

证券代码：002035

证券简称：华帝股份

华帝股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2024-004

投资者关系活动类别	<input checked="" type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 其他（请文字说明其他活动内容） <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input type="checkbox"/> 路演活动
参与单位名称及人员姓名	浙商证券、广发基金、海通证券、华泰保兴基金等 10 人
时间	2024 年 5 月 15 日
地点	公司办公楼四楼会议室
上市公司接待人员姓名	罗莎
投资者关系活动主要内容介绍	<p>问题 1：公司是如何通过品牌战略和市场推广活动，来提升消费者对科学品牌的认知度的？</p> <p>回复：华帝持续聚焦“好用、好看、好清洁”科学品牌落地，全面贯彻“时尚科学厨电”的新品牌定位，积极布局油烟机、燃气灶和燃气热水器等厨电产品，通过 VI 视觉形象系统和 SI 终端形象设计的升级、与知名公众人物联袂推出品牌整合传播项目、以及覆盖多个重点城市的户外广告投放等多种宣推方式，进一步加深消费者对科学品牌的认知度。公司秉承“探索、求真、标准”的理念，尽量降低用户对产品的学习成本，从中国用户真实厨房场景出发，务求从每一处细节打造“净洁厨房”的产品价值，为用户提供干净、舒适、健康的厨房空间解决方案，让正在崛起的新一代年轻消费者享受到科学、理性、健康的生活方式，更好地赋能和引领新一代理想厨居生活。</p> <p>问题 2：公司是如何通过构建品牌矩阵来适应市场变化的？</p> <p>回复：公司持续推进多品牌建设，根据市场变化趋势和公司发展需求，不断提升品牌价值与主张，深化品牌内涵，打造专业化品牌矩阵。公司主要通过华帝、百得、华帝家居多品牌战略满足不同市场对于不同价位和功能产品的需求，多维度的推广覆盖各层级细分市场。各个品牌定位清晰，优势互补，有效提升公司整体的品牌影响力。</p> <p>问题 3：在产业结构升级方面，公司有采取什么举措吗？</p>

	<p>回复：公司坚持以技术创新驱动产品力升级，以生产制造自动化提高产品品质及其稳定性，聚焦用户痛点，聚焦市场变化趋势，保持对新生产品的创新研发、对现有产品的优化升级加快产品迭代速度，迎合市场和消费者的需求。</p> <p>2023年，公司推出了华帝集成烹饪中心，主打“一米空间七合一，15分钟4菜1汤”，与市面上现有产品相比，它高度集成了华帝在厨电领域多年来的创新研发成果，从空间整合、烹饪体验到人性化的设计，都有了全面的突破。另外，华帝集成烹饪中心、蒸烤一体机、新一代分人浴燃气热水器、华帝炬焰灶、华帝快拢吸超薄烟机 E6090HS、集成灶 PY55、巨能洗洗碗机 B7 等新品，为用户构建未来理想厨房提供了更多选择空间。</p> <p>问题 4：公司是如何坚持长期主义并推进数字化战略的？</p> <p>回复：公司近年来一直在加速数字化、智能化转型升级，在生产制造方面以精益化为基础，通过自动化的运用，结合数字化升级应用，推进对制造的全面升级改造。公司利用制造智能数字化应用系统，优化制造管理模式，强化过程管理和控制，达到精细化管理；持续引入先进自动化生产设备，进一步降低生产费用率、提升产能与生产效率、提高产品品质稳定性。</p> <p>问题 5：公司是如何做到多元渠道协同发展的？</p> <p>回复：公司搭建多渠道融合共生的管理体系，线下渠道主要以代理制为核心，推动以零售为导向的扁平化架构转型；线上渠道以直营结合分销为主要模式，覆盖众多电商主流平台以及新兴渠道；工程渠道采用自主经营与代理经营相结合的模式，严控风险原则下，向下沉、家装等新兴渠道发力，进一步优化渠道结构，突破市场边界，积极与优质客户共谋合作发展。</p> <p>接待过程中，公司接待人员与投资者进行了充分的交流与沟通，严格按照有关制度规定，没有出现未公开重大信息泄露等情况，参会人员签署《承诺书》。</p>
附件清单	无
日期	2024年5月15日