

长虹美菱股份有限公司

2024 年度董事会工作报告

公司股东：

2024年度，长虹美菱股份有限公司（以下简称“公司”或“本公司”）董事会严格遵守《公司法》《证券法》等法律、法规及本公司《公司章程》《董事会议事规则》等有关规定和要求，本着对全体股东负责的原则，恪尽职守，认真履行职责，维护公司和股东的合法权益，规范运作，科学决策，积极推动公司各项业务发展。现将2024年度董事会工作报告汇报如下：

一、报告期内公司所处行业情况

（一）冰箱行业

冰箱行业作为成熟产业，已进入以存量换新为主导的高质量发展阶段，市场普及率趋近饱和，2024 年第四季度在以旧换新国补政策强力刺激下，冰箱市场呈现结构性复苏。根据奥维云网（AVC）数据，2024 年全渠道零售量为 4,019 万台、同比增长 4.9%，零售额 1,434 亿元、同比增长 7.6%，量额双增反映市场从“价格竞争”向“价值升级”转型，政策推动下中高端产品需求显著提升，线上 4000-5000 元价格段、线下 8000 元以上高端产品成为增长主力，消费降级趋势扭转。

中国制造的产业链协同优势进一步凸显，依托智能制造升级与绿色技术迭代，家电出口竞争力持续增强，叠加海外需求增长等因素，推动出口业务呈现一定增长，根据产业在线数据显示，2024 年冰箱出口量 5,188 万台，同比增长 18.6%，主要得益于新兴市场需求回暖及欧美市场的补库需求。

（二）空调行业

2024 年国内空调市场发展曲折前行，房地产市场螺旋下行，大宗价格总体上涨，行业均价上半年持续下行，在以旧换新国补政策的推动下，行业翘尾收官。根据奥维云网推总数据，2024 年全年零售量 5,979 万台，同比下降 1.7%，零售额 2,071 亿元，同比下降 2%。

2024 年中国空调出口呈现爆发式增长态势，年初“红海危机”虽导致欧洲订单航运周期延长，但“一带一路”建设带动了沿线地区基础设施的完善，推动需求增长。欧美成熟市场库存低位且需求稳定恢复，新兴市场持续推动增长。伴随天气升温，海外补库等需求增长，出口整体呈现增长态势。根据产业在线数据，2024 年全年空调出口量 8,500 万台，同比增长 28.3%。

（三）洗衣机行业

2024年，国内宏观经济发展曲折，呈现“两头高、中间低”的V形结构。下半年以旧换新政策颁布以来，家电行业市场得以复苏。根据奥维云网（AVC）推总数据，2024年内销市场稳中有进，全渠道零售量4,297万台，同比增长7.3%；零售额1,014亿元，同比增长7.6%。2024年出口受海运费、国际局势等多重影响，出口增速有所减缓，根据产业在线数据，2024全年洗衣机出口量4,511万台，同比增长17.3%。

二、报告期内公司从事的主要业务

公司是中国重要的电器制造商之一，拥有合肥、绵阳、景德镇和中山四大国内制造基地，印尼等海外制造基地。公司以技术创新和产品创新精心打造企业核心竞争力。凭借尖端研发团队及先进的技术积淀，使美菱在变频、智能、保鲜、薄壁、净味、节能、风冷、深冷、仿真、超薄、洗净、护衣等多个领域不断取得突破性成果。公司拥有国家级企业技术中心、国家级工业设计中心、国家级博士后科研工作站、5G工业互联网创新应用实验室，还成立了安徽省首家RoHS公共检测中心，安徽省绿色节能冰箱工程技术研究中心、安徽省节能保鲜绿色冰箱工程研究中心、安徽省智能家电制造业创新中心。

近年来，公司先后荣获“智慧冰箱智能制造试点示范项目”“国家级绿色工厂”“全国家电行业质量领先企业”“国家技术创新示范企业”“中国产学研合作创新示范企业”等多项国家级荣誉称号。同时，公司凭借强大的创新力、产品力、品牌力获得了多项技术和产品创新荣誉，多款美菱产品屡次斩获多项国内大奖，不断彰显美菱智能创新技术的能力与实力。

