

证券代码：000016，200016

证券简称：深康佳 A、深康佳 B

康佳集团股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2024-14

| | |
|---------------|--|
| 投资者关系活动类别 | <input checked="" type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 路演活动 <input type="checkbox"/> 其他（电话调研） |
| 参与单位名称及人员姓名 | 国银资本 胡勇军 恒江联合投资 周泽翊 中航盈富投资 黄勇 创华投资 李军辉 |
| 时间 | 2024年5月17日 10:30-11:30 |
| 地点 | 康佳研发大厦办公楼会议室 |
| 上市公司接待人员 | 董事局秘书 吴勇军先生 |
| 投资者关系活动主要内容介绍 | <p>一、问：请问公司主要的发展战略？</p> <p>答：公司制定了“一轴两轮三驱动”的新发展框架，其中“一轴”是主业定位，以电子科技产业为发展轴心，致力于发展成为具有全球竞争力的世界一流电子科技企业集团；“两轮”是发展主线，以消费电子、半导体为发展主线，致力于建立并巩固具有核心壁垒的业务根据地；“三驱动”为业务模式，以产品业务、制造业务、国际业务为主引擎，形成定位清晰、优势互补、协同并进的长效发展模式。</p> <p>公司将以“一轴两轮三驱动”新发展战略为指引，坚持长期价值主义，坚持立足长远、先专后强的经营策略，深化专业化整合，实施精益化管理，推动高质量发展。</p> <p>二、问：请介绍公司半导体业务产业化的发展方向。</p> <p>答：公司半导体业务将以成本市场化倒逼科研突破，加速实现产业规模化效益，具体措施如下：</p> <p>（一）以市场成本倒逼技术突破：公司以市场需求为导向，以产品市场化成本为依托，以产业经营盈利为目标，系统盘点光电半导体产业链条及技术链条，优化不能降低产品成本的制造工序，停止不能压降成本及提升产品价值的研发项目，将资源腾挪聚焦至能压降成本及提升溢价的关键核心技术中去，以市场需求及经营盈利倒逼技术突破，聚力拓展出一批稳定的合作客户。</p> |

(二) 加速推动产业化进程：1、聚焦大客户销售攻坚，通过规模化量产，优化工艺、降低成本，实现Mini LED商显产品的规模化销售、存储封测产品的规模化加工和SMT封装贴片产品的规模化制造；2、开展巨量转移技术良率与效率攻坚，攻克激光转移技术，提升芯片微小化显示技术能力；3、利用产业资源为光电半导体产业化提供供应链资源、技术资源及订单资源，进一步推动光电半导体产业化进程。

三、问：请介绍2023年公司白电、彩电业务相关产业园建设的进展情况。

答：白电业务方面：2023年，西安康佳智能家电总部项目已投产，新飞制冷产业园仍在建设中。西安康佳智能家电总部项目主要从事智能化厨电产品洗碗机的研发、生产、销售，是公司冰洗冷空厨全布局的重要项目，有利于公司拓展白电产品新品类，推动公司白电业务规模增长及利润提升。新飞制冷产业园有助于改变新飞原厂生产设备老旧，生产效率低，设备生产力不足等问题，全面提升新飞智能化制造水平和生产效率，增强产品市场竞争力。

彩电业务方面：2023年，东莞康佳智能产业园竣工验收，该产业园为东莞康佳电子有限公司的产能搬迁项目，可解决东莞康佳电子有限公司厂房及设备老化问题，满足公司对彩电智能制造的要求，提高彩电制造业务生产效率，改善经营效益。

四、问：公司推动产品高端化有哪些举措？

答：公司扎实开展“精品工程”，坚定推动产品高端化，具体措施如下：

(一) 围绕“精品”重塑研发及供应链体系：以产品市场需求功能为导向，优化研发体系，聚焦研发资源实现产品高频功能，同时持续提升供应链端“进-销-存”管理准确度，以供应链管理提升匹配产品供应，增强成本竞争力。

(二) 围绕技术趋势及市场趋势，大力打造明星产品：聚焦用户体验，聚力开发消费者真正有高频次需求的功能，其中彩电产品围绕智能、高刷（彩电屏幕的刷新率 120Hz及以上）、新显（Mini LED等新型显示）、大板（大板是指规格在 65 吋及以上），白电产品围绕原鲜、除菌、新风、智慧洗、消毒，集中精力打造爆款精品。

(三) 创新营销模式，推动营销模式及渠道的变革：一方面探索落地彩电和白电线下渠道的深度融合，探索以线下融合平台为载体，承载公司彩电、白电及小家电多品类产品运营；另一方面打造匹配不同渠道的

| | |
|------|--|
| | <p>差异化产品矩阵，同时加快推进新媒体渠道布局，建立属于公司自身的渠道根据地。</p> <p>（四）提升产品类人力资源配置：聚力构建“精品”人才建设体系，以“产品”为主轴，配置人力资源，推动全链条管理人员参与“精品”打造，聚力推动产品精品化及高端化。</p> |
| 附件清单 | 无 |
| 日期 | 2024年5月17日 |