

长虹美菱股份有限公司

2023 年度董事会工作报告

公司股东：

2023年度，长虹美菱股份有限公司（以下简称“公司”或“本公司”）董事会严格遵守《公司法》《证券法》等法律、法规及本公司《公司章程》的有关规定和要求，本着对全体股东负责的原则，恪尽职守，认真履行职责，维护公司和股东的合法权益，规范运作，科学决策，积极推动公司各项业务发展。现将2023年度董事会工作报告汇报如下：

一、报告期内公司所处的行业情况

（一）冰箱行业

冰箱行业属于高度成熟产业，市场发展已经进入慢车道。从整体数据来看，2023 年原材料价格全年保持较低水平稳定运行，企业成本端压力较小，但国内家电市场恢复速度落后于整体消费，叠加我国家电市场保有量高等行业因素，市场告别高速增长，整体面临需求不振的困局，根据奥维云网(AVC)推总数据显示，2023 年冰箱全渠道零售额 1,333 亿元，同比增长 7.0%。海外市场相关影响消退，国际海运费回落至正常水平，中国制造的高效率优势凸现，出口产品全价值链竞争力提升；同时，受海外渠道库存水位相对较低等因素拉动，出口业务呈现恢复性增长，根据产业在线数据显示，2023 年冰箱出口量 4,374.4 万台，同比增长 27.4%。

（二）空调行业

国内空调市场受 2022 年高温天气影响，市场消费提前，总体趋势高开低走。根据奥维云网(AVC)推总数据，2023 年零售额 2,117 亿元，同比增长 7.5%，其中，上半年全渠道增长，零售额同比增长 19.5%；下半年行业大盘持续下行，三季度零售额同比下降 15.7%，四季度零售额下降 15.5%。

2023 年初，海外空调市场受国际局势、地缘政治、经济发展下行、全球通胀等多方面影响，空调行业外销市场承受了较大的压力，量价同时下滑。进入二季度后，在大宗原材料价格下滑、汇率及海运成本下降等综合利好因素下，伴随厄尔尼诺现象带来的全球性高温，海外市场对空调采购量增加，家用空调出口需求逐渐恢复。根据产业在线数据，2023 全年空调累计出口 6,626.5 万台，同比增长 8.3%；销售额 131.6 亿美元，同比上涨 1.3%。

（三）洗衣机行业

国内洗衣机市场 2023 年上半年复苏较为缓慢，仅在四季度取得较高增长，

整体需求释放相对缓慢，规模稳健复苏，市场进入了平稳增长的“精耕细作”期。根据奥维云网(AVC)推总数据显示，内销洗衣机全渠道零售额934亿元，同比增长5.8%。外销受政策利好、人民币贬值、物流费用降低等多重影响，促使中国家电向海外市场扩容，根据产业在线数据显示，2023年出口销量3,844.9万台，同比增长37.0%。

二、报告期内公司从事的主要业务

公司是中国重要的电器制造商之一，拥有合肥、绵阳、景德镇和中山四大国内制造基地，印尼和巴基斯坦海外制造基地。公司始终坚持“自主创新，中国智造”，一直矢志不移地专注家电行业，以技术创新和产品创新精心打造企业核心竞争力。凭借尖端研发团队及先进的技术积淀，使美菱在变频、智能、保鲜、薄壁、净味、节能、风冷、深冷、仿真、超薄、洗净、护衣等多个领域不断取得突破性成果。公司成立了安徽省首家RoHS公共检测中心，国家级企业技术中心，国家级工业设计中心，国家级博士后科研工作站，5G工业互联网创新应用实验室。

近年来，公司先后荣获“智慧冰箱智能制造试点示范项目”“国家级绿色工厂”“全国家电行业质量领先企业”“国家技术创新示范企业”“中国产学研合作创新示范企业”等多项国家级荣誉称号。同时，公司凭借强大的创新力、产品力、品牌力获得了多项技术和产品创新荣誉，多款美菱产品屡次斩获多项国内大奖，不断彰显美菱智能创新技术的能力与实力。公司在中国冰箱行业高峰论坛上斩获2023年中国冰箱行业智慧健康品牌大奖；“恒温微冻长效保鲜技术研究及产业化”获得中国轻工业联合会科学技术进步奖三等奖；“十字对开风冷冰箱BCD-537WQ3S”分别荣获2023年全省工业领域节能环保“五个一百”节能产品和合肥市工业领域绿色低碳产品；知识产权方面，“四门冰箱（十字）”、“一种冰箱铰链组件及基于其的冰箱”分别获得第十届安徽省专利外观设计银奖和专利优秀奖；“一种冷藏室内恒温专区及其控制方法”获得中部六省高价值专利大赛二等奖；长虹全无尘新风空调荣获行业首个“5A级新风空调认证”；美菱10KG如手洗滚筒洗衣机RS2H100创世界纪录协会“世界上清水洗净沾有10ml老抽污渍的白衬衫最快的滚筒洗衣机”世界纪录，此外该产品还获得CHCT“母婴级家电认证”证书及CVC“产品双安全标准认证”证书；美菱“大力神”系列波轮洗衣机D7B100荣膺中国家用电器研究院主办的2023中国家电行业“好产品”；美菱吸油烟机(CXW-188-MY-KD615)在2023沸腾质量奖测评中获“低噪吸油烟机奖”；中科美菱“XC-168L智慧温控医用血液箱”、“CX-1000层析柜”两项产品通过安徽省新产品鉴定，获得安徽省新产品鉴定证书。

经过40年的发展，公司从单一的冰箱品类到构建完成冰箱柜、空调、洗衣机、厨卫、小家电和生物医疗低温存储设备等多品类协同发展的新格局。通过持续不断的创新，陆续推出了行业保鲜最好的M鲜生冰箱、行业首款全无尘新风空调、行业引领洁净如手洗的滚筒洗衣机、行业首款智能茶吧机以及制冷达零下

180℃的超低温医用冰箱等系列行业领先产品，不断用更新鲜的产品给消费者带来更新鲜的生活方式。

面向未来，公司将基于数字化、智能化方向，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，促进产业持续高质量发展，以卓越绩效为牵引，做大做强白电产业。进一步完善智慧家庭全场景布局，以智汇家体系(物联网 IoT 平台和 App 交互软件组成)为依托，持续开发 5G 成套家电，并致力于成为智能家居解决方案供应商。同时，加强数字化转型，围绕智能制造(制造数字化、质量智能化)、5G 量子合作与网络安全、C+3 客户订单制等方面继续加强信息化、数字化转型，进一步推动企业的高质量发展。

报告期内，公司收入主要来源于冰箱(柜)、空调、洗衣机、厨卫和小家电、生物医疗等业务，合计收入为 240.22 亿元，占公司营业收入的比例为 99.07%。

三、核心竞争力分析

(一) 品牌能力

公司是中国知名电器制造商之一，拥有冰箱、冰柜、空调、洗衣机、厨电、小家电、生物医疗等多条产品线。“美菱”品牌被列入中国最有价值品牌之一。

公司坚持“品牌振兴”战略，深度洞察消费者行为强关联的品牌触点，建立市场、产品、服务、品牌四大支撑点，相互协同联合发力，形成品牌振兴规划，通过市场推广、产品体验、服务升级、品牌发声，把“新鲜”的种子种进消费者心中，在消费者心中塑造“美菱=新鲜”的品牌心智，从而打造最新鲜的产品和最新鲜的品牌形象，最终提升品牌知名度、美誉度和忠诚度。

