

浙江朗迪集团股份有限公司

投资者关系活动记录表

编号：2025-001

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：
参与单位名称及人员姓名	华安基金 王斌、萧戈言
时间	2025年2月20日 15:00—16:00
地点	线上会议
上市公司接待人员姓名	副董事长、总经理：高文铭先生 董事、副总经理、董事会秘书：陈海波女士 证券事务代表：马金霞女士
投资者关系活动主要内容介绍	<p>1、泰国工厂的发展规划，海外业务和客户历史变化</p> <p>(1) 泰国基地是公司实施出海战略的重要布局，计划总投资额为1.10亿元人民币，产能规模为新建1270万件空调风叶，预计建设周期2年，建成后可快速响应泰国本地客户需求，并以此为枢纽辐射东南亚和印度市场，推动海外营收增长。</p> <p>(2) 中国大约贡献了全球空调产量的80%，公司主要业务聚焦于国内市场，目前海外市场销售额占比不足10%，且主要以LG、三菱等外资空调企业为主。未来泰国基地将承担区域性研发中心职能，以及成为公司在新兴市场推进本地化生产的重要基地。</p> <p>2、公司各项业务在市场中的地位及其毛利率高于主要竞争对手的原因分析</p> <p>(1) 本公司主营业务包括家用空调风叶、机械风机以及复合材料三大板块，公司是国内空调风叶细分行业的龙头企业之一，核心客户包括美的、格力、海尔、LG、三菱等，已形成稳定的市场份额。公司机械风机板块将稳步推进产品线延伸，突出智能电机在风机应用中的有效匹配，拓宽客户边界，挖掘新的利润增长空间。公司复合材料板块目前产</p>

销规模相对较小，公司将进一步加强新产品的研发力度，深化与核心客户的战略合作，以拓宽产品应用范围，不断扩展材料的应用场景。

(2) 毛利率是综合因素共同作用的结果，这个主要得益于以下几点：一是公司注重研发创新，不断优化产品结构，提升产品附加值，从而增强了产品的市场竞争力；二是精细化管理和产业布局的优化，全要素提升劳动生产效率，有效降低生产成本，全面提升产品和服务质量，满足客户需求，增强客户合作黏性，不断稳固和提高市场份额；三是规模效应，随着公司生产规模的扩大，单位产品的固定成本逐渐降低，从而提高了整体盈利水平。

3、公司与客户的定价是否会关联原材料价格？

家用空调风叶板块主要客户与塑料原材料价格有联动调整机制；复合材料板块以塑料原材料价格联动调整及招投标定价为主；机械风机板块以年度等周期性定价或招投标为主。

4、相较于 2015 年招股书披露的数据，公司当前前五大客户整体占比差异是否明显。

公司前五大客户结构基本稳定。

5、未来公司业务重点和经营规划

未来，公司将继续秉持稳健的发展策略，坚持战略导向，聚焦主业发展。以开放的心态迎接智能家居、人工智能等新技术带来的变革，持续推进企业的可持续发展。

在家用空调风叶板块，我们将强化“三精”管理，不断提升自动化、智能化、数字化水平，充分发挥区位和规模优势，稳固市场份额，成为健康空气的名配角。机械风机板块将加速自制电机应用及模块化进程，培育新的利润增长点。复合材料板块将聚焦核心产品和重点客户，拓宽并拓深细分行业应用场景，提升规模效益。

在技术创新方面，公司将加大在材料科学、流体力学和设计创新等领域的研发投入，深化产学研融合，提升产品能效比，推动产品向绿色、低碳方向发展。在生产制造方面积极采用智能制造技术，提高生产效率，降低生产成本。在市场开拓方面积极拓展新兴市场，抓住发展机遇，提升品牌知名度和市场份额。

同时，公司将积极运用资本运作及兼并收购等发展手段，逐步加大

	对新兴产业的投资，通过“内生+外延”的双增长引擎，不断提升企业的经营规模和质量，助力企业持续健康发展。
附件清单(如有)	/
日期	2025年2月20日