

证券代码：003023

证券简称：彩虹集团

成都彩虹电器(集团)股份有限公司

投资者关系活动记录表

编号：2026-001

投资者关系活动类别	<input type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input checked="" 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）
活动参与人员	<b>参与单位名称及人员姓名：</b> 线上参与公司 2025 年度网上业绩说明会的投资者 <b>上市公司接待人员姓名：</b> 1、董事长：黄朝万 2、董事/总经理：刘斌 3、董事/副总经理/财务总监：刘群英 4、独立董事：万国超、吴孟强、邓立新 5、董事会秘书/副总经理：张浩军
时间	2026 年 4 月 29 日 15:00-16:30
地点	“价值在线” ( <a href="https://www.ir-online.cn/">https://www.ir-online.cn/</a> )
形式	网络文字互动方式
交流内容及具体问答记录	<b>问题及回复：</b> <b>1. 2025年营收、净利都下跌，主要是什么原因呢？</b> 答：您好，2025年业绩承压主要来自以下方面的因素叠加导致：①家用柔性取暖领域连续两个暖冬抑制了短期消费需求。内容电商的增量暂未完全弥补线上传统货架电商流量收缩缺口，同时流量成本上涨，压缩了盈利空间。整个行业竞争加剧；②家用卫生杀虫领域线下传统商超渠道销量下滑，对应的线上销售尚未起量。面对阶段性压力，公司围绕主业推动落地

多项应对措施：一是推行全环节精益化管理，降本提效；二是坚守全流程质量管控，确保产品合格率100%，巩固品牌口碑；三是加快产品创新迭代，拓展水暖毯、户外移动取暖、母婴专用、“彩虹卫士”家清等新品类；四是整合全域营销资源，优化线上线下渠道结构，构建更具韧性更抗周期的营销生态。谢谢。

## 2. 今年分红计划是怎样的？

答：您好，公司2025年度利润分配预案已经第十一届董事会第四次会议审议通过，尚需提交2025年度股东会审议。拟以当前总股本105,341,600股为基数，向全体股东每10股派发现金红利3.50元（含税），合计拟派发现金红利36,869,560.00元（含税），本年度不送红股、不以公积金转增股本。具体内容详见公司披露的相关公告，谢谢。

## 3. 取暖业务占比超6成，连续暖冬有什么应对办法？

答：尊敬的投资者您好，针对连续暖冬对取暖业务的影响，公司将采取以下应对措施：

1) 产品多元化升级，加速智能化、场景化迭代，重点拓展水暖毯、户外移动取暖等新品类，并延伸热敷+本草理念，开拓礼赠及轻养生市场，积极拓展家居清洁板块，以丰富产品线对冲季节性需求波动。

2) 技术研发与创新，加大研发投入，开发如老年专护电热毯、发热地毯等差异化产品，提升产品附加值，增强市场竞争力。上一年研发投入虽同比略有下降，但我们持续聚焦关键技术突破，期待取得积极效果。

3) 渠道优化与营销创新，强化线上线下协同，线下深耕终端布点，线上发力直播电商与社群营销，通过内容化运营提升品牌声量，缓解传统渠道下滑压力。

4) 发挥双主业协同效应，依托卫生杀虫业务的季节性互补优势，扩大家卫品类主营占比，平滑经营风险，同时拓展家清类产品，培育常年销售增长点。公司将持续关注气候趋势，动态调整策略，通过技术引领、品类拓展及渠道韧性建设，提升抗风险能力。感谢您对公司的关注。

## 4. 今年的研发重点是什么

答：您好，今年公司研发会继续围绕两大主业+新业务布局：家用柔性取暖领域重点推进碳纤维、膜发热等新技术落地，加快智能温控、抗菌除

螨等高端功能普及，同时研发更多适配户外、轻养生场景的新品；家用卫生杀虫领域重点推进天然植物源成分、缓释技术的研发，升级物理防控类产品，完善母婴、户外等细分场景的产品矩阵；同时持续布局家清类产品的技术储备，为新业务拓展提供支撑。谢谢。

#### **5. 行业低价竞争很激烈，公司靠啥保住市场份额和毛利？**

答:尊敬的投资者您好，面对行业低价竞争环境，公司从产品、渠道、供应链、品牌四维度构建核心竞争壁垒，在保障市场份额稳固的同时维持毛利水平整体稳健。产品端坚持研发驱动的差异化战略，通过技术迭代、高端产品线布局及行业标准参与制定的领先优势，规避同质化价格竞争，以差异化、高品质提升附加值，保持核心品类市占率行业前列地位。渠道端推进线上线下全渠道精细化运营，同步布局即时零售等新兴消费场景，高效覆盖多元客群。供应链端强化核心部件自主生产能力，通过供应商协同、产能优化实现降本提效。依托“彩虹”驰名商标国民品牌积淀，辅以子品牌矩阵覆盖母婴等细分赛道，持续提升品牌溢价能力。2025年公司整体毛利率为42%左右，夏季品类受阶段性绑赠促销影响略有下降。后续公司将持续深化技术升级、渠道优化及供应链提效，巩固自身竞争优势。谢谢。

