

长虹美菱股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2024-37

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	广发基金：孙琳、王瑞冬、邱世磊、李琛、甄茂生、曹越、王海涛、王颂、段涛、王鹏、陈樱子、张溢；华安基金：杨明、李杨、鲍清、萧戈言；西南证券：龚梦泓；中泰证券：吴嘉敏
时间	2024年11月20日
地点	公司行政中心二号会议室
上市公司接待人员姓名	副总裁兼董事会秘书：李霞 证券事务主管：肖莉 证券事务经理：吕明
投资者关系活动主要内容介绍	<p>投资者与公司代表互动交流问答</p> <p>1. 请简要介绍下公司经营计划</p> <p>答：公司将继续围绕“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”的经营思路开展工作，在损益持续改善的前提下，力争规模增长超行业平均水平。</p> <p>2. 请简要介绍下公司国内冰箱柜产业的经营计划</p> <p>答：国内冰箱柜产业方面，继续坚持“价值导向、全面提效”的经营思路，基于“目标导向、问题导向”直面存量市场竞争、产品结构升级、渠道结构变化。产品推广方面围绕“鲜、薄、窄、嵌”进行布局，坚持“抓零售、推精品、提效率”的产品策略，做好以客户为中心的产品运营和以用户为中心的品牌运营，为消费者提供独特价值产品；产品研发方面继续坚持以用户为中心，洞察消费者需求和技术发展趋势，构建三层研发体系，实施产品</p>

经理负责制,在产品结构精细化管理的基础上形成“精品+爆品”的产品竞争优势,持续提高产品品质、提升产品竞争力、创造用户价值;渠道变革方面,持续进行基础渠道夯实、零售渠道跑赢、增量渠道拓展、新兴渠道突破,提升渠道经营质量和规模;终端营销方面加强终端营销能力建设,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;持续对标对阵,强化内部效能的持续提升。

3. 请简要介绍下公司海外冰箱柜产业的经营计划

答:海外冰箱柜产业方面,结合行业需求发展趋势,积极提升产品结构、调整市场结构、优化客户结构,内部提效,不断提升经营质量。产品端围绕风冷化、变频化、节能化进行产品创新,加大多门冰箱的推广;围绕竞争力提升、品质提升、价值提升,深化关键资源建设,提高中低端产品制造效率,提增高端冰箱精细化和制造能力。市场端,加速品牌业务,加大新兴市场的开拓力度,聚焦 ToC 推广、培训、终端能力建设;提高大客户占比,提升大客户的支撑能力。深化提效,建设 CIF 海运能力,通过“以柜定产”模式加强产销供衔接,以数字化建设提高研发效率,“控时长、管异常”严控超期存货、逾期应收,以实现经营质量稳步提升。

4. 请简要介绍下公司国内空调产业的经营计划

答:国内空调产业方面,坚持科技战略,聚焦核心技术,用技术赋能产品。坚持创新引领,围绕变频、仿真等核心技术持续深耕技术研发,确立了智能高效舒适全新“问鼎”变频技术平台、制冷系统爆炸燃烧预防性技术、数字化全息参数商检技术、五恒空调、AI 空调等重点项目,保持行业竞争力。进一步夯实 ToC、ToB 双循环,B 端强化战略合作,推进多赛道、多元化 B 端业务;C 端推进渠道共创、用户直达,全面覆盖线上线下全渠道,推进以商业库存为核心的效率提升和“送、装、服、收”服务一体化。

5. 请简要介绍下公司厨卫及小家电产业的经营计划

答:公司厨卫及小家电产业方面,在稳定茶饮产品市场地位的同时,围绕单品突破,持续扩大市场影响,进一步提升品牌影响力,同时,加强品牌建设和市场营销,提高品牌知名度和美誉度,为产业的可持续发展奠定坚实基础。以市场需求为导向,以技术创新为动力,继续加大研发投入,不断推出具有创新性和竞争力的产品,满足消费者日益多样化的需求。持续推进品类聚焦策略,强化品效分析,缩减品类及 SKU 数,提高运营效率;提升

	跨部门协调效率，优化管理流程，提升员工素质，助力产业高质量发展。
附件清单（如有）	无
日期	2024年11月20日