

长虹美菱股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2024-31

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	鹏华基金：闫思倩、罗杰夫、赵花荣、潘资兴；中信保诚基金：钱佳坤；大成基金：汪立；永赢基金：蒋昱东；长江证券自营：张藤；盛宇投资：吴小川；鸿商投资：谢雨龙；中信证券：玛西高娃
时间	2024年9月26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	投资者与公司代表互动交流问答 1. 公司业绩持续向好，请简要介绍下公司下半年经营计划 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。 2. 请简要介绍下公司2024年下半年冰箱柜产业的经营计划 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。

3. 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 端强化战略性合作，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>4. 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：2024 年下半年，洗衣机产业方面，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>5. 请简要介绍下公司 2024 年下半年厨卫及小家电产业的经营计划</p> <p>答：2024 年下半年，厨卫及小家电产业方面，在稳定茶饮产品市场地位的同时，围绕单品突破，持续扩大市场影响，进一步提升品牌影响力，同时，加强品牌建设和市场营销，提高品牌知名度和美誉度，为产业的可持续发展奠定坚实基础。以市场需求为导向，以技术创新为动力，继续加大研发投入，不断推出具有创新性和竞争力的产品，满足消费者日益多样化的需求。持续推进品类聚焦策略，强化品效分析，缩减品类及 SKU 数，提高运营效率；提升跨部门协调效率，优化管理流程，提升员工素质，助力产业高质量发展。</p>
<p>附件清单（如有）</p>	<p>无</p>
<p>日期</p>	<p>2024 年 9 月 26 日</p>