

长虹美菱股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2024-09

| | |
|---------------|--|
| 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） |
| 参与单位名称及人员 | 通过：全景网“投资者关系互动平台” (https://ir.p5w.net) 参与 2023 年度业绩说明会的广大投资者 |
| 时间 | 2024 年 4 月 15 日 15:30-17:00 |
| 地点 | 公司行政中心二号会议室 |
| 上市公司接待人员姓名 | 公司董事、总裁：钟明先生 公司董事、副总裁：胡照贵先生 公司独立董事：洪远嘉先生 公司副总裁：黄大年先生 公司财务总监(财务负责人)：庞海涛先生 公司董事会秘书：李霞女士 |
| 投资者关系活动主要内容介绍 | <p style="text-align: center;">投资者与公司代表互动交流问答</p> <p>1. 公司去年取得了较好的成绩，请问公司是如何提升营销能力的？</p> <p>答：尊敬的投资者您好，感谢您的提问。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核心的价值管理体系，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。</p> <p>海外市场，面向全球需求结构升级，公司将继续践行“有</p> |

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，加强升级型产品策划和差异化产品设计，强化效率提升，通过聚焦重点市场、核心优质客户。冰洗方面将打造冰洗双轮驱动；持续发力欧洲市场，深耕亚非拉市场，坚持以业务为导向、客户为中心，不断提升产品性价比、产品质量、运营效率、客户服务能力以及客户满意度，扩大市场份额。空调方面将聚焦优势渠道，深耕亚非拉等根据地市场，进一步开拓欧美市场，紧跟市场趋势。

2. 请问原材料持续上涨对公司经营业绩的影响大吗？

答：尊敬的投资者您好，感谢您的提问。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，采取产品结构调整、提升效率、降低运营成本等措施进行风险应对，降低价格波动带来的影响。

3. 公司 2024 年在海外市场的市场规划是什么？

答：尊敬的投资者您好，感谢您的提问。2024 年，面向全球需求结构升级，公司将继续践行“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，加强升级型产品策划和差异化产品设计，强化效率提升，通过聚焦重点市场、核心优质客户。

冰洗方面将打造冰洗双轮驱动；持续发力欧洲市场，深耕亚非拉市场，坚持以业务为导向、客户为中心，不断提升产品性价比、产品质量、运营效率、客户服务能力以及客户满意度，扩大市场份额。

空调方面将聚焦优势渠道，深耕亚非拉等根据地市场，进一步开拓欧美市场，紧跟市场趋势。

4. 请公司具体介绍一下在制造效率提升方面有哪些成果和规划？

答：尊敬的投资者您好，感谢您的提问。公司生产经营管理亦逐步完成数字化、智能化转型，以提升生产经营效率。制造效率的提升，缩短了生产周期和交付周期，使生产流程更加紧凑和高效，进一步增强公司的核心竞争力。未来，公司在安全可控，质量提升的前提下，以 C+3 信息数据在线保障快速交付，以智能化、精细化、数字化为抓手，带动内部人效、物效

提升，降低成本和提高能效。

5. 请问公司如何评价自己 ESG 相关处理措施的成效？能否分享下公司对 ESG 相关风险应对计划？

答：尊敬的投资者，感谢您的提问。公司已建立 ESG 管理委员会，积极推进 ESG 工作。公司致力于开发绿色智能家电产品以响应国家碳达峰、碳中和目标。在公司治理方面，不断优化治理能力、健全风险防控机制，以确保股东合法权益；在环境保护方面，自觉承担环境责任，加强污染治理措施，促进可再生资源利用，践行绿色发展理念；在社会责任方面，努力改善员工福利、建立供应链管理体系，并积极参与社会公益活动。公司已于 2024 年 3 月 30 日发布了《2023 年度环境、社会及公司治理（ESG）报告》，详细内容请参阅报告。

公司始终坚持企业与社会、环境协调可持续发展的理念，将 ESG 工作融入经营战略，不断优化治理结构、加强风险防控机制，以诚信合规的态度履行社会责任，致力于实现公司治理、公司与社会、公司与环境的健康和谐发展，持续为股东创造价值。

6. 同时还想请教一下各位领导，请介绍下公司智能化产业的发展的规划？

答：尊敬的投资者您好，感谢您的提问。公司在智能化方向上，将持续围绕“智汇家”智能战略，打造创新单品、优质服务 and 场景化系统解决方案。在创新单品方面，通过智能技术持续提升家电的人机交互体验和性能特性，致力于打造行业领先的智慧家电产品。

在优质服务方面，通过海量家电数据持续提升产品品质及售后服务质量，提升产品品质口碑。在场景化系统解决方案方面，依托家电品类的全面覆盖，不断创新打造满足人们生活的各类场景体验，通过小场景的持续融合形成真正满足用户需求的全屋智慧家居场景。

相信通过“智汇家”智能战略的持续落地，将推动长虹美菱在智能时代的高质量发展。

7. 啥时间分红啊，10 股派 3 元什么时候分红到账。

答：尊敬的投资者您好，感谢您的提问。公司已于 2024 年 3 月 30 日披露了《关于公司 2023 年度利润分配预案》。公司将 于 2024 年 4 月 25 日召开 2023 年年度股东大会审议《关于公司

