

## 长虹美菱股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2024-23

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	招商基金：杜亮、王奇玮、郑若慈、邓新翱、虞秀兰；国盛证券：徐程颖
时间	2024 年 7 月 25 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 证券事务主管：肖莉
投资者关系活动主要内容介绍	<p style="text-align: center;"><b>投资者与公司代表互动交流问答</b></p> <p style="text-align: center;"><b>1. 请介绍下公司 2024 年一季度经营情况</b></p> <p>答：2024 年一季度，公司坚持党建引领，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，各产品线均取得了较好成绩。2024 年一季度，公司实现营业收入约 59.4 亿元，同比增长 18.20%；实现归属于上市公司股东的净利润约 1.56 亿元，同比增长 26.93%。</p> <p style="text-align: center;"><b>2. 请介绍下 2024 年海外市场的市场规划</b></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。海外空调方面将聚焦优势渠道，深耕亚非拉等根据地市场，进一步开拓市场，紧跟市场趋势。</p> <p style="text-align: center;"><b>3. 请介绍下空调海外市场 2023 年收入增长的原因</b></p>

答：空调海外市场方面，围绕品牌蓄势、产品聚焦、渠道突破、数字转型持续推动业务良性发展。坚持品牌优先发展原则，深耕根据地市场；聚焦核心关键市场，聚焦大客户，提升客户规模；加快新市场、新客户扩展，取得良好效果。继续推动销、产、供、研、物流、计划一体化高效运营，优化供应链布局，缩小供应半径，持续提升生产、存货周转效率。通过打造标杆线、精品工程不断提升产品质量，提升产品溢价能力，为业务赋能。

#### **4. 公司经营效率改善的原因是什么**

答：公司坚持党建引领，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。公司坚定走效率为王、产品领先、对标对阵之路，持续深化营销转型，对以零售价为价值的管理体系、以合理的商业库存为核心的运营管理体系、以零售为核心的营销管理体系，以刚性预算为核心的费用管控体系进一步强化，并在研产端持续增收、降本、降费，以达成经营持续改善提升的目标。其中，效率为王通过以价值为导向，通过资金效率、渠道效率、产品效率、管理效率四个方面的效率提升来实现经营持续改善。在资金效率上，持续以商业库存周转为核心，以交付时效为保障，提升全供应链能力，通过零售驱动实现资金效率提升。

#### **5. 请问公司如何看待家电市场未来发展趋势**

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。

#### **6. 请介绍下公司国内冰箱柜产业 2024 年的经营计划**

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

	<p>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 style="text-align: center;"><b>7. 请介绍下公司国内空调产业 2024 年的经营计划</b></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换；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>附件清单 (如有)</p>	<p>无</p>
<p>日期</p>	<p>2024 年 7 月 25 日</p>