2023 年，公司以 40 周年为契机，通过举办“首届新鲜市集音乐节”、“首届新鲜工厂马拉松”等系列主题活动，为品牌加分，助力品牌出圈；同时，发布“美好中国 新鲜美菱”的全新品牌主张，致力于用更新鲜的产品、更新鲜的技术、更新鲜的服务，陪伴全球亿万家庭的美好生活。

公司将继续坚持技术创新、产品创新、服务创新等差异化创新举措，打造让食物更保鲜的冰箱、让衣服更洁净的洗衣机、让空气更清新的空调、让水更干净的生活电器、让样本更安全的生物医疗，用更新鲜的产品给亿万消费者带来更新鲜的生活方式。

(二) 产品能力

公司拥有较为先进、完善的研发及品质保证系统，通过了 ISO9001、ISO14001 等管理体系认证，产品得到优质品质保证，产品性能可靠。同时，公司拥有“国家级企业技术中心”“国家级工业设计中心”“国家级知识产权示范企业”“国家级工业产品绿色设计示范企业”“国家技术创新示范企业”“中国产学研合作创新

示范企业”“安徽省绿色节能冰箱工程技术研究中心”“安徽省节能保鲜绿色冰箱工程研究中心”“安徽省制造业创新中心”等权威认证作为强有力的保证。在技术研究方面，公司致力于应用基础技术研究及产业化转移，确立了以“智能、变频、仿真、保鲜”为核心技术，“制冷、新材料、发泡”为关键技术的技术战略规划。在产品研发上，构建了技术研究层、平台模块层、产品经营体三层研发体系，以产品经营体为主体的产品经理负责制，负责产品的定义和开发，对内驱动降本提效，对外驱动销售推广，促进“研产销”高度融合，全面拉通价值链、业务链，以实现“上下同欲，同频共振”。

冰箱产品方面，40年来公司在专业制冷领域持续深耕，通过对市场趋势的精准把控及消费人群的偏好研究，围绕“鲜、薄、窄、嵌”的产品升级思路，坚持推动产品竞争力的不断提升，2023年持续强化“美菱鲜”、“美菱薄”、“美菱窄”、“美菱嵌”产品名片。公司发布了搭载双蒸发器系统和AI云保湿科技的“无忧嵌PRO”和“全无间PRO”第二代嵌入式冰箱、水分子激活保鲜技术和恒温鲜冻科技的“冻鲜生”系列冰箱及新一代“M鲜生”系列冰箱产品、600L十字及400L两门法式“大窄门”系列十字冰箱。冰柜产品方面，研发了柜口无霜系列冰柜、薄壁减霜抑菌冰柜、-40℃深冷智慧电控冰柜、智慧圆屏显示DTEB系列冰柜、变频大冻力商用大柜、-40℃速冻锁鲜立式风冷柜，出口立式风冷冷冻柜、SC-270WE单门冷藏立式展示柜、商用厨房柜，持续打造冰柜产品“鲜、冻、钢”市场心智。

洗衣机产品方面，美菱在“十分薄”滚筒平台上，发布如手洗系列产品，不仅延续了超薄、大筒径的核心功能优势，同时回归洗衣机本质着力打造洗衣机“净”的心智，奠定美菱洁净如手洗开创者地位，更以三倍力洗净科技、洗涤更洁净和超高标准的技术，彰显洗衣机产品在核心技术领域的硬核实力。波轮方面，以“超强大电机、超高波轮盘、高洗净比”为核心推出大力神系列产品，实现产品洗净能力的行业领先。

空调产品方面，坚持以用户为中心，基于用户的实际使用场景，从“风感、风口、风控”进行产品布局和迭代升级，不断提升用户体感舒适度、视觉感官和操控便捷性。坚持产品规划契合品牌定位，做趋势化下的差异化产品，聚焦全无尘、远投近柔、分区送风和智能控制等功能，持续打造“卧室就选全无尘，客厅就选客餐柜”两张产品名片，解决用户需求痛点，塑造用户心智。坚持发展核心技术竞争力，围绕空调变频控制技术、仿真技术和创新技术，研发了室内机直驱4.0技术、绕组测温全自动测试及软件参数自动寻优技术、柜机侧装少电解小型化V2.0等技术。坚持严控产品品质，持续强化核心部件质量管理、整机生产质量管理、关键工序质量管理和关键性能指标管理，不断提升产品质量。

厨卫和小家电方面，坚持以产品牵引为战略支撑，聚焦核心产品线，以市场需求为导向，强化研发能力，优化产品结构。小家电方面，推出小箱体系列茶吧机产品，成为行业爆款，销量突破10万台+。厨卫电器方面，不断创新优化产品

技术和性能，2023 年推出一体精钢燃热产品，彻底解决了行业产品漏水痛点，并提出 8 年质保的售后承诺，进一步提升了产品市场口碑，引领行业产品升级与服务变革。同时，发布行业领先的燃气自适应全预混壁挂炉产品，热效率高于国家标准，氮氧化物排放达五级，实现高效节能和绿色排放，燃气自适应功能更好地适应用户当地气候及燃气气源变化，全预混负荷调节比达到 1: 10，大大提高用户的舒适体验感。

生物医疗方面，坚持“以产品作为主要载体、向用户传递核心价值”的品牌理念，专注生命科学领域，基于用户场景化需求，持续推进产品创新迭代、品质升级，为用户提供专业化的全场景解决方案，进而塑造安全、稳定的品牌形象，不断提升品牌影响力。在生命科学低温存储领域，推出全新的睿联系列冷藏箱，产品温度均匀性、温度波动度及能效指数均远高于国家标准，处于行业先进水平；全球首款-180℃压缩机制冷超低温生物存储设备隆重问世，填补了-164℃~-180℃使用场景下压缩机式制冷设备的市场空白，是多元混合物工质制冷技术应用的重大突破与创新。新推出的睿固系列台式高速冷冻离心机，经过多维度反复锤炼，在离心力、转速、精度、振动等方面均处于国内前列，各项性能完全满足生物成分离心制取设备的要求，为多场景实验室的安全保驾护航。

（三）运营能力

公司持续开展标杆管理活动，提升公司运营管理水平 and 竞争力。同时，通过持续开展“人效、钱效、物效”三方面提升工作，不断提升内部管理能力。建立了目标清晰、指标量化、绩效导向的绩效考核和激励下沉的分层式分享体系，激活内部生产力。以价值链管理为主线，持续开展价值创造工作，提升公司竞争力。同时，不断完善合规风控体系，提高防范风险能力。