冻鲜生冰箱506WP9BDZ以领“鲜”科技（顶置恒温鲜冻技术）一举斩获艾普兰奖“创新奖”荣誉，该技术系长虹美菱行业首创，以颠覆性的科技创新，彻底解决冷冻室反复冷冻的痛点，推动了冰箱行业保鲜消费升级；M鲜生冰箱BCD-511WQ6凭借59.9cm零平嵌设计、水分子激活保鲜技术、恒温鲜冻科技、精控感温/感湿监测系统等技术荣获2024年德国红点奖，并夺得国际工业设计大奖；四门冰箱（十字）外观专利获得2024年第25届中国外观设计优秀奖；冰箱（打开状态）外观专利获得2024年第11届安徽省外观设计银奖；美菱10KG“蓝氧如手洗”滚筒洗衣机LRS1H100D创世界纪录协会“世界上漂洗后残留最少的滚筒洗衣机”世界纪录，通过“蓝氧去残留技术”，一举奠定“蓝氧如手洗”系列“净、护”的产品心智，促进洗衣机研发升级至“呵护”、“洁净”层面，为用户带来更健康、更科学的生活；全无尘·双翼风空调挂机获中国暖通空调峰会颁发“年度创新产品”称号；巨能省系列产品空调入选中国制冷学会“年度节能与生态环境产品”；美菱家用供热水燃气快速热水器(JSQ30-MR-BS16516、JSQ30-MR-BS616Q3)在2024年度荣获“沸腾质量奖”；中科美菱大型超低温自动化生物样本库技术荣获“合肥市职工创新一等奖”。

经过40多年的发展，公司从单一的冰箱品类到构建完成冰箱（柜）、空调、

洗衣机、厨大电、小家电和生物医疗低温存储设备等多品类协同发展的新格局。通过持续不断的创新，陆续推出了行业保鲜效果最好的 M 鲜生冰箱、行业首款全无尘新风空调、世界上漂洗后残留最少的“蓝氧如手洗”滚筒洗衣机、行业富锶智能茶吧机、制冷达零下 180℃ 的超低温医用冰箱等系列行业领先产品，不断用更新鲜的产品给消费者带来更新鲜的生活方式。

未来，公司将围绕“创新驱动、资源整合、产业协同、内外融合”经营方针，引领产业发展、助力产业矩阵、夯实市场基础、加速公司发展。

报告期内，公司收入主要来源于冰箱（柜）、空调、洗衣机、厨大电和小家电、生物医疗等业务，合计收入为 283.35 亿元，占公司营业收入的比例为 99.07%。

三、核心竞争力分析

（一）品牌能力

公司是中国知名电器制造商之一，拥有冰箱、冰柜、空调、洗衣机、厨电、生物医疗等多条产品线。

2024 年，公司继续坚持“品牌振兴”战略，坚持“美好中国 新鲜美菱”的品牌主张，以产品带品牌。通过打造最新鲜的产品和最新鲜的品牌形象，把“新鲜”的种子种进消费者心中，在消费者心中塑造“美菱=新鲜”的品牌心智，提升品牌知名度、美誉度和忠诚度，践行“美菱 让美好来临”的品牌使命。

2024 年，公司通过加强品牌宣传，拓展品牌传播渠道，创新品牌营销方式，提高品牌运营内容质量，提升品牌美誉度、知名度和忠诚度。签约国际雪联单板及自由式滑雪大跳台世界杯赛事官方合作伙伴，打造冰雪 IP 营销；跨界地铁轨道交通、音乐节、大学校园等场景，开展“玫瑰行动”；提升内容运营能力，在抖音、小红书等新媒体平台的内容运营不断提升，有效提升品牌知名度、美誉度和忠诚度。

2024 年，公司坚持价值导向、全面提效，强化产业协同、内外融合，以用户、客户为中心，坚持技术引领，加速产品创新。公司先后推出 M 鲜生冰箱三代冰箱、冻鲜生冰箱、蓝氧如手洗洗衣机和蓝氧烘护机、“巨能省”空调、“鲜活水”茶吧机、行业首款变频商厨冰箱等创新产品，产业链不断延伸，产品结构不断优化，品牌核心竞争力有效提升。

（二）产品能力

公司构建了“技术路线+产品路线+推广路线”全链条创新体系，打造“三线一体”战略布局，以技术创新驱动产业发展。作为国家级技术创新标杆企业，公司构建了卓越的技术创新体系和品质管控体系，依托国际 ISO9001、ISO14001 等管理体系认证基础，结合公司拥有的“国家级企业技术中心”“国家级工业设计中心”“国家级知识产权示范企业”“国家级工业产品绿色设计示范企业”“国

