

证券代码：002035

证券简称：华帝股份

华帝股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2024-006

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（电话会议）
参与单位名称及人员姓名	兴业证券、光大证券、中银基金、太平洋保险等 20 余人
时间	2024 年 5 月 20 日
地点	/
上市公司接待人员姓名	罗莎
投资者关系活动主要内容介绍	<p>问题 1：公司采取了哪些措施来增强产品的市场竞争力？</p> <p>回复：公司重视产品运营效率，并致力于构建产品效率监控体系，加强产品生命周期运营管理；同时，结合市场变化趋势，公司通过强化产品规划立体性及完整性，提升产品线规划质量，并注重品类价值主张构建，强化用户对产品价值的心智认知，提高用户体验感。为进一步提升各渠道产品竞争力，公司聚焦各渠道营销特点，持续优化渠道产品结构，强化渠道产品区隔，推动全链路经营效能增长。</p> <p>问题 2：公司在未来的品牌建设方面是否有新的发展规划？</p> <p>回复：公司将继续坚持高端品牌定位，落地“时尚科学厨电品牌”战略，顺应国货品牌潮流，持续强化品牌底蕴，巩固产品的高端品牌形象；做好战略品类的营销策略，实现高端产品破局，提升市场占比；坚持零售导向，通过零售驱动营收增长，坚定落实万店领航项目，实现线下专卖店渠道的突破。以代言人国民 IP《南来北往》，让“时尚科学厨电”、“更好清洁的厨电”在 IP 内容中具象化表达；站在社会高度与行业高度，在哲学高度阐释华帝的“好清洁”策略以及净洁的时尚健康生活方式，进一步树立公司高端、年轻、时尚、科技的品牌形象，给予合作伙伴、经销商信心，为营销赋能。</p> <p>问题 3：公司是如何规划渠道发展战略的？</p> <p>回复：公司推行全渠道融合发展，积极拥抱新零售模式和新兴渠道，以保</p>

	<p>持长期增长趋势。借助专业化高素质的营销团队以及优质的经销商队伍、公司不断完善以线下渠道、线上渠道、工程渠道以及海外渠道形成的营销网络体系。线下渠道坚持推进扁平化管理转型，以零售为导向，提高门店进驻率；线上渠道保持与京东、天猫、苏宁、拼多多、抖音、小红书等电商平台的稳定合作；工程渠道积极开拓装企行业优质客户，引入核心区域合作伙伴。公司积极推进全渠道培育多维布局，培育渠道优势，强化渠道差异性、独立性和互补性，创新营销模式，助力公司打造全面、高效发展新格局。</p> <p>问题 4：公司采取了哪些方法来分析用户需求，并据此进行产品设计的？</p> <p>回复：公司秉持厨电产品的“好用、好看、好清洁”的三大标准体系，持续聚焦用户需求，历经大量调研后发现，消费者最理想的厨房状态是具备好清洁、无油烟、通风状况良好等特点。公司率先提出“净洁厨房”体系，并重磅发布国内首个《净洁厨房空间白皮书》。公司注重产品外观设计，将“极简”美学融入产品工业设计，通过细节设计提升产品质感；结合品牌调性，升级产品 UI 设计语言，统一界面风格，凸显品牌年轻时尚特质；强化高校资源合作，优化内部设计工作流程，完善设计创新组织体系，实现以创新设计带动产品竞争力提升目标。</p>
附件清单	无
日期	2024 年 5 月 20 日