（四）营销能力

公司建立了较为完善的销售网络及服务体系，为用户提供覆盖白电和厨卫小家电等全品类的高品质服务。国内市场积极推进营销转型，快速搭建以合理商业库存管理为核心的运营管理体系和以终端零售价为价值的管理体系，实现从面向产品线的销售管理到面向全渠道和用户经营服务、从单一品类营销到全品类营销的营销转型；通过坚定的对标对阵实现产品领先和效率提升，打造营销体系能力和长期发展潜力。

海外市场持续围绕“冰洗协同、内外协同及渠道拓展”，建设营销能力。以冰箱柜产业为基础，协同团队、渠道资源加速洗衣机业务；以洗衣机产业规模增长，扩大出口整体规模，进而提升运营效率，实现冰洗正螺旋式协同增长。协同国内市场优势“大容积、多门”平台资源，推动出口业务结构性升级，以内外研发、制造、资源的协同，实现国内、海外业务的双向赋能。渠道层面坚持“市场驱动”替代传统贸易模式，建设“2B+2C”的综合性营销推广能力；聚焦海外重点市场加速品牌业务，以良性规模增长为导向，聚焦资源加强品牌建设，深化渠

道拓展。

四、主营业务分析

2023 年，家电行业竞争压力激烈，公司坚持价值导向、全面提效，强化产业协同、内外协同，同时聚焦主战场发力，发展呈现出稳中有进、进中向好的良好态势，经营质量得到大幅提升。报告期内，公司营业收入达 242.48 亿元，同比增长 19.95%，实现净利润 7.73 亿元，同比增长 179.04%，良性经营能力持续提升。

（一）冰箱（柜）产业

国内市场方面，坚持价值导向、全面提效的经营思路，围绕资金效率、渠道效率、产品效率、管理效率四个维度开展对标对阵、进行效率提升，充分利用较为完善的销售网络及服务体系，为客户提供高品质服务。研产端以用户为中心，解决用户痛点，创造用户价值，推动公司产品向智能化、高端化转型升级。市场端坚持“精品+精爆品”产品策略，围绕“鲜、薄、窄、嵌”进行产品布局，线上无忧嵌 PRO 及全无间 PRO、线下 400L 大窄门及冻鲜生等系列产品成功上市，市场反响良好，推动产品结构提升、产业良性经营。

海外市场方面，充分发挥产业供应链及内外销协同优势，根据海外市场需求，围绕“大容积化、多门化”持续推动产品升级，基于全球能效标准升级推动产品“节能化”，围绕变频打造技术优势。同时，坚持产销供一体化，通过实行“以柜定产”、提高直发比例、降低库存总量，推动提升资金效率、提高存货周转率，综合提升经营质量和效率。

报告期内，公司冰箱（柜）业务实现收入约 88.09 亿元，同比增长 20.47%。

（二）空调产业

国内市场方面，围绕“一个目标”，坚持“分区管理，渠道拓增”的营销策略。线上聚焦爆单品，主推“熊猫懒”柜机和 QW 挂机，追求良性规模；线下做大独特价值产品，持续打造“全无尘”、“客餐柜”两张名片，提升产品差异化竞争力。全年实现电商业务、增量业务和 OEM 业务快速增长，基础渠道业务规模稳步提升，资金效率、生产效率持续提高，达到行业先进水平。

海外市场方面，围绕品牌蓄势、产品聚焦、渠道突破、数字转型持续推动业务良性发展。坚持品牌优先发展原则，深耕根据地市场；聚焦核心关键市场，聚焦大客户，提升客户规模；加快新市场、新客户扩展，取得良好效果。继续推动销、产、供、研、物流、计划一体化高效运营，优化供应链布局，缩小供应半径，持续提升生产、存货周转效率。通过打造标杆线、精品工程不断提升产品质量，提升产品溢价能力，为业务赋能。

报告期内，公司空调业务实现收入约 115.66 亿元，同比增长 18.24%。

（三）洗衣机产业

公司洗衣机产业坚持主流趋势下的差异化错位竞争，对产品结构进行优化与调整。国内市场方面，通过聚焦市场，重点推进网点开发，深化渠道转型，实现规模提升。同时发挥“十分薄”的差异化竞争优势，紧密围绕用户需求，聚焦腰部产品，推出“如手洗”系列滚筒洗衣机、“大力神”系列波轮洗衣机，进一步提升美菱洗衣机中高端产品竞争力。

海外市场方面，通过冰洗协同拓展客户资源，加速完成主流市场的产品布局，实现海外主要市场的突破。专注超薄滚筒及大容量波轮，聚焦资源投入，快速丰富外销产品矩阵，实现规模的高速增长及盈利能力的大幅提升；推动新产品准时交付，综合提升客户服务满意度。

报告期内，公司洗衣机业务实现收入约 13.29 亿元，同比增长 76.37%。

（四）厨卫、小家电产业

产业历经数年积累与沉淀，梳理确定了以茶饮、清洁以及燃热为“三驾马车”的发展方向，聚焦核心产品领域，逐步建立行业影响力，推动产业高质量发展。各单元持续推进产品技术更新迭代，加快产品结构升级，进一步充实了产品矩阵，提升了产品竞争力，同时完善营销网络体系，从研发、生产到品牌、营销、服务，不断创新寻求突破。2023 年全面强化产品牵引，积蓄势能，核心产品线影响力进一步提升，饮水类目行业综合排名稳定前三，品牌影响力持续提升。

报告期内，公司厨卫、小家电业务实现收入约 18.49 亿元，同比增长 15.16%。

（五）生物医疗产业

公司生物医疗产业专注生命科学领域，聚焦用户场景化需求，持续增强超低温制冷、自动化、信息化等核心技术研究，优化研发流程、激发创新活力，致力于为用户提供专业化的全场景解决方案。坚持以用户为核心，深入细分市场渠道布局，提升专业化服务水平，不断塑造品牌价值；推进生产工艺标准化，提升价值链管理水平，不断提高产品品质与生产效率，为用户提供超一流的产品与服务体验。公司生物医疗产业主要以下属子公司中科美菱为平台开展，其产品主要集中在-180℃至 8℃全温区生物细胞低温、超低温存储设备、-196℃液氮生物容器、生物安全柜、洁净工作台、高速冷冻离心机等终端产品，以及医药冷链设备和生物医疗领域相关综合系统解决方案。目前，公司产品及解决方案已广泛应用于医疗系统、血液系统、疾控系统、卫生系统、高校科研机构、生物医药企业、基因工程以及材料研究等领域。

报告期内，生物医疗业务实现收入约 2.79 亿元，同比减少 20.75%。

五、公司未来发展的展望

（一）宏观环境分析

国家进一步鼓励和引导消费，提升消费能力、优化消费环境；鼓励数字消费，推动直播电商；鼓励绿色消费，降低消费的“含碳量”。但国内宏观经济还处于持续复苏阶段，房地产处于周期性调整中，居民消费能力不足，传统大家电行业充分竞争、产品同质化较高、行业发展已进入存量竞争时代。

国际货币基金组织预测，2024 年全球经济增速将从 2023 年的 3.0% 放缓至 2.9%，低于 3.8% 的历史平均水平，另外海外通胀压力持续存在、贸易保护主义升温、政治风险和地缘政治紧张局势加剧，海外业务发展仍然存在较大不确定性。

