

证券代码：002668

证券简称：TCL 智家

广东TCL智慧家电股份有限公司

投资者关系活动记录表

编号：2024-02

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）
活动参与人员	投资者参会人员：线上参与公司2024年半年度业绩说明会的投资者 上市公司参会人员： 独立董事 卢馨教授 总经理兼财务总监 王浩先生 董事会秘书 温晓瑞女士
时间	2024年08月16日 15:00-16:00
地点	价值在线（ https://www.ir-online.cn/ ）网络互动
形式	线上文字交流
投资者关系活动主要内容介绍	<p>1.“智家”怎么体现？</p> <p>答:尊敬的投资者，您好！公司于今年5月正式更名为“广东TCL智慧家电股份有限公司”，证券简称“TCL智家”。面向未来，公司将致力于成为全球领先的智慧家电企业，坚定推进全球化战略，以AI智慧家电为发展方向，通过科技创新全面实现各家电产品互联互通、协同运作及自我学习优化，为用户带来前瞻性的科技体验和智慧健康生活，以科技推动行业进一步发展。感谢您的关注！</p> <p>2.回购奥马冰箱股份的进展如何？</p> <p>答:尊敬的投资者，您好！奥马冰箱少数股东的转让意愿、回购目标股权的价格等关键回购条件均尚未确定，本次回购能否签署正式协议并实施完成存在重大不确定性，敬请广大投资者谨慎决策，注意风险。感谢您的关注！</p> <p>3.能否帮忙分拆2023年及2024年上半年，公司冰箱及洗衣机销量，在境内及境外的结构情况及增速？</p> <p>答:尊敬的投资者，您好！（1）2023年，公司冰箱冷柜销量跃升至1,419万台，同比劲增36%，洗衣机销量256万台，同比增长19%；公司境内收入49.4亿元，境外收入102.4亿元；（2）2024年上半年，公司冰箱冷柜业务销量达到834万台，同比增长22.9%；洗衣机业务成</p>

绩斐然，销量增至166万台，同比增长46.5%，公司冰洗业务增长均超出行业增速；公司境内收入23.1亿元，境外收入66.5亿元。感谢您的关注！

4.公司有哪些创新产品推出？

答:尊敬的投资者，您好！公司持续优化产品结构，保持在薄嵌冰箱领域的市场头部地位，TCL法式薄嵌T9冰箱、TCL法式薄嵌P12冰箱等获得了市场良好口碑。其中，TCL P12冰箱凭借零缝隙嵌入、零下40摄氏度晶态膜锁鲜等创新，荣获艾普兰优秀产品奖和中国电子信息博览会创新奖。2024年上半年公司冰箱中高端风冷产品收入占比达64%，同比提升2.5个百分点；同时公司新推出的“超级筒”系列洗衣机新品快速上量，凭借其卓越的性能和科技实用性赢得了市场的广泛认可。根据第三方数据，2024年上半年TCL品牌洗衣机国内市场销量攀升至行业第三。感谢您的关注！

5.能否介绍一下公司自主品牌在海外的表现？

答:尊敬的投资者，您好！上半年，公司全球化战略顺利推进，海外业务收入同比增长38%，海外自有品牌业务收入同比增长54%，均远超行业增速。目前TCL冰箱和洗衣机销售业务覆盖全球，在泰国、菲律宾、法国等国家实现主流渠道覆盖，且在中高端细分市场表现亮眼。根据第三方数据，合肥家电在泰国的洗烘一体机市场中稳居前二，而在菲律宾滚筒市场，合肥家电稳居第一。在品牌建设方面，合肥家电积极参与国际重要展会，并通过与欧洲杯、美洲杯等多支明星球队合作，运用体育营销策略，进一步提升了品牌认知度和市场地位。感谢您的关注！

6.公司在研发方面有取得什么突破？

答:尊敬的投资者，您好！公司持续加大研发投入力度，不断优化产品结构，提升产品品质。今年上半年公司研发费用达2.9亿元，同比增长28.5%，合肥家电研发的零下40摄氏度深冷保鲜技术、分子保鲜技术通过鉴定评审，达到国际领先水平。感谢您的关注！

7.公司产能如何？

答:尊敬的投资者，您好！公司产能分布于中山市及合肥市，产能利用率维持在较高水平。随着近年来市场需求的稳步提升，为保证战略目标的实现，公司持续扩大及升级产能，子公司奥马冰箱年产280万台高端风冷冰箱智能制造项目一期已于2023年11月建成投产，投产后增加高端风冷冰箱年产能140万台，二期产能正在加紧建设中。感谢您的关注！

8.能否介绍一下奥马冰箱在海外各区域的市占率情况及市占率的变化？

答:尊敬的投资者，您好！公司产品出口160多个国家和地区，已实现连续15年中国冰箱出口量排名第一，连续16年中国冰箱出口欧洲排名第一。公司大力开拓海外市场、发展新兴市场客户，重点发力中高端市场，出口业务发展稳健，区域分布相对均衡。感谢您的关注！

9.出口美国的收入占比是多少，如何应对美国可能的加税？

答:尊敬的投资者，您好！公司冰箱冷柜及洗衣机产品主要出口市场为欧洲、亚太、中东、拉美等，美国市场占比相对较小。感谢您的关注！

10.您好，我有一个问题的三个方面想请教公司管理层：（1）2023年3季度至今，公司应收账款周转天数从50几天延长到77天，请问是什么原因？（2）公司的应收账款周转天数行业内最高。比长虹美菱和海信家电高了30天，请问原因为何？（3）公司如何保证应收账款的坏账准备提取是充分的？

	<p>答:尊敬的投资者,您好!(1)公司于2023年12月完成了对TCL家用电器(合肥)有限公司(简称“合肥家电”)100%股权的收购,指标计算基数有所变化,应收账款周转天数相应提升。公司的应收账款周转天数控制在合理的范围内。今年以来,公司持续加强应收管理,2024年上半年应收账款周转同比加快。(2)由于行业内不同公司经营模式及销售结构存在差异,各公司应收账款周转情况也有一定差异。公司已连续十五年冰箱出口排名全国第一,因为海外收入占比较高,所以客户账期相对内销业务占比较高的同行业公司略长,相应应收账款周转天数略高。(3)公司严格按照企业会计准则及公司会计政策要求对应收账款计提坏账准备,于每个资产负债表日审核应收账款的回收情况,以确保相关应收账款计提了充分的预期信用损失准备。公司以预期信用损失为基础,对应收款项按照其适用的预期信用损失计量方法计提减值准备并确认信用减值损失。对由收入准则规范的交易形成的应收款项,公司运用简化计量方法,按照相当于整个存续期内预期信用损失的金额计提损失准备。本公司在评估预期信用损失时,考虑所有合理且有依据的信息,包括前瞻性信息。对于以组合为基础计量预期信用风险损失的应收款项,公司以账龄为依据划分组合,运用简化计量方法,参照历史信用损失经验,并根据前瞻性估计予以调整,据此于整个存续期内确定应计提的坏账准备。感谢您的关注。</p>
<p>关于本次活动是否涉及应披露重大信息的说明</p>	<p>本次业绩说明会不涉及未公开披露的重大信息。</p>
<p>附件清单(如有)</p>	<p>无</p>