

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>投资者关系活动类别</p>	<p> <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"/> 电话会议 </p>
<p>参与单位名称及人员姓名</p>	<p> CLSA: Dylan Chu, Jisheng Liu, Valerie Zhou Point72 Asset Management: Christina He NS Partners: Ian Beattie Ariose Capital Management: Jennifer Ma Coronation Asset Management: Marc Talpert Capital Group: Tracy Zhang Abu Dahbi Investment Authority: Junwei Sun </p>
<p>时间</p>	<p>2019年9月16日</p>
<p>地点</p>	<p>九阳杭州工业园</p>
<p>上市公司接待人员姓名</p>	<p>缪敏鑫、骆诗琰</p>
<p>投资者关系活动主要内容介绍</p>	<p> Q1: 请问公司在内销产品方面有什么收获和展望? A: 产品上,公司重视研发投入和新品推出。公司研发费用率维持3%以上,稳中有升。上半年,公司推出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。下半年,公司陆续拓展SKY系列产品,包括无人豆浆机K solo系列、无涂层蒸汽饭煲S3等。同时,公司也通过技术下沉,为消费者提供更多高性价比产品,从而实现公司产品价格带的拓宽,提升行业竞争力。 </p> <p> Q2: 请问公司在内销渠道建设方面有何收获和展望? 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 </p>

	<p>吸引数十万粉丝关注，促进 O2O 融合发展。</p> <p>Q3: 公司在外销方面有何展望?</p> <p>A: 2018 年下半年，公司开始向 SharkNinja 出口自主研发的 Foodi 产品，协同性持续提升。2018 年下半年，Foodi 产品贡献销售收入约 1.9 亿元；2019 年上半年，Foodi 产品贡献销售收入约 2.6 亿元。</p> <p>未来九阳可以持续运用自身研发成果，探索更多协同性产品，提升研发和供应链上的协同效应。</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 年公司思考如何能够通过发挥九阳终端的渠道优势，提高终端市场曝光率，让 Shark 更快进入中国家庭。</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 多元的价格门槛较低，将其打造为中国家庭的入门级吸尘器。蒸汽拖把则是主要为中国家庭量身打造的产品，在今年 618 期间，Shark 品牌蒸汽拖把在天猫获得行业第一的销售成绩。</p> <p>Q5: 原材料价格下降对公司有什么影响?</p> <p>A: 公司产品线较丰富，产品品类较多，原材料品种也相对分散。在过往的大宗商品价格波动中，公司实现了对于成本较好的管理，保持毛利率在较为稳定的区间。</p>
附件清单（如有）	无
日期	2019 年 9 月 17 日