

证券代码：301332

证券简称：德尔玛

编号：2024-002

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 checked="" 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	投资者网上提问
时间	2024年5月13日（周一）下午 15:00~16:00
地点	公司通过全景网“投资者关系互动平台” (https://ir.p5w.net)采用网络远程的方式召开业绩说明会
接待人员姓名	1、德尔玛董事长、总经理蔡铁强 2、德尔玛副总经理 Alex Rishoej 3、德尔玛副总经理、财务总监孙斐 4、德尔玛副总经理、董事会秘书孙秀云 5、独立董事谢军
投资者关系活 动主要内容介 绍	投资者提出的问题及公司回复情况 公司就投资者在本次说明会中提出的问题进行了回复： 1、@德尔玛董事长、总经理蔡铁强蔡总 您好 德尔玛目前在水健康产品市场生产体系中，目前处于哪个梯队？水健康产品市场份额有无清晰占比？相信德尔玛产品价格是次要的，首先需要把握客户需求，产品质量如何保证和提高，品牌形象如何打造成知名品牌和值得信任品牌？就这一方向有无管理畅想和实施？ 您好，针对“飞利浦”品牌，公司持续创新投入并改善消

费者体验，加强在水健康领域的领导地位，并基于消费者洞察和极致供应链，快速抢占个护、运动健康各品类市场；在产品品质方面，公司以“用产品改善生活细节，让用户提高生活品质”为使命，通过高效组织和极致供应链打造极致单品，未来公司也将持续加大研发投入、提升产品质量等措施，持续巩固和提升公司的市场竞争优势。感谢您的关注！

2、请问公司近日取得的“膝盖”专利属于公司哪个领域的业务？

您好，公司膝盖产品 CN202430116712.4 号专利为公司个护健康类产品膝盖按摩器的外观设计专利，该产品用于人体膝部的按摩、保暖。公司主营的产品品类包括吸尘清洁类、水健康类和个护健康类创新家电产品。感谢您的关注！

3、公司的净水产品主要应用在哪些领域？产品净水效果如何？

您好，公司净水产品主要应用于家用场景下饮用水过滤，包括净水器、滤芯等，感谢您的关注！

4、公司在报告中提到逐步减少包括“华帝”等品牌非核心品类的业务投入，请问这一决策背后的具体考量是什么，预计会给公司带来哪些影响？

您好，公司聚焦核心品牌和核心品类，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，同时公司逐步减少品牌非核心品类的业务投入，终止“华帝”品牌生活卫浴类产品业务，进一步对资源进行优化配置。整体来看，“华帝”品牌生活卫浴类产品业务营收占公司总营收的比例较小。感谢您的关注！

5、德尔玛在水健康产品市场生产体系中，目前处于哪个梯队？

您好，公司持续创新投入并改善消费者体验，加强在水健康领域的领导地位。感谢您的关注！

6、股票跌破发行价，公司有什么举动？

您好，二级市场股价受资本市场环境、宏观经济、投资者预期等诸多因素的影响，未来公司将通过持续的业务增长和稳健的财务管理，为股东创造长期价值。感谢您的关注！

7、做为小米部分产品代工厂之一，请问小米新能源车投产后，是否有代工配套小米新能源附属小家电的产品研发计划或产品？谢谢

您好，公司与小米集团达成战略合作，为小米集团提供米家定制产品，主要生产居家类小家电产品，感谢您的关注！

8、公司产品内外销占比情况？

您好，公司 2023 年度境内销售、境外销售占比分别为 81.48%、18.52%。感谢您的关注！

9、目前卖飞利浦哪些产品

您好，公司飞利浦品牌产品涉及净水器、饮水机、滤芯、热水器、坐便器、淋浴器、个护按摩、健身器材等品类，感谢您的关注！

10、请问公司目前的主营业务是什么，在公司营收之中的占比是多少？

您好，德尔玛成立于 2011 年，是一家集自主研发、原创设计、自有生产、自营销售于一体的创新家电品牌企业。公司旗下品牌包括“德尔玛”、“飞利浦”等，主要产品类型包括家居环境类、水健康类及个护健康类。2023 年度，公司主营业务收入占营业收入的比例为 99.79%。感谢您的关注！

11、有没有智能马桶盖的产品？

您好，公司有智能马桶盖的产品。感谢您的关注！

12、请问公司在研发方面的投入与回报是否成正比？

您好，研发投入属于长期性质投资，短期对公司的收入增长贡献相对有限，因此短期对公司的盈利能力产生了一定影响，从长期看，研发投入将为公司积累技术优势，为公司的长期发展奠定坚实基础，提升公司的核心竞争力。感谢您的关注！

13、贵公司在智能家居领域的核心竞争力是什么？

您好，在智能家居领域，公司针对不同市场定位、目标客群和经营模式，推出多种类型产品，切入并深耕对应的消费场景。公司持续积累研发、设计、生产及销售经验，精准地把握消费者需求的变化，通过敏锐的商业嗅觉，结合快速响应的产品设计开发能力以及精准的线上营销能力，不断推出爆款产品，为公司业绩增长提供保障。感谢您的关注！