家技术创新示范企业”“中国产学研合作创新示范企业”“安徽省绿色节能冰箱工程技术研究中心”“安徽省节能保鲜绿色冰箱工程研究中心”“安徽省制造业创新中心”等创新平台与荣誉资质，形成覆盖研发制造全链条的品质保障体系。在技术战略层面，公司致力于应用基础技术研究及产业化转移，确立了以“智能、变频、仿真、保鲜”为核心技术，“制冷、新材料、发泡”为关键技术的技术战略规划。在产品研发上，构建了“技术研究—平台模块—产品经营体—企划平台”四层研发体系，创新实施以产品经营体和企划双驱动的产品经理负责制，负责产品的定义和开发，对内驱动降本提效，对外驱动销售推广。通过“研产销”深度协同实现技术创新与市场需求的的双向赋能，全面拉通价值链、业务链。

冰箱产品方面，通过对市场趋势的精准把控及不同消费人群的细分习惯研究，围绕“鲜、薄、窄、嵌、智”的技术创新轴线，持续推进产品升级突破，产品竞争力不断提升，2024年持续强化“美菱鲜”“美菱薄”“美菱窄”“美菱嵌”“美菱智”产品名片，重点打造技术、平台、空间三维立体化产品矩阵：搭载水分子激活保鲜技术的“M鲜生”系列冰箱、升级-3.5℃零冲击微微冻的“冻鲜生Pro”系列冰箱、配置双蒸发器系统和AI云保湿科技的全新一代无忧嵌系列冰箱以及差异化零平嵌560L大冷冻对开、经济型460L零平嵌多门系列冰箱，精准满足消费者差异化和换新升级需求，全方位夯实“鲜、薄、窄、嵌、智”的品牌心智。冰柜产品方面，研发了柜口无霜系列、智慧屏系列、大冻力系列冷柜，并创新性研发出搭载恒温鲜冻功能的冻鲜生立式柜，以及行业首款变频商用厨房柜，打造“行业保鲜最好的冰柜”产品。

空调产品方面，坚持以用户为中心，践行创新理念，加快技术转化，快速升级产品能效。2024年持续聚焦“全无尘”、“客餐柜”，持续打造“挂机就选全无尘，柜机就选客餐柜”差异化产品名片，推出Q7D“全无尘·自由风”挂机空调、Q7V“巨能省”柜机空调等重点新品；继续强化“熊猫懒”爆品策略，有效支撑以旧换新政策落地。

洗衣机产品方面，聚焦腰部产品，打造明星系列矩阵，满足市场多元化需求，产品结构持续改善。滚筒方面，向上布局蓝氧如手洗洗衣机和蓝氧烘护机，形成如手洗系列矩阵，依托3倍力洗净技术与创新蓝氧去残留技术打造“洗的净”、“去残留更彻底”的用户心智，同时，推出蓝氧烘护机开创“烘护”新赛道，占位“烘的透，护的好”心智，从洗-漂-烘-护逐层向上打造产品名片，依托硬核洗护技术，推动产品在高端化和高价值感领域布局；波轮方面，持续完善大力神系列布局，依托“超强大电机、大力波轮盘”打造0.9高洗净比，非变频产品洗净比行业领先。

厨大电、小家电方面，坚持以产品牵引为战略支撑，聚焦核心产品线，以市场需求为导向，强化研发能力，优化产品结构。小家电方面，持续发力核心类目，聚焦茶饮核心产品线，不断巩固市场优势。2024年，公司与中国地质大学（武汉）携手，成功研制出拥有自主知识产权的富锶矿化滤芯技术，并将其应用于“鲜

活水”系列茶吧机产品中，推出 N10 鲜活水系列茶吧机，模拟天然矿泉水的形成过程，加快矿物元素溶出，同时搭载微量元素配备技术达成科学配比，从而实现饮用水的富锶矿化，这一创新举措在市场上取得了显著反响。厨大电方面，坚持以用户为中心，聚焦用户痛点，创新优化产品技术和性能，满足市场的不同需求。2024 年开展二代蜂窝聚能仓、不锈钢换热、直流变频供风等技术研究，推出了燃热恒温机 H27/H36 系列产品、二代聚能舱 H35/H36/H70 系列产品以及自制电控 BQ2/BQ81 系列产品等新品，旨在为消费者提供更健康、更舒适的生活用水需求。

