箱柜产业 2024 年的经营计划</p> <p>答：2024 年，公司冰箱柜国内市场方面，面临产品结构升级、存量市场竞争激烈等挑战，产品策划围绕“鲜、薄、窄、嵌”进行产品布局，推广精品和精爆品、打造爆品、优化产品结构，以客户为中心，为消费者提供独特价值产品。在产品方面，聚焦 SKU 品效，提高产品品质，提升产品竞争力。在渠道方面，推进核心客户精细化管理，坚持“自有渠道夯实、增量渠道拓展、新兴渠道突破、零售渠道跑赢”的渠道策略，通过优化产品布局、强化运营能力、加强渠道发力，加强零售渠道提质增效，紧抓新兴渠道市场机会。在营销方面，强化终端营销能力建设，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。</p> <p>4. 请介绍下公司国内空调产业 2024 年的经营计划</p> <p>答：2024 年，公司空调产业的国内市场方面，在保持良性经营的前提下，通过“品牌提升、产品升级、渠道拓增、全面零售”的经营策略，做大规模、提升均价。以产品为载体，阐述“精工品质舒适每一度”的品牌心智和品牌价值，诠释“责任、创新、坚韧”的国企精神，实现与顾客的文化共鸣；坚持以用户为中心，把握健康、舒适、节能的市场趋势，加强核心技术研发和成果转化；以“差异管理，渠道拓增”为核心，精耕利润渠道、提质形象渠道、提速规模渠道、突破流量渠道、进攻增量渠道；强化产品推广，优化终端建设，加强零售转化。</p> <p>5. 请介绍下公司 2024 年海外市场的市场规划</p> <p>答：2024 年，面向全球需求结构升级，公司将继续践行“有利润的规模增长、有现金流的利润增长”的理念，坚持品牌优先，加强升级型产品策划和差异化产品设计，强化效率提升，通过聚焦重点市场、核心优质客户。冰洗方面将打造冰洗双轮驱动，持续发力欧洲市场，深耕亚非拉市场，坚持以业务为导向、客户为中心，不断提升产品性价比、产品质量、运营效率、客户服务能力以及客户满意度，扩大市场份额。空调方面将聚焦优势渠道，深耕亚非拉等根据地市场，进一步开拓欧美市场，紧跟市场趋势。</p>
附件清单 (如有)	无
日期	2024 年 5 月 24 日