14、董事长，您好！公司在报告中提到了新增飞利浦健身器材授权，这是否会与公司的主营业务产生冲突，公司是如何进行业务整合和管理的？

您好，2023年公司新增飞利浦健身器材授权，叠加德尔玛的产品定义及创新能力和电商运营基因，在未来将为公司增长注入新的活力，不会与公司的主营业务产生冲突。感谢您的关注！

15、价格是次要的，产品质量如何保证和提高，品牌形象如何打造知名值得信任品牌？

您好，公司始终坚持以用户为中心，继续深化“德尔玛+飞利浦”双轮驱动战略，持续挖掘多品类布局，并结合成熟的研发能力和产品落地经验，通过对有市场前景的技术创新方向的有效洞察和消费者习惯的深入研究，精准把握机会窗口，通过不同的品牌形象贴近细分用户人群，精耕细分市场，推动多品类拓展。公司将凭借创新的产品研发设计、优质的产品品质和良好的产品体验以及优质内容的触达，持续向消费者推出高颜值、高品质、高性价比的小家电产品，实现公司的可持续发展。感谢您的关注！

16、公司在境外市场的销售增长情况如何？面对不同国家的市场环境，公司有哪些本地化的策略和计划？

您好，2023年公司基于全球化战略，积极开拓境外市场，深入分析当地消费习惯，快速推出具有竞争力的产品，公司境外销售同比提升 29.77%。公司将稳步推进品牌出海，首先，公司将以自有团队优势和天然的供应链优势打造境外快速上新

能力，实现产品快速进入目标国家市场；其次，公司将持续打磨核心产品，在核心国家市场建立起核心品类竞争优势，占据相关品类一定的市场份额；之后，公司将进一步深化境外渠道布局，开拓当地的核心商超渠道和电商平台。在此基础上，还将推行国家经理制度，强化海外渠道建设和管理工作，更好地将品牌、产品、价格、营销策略等有效落地。感谢您的关注！

17、目前原材料价格大幅度波动，面对全球供应链的不稳定性，公司有何应对措施？在供应链管理上又有何优势？

您好，公司拥有基于规模优势的原材料采购议价能力，能够消化原材料价格波动带来的部分风险，同时公司在建立相应的原料保障及预警机制，确保采购数量和采购质量能满足生产需要的基础上，进一步加强企业内部控制，推进全面预算管理，控制各项成本费用支出，减轻原材料成本上涨压力。在供应链管理方面，公司设立供应链中心，统筹协调居家健康和水健康事业部的全流程供应链管理工作，包括供应商体系建立、物料供应、物料核价、生产计划、仓储管理、物流管理以及供应商管理等环节。未来公司将积极布局整合产业链上下游资源，巩固供应链协调能力，叠加强大的自主生产能力，打造“极致供应链”。感谢您的关注！

18、面对激烈的市场竞争和新兴品牌的崛起，公司如何保持其产品的市场竞争力和品牌优势？

您好，公司始终坚持以用户为中心，继续深化“德尔玛+飞利浦”双轮驱动战略，持续挖掘多品类布局，并结合成熟的研发能力和产品落地经验，通过对有市场前景的技术创新方向的有效洞察和消费者习惯的深入研究，精准把握机会窗口，通过不同的品牌形象贴近细分用户人群，精耕细分市场，推动多品类拓展。公司将凭借创新的产品研发设计、优质的产品品质和良好的产品体验以及优质内容的触达，持续向消费者推出高颜值、高品质、高性价比的小家电产品，实现公司的可持续发展。感谢您的关注！

19、当下智能机器人行业方兴未艾，公司是否准备进军智能机器人领域？

您好，公司尚未进军智能机器人业务。公司将积极关注智能机器人的发展和应用，持续探索相关应用场景与可能性。感谢您的关注！

20、请问董事长，公司回购的股份将如何处置，会考虑注销吗？

您好，公司此次回购的股份将用于实施股权激励计划或员工持股计划，若公司未能在本次股份回购实施结果暨股份变动公告日后三年内使用完毕已回购股份，尚未使用的已回购股份依法予以注销。感谢您的关注！

21、请问董事长，公司 2023 年净利润同比下降 42.93%，请问这种下降趋势是否会持续，公司有何具体措施来改善盈利能力？

您好，2023 年，宏观经济环境复杂多变，小家电作为可选消费品，行业整体发展有所承压。面对复杂多变、充满机遇和挑战的外部环境，公司一方面在产品研发和营销推广方面投入显著，影响了公司整体利润表现。另一方面公司积极调整经营策略，推动公司的可持续发展。未来，公司将紧密围绕用户需求，通过创新产品功能、精细化营销运营、提升开发效率、增强生产能力、推动数字化转型、打造高效组织等举措，增强自身核心竞争力。同时，公司将进一步深耕境外渠道，稳步推进品牌出海。感谢您的关注！