2023 年度利润分配预案》，待股东大会审议通过后两个月内将实施利润分配方案，请您关注公司相关公告。

8. 钟总，真心的希望美菱在您的领导班子带领下，股价能长期稳定上涨，给投资者稳定收益，水涨船高的道理老百姓都懂，祝愿美菱未来可期，蒸蒸日上！

答：尊敬的投资者您好！十分感谢您对公司的关注和鼓励！您的认可是我们前行的动力！

9. 您好：公司在家政机器人上有规划吗

答：尊敬的投资者您好，感谢您的提问。公司在家政机器人方面暂时没有规划。

10. 请问生物医疗业务主要是涉及哪些方面呢

答：尊敬的投资者您好，感谢您的提问。公司生物医疗产业以下属控股子公司中科美菱低温科技股份有限公司为平台开展。目前，该公司产品及解决方案已应用于医疗系统、血液系统、疾控系统、卫生系统、高校科研机构、生物医药企业，以及基因工程、生命科学等领域。

11. 扣除非经常性损益后的净利润实现 629.43% 的增长，能否详细解释非经常性损益的具体构成及其对净利润增长的贡献？这种增长是否具有可持续性？

答：尊敬的投资者您好，感谢您的提问。（1）2023 年，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。公司 2023 年归属于上市公司股东的净利润为 7.41 亿元，归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润为 7.49 亿元，非经常性损益对净利润的影响不大。非经常性损益的构成主要为收到的政府补助和外汇相关损益。

（2）2024 年，公司将坚持党建引领，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 年力争全年收入及净利润稳步增长。

12. 请介绍下公司 2023 年的利润分配方案。

答：尊敬的投资者您好，感谢您的提问。公司已于 2024 年 3 月 28 日召开了第十届董事会第四十二次会议，审议通过了《关

于公司 2023 年度利润分配预案》。公司 2023 年度利润分配预案以公司 2023 年 12 月 31 日的总股本 1,029,923,715 股为基数，向全体股东每 10 股派发现金红利 3 元（含税），不送红股，不以公积金转增股本，该事项尚需提交公司 2023 年年度股东大会审议。

13. 请领导介绍下公司 2024 年的经营思路是什么？

答：尊敬的投资者您好，感谢您的提问。公司 2024 年的经营思路是坚持党建引领，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。

14. 庞总你好，请问贵司提到的优化渠道战略具体该如何落地？

答：尊敬的投资者您好，感谢您的提问。公司坚持价值导向、全面提效的经营思路，渠道战略优化落地方面，国内围绕自有渠道夯实、零售渠道跑赢、增量渠道拓展、新兴渠道突破的渠道策略，重点聚焦零售渠道核心客户、提高核心门店建设能力、提升终端零售能力，不断提升渠道承载和渠道经营质量；海外发力渠道建设，深化开展客户体系建设、聚焦资源保障优质客户，重点发力品牌业务。未来，公司将继续坚持党建引领，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。

15. 公司研发费用投入有多少？后续会坚持投入吗？技术人员有多少？

答：尊敬的投资者您好，感谢您的提问。公司 2023 年财务报表中研发费用为 5.97 亿元。2024 年公司将持续坚持加大研发投入，提升产品竞争力，推动企业良性经营。截至 2023 年 12 月 31 日，公司技术人员为 1795 人。

16. 请问 2024 年一季度公司的业绩如何？

答：尊敬的投资者您好，感谢您的提问。公司 2024 年一季度报情况请您关注公司定期报告，一季报的具体披露时间为 2024 年 4 月 20 日，谢谢！

17. 公司去年业绩怎样

答：尊敬的投资者您好，感谢您的提问。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。具体情况详见公司 2023 年年度报告。

18. 如何理解贵司的“六力建设”？

答：尊敬的投资者您好，感谢您的提问。公司六力建设具体指的是品牌力建设、产品力建设、营销力建设、渠道力建设、服务力建设和组织力建设。

（1）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。

（2）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。

（3）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。

（4）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，深化开展客户体系建设、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。

（5）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。

（6）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。

19. 公司 2023 年年度股东大会什么时候召开？

答：尊敬的投资者您好，感谢您的提问。公司已于 2024 年 3 月 30 日发布了《关于召开 2023 年年度股东大会的通知》，公司将于 2024 年 4 月 25 日召开 2023 年年度股东大会。

| | |
|----------------------|---|
| | <p>20. 请问公司领导，近期大卖的美菱冰箱有那些卖点？</p> <p>答：尊敬的投资者您好，感谢您的提问。40余年来，公司在专业制冷领域持续深耕，持续坚持技术创新、产品创新、服务创新等差异化创新举措，始终以用户需求为中心，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，以技术创新驱动产品迭代升级。近期美菱的M鲜生、冻鲜生、零零嵌等冰箱主要卖点包括长效水分子激活保鲜、恒温鲜冻、超薄零嵌入等行业领先技术，满足用户的多元化和个性化的健康需求，推动用户健康饮食生活新一轮的跃升。</p> <p>21. 请问公司领导，近期大卖的长虹空调产品有那些卖点？</p> <p>答：尊敬的投资者您好，感谢您的提问。公司空调产品，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。经过多年潜心研发和技术沉淀，公司推出了全无尘自由风Q7D挂机及巨能省Q7V、EV柜机，实现了开关机360°全无尘、吹天吹地不吹人，行业首创45.2°天幕式黄金气流技术与85.6°瀑布式附壁气流技术等领先技术，实现冷风不直吹，暖从足底起，带来更舒适的送风新体验。凭借“能效超一级，多省3000度”的出色表现，荣获了中国家用电器研究院颁发的首张“空调行业柜机超一级能效证书”，同时获得来行业和消费端的认可，再一次夯实了“精工品质 舒适每一度”品牌价值主张。</p> |
| <p>附件清单 (如有)</p> | <p>无</p> |
| <p>日期</p> | <p>2024年4月15日</p> |