

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：2025-02

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
参与单位名称及人员姓名	中信建投马王杰、中信建投翟延杰、交银施罗德基金孔祥睿、汇丰晋信基金蔡宁悦、华泰柏瑞基金凌一童、广发基金张溢、银华基金韩天鸿
时间	2025年3月24日、2025年3月25日
地点	线上会议
上市公司接待人员姓名	董事会秘书 温晓瑞女士 证券事务代表 吴鑫 投资者关系主管 王珮璇
投资者关系活动主要内容介绍	<p><b>1. 请问公司海外市场拓展如何？</b></p> <p>答：近年来，公司坚定实施全球化战略，加力拓展全球市场。2024年，公司海外市场收入达134.95亿元，同比增长31.82%，尤其海外自有品牌收入增长迅猛，增速高达51%。</p> <p><b>2. 请问公司2024年经营性现金流量净额同比下降的原因是什么？</b></p> <p>答：截至2024年12月31日公司经营活动产生的现金流量净额为22.47亿元，同比减少5.51亿元、下降19.70%，主要系采购规模扩大，前期支付给供应商的票据于本期集中到期，现金流出同比增加。截至2024年12月31日，公司合并报表的货币资金为25.02亿元，财务状况健康稳健。</p> <p><b>3. 请介绍一下2024年公司毛利率情况。</b></p> <p>答：公司毛利率会受原材料、产品结构、规模效益等因素的影响。2024年公司积极推进智能制造及数字化转型，持续加强成本控制和费用管理，毛利率整体稳定在21%以上。未来，公司还将继续强化在智能制造和数字化转型领域的战略投入，提升中高端产品占比，优化产品结构，助力产品单价和整体毛利率的提升。</p>

#### **4. 2024年四季度公司毛利率变动的原因？**

答：公司毛利率会受原材料、产品结构、规模效益等因素的影响。Q4单季度毛利率同比小幅度下降，主要是由于会计政策变更，从2024年1月1日，不构成单项履约义务的售后质保等费用重分类到营业成本中；此外，公司为提升产品质量及用户体验，加大质保及售后服务投入；剔除这两个因素影响，毛利率和销售费用率基本持平。

#### **5. 公司出口美国的收入占比是多少，如何应对美国关税挑战？**

答：2024年，公司出口美国的收入占公司总收入不到5%，且主要为小容积直冷冰箱，利润率较低。因此，美国加征关税对公司总体影响有限。2025年1月10日，公司第六届董事会第五次会议审议通过了《关于在东南亚投资新建生产基地的议案》，公司将加快东南亚生产基地建设，以更好地应对关税风险。

#### **6. 请问2024年公司自有品牌海外表现如何？**

答：2024年，公司自有品牌业务海外收入同比增长51%。TCL冰箱和洗衣机积极走出国门，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，子公司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TCL品牌冰箱和洗衣机在全球范围内的品牌认知度和市场地位。

#### **7. 请介绍一下奥马冰箱在海外各区域的市占率情况？**

答：根据第三方数据，奥马冰箱已实现连续16年中国冰箱出口全球总量第一，连续17年中国冰箱出口欧洲第一；在中国冰箱冷柜出口前十的国家中，奥马冰箱已在日本、英国、法国、意大利、加拿大等市场出口市占率位居第一，在德国、巴西、澳大利亚等市场出口市占率位居第二或第三。2024年奥马冰箱出口法国、巴西销量同比增速超100%，远超行业增速；出口加拿大、意大利销量增速亦高于行业水平。

#### **8. 公司为什么不回购奥马冰箱少数股东股权？是如何考虑的？**

答：自回购告知函发出以来，公司与奥马冰箱少数股东进行了多轮沟通磋商，目前就股权回购事项达成一致：从TCL家电集团有限公司成为公司控股股东以来，公司全力支持奥马冰箱业务发展，加上奥马冰箱管理层勤勉努力，共同推动奥马冰箱经营业绩屡创新高；公司认为：目前阶段保持奥马冰箱当前股权比例安排，能够有效激励奥马冰箱管理团队，有利于实现上市公司及中小股东、奥马冰箱管理层、政府及监管机构等多方共赢，因此现阶段公司决定不实施回购。

	<p><b>9. 公司有没有参与以旧换新“国补”活动？补贴政策对公司有什么影响？</b></p> <p>答：公司积极响应国务院《推动大规模设备更新和消费品以旧换新行动方案》，积极参与家电以旧换新、回收循环利用等行动，推动低能效家电参与以旧换新活动，协同控股股东为消费者提供家电回收服务，解决消费者以旧换新痛点。国家“以旧换新”政策的推出，对冰箱、洗衣机产品销售带来一定促进作用，公司将积极把握政策带来的市场机遇。</p> <p><b>10. 公司为什么不分红，什么时候可以分红？</b></p> <p>答：因公司 2024 年度合并报表以及母公司报表期末未分配利润均为负数，尚未达到《公司章程》等规定的利润分配条件，因此公司 2024 年度不进行利润分配。公司深知投资者的期望和关切，近年来公司的营业规模及盈利能力持续提升，通过不断优化产品和服务，拓展市场份额，加强成本控制，实现盈利的稳步增长。未来一旦公司满足分红条件，将积极回报广大投资者，为股东创造更多的价值。</p> <p><b>11. 2025 年 1、2 月出口订单情况如何？如何看待 2025 家电市场发展？</b></p> <p>答：根据海关总署数据，2025 年 1-2 月冰箱出口增速同比增加 11.1%，2025 年全球家电市场整体需求预计将保持稳定，中国家电品牌凭借在技术研发、品牌推广、渠道建设等方面的优势，有望在全球市场中持续扩大市场份额。在“以旧换新”政策延续、出口增长等因素推动下，预计中国家电行业整体规模将保持平稳增长。公司将通过持续加大研发投入、优化产品结构、提升品牌竞争力等措施，坚定实施全球化战略，持续巩固市场地位。</p>
<p><b>是否涉及应当披露重大信息</b></p>	<p>本次调研内容不涉及未公开披露的重大信息。</p>
<p><b>附件清单</b></p>	<p>无</p>
<p><b>日期</b></p>	<p>2025 年 3 月 25 日</p>