

证券代码：002543

证券简称：万和电气

## 广东万和新电气股份有限公司 投资者关系活动记录表

编号：24-01

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姓名	上海申银万国证券研究所有限公司（刘嘉玲）、富利达资产管理（珠海）有限公司（樊继浩）、上海聚鸣投资管理有限公司（王宇俊）、广州市好投私募基金管理有限公司（庾展宏）
时间	2024年3月13日 14:30-15:30
地点	公司六楼会议室
上市公司接待人员姓名	卢宇凡、施福林、刘广信
投资者关系活动主要内容介绍	<p><b>1、问：国内业务毛利率提升明显的核心因素是什么？</b></p> <p><b>答：</b>公司整体毛利提升很重要的点是在于公司竞争力在不断提升，主要体现在以下几个方面：（1）在整体业务层面，全面激活组织活力，减少组织内耗，构筑经营管理体系，围绕体系、产品、渠道、零售、服务、用户运营、品牌、管理作战能力提升，赋能营销变革，实现长期有效增长；（2）回归商业本质，以用户为中心，聚焦主业，持续精进产品、成本、效率、零售等各项基本能力；（3）持续完善产品布局，多元化满足用户需求，共线产品要保证产品的领先性和差异化，同时结合功能差异、概念包装、工业设计做好内部各通路的区隔；（4）总部在品牌端持续增加赋能，尤其是新媒体抖音、小红书、私域等平台内容的种草，更好的支持站内实现转化，另外通过数字代言人 YONA、音乐 IP、综艺赞助等方面不断推进年轻化；（5）完善激励机制，推动</p>

组织不断进化、迭代，建立一支年轻化、职业化、规范化、国际化的善战、求实铁军，敢于挑战高目标，让打胜仗成为一种信仰；（6）除了在产销衔接、市场管理、服务支持等方面提升效率外，针对经销商体系多种途径反馈需求让信息拉通，更好做好服务和支持；借助万和强大基础设施的能力，对大家加强全方位的赋能，如围绕运营的人群画像、流量支持、产品培训、货源保障、营销打法、新店提升等，实现线上线下融合贯通；（7）以中央研究院为中枢，通过先行企划、技术创新及拉通两大产品中心研发建立万和产品创新体系，引入 IPMS 先进的产品操盘体系；以产销计划为主轴，构建万和高效运营体系；打造高毛利+高周转双轮驱动的盈利模式；（8）升级对标视野，创新营销思维，积极引入或萃取先进方法论及工具，在聚焦、规范、合规的前提下，不断提升管理水平。

综上所述，毛利提升是企业综合实力改善的结果。

## **2、问：公司海外业务发展现状及未来发展规划？**

**答：**长期来看，中国是全球家电最大的净出口国，我们发现了一些新的变化，主要在于：（1）消费产业是“一带一路”倡议的重要载体。优化产业链全球布局、促进品牌出海、发挥大国需求；（2）“一带一路”沿线国家（以下简称“带路国家”）居民收入的增长，形成中国消费产业品牌出海的市场潜力。家电尤其适合增速高、年轻化、多元化的消费市场；（3）国家与区域间的关税差异对国内消费行业产能转移产生重要影响。

美的、海尔为代表的大家电企业一方面受大家电运输半径影响，在全球范围自建工厂，另一方面通过收购完善海外布局，以及发展自主品牌结合的方式，大家电企业目前已在欧洲、美洲、东南亚、非洲等地区完成大规模的生产基地建设，区域辐射效应明显。

万和目前在海外主要有三个境外基地，分别是俄罗斯、泰国和埃及，俄罗斯业务目前规模相对较小，主要为海外经销点，鉴于俄罗斯的经济现状，公司对其投资规模有限；泰国和埃及我们已经分别开始

投资建立海外生产基地，主要以热水器和燃气烤炉为主，主销美国和欧洲地区，同时我们希望将原有的海外业务线有步骤、有计划地迁移至带路国家，在快速切入带路国家增长赛道的同时公司在前期就能有较为稳定的业务订单以及较低的劳动生产力成本以维持境外工厂的经营运转，并能加快对带路国家的认识和了解。

