

证券代码：300911

证券简称：亿田智能

浙江亿田智能厨电股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：20210514

投资者关系 活动类别	☒ 特定对象调研 ☐ 分析师会议 ☐ 媒体采访 ☐ 业绩说明会 ☐ 新闻发布会 ☐ 路演活动 ☐ 现场参观 ☐ 一对一沟通 ☐ 其他
参与时间、 地点、参与 单位名称及 人员姓名	参与时间：2021 年 05 月 11 日 13：30-14：30 地点：上海浦东香格里拉 参与时间：2021 年 05 月 11 日 15：00-16：00 地点：上海浦东丽思卡尔顿大酒店 参与时间：2021 年 05 月 12 日 10：00-11：00 地点：上海华安基金 参与时间：2021 年 05 月 12 日 13：30-14：30 地点：上海金茂君悦大酒店 参与时间：2021 年 05 月 12 日 15：00-16：00 地点：上海浦东文华东方酒店 参与时间：2021 年 05 月 14 日 14：00-15：30 地点：浙江亿田智能厨电股份有限公司科技馆一楼会议室 信达证券：罗岸阳 博时基金：李喆 工银瑞信：林梦 安信基金：郭陈杰 信达资管：尹圣迪、尤子吟 华创证券：秦一超 华安基金：万建军、翁启森、王旭冉、李杨、王斌 华创证券：田思琦 方正证券：宗艳、汪寅生、孙蕾、董博 中信资管：唐莹 健顺投资：何荣珩 宝盈基金：陈金伟 西部证券：诸乐轩 青骊投资：石川林 明溪资产：周盈盈 玖歌投资：张凡 中泰证券：邓欣、刘弘毅、张娴 兴银理财：许娟娟 重阳投资：钱新华 长江养老：李嘉 泰康资产：王鹏程

	平安养老：陈晓光 国泰君安自营：吴炳蔚 天虫资本：扈睿涵 天虫资本：王燕 逐熹投资：张露 交银施罗德：杨金金 国君自营：蔡骏临 中信保诚：张弘 中信保诚：丁珊 海富通：刘海啸 长见投资：范永玺 明泽投资：高杉 华夏久盈：谢雯 国泰基金：申坤 诺安基金：王晴 宽远投资：吴相贤 玖歌投资：李祎诺、王坤 长城科文：郜健 昶元投资：许浩然 东方马拉松：陆江川 利檀投资：焦明远 同花顺：黄良宇 招商证券：徐叶 东方基金：陈诚 中金：韦一飞 浦来德：庞剑锋、钟震 永禧投资：周圣舟 凯思博：原祎 方正资管：董博 圆信永丰基金：李阳 信达澳银：张恒海 永灵通：王平
上市公司 接待人员	2021 年 05 月 11 日-05 月 12 日 董事长：孙伟勇 董事会秘书：沈海苹 2021 年 05 月 14 日 董事、总经理：孙吉 董事会秘书：沈海苹
投资者关系 活动主要内容介绍	1. 问：研发费用率高于同行的原因？ 答：公司产品研发坚持以市场需求为导向，通过加大研发投入，进一步强化产品的绿色节能环保属性，提升公司产品的竞争优势。 2. 问：未来集成灶产品会有技术和形态等方面的升级吗？ 答：公司将继续深耕厨房电器行业，以集成厨电产品作为产品开发的主要方向，以持续的技术创新为支撑，为消费者带来智能化、个性化等多元化产品。 3. 问：集成灶作为新品类，需要进行市场教育，怎么看？ 答：集成灶行业目前已经有四家企业上市，相信在各家上市公司的带动下能迅速提升集成灶品类的知名度，从而来提升消费者的认可度。 4. 问：集成灶行业竞争激烈，除了享受行业发展红利外，有没有想做头部？ 答：公司在享受行业发展红利外，将紧紧围绕长期发展战略目标，持续提升公司治理水平，不断提升核心竞争力，努力创造良好的经营业绩来改变目前的梯队现状。