（二）产业环境分析

1. 冰箱（柜）行业

国内方面，根据国家统计局发布的数据显示，2023 年冰箱、洗衣机、空调等主要品类的家电保有量超过了 30 亿台，更新换代的需求潜力较大，我国家电市场已经进入到存量换新时代。国家商务部表示 2024 年推动家电以旧换新是今年促消费的重点，叠加政策效应预计 2024 年换新过程中带来的产品结构升级趋势向好，冰箱（柜）规模仍将保持稳健发展态势。冰箱（柜）原材料中占比较高的铜铝价格与前几年相比有所回落，叠加企业降本提效能力提升，冰箱（柜）企业仍处于成本红利期，但 2024 年随经济增长预期大宗原材料价格上涨，红利相应减少。

出口方面，在规模效应及制造效率不断突破的双加持下，中小品牌小平台、低投入带来的成本优势界墙被打破，头部品牌集中度进一步上升，效率对企业健康经营的重要程度提升。在新标准、新法规的推动下，产业结构快速升级，产品的节能化、变频化、大容积化趋势明显；绿色产业对家电产业产生更突出的影响，低碳生产、可回收可降解的环保材料应用需求逐年上升。结构变革下，将产生新的产业机遇，也对企业发展产生挑战。

2. 空调行业

国内方面，随着房地产市场拐点来临，以及空调保有量上升，家用空调行业已从增量时代过渡到存量搏杀时代。据奥维云网预测，2024 年空调市场零售额规模同比下滑 1.4%，行业进入周期性调整阶段。另外，头部品牌通过多品牌操作，全面覆盖高中低端产品，价格竞争愈发激烈，二、三线品牌生存空间被进一步压缩。

出口方面，随着经济全球化持续推进，全球市场竞争将更加激烈。新兴市场由于中产阶级的增长和城市化进程的加速，对空调的需求将持续增长。同时，随着全球气候变暖以及极端天气事件频发，对空调产品的能效和环保要求将进一步提高。此外，全球供应链的重组和产品价值链的提升，跨国公司在全球范围内的生产和销售布局将进一步优化，以适应不断变化的市场需求。据产业在线预测，2024 年冷年中国家用空调出口量同比增长 0.8%。

3. 洗衣机行业

洗衣机行业受前期家电市场低迷带来的冲击，家电市场消费回暖趋势并不显著，主要原因有四点：家电市场保有量较高、部分消费品类已经变为可选品类、消费频次较低、以更新换代为目的的需求不紧迫。综合来看，多方因素的共同影响下，预计 2024 年洗衣机行业将呈现一种弱复苏态势。产品端受智能家居一体化趋势影响，大容量、超薄嵌入式产品成为行业发展趋势。

4. 厨卫、小家电行业

一直以来，厨卫电器都是家电产品中的重要组成部分。随着生活水平的提高以及厨房功能性的转变，人们对厨房及厨房电器提出了更高的要求。功能上，要求厨房分类分区，动线清晰，功能完善，厨电产品协同合作，完成洗烹清洁等一系列工作，同时要兼顾健康、营养，布局上，既要尽可能释放更多空间，同时也要实现收纳存储更大化。在此推动下，厨电产品结构不断调整升级，市场主流的品类占比逐渐加强。围绕产品核心功能的升级和创新，已成为当下行业寻求突破的重要方向。

小家电市场总体处于盘整期，随着人们对外出餐饮、旅游热情的高涨，以及受到前期小家电销售热潮对后期的需求抑制等影响，小家电中部分品类市场热度有所下降。小家电涵盖的品类众多，涉及人们居家生活的方方面面，因此成长路径和发展趋势也各不相同。但从渠道方面来看，小家电抖音渠道整体收入高增，各大促节点增长显著，背靠高流量短视频平台及内容平台，新渠道资源投放有望带动品牌知名度快速提升，赋能长期增长。

5. 生物医疗行业

随着我国人均 GDP 及人均可支配收入的增长以及人口老龄化加快的趋势，国民在医疗方面的支出将保持增长态势。同时，随着我国医疗卫生体系的发展建设，生物安全越来越受到重视，激发潜在的生物样本存储需求不断增长；在生物药规模扩张下，全球冷藏药品规模扩大，对低温存储设备需求持续增长；医疗器械行业市场规 模庞大且细分领域众多，在经历基层医疗机构设备升级后，市场对各类医疗器械的需求将稳定提升。

政策支持为医疗器械行业注入发展动能。近年来，国家对医疗器械行业重视程度显著提高，在政策层面给予较大支持，2023 年 7 月国家卫健委发布推荐性卫生行业标准《县级综合医院设备配置标准》，自 2024 年 1 月 1 日起施行，规定了县级综合医院万元及以上设备配置的基本原则，针对离心机、医用冷冻箱、生物安全柜、医用血液冷藏箱等基本设备品目做出了最低配置标准，2024 年起将逐步加大基层医疗设备配置，医疗设备的需求有望持续释放。

（三）2024 年经营计划

1. 经营思路

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。2024 年力争全年收入向双位数增长迈进，同时力争净利润保持稳步增长。

(1) 党建引领

将党建与生产经营工作充分融合，同谋划、同部署、同推进、同考核，以党建促发展，以发展强党建。要坚定不移用习近平新时代中国特色社会主义思想武装头脑、指导实践、推动工作，齐心协力推动公司高质量发展；要坚持目标导向、问题导向，坚决扛牢党建工作责任，着力提升党建工作质量，进一步做实做优党建工作体系，建强基层战斗堡垒；要切实履行全面从严治党责任，抓好党风廉政建设。

(2) 六力建设

品牌力建设。聚焦产品名片、系统化开展公私域、本地化用户运营及新媒体运营，提升品牌美誉度、知名度、忠诚度。

产品力建设。坚持以用户为中心、解决用户痛点、创造用户价值，精准把控市场趋势，研究人群消费偏好，冰箱强化“美菱鲜”、“美菱薄”、“美菱窄”、“美菱嵌”的产品名片，空调夯实“全无尘”和“客餐柜”两张产品名片，洗衣机打造“净”“薄”“智”的产品名片，提升产品竞争力。

营销力建设。围绕抓零售、推精品、提效率、强引流，持续建立打造市场推广体系，加强终端营销能力建设，提升终端品牌形象，深入开展营销思维升级，打造高质量营销团队，提高专业化策划推广能力，打赢终端竞争之战。

渠道力建设。国内围绕自有渠道夯实、零售渠道跑赢、增量渠道拓展、新兴渠道突破，提升渠道承载和渠道经营质量。海外发力渠道建设，深入开展客户体系建设、聚焦资源保障优质客户，聚焦发力品牌业务，综合实现规模份额双增长。

服务力建设。围绕产品交付、售后服务、品质管理、用户满意，以数字化工具为手段，通过效率提升、减费降本，提升产品交付效率，提高售后服务质量，保障产品交付质量，综合提升服务能力。

