

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：2022007

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（电话会议）
参与单位名称及人员姓名	兴业证券颜晓晴&王雨晴&苏子杰、上海汐泰投资陈梦笔、中银国际张岩松、上海彤源投资蒋志刚、富达基金覃晓曦、泰霖投资黎凯宁、中信建投证券牛广宇、深圳凯丰投资贺佳琳、华泰证券李艳光、中加基金管理冯汉杰、太平基金管理甘源、圆信永丰基金管理陈臣、北京玖然投资刘然、海南翎展基金管理邵仕威、上银基金管理蒋纯文、西部证券周密&诸乐轩、星泰资本贾淑靖、巨杉（上海）资产管理周忠伟、易方达基金管理方鑫宸、兴证国际刘思歧等
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>二季度内销表现如何？</p> <p>公司二季度内销整体表现良好，线上渠道继续保持增</p>

长，线下渠道也在积极进行转型，公司主要品类的市场占有率均有不同程度的提升。分业务单元看，由于小家电业务较早涉足线上渠道，因此其表现较为出色；线下渠道也基本持平。炊具业务由于消费者购物习惯的原因，线下业务占比相对较高，一二级市场仍处于下滑状态但 O2O 渠道表现较好。同时，公司也在持续推进炊具业务的渠道转型，希望能够尽快提升其线上业务的销售份额。

公司半年报中食物料理电器下滑较多，主要包含哪些产品？

食物料理电器主要是带电动马达类的产品，比如破壁机、榨汁机等。由于今年上半年整个宏观经济不景气导致消费需求低迷，虽然刚需类产品表现相对稳定，但非刚需类产品之间差异较大，比如空气炸锅增长快速，但食物料理电器、烤箱、饭盒等产品表现平淡。

上半年公司 O2O 渠道拓展情况？

公司小家电品类率先进入 O2O 渠道如苏宁零售云、京东专卖店以及天猫优品，目前比例较高，基本覆盖 O2O 主流渠道 2/3 以上的门店，目前仍在持续推进网点覆盖。炊具是从 2021 年开始推进，由于炊具主要销售渠道（一二级市场的现代渠道）流量与销量均下降，所以公司也在积极进行战略调整，预计 O2O 渠道将成为线下主流渠道。

上半年炊具业务毛利率有小幅下滑，主要原因？

公司炊具业务毛利率的下降与原材料价格有关，由于原材料价格传导具有时间差，所以对毛利率有一定影响。未来通过渠道和产品销售结构的优化，毛利率或将得到一定改善。

清洁电器和集成灶发展情况？

公司在这两个品类上，属于市场的后进入者；目前正在不断地学习，以期持续提升自身产品的竞争力。同时，通过现有的渠道与资源优势，公司希望能够在市场上获得一席之地。在过去半年中，我们在这两个品类的销量和市场占有率均得到了不错的提升。

公司对于清洁电器和厨卫电器的定位？

公司对于这两大业务的定位主打高性价比产品。公司已经逐步建立了研发、营销团队，希望利用小家电业务现有的渠道优势，使这两块业务得到较快增长。

下半年销售费用的投入规划？

受益于公司线上渠道转型，公司的产品销售结构不断改善使得内销毛利率得到稳步提升。下半年，公司会合理控制传统电商的销售费用，利用一盘货和直营模式持续推动内销毛利率的改善；对于抖音等新兴渠道，公司仍将继续投入，通过提升销售规模来促进利润率的增长。

公司空气炸锅品类销售情况？

空气炸锅集传统烹饪文化、健康、实用性于一体，通过线上营销引爆了产品的销量增长。上半年，公司空气炸锅品类也取得了非常不错的销售收入增长。

高端品牌 WMF 品牌的发展情况？疫情对其影响程度是否较大？

WMF 运营团队及仓库都位于上海及周边，上半年的新冠肺炎疫情对其造成了很大影响。长期来看，WMF 作为公司的高端业务，公司会在渠道和资源方面进行持续投入，通过 WMF、Tefal 和苏泊尔的品牌组合，更好地参与市场竞争，

	以期在未来能获得较好的增长。
附件清单（如有）	无
日期	2022年9月1日