	5. 问：怎么看待行业内的竞争对手？会担心传统三件套企业布局集成灶行业吗？ 答：公司坚持走精品化、差异化发展之路，在巩固现有集成灶优势产品的基础上，进一步挑选发展潜力大的市场，加大产品研发和市场开拓力度，提升公司整体规模和竞争力。根据奥维云网数据显示，2020 年厨电行业市场规模 551 亿元，而集成灶作为厨电行业的新品类，其零售额为 182 亿，占比较小。如有更多的企业来布局能迅速提升集成灶品类的知名度。 6. 问：工程方面进展如何？ 答：工程渠道方面公司挺进500强地产首选供应商，入选百强地产采购目录；积极与全国百强房地产客户合作，目前已有多个工程案例。 7. 问：原材料涨价，集成灶产品提价了吗？ 答：公司与原材料供应商建立了良好的战略合作关系，合作渠道稳定。针对原材料涨价，公司部分集成灶产品价格有所调整。 8. 问：KA 渠道，一二线城市布局如何？ 答：公司正在积极拓展 KA 渠道。目前集成灶产品主要分布于三四线城市，通过战略调整和大商的通力合作来打开一二线市场。 9. 问：集成灶比传统烟机贵，占地面积小，理论上更适合一二线城市购买，为什么四五线城市接受程度更高？ 答：一二线城市投入成本较高，农村包围城市的模式有利于集成灶行业的发展，目前公司正在积极开拓一二线城市集成灶市场。 10. 问：红星美凯龙和居然之家是股东，有提供哪些支持呢？ 答：红星、居然是家居建材行业渠道领航者，成为亿田股东之后能加速实现亿田线下营销渠道升级。 11. 问：旧房再装修的市场如何看？ 答：我国城镇化建设正在稳步推进，城市住房的刚性需求没有减弱，并且存在大量的存量房、二次装修房，以及家居产品升级换代的潜在市场。公司将会积极开拓旧房改装领域。
--	---

	12. 问：未来公司会考虑并购吗？ 答：重大事项请您关注公司公告。 13. 问：品牌塑造上，整个管理团队如何，以及未来三年展望？ 答：公司高度重视品牌建设，致力于打造中国集成灶高端品牌。公司已构建由电视媒体、户外媒体、纸质媒体、互联网媒体等媒介组成的全方位品牌营销体系，通过聘请明星代言并在中央电视台、主要地方卫视、高铁、机场、行业杂志、门户网站、新媒体等媒介投放广告资源，加大品牌宣传投入，迅速提升品牌知名度。 14. 问：集成灶上市公司这几家都在投费用的情况下，是市场渗透率增加还是会打价格战？ 答：四家上市公司同时加大市场投放能迅速提升集成灶知名度，从而提高市场占有率。集成灶不是降价就能产生销售的产品，各家公司的集成灶都会有产品定位。 15. 问：研发费用资本化还是费用化？ 答：目前公司研发费用都是费用化。 16. 问：与竞争对手的差异，优势在于质量吗？ 答：公司始终坚持走高质量发展之路，经过多年发展，已形成了强大的集成灶研发体系、完善的产品生产线，通过持续加强设计研发创新、不断改进产品生产工艺，公司集成灶产品的油烟处理性能和外观设计等赢得了市场的认可。 17. 问：大商发展的情况？ 答：公司正在积极推进大商的招募，目前已有部分省会城市和重点市场的大商进驻。公司在制定大商政策引进的同时也贯彻“大商扶持”计划，鼓励经销商做强做大。 18. 问：品促会还在运作吗？ 答：公司通过成立品促会来提升经销商管理效力，在降低企业管理成本的同时更好的推进公司品牌的建设，目前运作效果理想。 19. 问：公司对线上的布局如何？ 答：首先公司积极推进人才建设，强化人才配置。电商团队在新
--	---

	电商总监的带领下，找到营销突破口，目前增长趋势显著。其次，从产品定位上公司也会有划分。公司将中高端机型定位给线下经销商销售，激活他们主观创造能力。另外将中低端机型放在线上，激活经销商同款同佣模式，线上线下市场融合共赢。
附件清单	无
日期	2021 年 05 月 14 日