

保鲜技术、水分子激活保鲜技术、全面薄 CLS 集成技术、MCN+净味保鲜技术等核心技术，引领冰箱行业回归保鲜主场、全面进入“拼薄”和“长效净味”的时代。与此同时，公司相继陆续发布了“M 鲜生”系列冰箱、“M 鲜生”全面薄系列产品、“M 鲜生”二代系列冰箱、“十分净”系列冰箱等。通过前述高端智能化产品的推陈出新，不仅及时满足市场需求，而且丰富、提升了品牌形象。

3. 公司线上销售的平台有哪些？

答：公司建立了较为完善的销售网络及服务体系，通过线上、零售、集成等渠道为用户提供覆盖白电全品类的高品质服务。公司家电目前在京东、天猫、拼多多、苏宁易购等网络平台均已开设店铺。

4. 公司上半年空调销售情况？

答：根据市场及各地气候特征，快速响应等举措，公司主营空调国内、国际业务持续向好。2022 年上半年空调业务实现收入约 53.51 亿元，同比增长 35.16%。未来，公司将在“敬业担当，同创共享”的核心价值观指引下，全面贯彻落实“一个目标，三条主线”的经营方针，让效率和产品的能力通过对标对阵转化为经济效益，最终实现股东利益最大化。

5. 小家电的核心产品有哪些？

答：公司小家电围绕“水生态”核心战略细化产品布局及研发，强化饮水茶吧、燃气热水类产品，根据用户需求细耕行业领域，加大研发投入，保持创新活力，同时加强产品功能集成化，陆续推出了行业首款智能冰箱茶吧机、即热茶吧机和拥有不同沐浴模式的燃气采暖热水炉等产品。

6. 公司有空气源热泵产品的生产和销售吗？

答：公司下属子公司四川长虹空调有限公司及其下属子公司宏源地能热泵科技有限公司均有空气源热泵的生产和销售。

7. 公司未来的规划和经营目标是什么？

答：未来，公司将在“敬业担当，同创共享”的核心价值观指引下，落实“一个目标，三条主线”的经营方针，进一步完善智慧家庭全场景布局，加快家电智能化进程，形成“硬件+服务”的双增长引擎，带动公司盈利模式的转型升级，探索家电企业服务增值新模式，迎接行业竞争新格局，实现自身持续稳定发展。与此同时，公司将基于“智汇家生态圈计划”，

	以现有产品为核心，提升综合白电产品的研发、制造、销售和协同能力，为用户提供一整套智慧场景系统解决方案。
附件清单 (如有)	无
日期	2022年11月15日