

证券代码： 002242

证券简称：九阳股份

九阳股份有限公司投资者关系活动记录表

<p><b>投资者关系活动类别</b></p>	<p>√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    √电话会议</p>
<p><b>参与单位名称及人员姓名</b></p>	<p>光大证券、长江证券、国泰君安证券、广发证券、华泰证券、招商证券、申万证券、安信证券、中信证券、天风证券、高盛高华证券、中金公司、瑞银证券、摩根士丹利华鑫证券、中信里昂证券、麦格里证券、兴业证券、财富证券、财通证券、德邦证券、东北证券、东方财富证券、东亚前海证券、东方证券、方正证券、国盛证券、国金证券、国海证券、国融证券、国元证券、华创证券、华金证券、民生证券、平安证券、西南证券、中泰证券、浙商证券</p> <p>Fidelity International、博时基金、惠理基金、富国基金、嘉实基金、华泰柏瑞基金、摩根大通基金、易方达基金、民生加银基金、华夏基金、申万菱信基金、银华基金、施罗德基金、九泰基金、天弘基金、前海开源基金、汇丰晋信基金、东吴基金、中金基金、上银基金、中欧基金、淡水泉投资、景林资管、高盛资管、太平洋保险、太平洋资管、平安资管、高毅资产、AB 投资、Point 72、中国人保、人保资产、三井住友资产、复星保德信、大和住银投信、野村投信、国泰君安资管、宏利资产、海通资管、广发资管、安中投资、中信里昂投资、阿巴马资管、博道基金、百年保险资管、彬元资本、秉怀资管、北京诚盛投资、博颐投资、贝信投资、才华资本、长见投资、财通资管大华投资、稻梁投资、富邦金控、鼎新资产、方御投资、光大永明资产、观富资管、光证资管、国寿安保基金、国寿养老保险、国都证券基金、歌斐资产、国益资本、国投财务、恒大人寿保险、汇鸿国际资管、惠誉评级、合煦智远基金、华宸未来基金、海岸线投资、鸿尚资产、泓铭资本、华润元大基金、海钦投资、华夏未来资本、华夏财富创新投资、合晟资产、汉和资本、和君资本、景丰资产、江信基金、君茂资本、济海投资、巨杉资产、聚力投资、金百镭投资、津投资本、凯石基金、六禾投资、理成资管、Library Research、茂典资产、墨钜资产、南华基金、Octo Rivers Asset Management、磐厚资本、朴道瑞富、勤远投资、千合资本、睿银投资、睿信投资管理、顺泮资管、上海新永镓资产、石锋资产管理、尚雅投资、SMC 中国基金、申万宏源自营、上海途灵资管、双安资产、上海承周资产、上海听畅资管、深圳红筹投资、善渊投资、盛世景资产、深圳天马资产、彤源投资、天易资本、天治基金、鑫鑫资本、湘财基金、谢诺金融、新活力资本、星石投资、兴证资管、幸福人寿资管、循远资产、西南投资、先锋基金、益菁汇资管、涌峰投资、永安国富、永赢基金、源乘投资、易同投资、奕金安投资、毅木资产、泳峰投资、裕晋投资、益民基金、浙商基金、招商银行资管、征金资本、中赋投资、中恒星光资管、中金蓝海资管、中庸资本、中科沃土基金、中泰证券资管、中证信资本</p>
<p><b>时间</b></p>	<p>2019 年 8 月 15 日、8 月 16 日</p>

地点	8月15日电话会议；8月16日九阳杭州工业园
上市公司接待人员姓名	韩润、缪敏鑫、苗苗、朱莉琦、骆诗琰
投资者关系活动主要内容介绍	<p>公司发言：2019年上半年度，公司实现营收41.87亿元，同比增长15.04%；归母净利润4.06亿，同比增长9.72%，扣非净利润同比增长29.05%，其中内销毛利率增长1.02个百分点，盈利能力持续改善。</p> <p>Q1：请问公司上半年在产品端有何创新？</p> <p>A：上半年公司依然重视研发投入和新品推出，其中研发方面投入1.43亿，同比增长19.38%。上半年推出的SKY系列新品受到消费者喜爱，创立了行业乃至全球的多个第一，SKY系列新分别是不用手洗破壁豆浆机K系列，全球第一台不用手洗破壁机Y88，以及改变传统加热方式的无涂层蒸汽饭煲S5。</p> <p>Q2：请问上半年公司在渠道建设方面有何进展？</p> <p>A：公司坚持“渠道围绕客流”的经营策略，积极布局和拓展线下新兴商业体渠道，开设Shopping Mall中的“九阳之家”门店、品牌旗舰店、品牌体验店、品牌专卖店等，形成了覆盖不同圈层市场的立体渠道网络。自2017年以来，公司持续探索新零售业务，该板块保持稳中有进的发展态势。其在为消费者营造一站式全品类购物场景的同时，还可实现数据监测与共享、粉丝互动、顾客引流、扫码付款、就近配送等一系列智能便捷的消费体验。上半年，公司在线上新开“Joyoung 九阳官方旗舰店”，开业半年时间吸引数十万粉丝关注，促进O2O融合发展。</p> <p>Q3：公司如何把握未来消费者需求的变化？同时如何把产品需求和后端研究联动起来？</p> <p>A：公司通过自主研发信息管理系统，将终端的用户反馈与产品研发进行联动，一直非常重视把产品需求和技术研发联动，公司的产品推新一直较为靠前，我们认为必须始终推动提升洞察消费者需求的能力以及创造消费场景的能力。</p>

	<p>Q4: Shark 在国内的发展和布局如何?</p> <p>A: Shark 从 2018 年 4 月登陆中国到现在, 拥有独立的品牌店 200 家左右, 定位在高端的 Shopping Mall 以及 KA 门店。2019 年上半年公司开始思考如何能够更快地让 Shark 进入中国家庭, 我们首选了九阳一些头部的门店, 设置 Shark 的独立展柜, 与九阳终端发挥协同效应, 提高终端市场曝光率。</p> <p>就产品而言, Shark 在国内目前主要有吸尘器和蒸汽拖把两个品类。吸尘器上半年推出“随手吸”手持吸尘器, 具有体积小、重量轻的特点, 同时 900 多元的价格也相对亲民。蒸汽拖把是主要为中国家庭量身打造的产品。</p> <p>Q5: 目前主要产品价格如何定位? 未来是否有价格带拓宽的趋势?</p> <p>A: 从 2017 年起, 公司积极推动价值登高, 在产品价格上同样有所体现。去年公司开始思考, 如何让九阳产品覆盖更广的圈层市场。通过一些高端旗舰产品的功能、技术、材质等的下沉, 九阳产品可以覆盖到更多的消费人群当中, 有效带动九阳在中端价位段的市占率。</p>
附件清单 (如有)	无
日期	2019 年 8 月 19 日