

证券代码： 002677

证券简称：浙江美大

浙江美大实业股份有限公司 投资者关系活动记录表

编号：2021-007

投资者关系活动类别	<input checked="" type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 路演活动 <input type="checkbox"/> 其他
参与单位名称及人员姓名	中金公司、长江证券、中银证券、中信证券、招商证券、安信证券、高盛资产、德邦证券、易方达基金、兴全基金、华泰柏瑞基金、海富通基金、建信养老金、摩根华鑫基金、华商基金、华富基金、复星集团、信诚基金、兴证资管、中信资管、重阳投资、尚雅投资、UBS 投资、Point72 资管、大华投资、Panview Capital、Zenas Capital、Dymon Asia Capital 等 121 个投资机构
时间	2021 年 4 月 16 日 14:00-15:00
地点	电话会议
上市公司接待人员姓名	夏志生、钟传良、王培飞
投资者关系活动主要内容介绍	<p>1、公司目前各销售渠道占比和增速？2021 年拓展力度和规划？</p> <p>答：公司目前有线下专卖店渠道、电商、工程和 KA 渠道。2020 年各渠道发展效果显著，取得了大幅增长；2021 年继续巩固和扩大线下专卖店；同时加大和加强对电商、KA、工程渠道的拓展力度，大幅提升销售占比，达到翻番目标。</p> <p>2、公司角度，对未来集成灶渗透率如何看，公司如何保持行业地位？</p> <p>答：未来集成灶行业将继续保持高速增长，公司对集成灶的渗透率充满信心：一、继续加强线下专卖网络建设，提升单店产出率和客单值；二、线上线下、电商及其他渠道互动；三、通过美大</p>

集成灶市场存量的优势；四、通过对电商渠道、KA 渠道、家装渠道和社区渠道的进一步布局、推进和发力。2021 公司目标增速在 20%以上，市占率保持 25%。

3、线下渠道深度如何？三、四线城市、乡镇市场的覆盖面？一、二线城市的扩张策略和规划？

答：公司近几年不断创新销售渠道，对三、四线市场销售终端下沉，推进乡镇市场的开发，效果很好。同时公司出台了相应政策，与天猫、京东、苏宁云店等相关平台合作，并推出社区店，通过多维度的积极推进，进一步提升三四线城市、乡镇市场的覆盖面。一二线城市作为公司近几年重点突破的方向，公司提出推大市、做大商，通过政策引导和支持，采取增商、加商、分区域销售，以及科技、智能化等高端产品的研发等策略和多方位布局，继续提升品牌影响率，扩张一、二线城市销售规模 and 市场份额。

4、去年 4 季度推出的直流变频无刷电机技术是技术升级还是改良？

答：2019、2020 二年公司通过潜心研究、自主创新研发了直流变频无刷电机技术、低阻静吸排烟系统技术等多项行业领先技术，并应用于公司全系列产品，使产品热效率、噪音等核心性能指标大幅提升，远优于国家和行业标准。同时使用户在体验感上也得到了明显提升，攻克了产品和市场痛点，将集成灶技术水平引领到一个全新高度。

5、公司的品牌推广规划？推广渠道和方式？

答：目前品牌推广渠道多元化，公司在推广渠道和媒体选择方面不断调整和优化，除了在央视等高端电视媒体、高铁、户外等传统媒体进行推广和宣传外，重点加大和强化在互联网媒体、新媒体、自媒体平台推广和宣传，包括搜索引擎、官方抖音、网红达人、知乎、快手、小红书、火山等，更广泛开展与各大媒体机构、单位进行合作，不断提高网络媒体、新媒体的投放比例。

	<p>6、天牛品牌的进程？产品的定位和定价？成熟后盈利情况？</p> <p>答：公司于2020年推出天牛品牌并启动招商，已签约300多家经销商，已开设门店50家。2021年开设门店规划300家。天牛产品价位分高中低三档，产品风格更适合年青、时尚的大众消费群体。天牛品牌作为公司整体业绩增长的有效渠道，未来将会贡献较大的力量。</p> <p>7、公司推出天牛品牌是如何考虑的？</p> <p>答：天牛品牌是公司战略布局推出的重要品牌，产品覆盖七大品类，销售模式采取线上线下相结合的形式，旨在实现两条腿走路，以赢得更大的市场份额，提升销售总量，增厚公司业绩，进一步巩固公司在集成灶行业的领军地位。</p> <p>8、未来 2-3 年行业会迎来洗牌，公司的盈利水平是否会受到影响？</p> <p>答：随着行业的发展，洗牌是必然的，洗牌过程也是实力比拼的过程。洗牌是好事，有助于行业的健康发展，洗牌后，龙头企业市场份额将不断增加，更好的保护终端价格体系。公司的指导思想是走品牌化和品质化路线，通过创新提高产品附加值，通过品牌效应提高品牌价值，通过市场规模降低产品成本等措施提高盈利水平，在行业洗牌中公司对自身的盈利能力有很强的信心。</p> <p style="text-align: center;">（因电话会议投资者未签署《承诺书》，此次投资者关系活动中，公司不存在泄露重大未公开信息的情况。）</p>
附件清单(如有)	无
日期	2021 年 4 月 16 日