

证券代码：301332

证券简称：德尔玛

编号：2023-002

广东德尔玛科技股份有限公司

机构活动记录表

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（请文字说明其他活动内容） <u>投资机构线上交流</u>
参与单位名称及人员	中金公司、国泰君安、长江证券、招商证券、开源证券、中国人保、中银国际、国联安基金、德邦基金、华宝信托等 81 方
时间	2023 年 8 月 29 日 16:00-17:00
地点	电话会议
接待人员姓名	副总经理、董事会秘书孙秀云女士
投资者关系活动主要内容介绍	<p style="text-align: center;"><b>一、介绍公司半年度基本情况</b></p> <p>2023 年上半年，宏观经济环境复杂多变，公司始终坚持“多品牌、多品类、全球化”为发展战略，以“德尔玛”和“飞利浦”双核心品牌驱动，覆盖不同品类产品，贴近不同细分消费人群。公司今年上半年实现收入 15.55 亿元，同比增长 2.6%，归属上市公司归母净利润 6747.08 万元，同比增长 10.79%，扣非净利润 6326.21 万元，同比增长 13.59%，经营活动产生的现金净流量净额同比增长 46.36%。</p> <p style="text-align: center;"><b>二、互动交流环节</b></p> <p><b>Q1:上半年公司海外业务增长较快的原因是什么以及后</b></p>

**续对于海外市场的布局策略？**

答：公司积极推进国际化布局，开展境外自有/授权品牌销售，得益于过去几年在境外线上及线下销售渠道的布局，公司境外业务逐步拓展至中国香港、欧洲及东南亚等区域。

未来公司将结合当地的消费习惯做好消费者洞察，线上线下相结合，利用国内家电制造的产业链及公司产品性价比优势，推出满足不同国家消费和生活习惯的产品，稳打稳扎的进行海外市场的布局。

**Q2:海外业务经销商占比较高，如何做好消费者洞察？**

答：公司在欧洲设立控股子公司，组建了销售团队，通过当地团队的市场信息反馈以及与其他区域经销商的密切交流来从用户画像、生活方式、产品属性等多维度深度分析，洞察消费者在不同场景中对产品的使用需求和痛点，持续推出满足海外用户需求的产品。

**Q3：净水品类目前处于相对分散的竞争格式，往后看公司在这个领域的主要抓手是什么？**

答：净水市场目前来看存在较大的市场空间，消费者越来越关注饮水、用水的健康问题，市场竞争格局没有形成，对公司来说也是很大的机会。公司在 2018 年收购飞利浦后重新梳理了产品线，推出形态多样的产品，包括厨下净水器、台面净饮机、热水器、水杯等，未来公司仍然会坚持做好一个品类再做下一个的策略，满足消费者对净水类产品快速增长的需求。

**Q4：德尔玛品牌上半年非核心品类的收缩对公司收入有什么影响？**

答：德尔玛品牌从 2022 年开始进行产品转型，逐步缩减生活和厨房电器的投入，聚焦清洁赛道，过程对规模会有一

定影响。目前德尔玛品牌大部分的收入来自清洁品类，2023年上半年也取得了一定的成绩，特别洗地机品类从去年下半年开始，经过不断的打磨，今年4月份推出的新品整体出货量符合公司预期。

**Q5：个护健康类产品毛利率同比下降是什么原因？**

答：毛利率的影响因素比较多，2023年上半年公司整体毛利率同比有所提升，德尔玛品牌产品及飞利浦净水产品毛利率同比均有提升。飞利浦个护健康类毛利率的下滑主要还是由于产品结构的影响，上半年推出的爆款都是入门级别产品，本身毛利率低。接下来公司也会推出中高端产品，来带动个护健康毛利率的逐步改善。

**Q6：新增品类飞利浦健身器材业务现在的布局是什么样的呢？时间节点是什么样的？**

答：目前主要在做市场研究和洞察，今年不会有产品上市，希望24年能有产品见面。

**Q7：公司对ROI是如何定义的？**

答：公司有深厚电商运营经验，能快速捕捉各个阶段的流量入口，对每个平台的运营规则有较为深刻的理解，并积极地将内容创意、交互创新应用于营销活动中，以触达不同圈层的消费群体，建立起更有效的消费者连接。

不同品类、不同时间的ROI是不一样的，新品上市初期ROI是不稳定的，但公司通过自建直播基地和内容团队，从内容、视频、主播、投流全部由自有团队完成，在投放上可以进行快速的响应和调整，让ROI可以在较短的时间内达到公司要求的水平。

**Q8：目前洗地机行业竞争比较激烈，公司如何应对竞争？**

	<p>答：洗地机产品最主要是如何提升产品使用体验的问题，公司会持续的做好用户洞察，从产品痛点的解决方面来把差异化和产品力做得更明显，做好产品品质和成本控制，再通过价位段的把控定位目标人群，针对性的做一些营销、互动和触达，增加整个品牌竞争力。</p> <p><b>Q9：公司研发体系是什么情况，如何通过选品的方向来提升爆款率？</b></p> <p>答：目前公司有三个研发团队，苏州研发中心负责清洁产品开发，顺德研发中心负责个护健康类产品开发，飞利浦研发中心负责水健康类产品开发，接下来也会增加健身器材的团队。每个团队与前端市场调研、用户分析、产品定义是深度绑定一起，负责整个产品的落地。</p> <p>在选品方面，公司有专门的产品企划部门通过市场调研、用户洞察等方法来规划未来的产品方向，同时公司的内容创作团队也会较早的参与产品项目过程，将内容创作要素提前定义到产品里面。</p>
附件清单（如有）	无
日期	2023年8月29日