

长虹美菱股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2024-28

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	博时基金：张锦；申万证券：刘正
时间	2024年9月9日
地点	公司行政中心二号会议室
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 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. 公司业绩持续向好，请简要介绍下公司下半年经营计划</p> <p>答：2024年下半年，公司将继续围绕“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”的经营思路开展工作，在损益持续改善的前提下，力争规模增长超行业平均水平。</p> <p>2. 请介绍下公司的运营能力</p> <p>答：公司持续开展标杆管理活动，提升公司运营管理水平 and 竞争力。同时，通过持续开展“人效、钱效、物效”三方面提升工作，不断提升内部管理能力。建立了目标清晰、指标量化、绩效导向的绩效考核和激励下沉的分层式分享体系，激活内部生产力。以价值链管理为主线，持续开展价值创造工作，提升公司竞争力。同时，不断完善合规风控体系，提高防范风险能力。</p> <p>3. 请简要介绍下公司 2024 年下半年冰箱柜产业的经营计划</p>

答: 2024年下半年,冰箱柜产业方面,国内市场继续坚持“价值导向、全面提效”的经营思路,基于“目标导向、问题导向”直面存量市场竞争、产品结构升级、渠道结构变化。产品推广方面围绕“鲜、薄、窄、嵌”进行布局,坚持“抓零售、推精品、提效率”的产品策略,做好以客户为中心的产品运营和以用户为中心的品牌运营,为消费者提供独特价值产品;产品研发方面继续坚持以用户为中心,洞察消费者需求和技术发展趋势,构建三层研发体系,实施产品经理负责制,在产品结构精细化管理的基础上形成“精品+爆品”的产品竞争优势,持续提高产品品质、提升产品竞争力、创造用户价值;渠道变革方面,持续进行基础渠道夯实、零售渠道跑赢、增量渠道拓展、新兴渠道突破,提升渠道经营质量和规模;终端营销方面加强终端营销能力建设,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;持续对标对阵,强化内部效能的持续提升。

海外市场方面,结合行业需求发展趋势,积极提升产品结构、调整市场结构、优化客户结构,内部提效,不断提升经营质量。产品端围绕风冷化、变频化、节能化进行产品创新,加大多门冰箱的推广;围绕竞争力提升、品质提升、价值提升,深化关键资源建设,提高中低端产品制造效率,提增高端冰箱精细化和制造能力。市场端,加速品牌业务,加大新兴市场的开拓力度,聚焦ToC推广、培训、终端能力建设;提高大客户占比,提升大客户的支撑能力。深化提效,建设CIF海运能力,通过“以柜定产”模式加强产销供衔接,以数字化建设提高研发效率,“控时长、管异常”严控超期存货、逾期应收,以实现经营质量稳步提升。

4. 请简要介绍下公司 2024 年下半年空调产业的经营计划

答: 2024年下半年,空调产业方面,国内市场坚持科技战略,聚焦核心技术,用技术赋能产品。坚持创新引领,围绕变频、仿真等核心技术持续深耕技术研发,确立了智能高效舒适全新“问鼎”变频技术平台、制冷系统爆炸燃烧预防性技术、数字化全息参数商检技术、五恒空调、AI空调等重点项目,保持行业竞争力。进一步夯实ToC、ToB双循环,B端强化战略合作,推进多赛道、多元化B端业务;C端推进渠道共创、用户直达,全面覆盖线上线下全渠道,推进以商业库存为核心的效率提升和“送、装、服、收”服务一体化。

海外市场方面,持续贯彻“有利润的规模增长、有现金流的利润增长”的核心理念。坚守品牌优先战略,深化根据地市场的开发。聚焦核心优势区域市场,同时积极寻求增长机会,专注于

	<p>强化优势渠道和开拓新市场，并致力于核心大客户的深入合作。紧跟市场发展趋势，不断推出高端、创新及变频产品；坚持以业务为导向、客户为中心的原则，持续提高产品质量、客户服务能力，以增强客户满意度；坚持数字赋能业务，打造数字化工厂，强化产供销研物流计划一体化运营，持续提升公司效率水平。</p> <p>5. 请简要介绍下公司 2024 年下半年洗衣机产业的经营计划</p> <p>答：洗衣机产业在产品方面，2024 年下半年持续通过外观、功能、洗净等升级优化，综合提升产品竞争力。滚筒主推“如手洗”产品系列拓展，提升腰部产品竞争力，助力内销市场滚筒产品快速实现规模突破；波轮产品持续升级，提升盈利能力；完成热泵干衣机首发上市，构建洗衣机与干衣机套系化产品，进一步完善产品线布局。市场方面，内销持续夯实基础渠道建设，聚焦资源实现电商渠道突破发展，保障内销业务稳步增长。外销全产品线冰洗协同，聚焦重点区域、重点客户、重点产品，逐步完成各级滚筒产品布局，实现规模持续高速增长。</p>
<p>附件清单（如有）</p>	<p>无</p>
<p>日期</p>	<p>2024 年 9 月 9 日</p>