组织力建设。对标梳理优化内部组织架构，提升组织效率；优化激励制度，完善人才的“选育用留”机制，强化内部竞争，提升组织能力和活力。

(3) 内外协同

持续围绕内外协同、产业协同，推动研发、制造、采购、销售强化资源互补、互助成长，促进产业发展。

(4) 合规风控

围绕 2024 “合规管理强化年”开展各项工作，加强和完善合规风控体系建

设。持续强化合规文化宣贯，不断完善合规风控“1+N”制度体系，强化合规、风控、内控“三位一体”的风险防控机制，发挥好业务部门、合规部门、审计部门“三道防线”的作用。全面加强合规管理，建立“分层分级”的合规风险识别和评估预警机制，将合规工作嵌入业务流程，建立“业规融合”的运行机制，不断提高风险防控意识和能力，持续提升依法合规经营管理水平，保证公司整体运行的安全、合规。

2. 市场策略

(1) 冰箱（柜）

国内市场方面，面临产品结构升级、存量市场竞争激烈等挑战，产品策划围绕“鲜、薄、窄、嵌”进行产品布局，推广精品和精爆品、打造爆品、优化产品结构，以客户为中心，为消费者提供独特价值产品。在产品方面，聚焦SKU品效，提高产品品质，提升产品竞争力。在渠道方面，推进核心客户精细化管理，坚持“自有渠道夯实、增量渠道拓展、新兴渠道突破、零售渠道跑赢”的渠道策略，通过优化产品布局、强化运营能力、加强渠道发力，加强零售渠道提质增效，紧抓新兴渠道市场机会。在营销方面，强化终端营销能力建设，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。

海外市场方面，面向全球需求结构升级，加强升级型产品策划和差异化产品设计，同时强化效率提升。通过聚焦重点市场、核心优质客户，开拓与国内市场协同度高的区域市场，挖掘发展潜力市场，持续提升客户效率。加速品牌业务，加大品牌团队和产品投入，持续推进海外自主品牌建设。

(2) 空调

国内市场方面，在保持良性经营的前提下，通过“品牌提升、产品升级、渠道拓增、全面零售”的经营策略，做大规模、提升均价。以产品为载体，阐述“精工品质 舒适每一度”的品牌心智和品牌价值，诠释“责任、创新、坚韧”的国企精神，实现与顾客的文化共鸣；坚持以用户为中心，把握健康、舒适、节能的市场趋势，加强核心技术研发和成果转换；以“差异管理，渠道拓增”为核心，精耕利润渠道、提质形象渠道、提速规模渠道、突破流量渠道、进攻增量渠道；强化产品推广，优化终端建设，加强零售转化。

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，开拓根据地市场，拓展品牌代理；保存量、求增量，聚焦优势渠道，开拓新市场；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。

(3) 洗衣机

洗衣机业务继续以“洗尽铅华、美护全家”为产业愿景。围绕“净”“薄”

“智”的产品名片，丰富产品，实现产品结构升级，在如手洗系列产品的基础上，打造二代升级产品，满足消费者洗净需求的同时进一步提高洗护能力；全新开发平嵌系列洗烘套装产品，进一步融入家居一体化。国内市场方面持续深耕根据地市场，聚焦基础及电商渠道建设，实现规模稳定增长。海外市场方面“紧抓一个核心，两个基本盘”，强化重点客户的合作；聚焦彩屏滚筒洗衣机，在全球市场上打造彩屏产品的领先者。

(4) 厨卫、小家电

厨卫及小家电产业强化研发能力建设，持续巩固核心产品市场地位，进一步提升品牌影响力。针对茶饮产品线，强化核心竞争力，聚焦自研自制产品的改善与功能强化，提升经营质量。清洁电器产品线，聚焦项目组职能强化，推进项目快速发展。燃热产品线，继续以营销策略为指引，加快燃气核心技术开发上市，快速实现产品市场化。产业将聚焦资源投入，通过强化研发能力、精准营销策略等措施，实现“三驾马车”齐头并进。

(5) 生物医疗

坚定不移地执行“基于生物医疗领域相关多元化”的发展战略，专注生命科学领域，深化以用户为核心的国内外渠道体系建设，深入挖掘用户需求，深耕技术、创新产品设计，全方位提升服务水平，以扩大用户覆盖率和产品市场份额。公司始终秉承“以技术为基础、以产品为载体，以市场为导向，以客户为中心”的经营理念，围绕深耕渠道、创新产品、优化品质、提高效率的经营方针，持续稳健经营。

上述经营计划、经营目标并不代表上市公司对 2024 年度的盈利预测，能否实现取决于市场状况变化、经营团队的努力程度等多种因素，存在很大的不确定性，请投资者特别注意。

(四) 可能面临的风险及对策

面对家电市场的竞争更加激烈等客观因素，企业生存的环境将会更加恶劣。2024 年公司将面临行业竞争加剧、汇率波动、大宗材料价格波动、贸易摩擦及地缘政治的影响等风险。

1. 行业竞争加剧风险

传统大家电行业充分竞争，产品同质化较高，行业发展已进入存量竞争时代，另叠加其他竞争品牌增量需求，产品竞争局势必将进一步加剧，导致价格战风险。面对严峻挑战，公司将积极增加研发投入，通过持续创新的产品和服务赢得客户。

2. 汇率波动风险

受国际形势影响，汇率波动幅度较大。公司将密切关注汇率变化，稳健经营，以降低汇率变化带来的影响。

3. 大宗材料价格波动风险

公司产品的主要原材料为钢材、铜、铝和塑料等，若大宗原材料价格出现较大波动，相关成本也会相应发生变化，从而对公司的经营业绩产生一定影响。公司将持续关注大宗材料价格波动，适时采取措施进行风险应对，降低价格波动带来的影响。

4. 贸易摩擦及地缘政治的影响

公司密切关注国际贸易摩擦及地缘政治等不确定性因素对公司全球业务的影响。

针对上述风险，同时结合 2024 年行业形势及 2023 年的不足，公司 2024 年将以围绕“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，提前在产品、技术、市场等方面进行布局，使公司产品向高端化、智能化转型，同时丰富产品线，提升公司经营能力和盈利能力，打造综合性家电企业。

六、董事会日常工作情况

公司董事会严格按照《公司法》、本公司《公司章程》《董事会议事规则》《独立董事工作制度》等规定履行职责，公司第十届董事会设董事 9 名，其中独立董事 3 名，独立董事占全体董事的三分之一。董事会下设战略委员会、审计委员会、薪酬与考核委员会、提名委员会，各委员会根据其工作细则履行职责，为公司治理的规范性做出应有的贡献。

董事会严格按照相关法律法规开展工作，公司全体董事诚实守信、勤勉尽责，认真出席董事会和股东大会会议，积极参加有关培训，熟悉有关法律法规。独立董事对公司重大事项享有足够的知情权，能够独立、客观、认真地履行职责。

