

## 长虹美菱股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2024-08

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	广发基金：陈樱子、王鹏、段涛、刘娜、杨定光、邱璟旻、张溢、邹勇；富国基金：韩雪、刘莉莉、樊博文；西南证券：龚梦泓；国盛证券：徐程颖
时间	2024 年 4 月 9 日
地点	公司行政中心二号会议室
上市公司接待人员姓名	董事会秘书：李霞 财务管理部主管：段平 证券事务经理：吕明
投资者关系活动主要内容介绍	<p style="text-align: center;"><b>投资者与公司代表互动交流问答</b></p> <p><b>1. 公司 2023 年业绩持续向好，请简要介绍下公司取得较好经营业绩的驱动力</b></p> <p>答：2023 年来，公司持续全面贯彻“一个目标，三条主线”的经营方针，坚持价值导向，全面提效，主营冰箱（柜）、空调、洗衣机、小家电及厨卫等产业均取得了较好的经营业绩。</p> <p>其中冰箱（柜）、洗衣机产业方面：国际冰洗业务在海运费下降、市场逐步恢复的大环境下，积极抢抓订单，大力推进产品拓展，接单及发货大幅增加，同时坚持冰洗协同，洗衣机产业快速拓展；国内冰洗业务通过发布系列新品，优化产品结构，同时强化市场推广，推动渠道转型及客户精细化管理等，改善提升经营质量。</p> <p>空调产业方面：国内空调业务深入推进“营销转型”，紧跟市场及各地气候特征，提前布局市场，优化产品结构，并与</p>

重点客户持续保持战略合作；国际空调业务推进产品结构升级，增强市场开拓能力，加大渠道开发，重点战略客户的销售不断提升，另因气候影响，部分区域市场需求增加。同时，本年度内大宗原材料价格同比下降，并享受先进制造业企业增值税加计抵减优惠政策。

2023 年，公司实现营业收入约 242.48 亿元，同比增长 19.95%；实现归属于上市公司股东的净利润 7.41 亿元，同比增长 203.04%，良性经营能力持续提升。

## 2. 请简要介绍下公司的营销能力

答：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价值管理体系，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。

## 3. 请简要介绍下公司冰箱的产品能力

答：公司冰箱产品方面，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。

#### 4. 请简要介绍下公司空调的产品能力

答：公司空调产品方面，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。

#### 5. 请问公司如何展望对 2024 年行业发展

答：展望 2024 年，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。

#### 6. 介绍下公司海外冰箱柜业务的 2024 年经营计划

答：2024 年，公司海外冰箱柜业务方面，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。

	<p><b>7. 介绍下公司海外空调业务的 2024 年经营计划</b></p> <p>答：2024 年，公司海外空调业务方面，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。</p>
附件清单 (如有)	无
日期	2024 年 4 月 9 日