生物医疗方面，坚持“以产品作为主要载体、向用户传递核心价值”的品牌理念，专注生命科学领域，基于用户场景化需求，持续推进产品创新迭代、品质升级，为用户提供专业化的全场景解决方案，进而塑造安全、稳定的品牌形象，不断提升品牌影响力。在样本生态领域，针对用户特定场景，稳步推进单体自动化研发重点项目，为构建完善的样本存储解决方案提供了关键设备；创新研发风冷式超低温制冷技术，推出全球首款无感化霜超低温冷冻储存箱，成为血液、药品和原液低温存储的最优设备；积极与多家重点单位合作，推动生物样本库自动化转型，入选国家“生物安全关键技术示范工程”支持项目。在实验室生物安全产品领域，推出睿净系列高效生物安全柜、洁净工作台及睿固系列台式高速冷冻离心机产品，进一步推动产品多元化发展，全面满足市场多样化需求，2024 年研发出覆盖全系列的 8 款离心机产品，形成了完整的产品矩阵。

（三）运营能力

公司持续完善运营管理体系，以经营目标为导向，以全面预算管理为抓手，强化目标、预算、绩效的一体化管理，助力经营改善与目标达成。在目标管理方面，围绕战略及经营方针，遵循 SMART 原则，实现闭环循环，促进了公司经营质量大幅提升；在价值链管理方面，责权利明确，强化产业内各端协同，形成了以目标为牵引，系统贯通的良性运营机制；在预算管理方面，持续强化预算的全过程管控，实现预算预测的闭环跟踪与管理，对经营目标形成强支撑；在绩效管理方面，建立了以经营为中心、以客户为中心的绩效考核体系，有效激发了各单元经营潜力。同时，公司持续开展标杆管理活动，不断提升公司运营管理水平和竞争力。

（四）营销能力

国内市场持续优化销售网络及服务体系，为用户提供高品质服务，坚持“推精品、健渠道、抓协同、提效率、控风险”五大关键举措，推动根据地市场、机会市场建设，不断强化营销能力。产品方面，打造差异化心智产品，整合线上线下推广资源推精品；渠道方面，聚焦基础渠道夯实、零售渠道跑赢、增量渠道拓展；管理方面，完善组织机构，提升运营及服务效率。搭建和完善以合理商业库存管理为核心的运营管理体系和以终端零售价为价值的价值管理体系，全面贯彻从面向产品线的销售管理到面向全渠道和用户经营服务、从单一品类营销到全品

类营销的营销转型，通过坚定的对标对阵和创新管理实现产品领先和效率提升，打造营销体系能力和长期发展潜力。

海外市场全面提升营销能力，打造产品专家型营销团队，培养同时具备双产品线运营能力的复合型营销人才；强化推广建设，围绕产品包装、终端建设及培训建立体系化的面向海外市场的推广能力，以 TO C 的推广模式赋能 TO B 的海外客户，通过“建终端、促售出”，实现 TO B 销售规模的持续增长；围绕 KA 业务，深化“以客户为中心”的转型升级，提升面向客户的服务力，提高客户满意度；渠道策略上，以“市场驱动”取代传统贸易模式提升策划力，始终坚持“以业务为导向，以客户为中心”的主导思想，快速发展、稳健经营，实现有利润的规模增长，全面提升营销能力。渠道销售方面，聚焦优势渠道，拓展新兴市场，开展核心大客户攻坚行动；品牌建设方面，加强对子公司产品支持，打造标杆市场，大力发展品牌代理商，多渠道并举，为品牌发展蓄势；产品推广方面，紧跟市场趋势，提升变频产品占比，并优化产品结构，加强新品推广，提升公司产品竞争力。

四、主营业务分析

2024 年，家电行业竞争压力激烈，公司坚持价值导向、全面提效，强化产业协同、内外融合，公司经营质量稳步提升。报告期内，公司营业收入达 286.01 亿元，同比增长 17.32%，实现归属于母公司的净利润 6.99 亿元，同比减少 4.97%，良性经营能力持续提升。

