

长虹美菱股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2026-07

投资者关系活动类别	☒ 特定对象调研 ☐ 分析师会议 ☐ 媒体采访 ☐ 业绩说明会 ☐ 新闻发布会 ☐ 路演活动 ☐ 现场参观 ☐ 其他（请文字说明其他活动内容）
参与单位名称及人员	易方达基金：杨茂达
时间	2026 年 9 月 3 日
地点	公司办公室
上市公司接待人员姓名	董事会秘书：杨柳絮 证券事务代表：肖莉 证券事务经理：吕明
投资者关系活动主要内容介绍	投资者与公司代表互动交流问答 1. 请介绍公司上半年主要经营情况 答：2026 年上半年，面对家电行业竞争加剧的挑战，公司围绕“创新驱动、内外融合、产业协同、营销升级、数智转型”经营思路，有序推进经营计划实施。报告期内，公司实现营业收入 161.36 亿元；实现归母净利润 5,798.26 万元。 净利润受有色金属、化工原料等大宗原材料价格上涨以及海运费上涨，盈利阶段性承压；受房地产市场持续调整、终端消费需求不足及渠道库存消化周期延长等因素影响，行业竞争加剧，产品均价下行，利润空间收窄。为增强产品中长期竞争力，公司持续加大在基础研发、智改数转、品牌建设等方面的长期战略性投入，对当期利润产生一定影响。后续公司将着力优化产品结构，深化与供应商战略合作，推动全价值链提质增效，促进公司经营能力和盈利能力持续改善。 2. 请介绍公司 2026 年下半年冰箱柜产业的经营思路

答：2026 年下半年，公司冰箱柜产业方面将持续围绕“强产品、优渠道、找用户、提效率”的策略推进各项工作。产品方面，重点推进中高端产品推广；紧密把握消费趋势，持续推动产品结构优化升级，强化产品引领能力。渠道方面，以零售能力提升为核心目标，线上持续扩大市场份额，线下落实分类经营、重点突破、提质改善的策略，夯实重点客户合作基础，提升终端运营能力。市场推广方面，充分激活一线营销团队效能，持续推进美菱品牌 IP 建设，统筹品牌资源投放，提升品牌影响力与美誉度。运营方面，坚持以用户为中心，围绕客户满意度优化“研、产、销”管理体系；积极开拓新兴市场、加速品牌业务成长、深入开展电商转型。

3. 请介绍公司 2026 年下半年空调产业的经营思路

答：2026 年下半年，公司空调产业方面将坚持以用户需求为导向，以产品创新为驱动，以渠道协同为支撑，以品牌建设为根基，扎实推进各项经营工作。产品方面，聚焦 AI 和健康方向迭代升级，优化产品平台，补齐品类短板，不断提升产品技术附加值与用户体验。市场方面，坚持渠道多元化协同，打造共生共赢生态体系，线下提升运营质效、线上实施精细化分层运营，聚力开拓优质客户资源，搭建稳固的战略合作。持续构建品牌直达用户的营销体系，丰富用户触达场景，强化用户全周期运营管理。精准把握市场节奏，优化销售策略，提升旺季零售表现。均衡优化全球区域布局，深耕存量核心客户、拓展增量客户资源，培育优质中型客户，构建多元抗风险的全球客户体系。

4. 请介绍公司 2026 年下半年洗衣机产业的经营思路

答：2026 年下半年，公司洗衣机产业方面将坚定推进“聚焦突破、系统贯通”经营思路。产品方面，滚筒产品围绕内外全自洁技术建立“全自洁”认知，构建全自洁系列产品矩阵，强化差异化竞争力；波轮产品拓展全新平嵌外观、大筒径产品，完善中高端产品阵容。持续推进滚筒平嵌二代及干衣机产品开发，打造系列化洗烘套装，满足不同客户需求，提升产品综合实力。市场方面，持续推进渠道能力建设。电商渠道聚焦专业运营与内容推广，实现增长突破；基础渠道以网点拓展与客户深耕夯实市场基础；下沉渠道以专供产品导入激活增量空间；KT 渠道以大店提效驱动业绩增长。同时，推进专业能力建设，提升终端转化效率；协同重点客户深化营销合作，借力新媒体运营加速品牌线上线下一体化进程，全面提升品牌市场渗透力与影响力。

附件清单 (如有)	无
日期	2026 年 9 月 3 日