

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：2022012

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&苏子杰&王凯丽&刘琳琳&李淇睿、国投瑞银基金管理汤海波、天弘基金王一川、易方达基金李树建、东兴证券文奕婕、深圳凯丰投资贺佳琳、东海证券万静、富达基金覃晓曦、碧云银霞投资管理贾凡&柯伟、中信建投牛广宇、中信证券黄舒文、圆信永丰基金陈臣、创金合信基金陆迪、东证资管叶倩、南银理财许修竹、国金证券李琳、西部证券诸乐轩、融通基金姚一鸣、东兴基金高坤、兴业基金管理赵昕蒙、兴银理财王毅成等。
时间	2022年10月25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>证券事务代表方琳女士首先对公司 2022 年第三季度的整体情况做了总结，与董事会秘书叶继德先生共同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>公司对于今年双十一大促有哪些规划与预期？</p>

双十一是传统的销售大促，现在不再是前些年集中在一天销售而是分布一个时间段内，公司会根据大促各时间节点合理分配营销资源。在国内消费压力较大的市场环境下，公司现在也更注重投入产出比，着力提升营销效率。同时，公司也会提升高附加值产品的推广力度使得公司的产品结构得到更好改善。

公司第三季度线上线下增速如何？

公司三季度线上增速表现较好，其中在抖音、拼多多、快手等新兴平台增速尤其明显；线下方面受新冠肺炎疫情和消费不景气的影响仍有小幅下滑，但基于线下三四级市场京东专卖店等 O2O 渠道的发展，能够一定程度上消化抵消一二级市场现代渠道的销量下滑。

原材料价格下降，炊具毛利率是否有享受到相应的红利？

原材料价格的下降，对毛利率和制造成本方面的贡献需要一定时间才能传导到具体的产品上。

Tefal 品牌的定位？该如何与 WMF 品牌打好配合？

公司于今年 8 月新推出 Tefal 品牌，希望能通过基于 Tefal 品牌成熟的产品线与品牌基础，结合公司现有的渠道资源，能够在国内市场占据一席之地。未来，公司也希望能够通过 WMF 品牌、Tefal 品牌以及苏泊尔品牌在国内市场中更好地形成中高端的品牌组合。

空气炸锅等热销品类未来增速或将放缓，公司明年是否有增品、扩品的计划？

每一个品类都有相应的生命周期，但从品类的属性角度分析，刚需品类（如电饭煲、电压力锅等）在消费市场需求较低时表现仍会优于长尾品类（如空气炸锅、电热饭盒等）。

	<p>为此，公司将会坚持创新研发、持续培育新品类，以期获得更多新的业务增长点。</p> <p>WMF 品牌的发展情况？</p> <p>公司在过去三年中，通过对 WMF 品牌的销售渠道与团队以及产品体系进行相应的梳理与调整，有效提升了 WMF 品牌在国内市场的经营质量并逐步实现盈利。未来，WMF 品牌在国内高端市场的发展也将有较好的前景。</p> <p>公司直营模式的战略规划？</p> <p>公司直营模式主要通过官方旗舰店来进行，一方面有利于线上平台资源的有效调配；另一方面能够帮助公司更好地触达消费者以提供更好的产品与服务。未来公司的重心会聚焦在产品研发、制造和品牌运营等方面，营销方面更多希望通过代理商、代运营商来开展，以形成专业、高效且可持续的增长模式。</p>
附件清单（如有）	无
日期	2022 年 10 月 26 日