（一）冰箱（柜）产业

国内市场方面，坚持“抢存量、拓增量、练能力”，全面提升存量渠道、存量客户、增量品类、新兴渠道，同时围绕客户的产品运营能力、品牌运营能力，为客户提供高品质服务，重点推进以旧换新专项工作，强化以旧换新全链路服务体系，进一步激活用户置换需求。研产端以用户为中心，立足用户价值创新引擎，在研发制造领域全面贯彻体验导向战略，深度洞察用户需求，精准解决用户痛点，通过智能化技术赋能与高端功能升级双轮驱动，持续推动产品体系向智能化、品质化方向进阶。市场端构建“精品+超级单品”双轨策略，聚焦“鲜、薄、窄、嵌、智”五大创新维度，成功打造线上线下协同推广产品矩阵，M 鲜生十字法五相继发布，持续强化美菱鲜心智，冻鲜生线上线下推广共振，全面上量，持续强化鲜冻心智，无忧嵌系列铸造全渠道防火墙，产品系列逐步融合，不断强化美菱产品系列心智，助力产业规模和品牌口碑提升。

海外市场方面，产品端加大中高端产品研发投入，海外十字系列成功上市，促进规模提升的同时，带动结构升级，提升经营质量；研发端坚持创新牵引，针对细分市场推出泡菜柜等差异化产品，进军新蓝海市场；营销端深化市场能力建设，充分发挥研发、供应链的综合能力及内外销协同优势，KA 业务持续增长。

报告期内，公司冰箱（柜）业务实现收入约 92.96 亿元，同比增长约 5.53%。

（二）空调产业

国内市场方面，贯彻“产品第一、品牌优先、渠道共建、用户直达”经营策略，持续稳健发展。聚焦“全无尘、客餐柜”两张产品名片，推出 Q7D“全无尘·自由风”挂机空调、Q7V“巨能省”柜机空调等重点新品，强化“熊猫懒”爆品策略，有效支撑了“以旧换新”政策的落地；以事件营销、媒体传播为牵引，加强品牌宣传，品牌影响力不断提升；持续推进渠道共建，加速资源整合，坚持线上线下一体化运营，渠道运营更加精细化；坚持用户直达，推进“送装服收”一体化，强化服务保障，满足市场服务需要，有效改善用户体验。

海外市场方面，围绕品牌蓄势、产品升级、质量重塑、区域平衡、数字赋能持续推动业务良性发展。品牌建设层面，坚定不移地执行品牌优先发展战略，深耕根据地市场，不断夯实品牌根基；市场布局上，聚焦核心关键市场，通过精准的市场策略，实现了业务规模显著增长；积极开拓新区域、新市场，并取得了较大突破；同时，加快新客户开发，逐步完善客户体系，为后续业绩增长提供支撑。

报告期内，公司空调业务实现收入约 154.07 亿元，同比增长约 33.20%。

（三）洗衣机产业

洗衣机产业坚持差异化错位竞争策略，对产品结构进行优化与调整。国内市场方面，以用户为中心，以产品为抓手，深化渠道转型，通过产品和技术双轮驱动，持续推进高端化，实现规模提升。在平嵌、大容量趋势下，进一步夯实腰部精品布局，强化“如手洗”“大力神”的差异化竞争优势，推出蓝氧烘护套装、平嵌如手洗、12KG 大力神系列波轮等，提升市场份额和中高端产品影响力。

海外市场方面，通过冰洗协同拓展客户资源，聚焦重点区域及大客户，通过彩屏、7KG 等产品的导入，为现有客户带来增量效益，让洗衣机业务在关键区域快速发展。

报告期内，公司洗衣机业务实现收入约 17.47 亿元，同比增长约 31.44%。

（四）厨大电、小家电产业

厨大电、小家电产业坚持聚焦核心产品线，积极推进产品技术更新迭代，成功推动 N10 鲜活水系列茶吧机等新品上市，品牌影响力持续提升；加速产品结构的优化升级，实施品效优化策略，逐步淘汰市场表现不佳、消费者反馈不及预期的产品品类，输出全面的品类规划大纲；积极调整经营策略，深度开展业务转型，围绕产品核心业务环节构建合规管理体系，助力产业高质量发展。

报告期内，公司厨大电、小家电业务实现收入约 14.92 亿元，同比减少约 19.34%。

（五）生物医疗产业

国内市场方面，持续实施以用户为核心的渠道组织变革与重构，统筹平台资源，推进细分市场渠道体系的横向拓展与纵向深入，并深入挖掘用户需求，进一步提升产品力与服务力，扩大用户覆盖率，提升市场竞争力与市场份额。通过新品推介会、服务能力升级及奖学金捐赠等方式，持续强化市场宣传，不断提高品牌知名度。

