

证券代码：002032

证券简称：苏泊尔

浙江苏泊尔股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2022006

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 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 checked="" type="checkbox"/> 其他（ <u>电话会议</u> ）
参与单位名称及人员姓名	中金公司何伟&魏儒镒&褚君&张瑾瑜&沈雨轩&谢然、摩根士丹利凌珈瑜&梁伟忠&王雅文、国泰君安证券蔡雯娟&樊夏俐、开源证券吕明&周嘉乐、高盛证券伊健&唐欢、东北证券赵哲、国盛证券徐程颖、首创证券陈梦、东方证券吴瑾&谢雨辰、申万宏源沈呈熹、国金证券贺虹萍&谢丽媛、光大证券洪吉然&唐佳睿、国海证券孟昕、花旗李濡、天风证券孙谦&于雪娇、瑞银证券潘人怡、长江证券邱逸竹&崔甜甜&任毅、安信证券张立聪&余昆、招商证券史晋星&纪向阳等
时间	2022年8月31日
地点	公司会议室
上市公司接待人员姓名	董事会秘书：叶继德 证券事务代表：方琳 证券事务专员：张珂
投资者关系活动主要内容介绍	<p>董事会秘书叶继德先生首先对公司2022年上半年的整体情况做了总结，并从内外销业务开展情况、公司产品战略及新品推广、渠道变革、品牌建设、未来发展布局及整体行业发展趋势等方面与投资者进行深入交流。</p> <p>主要问题具体如下：</p> <p><b>公司上半年外销情况？对后续外贸业务的展望？</b></p> <p>公司一季度外销取得了一定的增长，但是二季度以来，由</p>

于受到俄乌冲突及国外通胀率高的影响，国外市场消费需求偏弱；而公司主要外贸客户为了更好地应对国际上不稳定的政治及经济局势，积极管理控制当地渠道存货水平，使得公司上半年外贸业务在连续两年高速增长后有所下降。面对当前复杂的国际形势，公司下半年的外贸业务仍然面临一定的压力和挑战，希望在传统销售旺季能有所改善。

### **公司与 SEB 集团的合作中是否有一些新品类？**

在过去两年疫情反复的背景下，公司基于自身的制造能力与工业竞争力，获得了 SEB 集团新合作项目和部分新增产能的转移。公司在这期间为他们提供了许多产品品类以及制造项目，也在继续挖掘新品类和制造项目。例如，我们在玉环建立了 WMF 的工厂，希望能为他们提供更多高端产品的制造等。

### **内销方面，电商新渠道例如抖音的发展情况？**

公司在抖音的渠道布局相对较早，从去年上半年就开始与抖音开展合作。当前，抖音等新兴电商平台流量与销量增长非常快，因此我们也将持续在该渠道上的进行投入。目前来看，我们的先发优势相对明显，也将继续通过多手段运营来保持一个较好的状态。

### **空气炸锅品类增长迅速，公司在该品类上的销售情况如何？未来能否保持高增速？**

上半年空气炸锅行业整体销售和增长情况都非常不错，在消费者越来越注重健康饮食的大背景下，其凭借更少油的健康理念吸引着消费者，在小家电品类中属于一枝独秀。上半年，公司通过推出创新功能的空气炸锅产品，在该品类也实现了不错的销售收入。未来公司也将持续对该品类进行研发，推出更多创新升级的产品，但是该品类不属于家庭必需品，因此未来在保有量到达一个高位后，其增速或将放缓。

	<p style="text-align: center;"><b>公司对于后续利润率的展望？</b></p> <p>外销方面，今年大宗原材料价格有下行趋势，此外公司年初也与 SEB 集团重新制定关联交易定价，今年的外销毛利率将有所改善。内销方面，公司积极推动线上渠道部分店铺转直营、一盘货等模式，也更好地推动了高附加值产品的销量增长，公司在渠道以及产品结构的持续优化对我们内销毛利的提升有很大帮助。</p> <p style="text-align: center;"><b>公司在高端产品上的未来规划？</b></p> <p>对于高端产品，我们根据产品定位以及品牌定位有两方面的理解。首先是高附加值产品，基于苏泊尔品牌，通过线上与线下产品销售结构的持续优化等，公司在过去两年取得了不错的成绩。其次，针对高端品牌 WMF，我们在国内运营 WMF 品牌也有三年的时间，未来也将和新推出的 Tefal 品牌与苏泊尔品牌共同打造品牌组合更好地参与市场竞争。</p> <p style="text-align: center;"><b>公司上半年内销线上线下的表现？</b></p> <p>公司过去两年在持续推进线上渠道的调整，上半年线上渠道保持增长；线下一二级市场由于受到部分城市疫情影响仍有所下滑，但是公司积极布局三四级市场 O2O 渠道，这在一定程度上弥补了线下渠道的下滑。线上渠道中，抖音等新兴电商平台的表现较为优异。未来，线上渠道仍然是主要的增长渠道，公司也将持续对线上渠道进行投入，以期取得更好的销售表现。</p>
附件清单(如有)	无
日期	2022 年 9 月 1 日