家电行业运输半径有限，最好的方式就是全球范围自建工厂，通过收购、跨国合作等形式完善海外业务布局，积极建立自有品牌，同时优化供应链全球布局，以快速切入海外增量市场。

### **3、问：公司是否有比较担心未来的坏账风险？**

**答：**公司拥有极强的上下游关系管理的能力，对于客户几乎都是款到发货，同时财务管理方面有着完善的内控管理制度、月度经营总结分析等等，各业务渠道专项管理分别推进，整体风险可控。

### **4、问：公司未来分红回报规划？**

**答：**从过去的很长一段时间来看，公司发展及整体盈利水平相对比较稳定，公司都维持着较为稳定的现金分红水平。公司未来的分红方案应该会结合未来发展战略、融资成本、未来盈利规模、现金流量状况、资金需求等因素进行综合考虑并审慎制定。万和希望能以更好的业绩表现来回馈广大投资者。

### **5、问：公司未来发展重心及发展规划？**

**答：**公司未来将以“121 梦想叠加三大战略主轴”为核心发展理念。

“121”梦想战略，即坚守燃气具一个主业，坚定做大厨房和卫浴两大空间，坚持培育一个新引擎。到 2033 年，要发展成为低碳绿色的全球燃气具领导品牌，到 2043 年万和要转型成为清洁能源科技公司。在经营维度，万和未来经营三大战略主轴，即：产品驱动、效率增长、数智升级，建立全新竞争力。

#### **(1) 坚守燃气具主业**

聚焦燃气具领域“做精、做专、做久、做强”。到 2033 年，万和含氢能源产品收入占比不低于气源产品的 50%，并成为欧美亚燃气具第一品牌，推进国际燃气具自主品牌，定位高端，利用泰国、埃及海外基地，不断拓展欧美市场和新兴市场，到 2033 年，成为全球燃气具第一品牌，海外燃气具收入占比要达到燃气具总收入的 60%。

### （2）坚定做强两个空间

万和在未来 10 年将遵循“单品-套系-场景-生态”发展阶段，不断拓展厨房、卫浴两大空间，成为由单一产品驱动升级为场景解决方案的品牌商。

在两大空间的产业拓展和业务创新方面，持续保持开放的思维和心胸。核心关联圈层品类如烟机、集成灶、灶具等重点发展，主要通过自产与渠道共享实现；次关联品类通过不限于商务合作、品牌授权、资本运作等形式，实现共创共赢，做大产业边界，构筑全产业链新格局和大生态。

到 2033 年，厨卫两大空间核心关联品类如烟机、集成灶、灶具等占据行业前三；两大空间场景生态的品牌知名度和规模进入行业前列。

### （3）坚持培育一个第二引擎

根据全球碳达峰、碳中和发展趋势，更加高效清洁的建筑供暖、热水能源模式将逐步替代原有的化石能源模式，其中以空气能为主的新能源技术与产品在可预见的将来，在中国会得到快速普及，我们必须坚定培育新能源产业。

以现有的电热、热泵研发、制造、品质平台为基础，在国内市场，通过发展新能源产业，补强国内北方弱势区域，拓展品牌影响力；海外市场，加快布局欧盟、澳洲、北美等海外市场，从目前以燃气具产品为主的出口结构升级成燃气、新能源并重，从而实现产业升级和打造新的增长点，启动增长的第二引擎。

**6、问：以旧换新政策是否会对品类带来增量刺激？**

**答：**公司一直都在积极关注行业内的相关政策，例如“以旧换新”等

	<p>等，公司将积极响应相关政策的号召，实现公司经营效益最大化。</p> <p style="text-align: right;">（完）</p> <p>在接待过程中，公司接待人员严格按照有关制度规定与投资者进行了交流与沟通，没有出现未公开重大信息泄露等情况，同时已按深圳证券交易所要求签署调研《承诺保密函》。</p>
附件清单(如有)	无
日期	2024年3月13日