

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：2025-03

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	华泰证券周衍峰、华安基金萧戈言、兴全基金吴悠、长江养老张喆、工银瑞信袁文韬
时间	2025年3月26日、2025年3月27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. 2024年合肥家电和奥马冰箱各自的营收、净利润分别是多少，同比表现如何？</b></p> <p>答：2024年公司持续优化全价值链，推进智能工厂及数字化建设，提升运营效率。其中，合肥家电实现营业收入50.44亿元，同比增长15.53%；实现净利润7205.78万元，同比增长30.21%；奥马冰箱实现营业收入134.10亿元，同比增长22.65%；实现净利润18.80亿元，同比增长22.67%。两家子公司营收、净利润同比双增。</p> <p><b>2. 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> <p><b>3. 2024年四季度公司毛利率变动的原因？</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。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；</p>

剔除这两个因素影响，毛利率和销售费用率基本持平。

**4. 请问公司海外市场拓展如何？**

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%。

**5. 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。

**6. 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。

**7. 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。

**8. 请问是否有继续扩大上市公司现有业务的计划，如增加空调等等？**

答：公司目前主营业务为冰箱、冷柜和洗衣机的研发、制造和销售，暂无空调相关业务。如有相关事项，公司会及时披露。面向未来，公司将以 AI 智慧家电为发展方向，坚定推进全球化战略，致力于成为全球领先的智慧家电企业。

	<p><b>9. 公司的未来发展战略是什么？</b></p> <p>答：公司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家电产品的互联互通、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。</p> <p><b>10. 请问公司拟在东南亚建海外基地的主要目的是什么，目前拓展进度如何？</b></p> <p>答：为加快全球战略布局、更好地满足客户需求，巩固并拓展市场份额，公司或下属公司拟使用自有资金或自筹资金在东南亚新建海外生产基地，该基地将配套自动化冰箱生产线、生产配套设施等，预计新增产能 100-140 万台/年。建设该基地一是通过新建海外工厂提升产量，满足全球市场扩张需求，巩固并拓展市场份额；二是进一步满足客户需求，提升高端风冷产品占比，优化产品结构。此外，海外产能布局有望平衡潜在的关税影响，保持公司产品在海外市场的竞争力。公司本次东南亚项目实施周期较长，受宏观经济、行业政策、市场环境变化等因素的影响，具体实施进度与执行情况存在不确定性。</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 27 日</p>