

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：2024-005

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	中金公司、泰康基金、信达澳亚基金、工银理财、路博迈基金、诺安基金、安和资本、玄元投资、中睿合银投资等 11 人
时间	2024 年 5 月 17 日
地点	公司办公楼四楼会议室
上市公司接待人员姓名	潘楚欣、罗莎
投资者关系活动主要内容介绍	<p>问题 1：公司的产品布局是怎样的？</p> <p>回复：公司主要从事研发、生产、销售厨房电器，并始终坚持以研发支撑产品创新，以产品创新推动产品线多元化发展，公司产品品类现已覆盖烟机、灶具、热水器等传统厨电，以及集成烹饪中心、集成灶、洗碗机、蒸烤一体机等新兴厨电，同时也涵盖橱柜、衣柜以及浴室柜等家居定制产品。</p> <p>问题 2：在家电行业竞争日益激烈的当前形势下，品牌如何应对竞争压力并探索新的增长机遇？</p> <p>回复：随着高速膨胀和扩张的增量时代落下帷幕，行业“内卷”式竞争加剧，出现了“大鱼吃小鱼”的明显特征。小品牌面临着加速出局的压力，市场份额向头部品牌进一步集中。越来越多品牌开始寻求新的增长动能。虽然近年来新兴品类迅速增长，如洗碗机、消毒柜等，但根据奥维云网（AVC）零售推总数据以及地产大数据显示，洗碗机、嵌入式（考虑集成灶部分）每百户渗透率均不足 3%，远低于欧美等发达国家。因此亟需通过“出圈”“破圈”迅速扩大市场认知。由于高端场景化厨卫电器的消费人群主要是一二线城市追求高品质生活的年轻中产，因此各大品牌加快面向年轻群体精准营销，通过流量明星代言、大 V 视频科普等多种形式“破圈”吸粉、强势引流，塑造新的品牌认知。</p> <p>问题 3：公司是否在新产品品类布局上取得了新的进展？</p> <p>回复：公司专注于厨电领域多年，坚持自主研发，不断推陈出新，2023 年，</p>

	<p>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：公司的渠道发展策略是怎样的？</p> <p>回复：公司根据市场和客户需求的变化，及时有效地调整相应的销售策略和产品布局，实现主营产品的产销平衡，推动公司良性发展。渠道方面，逐步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网购渠道；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，积极与优质客户共谋合作发展。</p> <p>问题 5：公司在业务风险管理领域，主要采取了哪些策略和措施？</p> <p>回复：公司严格控制工程业务风险，搭建并完善业务风险管理标准体系，严守评估与授信制度，聚焦应收款回流速度，改善库存提升资金效益。客户合作方面，公司持续推进战略客户拓展，创新核心客户合作模式，建立高端品牌工程推广平台，进一步提升品牌影响力；代理商方面，公司继续完善工程代理商模式，建立专业工程代理团队，制定专项合作政策，激发代理团队营销积极性；区域拓展方面，公司加强弱势区域开拓力度，强化区域均衡发展，促进工程业务质量再提升。</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 17 日