

长虹美菱股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2022-03

| | |
|-----------------------|---|
| 投资者关系 活动类别 | <input checked="" 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 type="checkbox"/> 其他（请文字说明其他活动内容） |
| 参与单位名 称及人员 | 浙江旌安投资管理有限公司 张艺矾 |
| 时间 | 2022年11月15日 14:00 |
| 地点 | 公司行政中心二号会议室 |
| 上市公司接 待人员姓名 | 董事会秘书：李霞 财务管理部部长：杨俊 财务管理部副部长：余志祥 证券事务代表：潘海云 证券事务经理：方鑫 |
| 投资者关系 活动主要内 容介绍 | <p>投资者与公司代表互动交流问答</p> <p>1. 公司前三季度经营情况？</p> <p>答：2022年前三季度，公司全面贯彻“一个目标，三条主线”的指导方针，积极推进各项经营计划的实施，实现营业收入15,375,374,318.73元，同比增长10.49%；实现归属于上市公司股东的净利润162,198,444.30元，同比增长160.52%。公司盈利能力持续提升，实现了良性发展。</p> <p>2. 公司冰箱产品的技术优势的具体情况？</p> <p>答：近年来，在行业转型升级以及消费升级的驱动下，公司坚持智能、变频两大产品策略，通过抓住保鲜、薄壁、净味、风冷、能效升级的契机并切实解决用户痛点，推动公司产品向智能化、高端化转型升级，全面提升产品在行业中的竞争力。</p> <p>在“智能化”战略指引下，近年来公司自主研发了“零冲击”“微微冻”</p> |

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“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 |