



牌形象。

洗衣机产品方面，通过内桶锥形胀圆技术、斜角稳定技术、云盘冷凝技术三项黑科技的开发，打造洗衣机“薄”“大”“智”行业名片，公司在“十分薄”滚筒平台上，陆续发布超氧净、5G II 系列产品首创的“烘道水洗”功能具备清洁、健康、祛味等功效，超高标准的技术再度彰显洗衣机产品在核心技术领域的硬核实力。

空调产品方面，坚持“好睡眠+好空气+好舒适”的产品理念，重点围绕品质、体验、健康进行产品升级，从舒适性、可靠性指标上严控品质关，打造空调“极静、极省、极智”的品牌体验，围绕“新风换气、自清洁、全无尘”三大核心功能进行产品系列化布局。推出了长虹“仰望”系列 Q6E 挂机与 Q6E 柜机，围绕“无尘新风”推出全无尘新风空调 Q7A 挂机，行业首推全无尘的新风空调，树立“全无尘新风才是好新风”的行业标杆，围绕“自由风”推出分区控温空调 Q7V 挂机等，解决用户同场景不同温度需求的痛点。

厨卫和小家电方面，除一部分传统电器外，专注打造茶饮生态电器与服务，智能清洁电器和燃气类热水电器。小家电方面，突破产品制冷技术瓶颈，推出行业首款智能冰箱茶吧机，针对大众消费人群，开发智能茶艺机。厨卫方面，布局清洁电器行业新赛道，推出首款洗地机产品强势入局。

生物医疗方面，坚持“以产品作为主要载体、向用户传递核心价值”的品牌理念，推出新一代“云智安·自动化样本库”，独创-80℃独立存储单元，兼具高兼容、多分区、分阶段、多系统保障等优势，融合物联技术，为用户提供更安全、更智能的自动化样本存储解决方案。

### 3. 如何理解一个目标、三条主线？

答：“一个目标”即在盈利前提下，实现规模增长。

三条主线即效率为王、产品领先、对标对阵。

**效率为王：**以价值为导向，通过资金效率、渠道效率、产品效率、管理效率四个方面的效率提升来实现经营持续改善。

**资金效率：**持续以商业库存周转为核心，以交付时效为保障，提升全供应链能力，通过零售驱动实现资金效率提升。

**渠道效率：**抓零售，推精品，提升产品结构，在渠道策略上，发力电商渠道，拓展增量渠道，夯实基础渠道，提质连锁渠道，持续改善经营质量。

**产品效率：**对产品进行分类管理，通过打造爆品、推广精品，优化低效品、引流品价值链，持续改善产品结构，提升毛利率。

**管理效率：**制造端通过对标，提高日产、减少用工、消除过程障碍来提

	<p>升生产效率；聚焦重关费用，降费提效，推进成本压控，提升毛利。</p> <p><b>产品领先：</b>打造符合美菱消费人群、具有独特价值的产品。</p> <p>产品方面：冰箱坚持“精品”+“爆品”+“精爆品”产品策略，围绕“鲜、薄、大、嵌”进行产品布局；冰柜围绕“深冷、鲜冻、减霜、抑菌”；空调挂机围绕“全无尘”，柜机围绕“远投近柔客餐厅共享”；洗衣机围绕“薄、大、简、净”；厨卫和小家电围绕茶饮生态电器与服务，清洁电器，和燃气类热水器产品线，培养核心竞争力，打造行业有影响力的品牌；生物医药围绕“生命科学、冷链”进行产品布局。通过“精准定位、强化分层、盘活基地、渠道订制”持续提升产品竞争力，推动产品良性经营。</p> <p>技术方面：提高核心关键技术能力建设。自主掌握核心技术，实现行业领先；整合应用关键技术，基于“协同、共享、共生、赋能”的理念，构建“菱云”工业互联网平台，为用户提供良好的交易与服务体验的同时，促进企业间资源开放共享与深度融合，带动全产业链协同发展；围绕“智汇家”智能战略核心，坚持打造产品智能化升级、服务数据化转型和场景套系化支撑三大方向，实现行业先进；掌握硬核科技机理，实现行业突破。</p> <p><b>对标对阵：</b>全面对标对阵，比差距、找原因、补短板，驱动内部效能与终端竞争力提升。重点推动产品成本、生产效率、份额提升、均价提升等对标工作，提升组织业绩、能力与效率。</p> <p><b>4. 公司 2022 年的利润分配方案？</b></p> <p>答：公司已于 2023 年 3 月 30 日召开了第十届董事会第三十一次会议，审议通过了《关于公司 2022 年度利润分配预案》，公司 2022 年度利润分配预案以公司 2022 年 12 月 31 日的总股本 1,029,923,715 股为基数，向全体股东每 10 股派发现金红利 0.9 元（含税），不送红股，不以公积金转增股本，该事项尚需提交公司 2022 年年度股东大会审议。</p> <p><b>5. 公司未来的经营目标？</b></p> <p>答：以围绕“一个目标”、紧扣“三条主线”、做实“四个管理体系”、坚定不移深化营销转型为经营思路开展工作。公司将坚定走效率为王、产品领先、对标对阵之路，持续深化营销转型，对以零售价为核心的价值管理体系、以合理的商业库存为核心的运营管理体系、以零售为核心的营销管理体系，以刚性预算为核心的费用管控体系进一步强化，并在研产端持续增收、降本、降费，以达成经营持续改善提升的目标。</p>
<p>附件清单 (如有)</p>	<p>无</p>
<p>日期</p>	<p>2023 年 4 月 6 日</p>