

长虹美菱股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2024-38

| | |
|---------------|--|
| 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 | 博时基金：王诗瑶；国泰君安证券：谢丛睿 |
| 时间 | 2024年12月17日 |
| 地点 | 公司行政中心一号会议室 |
| 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。</p> |

| | |
|-----------------|---|
| | <p>2. 请简要介绍下公司海外冰箱柜产业的经营计划</p> <p>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。</p> <p>3. 请简要介绍下公司国内空调产业的经营计划</p> <p>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。</p> <p>4. 请简要介绍下公司海外空调产业的经营计划</p> <p>答：空调海外市场方面，围绕品牌蓄势、产品聚焦、渠道突破、数字转型持续推动业务良性发展。坚守品牌优先战略，深化根据地市场的开发。聚焦核心优势区域市场，同时积极寻求增长机会，专注于强化优势渠道和开拓新市场，并致力于核心大客户的深入合作。紧跟市场发展趋势，不断推出高端、创新及变频产品；坚持以业务为导向、客户为中心的原则，持续提高产品质量、客户服务能力，以增强客户满意度；坚持数字赋能业务，打造数字化工厂，强化产供销研物流计划一体化运营，持续提升公司效率水平。</p> |
| <p>附件清单（如有）</p> | <p>无</p> |
| <p>日期</p> | <p>2024 年 12 月 17 日</p> |