

长虹美菱股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2024-12

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	嘉实基金：谭丽、王雪松、曹笑阅、鲍强、胡永青、王力；国盛证券：徐程颖
时间	2024年4月28日
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 证券事务经理：吕明
投资者关系活动主要内容介绍	<p style="text-align: center;">投资者与公司代表互动交流问答</p> <p style="text-align: center;">1. 请介绍下公司营销能力的发展情况？</p> <p>答：公司建立了较为完善的销售网络及服务体系，为用户提供覆盖白电和厨卫小家电等全品类的高品质服务。国内市场积极推进营销转型，快速搭建以合理商业库存管理为核心的运营管理体系和以终端零售价为核心价值管理体系，实现从面向产品线的销售管理到面向全渠道和用户经营服务的营销转型；通过坚定的对标对阵实现产品领先和效率提升，打造营销体系能力和长期发展潜力。</p> <p>海外市场持续围绕“冰洗协同、内外协同及渠道拓展”，建设营销能力。以冰箱柜产业为基础，协同团队、渠道资源加速洗衣机业务；以洗衣机产业规模增长，扩大出口整体规模，进而提升运营效率，实现冰洗正螺旋式协同增长。协同国内市场优势“大容积、多门”平台资源，推动出口业务结构性升级，以内外研发、制造、资源的协同，实现国内、海外业务的双向</p>

赋能。渠道层面坚持“市场驱动”替代传统贸易模式，建设“2B+2C”的综合性营销推广能力；聚焦海外重点市场加速品牌业务，以良性规模增长为导向，聚焦资源加强品牌建设，深化渠道拓展。

2. 请介绍下公司 2024 年的经营思路？

答：公司 2024 年的经营思路是坚持党建引领，坚持价值导向、全面提效，围绕“一个目标”，提升六项能力，深化内外协同、强化合规风控，促进公司持续高质量发展。2024 年力争全年收入向双位数增长迈进，同时力争净利润保持稳步增长。

3. 请介绍下公司的运营能力？

答：公司持续开展标杆管理活动，提升公司运营管理水平 and 竞争力。同时，通过持续开展“人效、钱效、物效”三方面提升工作，不断提升内部管理能力。建立了目标清晰、指标量化、绩效导向的绩效考核和激励下沉的分层式分享体系，激活内部生产力。以价值链管理为主线，持续开展价值创造工作，提升公司竞争力。同时，不断完善合规风控体系，提高防范风险能力。

4. 介绍下公司国内冰箱柜产业的 2024 年经营计划

答：2024 年，公司冰箱柜产业国内市场方面，面临产品结构升级、存量市场竞争激烈等挑战，产品策划围绕“鲜、薄、窄、嵌”进行产品布局，推广精品和精爆品、打造爆品、优化产品结构，以客户为中心，为消费者提供独特价值产品。在产品方面，聚焦 SKU 品效，提高产品品质，提升产品竞争力。在渠道方面，推进核心客户精细化管理，坚持“自有渠道夯实、增量渠道拓展、新兴渠道突破、零售渠道跑赢”的渠道策略，通过优化产品布局、强化运营能力、加强渠道发力，加强零售渠道提质增效，紧抓新兴渠道市场机会。在营销方面，强化终端营销能力建设，提升终端形象竞争力，聚焦新媒体内容营销，提升用户运营与引流转化的。

5. 介绍下公司国内空调产业 2024 年的经营计划

答：2024 年，公司空调产业国内市场方面，在保持良性经营的前提下，通过“品牌提升、产品升级、渠道拓增、全面零售”的经营策略，做大规模、提升均价。以产品为载体，阐述“精工品质舒适每一度”的品牌心智和品牌价值，诠释“责任、创新、坚韧”的国企精神，实现与顾客的文化共鸣；坚持

	<p>以用户为中心，把握健康、舒适、节能的市场趋势，加强核心技术研发和成果转换；以“差异管理，渠道拓增”为核心，精耕利润渠道、提质形象渠道、提速规模渠道、突破流量渠道、进攻增量渠道；强化产品推广，优化终端建设，加强零售转化。</p> <p>6. 公司 2024 年在海外市场的市场规划是什么？</p> <p>答：2024 年，面向全球需求结构升级，公司将继续践行“有利润的规模增长、有现金流的利润增长”的理念，坚持品牌优先，加强升级型产品策划和差异化产品设计，强化效率提升，通过聚焦重点市场、核心优质客户。冰洗方面将打造冰洗双轮驱动，持续发力欧洲市场，深耕亚非拉市场，坚持以业务为导向、客户为中心，不断提升产品性价比、产品质量、运营效率、客户服务能力以及客户满意度，扩大市场份额。空调方面将聚焦优势渠道，深耕亚非拉等根据地市场，进一步开拓欧美市场，紧跟市场趋势。</p> <p>7. 请问公司提到的优化渠道战略具体该如何落地？</p> <p>答：公司坚持价值导向、全面提效的经营思路，渠道战略优化落地方面，国内围绕自有渠道夯实、零售渠道跑赢、增量渠道拓展、新兴渠道突破的渠道策略，重点聚焦零售渠道核心客户、提高核心门店建设能力、提升终端零售能力，不断提升渠道承载和渠道经营质量；海外发力渠道建设，深化开展客户体系建设、聚焦资源保障优质客户，重点发力品牌业务。未来，公司将继续坚持党建引领，坚持价值导向、全面提效，围绕“一个目标”，提升六项能力，深化内外协同、强化合规风控，促进公司持续高质量发展。</p>
<p>附件清单 (如有)</p>	<p>无</p>
<p>日期</p>	<p>2024 年 4 月 28 日</p>