（一）报告期内董事会的会议情况及决议内容

2023 年度，公司董事会共召开了 10 次会议，所有会议召开严格按照相关法律、法规及《公司章程》的规定进行，所有会议决议合法有效。董事会会议召开的具体情况如下：

| 会议时间及届次 | 会议内容 | 信息披露媒体 |
|-----------------------------|--|---------------------------------------|
| 2023 年 1 月 16 日第十届董事会第三十次会议 | 审议通过《关于公司参与设立四川虹云信息科技创业投资基金暨关联交易的议案》《关于对长虹 RUBA 电器有限公司应收款项单项计提坏账准备的议案》《关于对国美系统应收款项单项计提坏账准备的议案》共 3 项议案。 | 《证券时报》、《中国证券报》、巨潮资讯网，公告编号（2023-002 号） |
| 2023 年 3 月 30 | 审议通过《2022 年度董事会工作报告》《2022 年总裁工作报告》《2022 | 《证券时报》、《中国 |

| | | |
|-------------------------------------|--|--|
| <p>日第十届董事会第三十一次会议</p> | <p>年年度报告及年度报告摘要》《2022 年年度财务决算报告》《独立董事 2022 年度述职报告》《公司 2022 年度内部控制评价报告》《关于公司 2022 年度利润分配预案》《关于续聘 2023 年度财务报告、内部控制的审计机构及支付报酬的议案》《关于计提信用减值准备的议案》《关于处置非流动资产的议案》《关于计提资产减值准备的议案》《关于公司对四川长虹集团财务有限公司的风险持续评估报告》《关于公司开展远期外汇资金交易业务的议案》《关于子公司核销部分坏账损失的议案》《关于公司向兴业银行股份有限公司合肥分行申请最高 4 亿元人民币票据池专项授信额度的议案》《关于公司向平安银行股份有限公司合肥分行申请最高 3 亿元人民币票据池专项授信额度的议案》《关于公司向九江银行股份有限公司合肥分行申请最高 4 亿元人民币票据池专项授信额度的议案》《关于公司向交通银行股份有限公司安徽省分行申请 8 亿元人民币最高授信额度的议案》《关于公司向杭州银行股份有限公司合肥分行申请 3.5 亿元人民币最高授信额度的议案》《关于公司向平安银行股份有限公司合肥分行申请 5 亿元人民币最高授信额度的议案》《关于召开 2022 年年度股东大会的议案》共 21 项议案。</p> | <p>证券报》、巨潮资讯网，公告编号（2023-011 号）</p> |
| <p>2023 年 4 月 19 日第十届董事会第三十二次会议</p> | <p>审议通过《2023 年第一季度报告》《关于计提信用减值准备的议案》《关于计提资产减值准备的议案》《关于处置非流动资产的议案》《关于 2023 年会计政策变更的议案》《关于修订〈公司章程〉部分条款的议案》《关于公司向中国民生银行股份有限公司合肥分行申请 4 亿元人民币最高授信额度的议案》《关于公司向东亚银行（中国）有限公司合肥分行申请 2 亿元人民币最高授信额度的议案》《关于公司向浙商银行股份有限公司合肥分行申请 1 亿元人民币最高授信额度的议案》《关于公司向中国工商银行股份有限公司合肥长东支行申请 3.5 亿元人民币最高授信额度的议案》《关于公司向合肥科技农村商业银行股份有限公司怀宁路支行申请 2 亿元人民币最高授信额度的议案》《关于公司向广发银行股份有限公司合肥分行申请 2.5 亿元人民币最高授信额度的议案》《关于公司向广发银行股份有限公司澳门分行申请 2.5 亿元人民币最高授信额度的议案》《关于召开 2023 年第一次临时股东大会的议案》共 14 项议案。</p> | <p>《证券时报》、《中国证券报》、巨潮资讯网，公告编号（2023-023 号）</p> |
| <p>2023 年 8 月 16 日第十届董事会第三十三次会议</p> | <p>审议通过《2023 年半年度报告全文及摘要》《关于计提信用减值准备的议案》《关于计提资产减值准备的议案》《关于处置非流动资产的议案》《关于对四川长虹集团财务有限公司风险持续评估的议案》《关于调整下属子公司股权结构的议案》《关于制订〈合规风控管理基本制度〉的议案》《关于对子公司合肥长虹美菱生活电器有限公司增加提供信用担保额度的议案》《关于注销子公司合肥美菱电器营销有限公司</p> | <p>《证券时报》、《中国证券报》、巨潮资讯网，公告编号（2023-040 号）</p> |

| | | |
|-------------------------------|--|---------------------------------------|
| | 的议案》《关于下属子公司中山长虹电器有限公司进行技术改造的议案》《关于下属子公司宏源地能热泵科技（中山）有限公司搬迁扩能的议案》共 11 项议案。 | |
| 2023 年 9 月 7 日第十届董事会第三十四次会议 | 审议通过《关于四川虹云新一代信息技术创业投资基金合伙企业（有限合伙）延期暨关联交易的议案》《关于增加预计 2023 年日常关联交易的议案》《关于下属子公司四川长虹空调有限公司产能提升改造的议案》《关于下属子公司四川长虹空调有限公司进行技术改造的议案》共 4 项议案。 | 《证券时报》、《中国证券报》、巨潮资讯网，公告编号（2023-044 号） |
| 2023 年 10 月 16 日第十届董事会第三十五次会议 | 审议通过《关于公司与四川长虹集团财务有限公司续签〈金融服务协议〉暨关联交易的议案》《关于对四川长虹集团财务有限公司风险持续评估的议案》《关于公司向华夏银行股份有限公司合肥分行申请最高 5 亿元人民币票据池专项授信额度的议案》《关于公司向杭州银行股份有限公司合肥分行申请最高 6 亿元人民币票据池专项授信额度的议案》《关于公司向交通银行股份有限公司安徽省分行申请最高 10 亿元人民币票据池专项授信额度的议案》《关于公司向华夏银行股份有限公司合肥分行申请 3.5 亿元人民币最高授信额度的议案》《关于公司向中国农业银行股份有限公司合肥金寨路支行申请 7 亿元人民币最高授信额度的议案》《关于公司向中国邮政储蓄银行股份有限公司合肥市分行申请 1 亿元人民币最高授信额度的议案》《关于公司向中信银行股份有限公司合肥分行申请 3 亿元人民币最高授信额度的议案》《关于公司向九江银行股份有限公司合肥分行申请 2 亿元人民币最高授信额度的议案》《关于公司向招商银行股份有限公司合肥分行申请 1 亿元人民币最高授信额度的议案》《关于公司向中国光大银行股份有限公司合肥分行申请 7.5 亿元人民币最高授信额度的议案》《关于公司向大华银行（中国）有限公司成都分行申请 1.18 亿美元最高授信额度的议案》《关于公司向华侨永亨银行（中国）有限公司成都分行申请 1.01 亿元人民币最高授信额度的议案》《关于公司向中国银行股份有限公司合肥开发区支行申请 4.06 亿元人民币最高授信额度的议案》《关于公司向东莞银行股份有限公司合肥分行申请 2.5 亿元人民币最高授信额度的议案》《关于召开 2023 年第二次临时股东大会的议案》共 17 项议案。 | 《证券时报》、《中国证券报》、巨潮资讯网，公告编号（2023-052 号） |
| 2023 年 10 月 23 日第十届董事会第三十六次会议 | 审议通过《2023 年第三季度报告》《关于计提信用减值准备的议案》《关于计提资产减值准备的议案》《关于处置非流动资产的议案》《关于对国美系统应收款项进行单项计提坏账准备的议案》共 5 项议案。 | 《证券时报》、《中国证券报》、巨潮资讯网，公告编号（2023-060 号） |
| 2023 年 12 月 4 日 | 审议通过《关于预计 2024 年日常关联交易的议案》《关于预计 2024 | 《证券时报》、《中国 |

