

证券代码： 002508

证券简称：老板电器

杭州老板电器股份有限公司

投资者关系活动记录表

编号：2021-005

投资者关系活动类别	<input type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input checked="" 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	公司投资者
时间	2021年5月19日
地点	公司1号楼多功能厅
上市公司接待人员姓名	公司管理层
投资者关系活动主要内容介绍	<p>1、未来厨电行业的空间有多大？</p> <p>未来随着城镇化率提高，居民消费升级，以及新品类渗透率不断提升，未来厨房电器增长空间广阔。2021年是公司下一个10年高速增长的新起点，我们从产品品类出发，发布中国新厨房计划，全品类全系产品更新迭代，争做厨房电器专业品牌。今明两年是公司战略窗口期，我们将持续发力，目标实现一、二、三品类全面领先。</p> <p>2、公司如何进行多品牌运营？</p> <p>根据不同品牌定位与品类布局，公司下设老板、名气、大厨、帝泽等品牌。除老板主品牌外，名气分渠道积极打造</p>

	<p>全品类团队，线下进一步招商推广；大厨目标是打造以嵌入式技术为核心的台式耐用产品；帝泽专注高端精装修市场。公司通过多品牌运作，精耕细分市场，提高市占率，降低市场风险，借助不同品牌及产品特性，满足不同消费者需求。</p> <p>3、公司在行业中有何竞争优势？</p> <p>随着渠道碎片化加剧，公司渠道机制不断演变，专有代理商作为中台赋能组织，形成行业中独一无二的渠道模式，其团队稳定性高，组织效率在市场领先。此外，公司产品定位高端，为耐用消费品，产品开发需要时间积累，短期内难以被赶超。未来公司目标是技术驱动品类市场份额与销售规模不断提升。</p> <p>4、公司未来将如何推进渠道下沉工作？</p> <p>近年来渠道碎片化加剧，公司 2020 年开始做下沉市场改革，2021 年成立外围市场运营部，从县级市场出发，先以专卖店为平台推动渠道多元化，再跟随 KA 商超平台一同下沉。今年进一步与友商合作，将过去已整合沉淀的网批业务交由线下运作，培训终端人员销售高附加值产品，积极拥抱渠道多元化，促进渠道下沉。</p> <p>5、公司如何运用电商渠道站外流量？</p> <p>公司正通过新媒体内容运营、高频开设线上新品发布会以拉动销售，提高线上议价能力，不断给线上渠道赋能。</p>
附件清单(如有)	
日期	2021 年 5 月 19 日