22、您好！我来自四川大决策公司家用服务人形机器人方面，是否有技术储备？

您好，公司尚未开展家用服务人形机器人方面相关业务。感谢您的关注！

23、公司回购股份，后期会注销吗？

您好，公司此次回购的股份将用于实施股权激励计划或员工持股计划，若公司未能在本次股份回购实施结果暨股份变动

公告日后三年内使用完毕已回购股份，尚未使用的已回购股份依法予以注销。感谢您的关注！

24、技术优势主要体现在哪方面

您好，公司高度重视新产品和新技术的开发与创新工作，2023年，公司坚持技术创新和产品快速迭代升级的策略，不断加大研发投入，形成了顺德研发专注个护、运动健康品类、苏州研发专注清洁电器品类、水健康研发专注净水品类的专业研发架构。具体而言，公司2023年投入研发费用1.51亿元，较上年同期相比增加23.55%，研发费用率较上年提高1.09个百分点。截至2023年末，公司研发人员445人，较上年末增加10.42%。公司具有深厚的行业积累，积累形成多项核心技术，研发出了一系列契合消费者需求的新技术，例如吸尘器干湿两用及集尘桶上置技术、蒸馏加湿技术、洗地机装置的补给方法、一体化集成过滤技术以及纳米杀菌模块技术，研发生产出众多兼具复合功能性、高外观水平及工业设计感的产品，荣获一系列工业设计大奖。感谢您的关注！

25、公司报告期内研发投入增加，但具体的研发成果和对业绩的贡献是什么？能否提供一些量化的数据来证明研发投入的有效性？

您好，研发投入属于长期性质投资，短期对公司的收入增长贡献相对有限，因此短期对公司的盈利能力产生了一定影响，从长期看，研发投入将为公司积累技术优势，为公司的长期发展奠定坚实基础，提升公司的核心竞争力。感谢您的关注！

26、董事长，科技日新月异，技术迭代快速，公司的技术储备如何？下一个赛道机器人，IA智能有何规划？公司可借鉴石头科技。

您好，公司的研发理念为无线化、小型便携化、多功能组合化、智能物联和健康生活，在产品中引入IoT、AI等技术使其更加智能，操作更简便、快捷。未来公司还将持续关注AI领域的技术发展和应用，并结合自身需要积极，探索AI相关

技术在公司业务中的应用。感谢您的关注！

27、线上流量红利减少，请问公司将如何调整销售策略以应对线上销售增长放缓的趋势？

您好，面对电商流量从增量转向存量竞争的趋势，公司持续调整营销策略，自建内容生产运营，构建全域营销能力，在传统电商强化精细化运营能力，同时积极布局新兴电商渠道，全方位精准触达消费者，提升营销转化效率。目前公司在销售渠道方面已建立覆盖线上线下、境内外的多方位销售网络，公司将结合自身产品核心竞争力，采取积极、有效的渠道布局战略，深耕各主流渠道，促进销售渠道多元化并进发展。感谢您的关注！

28、公司如何确保产品创新能够持续满足消费者需求，并在小家电企业的同质化竞争中脱颖而出？

您好，公司聚焦清洁电器类、水健康类、个护健康类等核心产品，以消费者需求为中心进行研发和产品创新，通过组织变革和研发体系流程梳理与重建，实现研发效率、产品创新及产品品质的同步提升。公司推行产品平台规划，结合各品类的核心功能孵化出标准化平台的产品，通过不同功能的组合和持续迭代，打造差异化的产品定位，让公司快速有效的把握市场动态，满足国内不同渠道和海外市场的需求。感谢您的关注！

29、公司的利润分配预案显示，每 10 股派发现金红利 1 元，相比于公司的盈利能力，这一分红比例是否足够吸引和保持投资者的信心？

您好，公司高度重视对投资者的合理回报，2023 年度公司拟向全体股东每 10 股派发现金红利 1 元（含税），现金分红总额 4615.63 万元，占净利润的比重为 42.45%。未来公司将通过持续的业务增长和稳健的财务管理，为股东创造长期价值。感谢您的关注！

30、请问公司有没有考虑更多地在线上营销方面引入达人带货或直播带货的方式来提升产品销量？

	<p>您好，公司积极抓住直播带货风口，持续提升公司自有直播能力，已在湖南长沙、广东佛山分别成立直播基地，从内容创作、主播、投流等全部由公司自有团队完成。感谢您的关注！</p> <p>31、董事长好，公司在境外市场的销售增长情况如何？面对不同国家的市场环境，公司有哪些本地化的策略和计划？</p> <p>您好，2023年公司基于全球化战略，积极开拓境外市场，深入分析当地消费习惯，快速推出具有竞争力的产品，公司境外销售同比提升 29.77%。公司将稳步推进品牌出海，首先，公司将以自有团队优势和天然的供应链优势打造境外快速上新能力，实现产品快速进入目标国家市场；其次，公司将持续打磨核心产品，在核心国家市场建立起核心品类竞争优势，占据相关品类一定的市场份额；之后，公司将进一步深化境外渠道布局，开拓当地的核心商超渠道和电商平台。在此基础上，还将推行国家经理制度，强化海外渠道建设和管理工作，更好地将品牌、产品、价格、营销策略等有效落地。感谢您的关注！</p>
附件清单（如有）	无
日期	2024年5月13日