| | | |
|--------------------------------------|---|--|
| <p>日第十届董事会第三十七次会议</p> | <p>年公司及以下子公司与四川长虹集团财务有限公司持续关联交易的议案》《关于确定 2024 年度公司对下属全资及控股子公司提供信用担保额度的议案》《关于公司利用自有闲置资金投资理财产品的议案》《关于公司开展资产池业务的议案》《关于公司向渤海银行股份有限公司合肥分行申请 3 亿元人民币最高授信额度的议案》《关于公司向徽商银行股份有限公司合肥经济技术开发区支行申请 4 亿元人民币最高授信额度的议案》《关于公司向上海浦东发展银行股份有限公司合肥分行申请 3 亿元人民币最高授信额度的议案》《关于公司向兴业银行股份有限公司合肥分行申请 6 亿元人民币最高授信额度的议案》《关于修订〈公司章程〉部分条款的议案》《关于修订公司〈董事会议事规则〉部分条款的议案》《关于修订公司〈独立董事制度〉全文的议案》《关于修订公司〈董事会审计委员会实施细则〉部分条款的议案》《关于修订公司〈董事会战略委员会实施细则〉部分条款的议案》《关于修订公司〈董事会提名委员会实施细则〉部分条款的议案》《关于修订公司〈董事会薪酬与考核委员会实施细则〉部分条款的议案》《关于制定公司〈独立董事专门会议工作制度〉的议案》《关于公司下属控股子公司中科美菱低温科技股份有限公司对外捐赠的议案》《关于召开 2023 年第三次临时股东大会的议案》共 19 项议案。</p> | <p>证券报》、巨潮资讯网，公告编号（2023-066 号）</p> |
| <p>2023 年 12 月 18 日第十届董事会第三十八次会议</p> | <p>审议通过《关于增加预计 2023 年日常关联交易的议案》《关于制定公司〈董事会秘书工作制度〉的议案》共 2 项议案。</p> | <p>《证券时报》、《中国证券报》、巨潮资讯网，公告编号（2023-077 号）</p> |

（二）董事会对股东大会决议的执行情况

报告期内公司召开了一次年度股东大会、三次临时股东大会，均采用了现场与网络投票相结合的方式，并对中小投资者的表决单独计票，为广大投资者参加股东大会表决提供便利，切实保障中小投资者的参与权和监督权。董事会依照《公司法》《公司章程》所赋予的职责及有关规定，本着对公司及全体股东负责的态度，认真规范地行使有关董事会的职权及股东大会授予的权限，坚决贯彻执行股东大会的决议，主要工作包括：

1. 关于公司对外担保相关事项

经公司 2022 年第四次临时股东大会审议通过，同意公司 2023 年度对下属全资及控股子公司提供信用担保额度总计为 569,000 万元；经公司 2023 年第二次临时股东大会审议通过，同意公司对子公司合肥长虹美菱生活电器有限公司增加提供信用担保额度 8,000 万元。报告期内，公司董事会严格按照股东大会决议，结合子公司银行融资具体情况，规范实施担保行为。截至报告期末，公司及子公司未发生违规担保行为。

2. 公司 2022 年度利润分配方案实施情况的相关事项

报告期内，公司 2022 年年度股东大会审议通过了《关于公司 2022 年度利润分配预案》，同意公司实施 2022 年年度权益分派方案时以 2022 年 12 月 31 日的总股本为基数，向全体股东每 10 股派发现金红利 0.9 元（含税），不送红股，不以公积金转增股本。公司董事会严格执行股东大会决议和股东大会授权事项，公司于 2023 年 6 月 10 日发布了利润分配方案实施的公告，以 2023 年 6 月 15 日为股权登记日，会同中国证券登记结算有限责任公司完成了年度利润分配工作，共计派发现金红利 92,693,134.35 元。

3. 关于公司开展远期外汇资金交易业务的相关事项

报告期内，公司 2022 年度股东大会审议通过了《关于公司开展远期外汇资金交易业务的议案》，同意公司及下属子公司于 2023 年 7 月 1 日-2024 年 6 月 30 日期间开展远期外汇资金交易业务，业务交易余额不超过 10.46 亿美元，单笔业务交割期间最长不超过 1 年。2023 年度，公司董事会严格执行上述股东大会决议和授权事项，在进行远期外汇资金交易业务时遵循合法、审慎、安全、有效的原则，不进行单纯以盈利为目的的外汇交易，所有远期外汇资金交易业务均以正常生产经营为基础，以具体经营业务为依托，防范汇率风险为目的，有利于防范进出口业务所面临的汇率风险，符合公司经营发展的需要，不存在任何投机性操作。

4. 关于会计政策变更相关事项

报告期内，公司 2023 年第一次临时股东大会审议通过了《关于 2023 年会计政策变更的议案》，同意公司根据财政部会计司《企业会计准则解释第 16 号》的相关规定进行会计政策变更。2023 年度，公司董事会及经营层具体落实了本次会计政策变更的相关工作，变更后的会计政策符合财政部、中国证券监督管理委员会及深圳证券交易所的相关规定和公司的实际情况，更加客观、公允地反映公司财务状况和经营成果。

5. 关于公司自有闲置资金管理和使用情况

经公司 2022 年第四次临时股东大会审议通过，同意公司及下属子公司利用自有闲置资金不超过 18 亿元人民币（该额度可以滚动使用）投资产品期限在一年之内的安全性高、流动性好、低风险、稳健型的银行理财产品，授权期限自公司股东大会审议通过之日起一年内有效。报告期内，公司在股东大会规定额度内进行自有闲置资金投资理财产品，在保证日常经营运作资金需求、有效控制投资风险的前提下，提高了公司资金使用效益，增加公司现金资产收益，实现股东利益最大化。

6. 关于公司关联交易的相关事项

经公司 2022 年第四次临时股东大会审议通过，同意公司与四川长虹电子控股集团有限公司及其控股子公司（不包括四川长虹电器股份有限公司）的日常关联交易不超过 42,500 万元（不含税），同意公司与四川长虹电器股份有限公司及其控股子公司（不包括长虹华意压缩机股份有限公司）的日常关联交易不超过 1,550,000 万元（不含税），同意公司与长虹华意压缩机股份有限公司及其控股子公司的日常关联交易不超过 54,500 万元（不含税）。针对部分国内外销售业务发展快速、日常关联交易额度预计不足等情况，公司董事会分别于 2023 年 9 月 7 日、12 月 18 日召开第十届董事会第三十四次会议、第十届董事会第三十八次会议，均审议通过了《关于增加预计 2023 年日常关联交易的议案》。报告期内，董事会严格执行上述股东大会决议，关联交易依据市场价格公平、合理地确定交易金额，不会对公司未来的财务状况、经营成果及独立性产生负面影响，不会损害公司及股东尤其是中小股东的利益。董事会对关联交易进行管理、审查、批准，控制风险，并督促经营层定期核查关联交易实际发生情况。截至本报告期末，公司关联交易未发生超出年度预计额度的情况。

