

长虹美菱股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2025-10

投资者关系活动类别	☒ 特定对象调研 ☐ 分析师会议 ☐ 媒体采访 ☐ 业绩说明会 ☐ 新闻发布会 ☐ 路演活动 ☐ 现场参观 ☐ 其他（请文字说明其他活动内容）
参与单位名称及人员	民生加银基金：刘浩、尹涛；国盛证券：鲍秋宇
时间	2025 年 5 月 30 日
地点	公司行政二号会议室
上市公司接待人员姓名	副总裁兼董事会秘书：李霞 财务管理部主管：段平 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	1. 请介绍下公司 2025 年经营计划 答：2025 年，公司将以创新驱动引领产业发展，以资源整合助力产业矩阵，强化产业协同夯实市场基础，通过内外融合加速公司发展，发展新质生产力，推进数字化、智能化转型升级，加速实现公司高质量发展。2025 年公司力争实现规模和利润双增长，保证有利润的规模增长的良性发展趋势。 2. 请简要介绍下 2024 年公司海外营业收入占比情况 答：公司海外业务是公司业务发展的重要战略之一，公司坚定不移地执行品牌优先发展战略，深耕根据地市场，聚焦核心关键市场，通过精准的市场策略，强化产业协同，积极开拓新区域、新市场，并取得了较大突破。2024 年，公司海外业务营业收入占公司总营业收入的 35.83%。 3. 请简要介绍下 2025 年公司海外空调产业的市场策略

	答：公司空调海外市场方面，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，加大根据地市场开拓、大力发展区域品牌代理；保存量、求增量，聚焦优势渠道、拓展新市场，开展核心大客户攻坚行动；紧跟市场趋势，推高、推新、推变频；坚持以业务为导向、客户为中心，不断提升产品质量、客户服务能力以及客户满意度。 4. 请简要介绍下 2025 年公司国内空调产业的市场策略 答：公司空调国内市场方面，基于 AI 技术强化用户体验和差异化设计，持续打造“全无尘”和“客餐柜”两张产品名片，推出“战略大单品”，并持续推动“熊猫懒大单品”套系化，打造腰部品牌单品。加大市场投入，通过事件营销、新媒体种草等多种方式提高品牌知名度与美誉度。坚持区域差异化管理，持续推进实施《川渝根据地建设方案》《第二根据地市场建设方案》等专项区域策略。围绕用户加强服务能力提升，快速直达，提升用户满意度。 5. 请简要介绍下 2025 年公司海外冰洗产业的市场策略 答：公司冰洗海外市场方面，在产品布局上紧密把握全球消费需求升级趋势，主推“风冷、变频、多门、节能”等趋势性产品，构建“高端高品味、中端高性价比、低端高效率”产品矩阵，精准匹配差异化市场消费需求；构建以用户为中心的全方位营销体系，提升大客户需求契合度及客户合作效率，进一步增强客户黏性；业务拓展方面，深化合作挖掘存量市场潜力，巩固现有业务基础，重点布局增长迅速的新兴市场，积极开拓增量空间，实现市场份额的持续增长；深耕品牌根据地市场，从渠道纵深拓展、产品矩阵完善、市场推广能力提升以及人才梯队建设等多维度发力，全面提升品牌竞争力，加速海外自主品牌业务的规模化发展，打造具有国际影响力的品牌形象。 6. 请问公司回购进展情况 答：公司于 2025 年 5 月 8 日召开了公司第十一届董事会第十五次会议，会议审议通过了《关于回购公司 A 股股份方案的议案》，本次回购股份的实施期限为自董事会审议通过本次回购股份方案之日起不超过 12 个月，目前该事项正在有序推进中。
附件清单（如有）	无
日期	2025 年 5 月 30 日