#### **6. 中长期看，业绩增长点主要靠哪几块业务？**

答:尊敬的投资者您好。公司致力于在夯实家暖、家卫两大主业核心竞争力的基础上，积极探索并培育新的增长动能，坚持稳健经营与高质量发展并行。我们重点关注家居清洁、健康护理等潜力领域，构建以“彩虹”为核心的系列品牌矩阵。目前，公司已推出“彩虹卫士”系列家居清洁产品，并将依托“安全、品质、舒适、高效、健康”的核心价值持续拓展产品品类。与此同时，我们积极关注产业链上下游以及相邻领域，寻找与公司战略方向契合、能够形成资源互补和协同效应的潜在合作机会。公司将本着审慎、稳健、开放的态度，以高质量的产品与服务，推动公司高质量发展，为社会、股东创造更多更高的价值贡献。谢谢。

#### **7. 2026年有没有营收、利润的大概目标，能止跌回升吗？**

答:您好，过去的一年面对困难复杂的局面，公司生产经营短期承压，但正是这样的淬炼展现了公司在困难环境下持续发展的强劲韧性。2026年，我们将持续关注行业和市场情况，坚持科技创新为发展引领，聚焦主业，

构建更加丰富的产品矩阵，加快推进自动化、智能化制造升级，降本增效，持续优化运营效能，为盈利能力提升注入动能。我们相信，经历短暂的调整，公司将迎来稳健发展的新局面。感谢您对公司的关注。

**8. 母婴“乖乖”品牌“彩虹卫士”清洁品，卖得怎么样能赚钱吗？**

答:您好，“乖乖”“Quaai”作为公司打造的专业母婴驱护品牌，针对特定消费群体，秉承至简安全理念融合天然植物成分与驱护技术，天然植物精油系列为国内首款获农业农村部批准上市的自然挥发式精油产品，天然桉树萃取精油作为基础，持续丰富驱蚊贴、驱蚊手环等多形态产品。彩虹卫士系列家庭清洁产品包括香氛强效洁厕液、洁厕宝、管道通、彩衣漂洁液等，针对卫浴清洁需求覆盖日常家居清洁多元场景。经精心培育，系列产品已经具有一定规模和盈利能力，公司将继续深耕拓展，以多品牌多品类策略扩大营收规模。谢谢。

**9. 公司说要做智能+水暖毯+户外取暖，这些新品订单多不多？**

答:您好，您提到的产品公司目前归集到家用柔性取暖产品类别，该类别产品仍然以电热毯、暖手器为主，户外取暖等创新业务虽然当前在公司整体营收中占比尚不高，但处于增长阶段。水暖毯品类依托公司独创的无泵静音技术，有效解决传统产品噪音痛点，2025年入驻山姆系统，同时以网销渠道打开局面，年销量提升至20万床左右，具备良好的发展潜力。谢谢。

**10. 现在独立董事每年需要保证不少于15天的现场工作时间，您觉得要求会不会太高？现场时间通常会重点分配在哪些工作上？**

答:您好，监管要求独董每年不少于15天现场履职，是保障独立判断、压实履职责任的必要安排。我们现场时间主要通过以下几种方式实现：出席董事会、各专门委员会、股东会等法定会议，审议议案、保障决策合规；实地走访生产经营场所、与管理层、一线业务人员面对面沟通，核实披露信息、掌握一手经营情况；参与重大投资、关联交易等事项论证，必要时实地考察标的，维护中小股东合法权益。谢谢。

**11. 公司审计、提名、薪酬与考核等专门委员会是否在有效运行？**

答:您好，公司审计、提名、薪酬与考核各专门委员会均严格遵照《中华人民共和国公司法》《上市公司治理准则》《深圳证券交易所上市公司

	自律监管指引第1号——主板上市公司规范运作》等相关法律、法规、规范性文件及公司专门委员会工作制度规范有效运行。谢谢。
关于本次活动是否涉及应披露重大信息的说明	本次活动不涉及未公开披露的重大信息。
活动过程中所使用的演示文稿、提供的文档等附件（如有，可作为附件）	无