7. 股东大会授权的其他事项

报告期内，公司董事会根据《公司法》《证券法》等有关法律、法规和《公司章程》的要求，严格按照股东大会决议和授权，认真执行了其他各项股东大会决议。

(三) 董事会下设专门委员会、独立董事专门会议履职情况

| 委员会名称 | 成员情况 | 召开会议次数 | 召开日期 | 会议内容 | 提出的重要意见和建议 | 其他履行职责的情况 | 异议事项具体情况（如有） |
|-------|---------------------------|--------|-----------------|---|------------------------------------|-----------|--------------|
| 战略委员会 | 吴定刚、钟明、雍凤山、赵其林、寇化梦、胡照贵、赵刚 | 2 | 2023 年 1 月 13 日 | 审议《关于公司参与设立四川虹云信息科技创业投资基金暨关联交易的议案》共 1 项议案。 | 审议通过该议案并同意提交公司董事会审议。 | 不适用 | 无 |
| | | | 2023 年 3 月 19 日 | 审议《关于公司 2023 年度发展规划的议案》共 1 项议案。 | 审议通过该议案。 | 不适用 | 无 |
| 审计委员会 | 洪远嘉、牟文、赵刚 | 7 | 2023 年 1 月 16 日 | 审议《公司 2022 年度财务会计报表及内部控制审计时间安排》《公司 2022 年度未经审计财务会计报表》共 2 项议案。 | 审议通过前述议案。 | 不适用 | 无 |
| | | | 2023 年 3 月 6 日 | 审议《公司 2022 年度财务会计报表审计初稿》共 1 项议案。 | 审议通过该议案。 | 不适用 | 无 |
| | | | 2023 年 3 月 29 日 | 审议《公司 2022 年度经审计的财务会计报告》《2022 年内部控制 | 审议通过全部议案并同意将《公司 2022 年度经审计的财务会计报告》 | 不适用 | 无 |

| | | | | | | | |
|----------|---------------|---|---------------------------|--|--|-----|---|
| | | | | 制审计报告》《关于信永中和会计师事务所从事 2022 年度公司审计工作的总结报告》《关于续聘 2023 年度财务报告、内部控制的审计机构及支付报酬的议案》《关于公司开展远期外汇资金交易业务的议案》共 5 项议案。 | 《2022 年内部控制审计报告》《关于续聘 2023 年度财务报告、内部控制的审计机构及支付报酬的议案》《关于公司开展远期外汇资金交易业务的议案》共 4 项议案提交公司董事会审议。 | | |
| | | | 2023 年 4 月 17 日 | 审议《公司 2023 年第一季度财务报表》《关于 2023 年会计政策变更的议案》共 2 项议案。 | 审议通过前述议案并同意提交公司董事会审议。 | 不适用 | 无 |
| | | | 2023 年 8 月 6 日 | 审议《公司 2023 年半年度财务报告》共 1 项议案。 | 审议通过该议案并同意提交公司董事会审议。 | 不适用 | 无 |
| | | | 2023 年 10 月 20 日 | 审议《公司 2023 年第三季度财务报表》共 1 项议案。 | 审议通过该议案并同意提交公司董事会审议。 | 不适用 | 无 |
| | | | 2023 年 12 月 28 日 | 审议《关于公司选聘 2024 年-2026 年年报审计服务会计师事务所的议案》共 1 项议案。 | 审议通过该议案。 | 不适用 | 无 |
| 薪酬与考核委员会 | 赵刚、吴定刚、牟文、洪远嘉 | 2 | 2023 年 3 月 19 日、12 月 25 日 | 审议 2022 年度公司董事及高级管理人员的薪酬考核与支付情况等。 | 审议通过董事及高级管理人员薪酬考核等事项并同意提交公司董事会审议。 | 不适用 | 无 |
| 独立董事专门会议 | 洪远嘉、牟文、赵刚 | 2 | 2023 年 12 月 1 日 | 审议《关于预计 2024 年日常关联交易的议案》《关于预计 2024 年公司及其下属子公司与四川长虹集团财务有限公司持续关联交易的议案》共 2 项议案。 | 审议通过全部议案并同意提交公司董事会审议。 | 不适用 | 无 |
| | | | 2023 年 12 月 1 日 | 审议《关于预计 2024 年日常关联交易的议案》《关于预计 2024 年公司及其下属子公司与四川长虹集团财务有限公司持续关联交易的议案》共 2 项议案。 | 审议通过全部议案并同意提交公司董事会审议。 | 不适用 | 无 |

2023 年，公司全体董事恪尽职守、勤勉尽责，能够积极主动关注公司经营信息、财务状况、重大事项等，对提交董事会审议的各项议案，均深入讨论，各抒己见，为公司的经营发展建言献策，做出决策时充分考虑中小股东的利益和诉求，切实增强董事会决策的科学性，推动公司生产经营各项工作持续、稳定、健康发展。

七、2024 年主要工作计划

1. 加强公司治理工作。公司董事会将及时修订完善公司治理制度，使各项制

度符合最新监管要求，加强公司治理制度的内部培训，提高制度执行力，同时加强内控制度建设，优化内部控制流程，不断完善风险防范机制，保障公司健康、稳定、可持续发展。

2. 合规信息披露。公司董事会将继续严格按照《深圳证券交易所股票上市规则》等法律、法规、规范性文件和《公司章程》的要求，履行上市公司信息披露义务，增强信息披露的真实性、准确性、完整性、及时性、公平性，进一步提升信息披露质量。

3. 加强投资者关系管理。公司董事会根据《上市公司监管指引第3号——上市公司现金分红》等有关规定以及《公司章程》和公司制定的《关于公司未来三年（2021年-2023年）股东回报规划》等文件，结合公司所处发展阶段和资金投入状况，严格执行已披露的利润分配政策尤其是现金分红政策的具体安排和实施，重视对投资者的合理回报并兼顾公司的可持续发展。同时，加强搭建常态化的沟通机制，强化与投资者的沟通和交流，通过多种途径与投资者保持紧密联系，增进投资者对公司内在价值的了解。

4. 充分发挥董事会职能。董事会按照《公司章程》和《董事会议事规则》的规定，组织开好公司董事会的定期会议和临时会议，确保议案会前论证充分，提高会议决策效率和决策水平，落实、执行股东大会各项决议，把对全体股东负责的观念体现在公司重大决策以及日常经营管理之中，确保公司的一切行为依法合规进行，实现股东利益的最大化。

长虹美菱股份有限公司 董事会

二〇二四年三月三十日