海外市场方面，坚持“老客户上规模，新客户强布点”的策略，深化与现有客户的战略合作，积极布局新兴市场，从质量和数量上夯实海外渠道基础；新兴市场拓展势头强劲，取得多个项目中标，同时积极导入新产品；持续提升交付效率，提高客户服务能力，不断增强客户粘性，推动“产品-推广-交付-售后”能力升级，形成合作共赢可持续的渠道伙伴体系。

报告期内，生物医疗业务实现收入约 2.64 亿元，同比减少约 5.36%。

五、公司未来发展的展望

（一）宏观环境分析

国内政策持续推动消费升级与绿色转型，通过以旧换新、消费补贴等举措，加速绿色智能家电市场发展，为高端化、智能化、节能化产品创造增长空间。同时，节能减排技术进步助力环保家电普及，推动行业向低碳方向升级。然而，家电产业仍面临消费需求疲软、房地产市场收缩及人口结构变化等多重挑战，叠加存量市场竞争激烈的格局，行业整体压力依然显著。

国际货币基金组织等机构预测 2025 年全球经济增速将实现温和回升，但地区差异显著；贸易格局方面，多边贸易体制受挑战，区域贸易协定作用凸显，贸易保护主义和地缘政治冲突仍存在不确定性。科技竞争促使家电产业向节能环保转型，对产品技术标准提出更高要求；政策上，各国货币政策调整，财政政策注重平衡，可能影响家电出口的成本与市场需求。汇率波动、原材料价格不确定性等因素也会对家电出口产生影响。

总体而言，2025 年中国区家电需应对诸多挑战，企业需灵活适应环境变化，提升产品竞争力以抓住机遇。

（二）产业环境分析

1. 冰箱（柜）行业

冰箱行业在技术创新、绿色发展、智能化、个性化、健康化等方面不断发展，绿色节能成为重要发展方向。

国内方面，2025 年延续以旧换新政策，但冰箱市场需求相对平稳，2024 年该政策已提前释放部分需求，预计 2025 年冰箱市场整体需求偏弱。不过以旧换

新政策仍会促进冰箱市场产品结构升级、能效提升、嵌入式市场快速发展趋势。随着政策的进一步向下渗透，县域市场将释放更多潜力，三、四线市场规模有望增长。

出口方面，全球需求规模进一步释放，发达国家市场规模呈现恢复性增长，以南美为代表的新兴市场规模讯速增长，新兴市场普及成为出口规模持续上升的潜在动力。随着新欧标升级落地，南美、中东部分国家标准也即将升级，推动全球产品需求结构持续升级。在新标准、新法规的推动下，产业结构快速升级，加速产品的节能化、变频化、大容积化的技术研发能力提升，围绕科学管理碳足迹、推动绿色家电产业升级，加大低碳生产、可回收可降解的环保材料的研发与应用。这既带来新的产业机遇，也对企业形成挑战。

2. 空调行业

空调行业在存量市场竞争中，行业将向绿色低碳、智能化、健康化、个性化方向发展，企业需在技术创新、产品功能优化、品牌建设等方面持续发力，以适应市场变化和政策要求。

国内方面，家用空调行业目前已处于存量竞争时代，品牌集中度进一步提高。头部企业凭借技术优势和规模效应持续巩固市场份额，同时，一些专注于智能化和环保技术的新兴品牌凭借智能化、高性价比、技术优势等进入市场，推动竞争格局多元化。

出口方面，全球对节能环保的重视促使空调行业加快向绿色低碳转型，绿色低碳政策日益严格。同时，消费者对空调功能的需求日益多样化，除了基本功能外，对空气净化、智能控制等功能的关注度不断提高，企业需要不断创新，优化产品功能以适应市场需求变化。从竞争态势看，行业内竞争愈发激烈，不仅包括传统空调企业之间的竞争，还有来自其他家电科技企业的跨界竞争。各企业需不断提升产品质量、降低成本，并加强品牌建设和售后服务，以增强自身的市场竞争力。此外，随着“一带一路”倡议的推进和跨境电商的发展，中国空调企业将进一步拓展国际市场，提升全球市场份额。

3. 洗衣机行业

国内经济进入低有效需求时代，洗衣机市场整体增长乏力。2024 年国补政策刺激了部分需求提前释放，导致 2025 年短期内销量增长有限。从百户保有量来看，用户刚需增量不足，市场主要需求转向“换新”为主。2025 年，以旧换新政策延续，通过结构升级、产品创新来满足换新需求成为增量关键。未来，企业需依托以旧换新政策，结合 AI 技术创新、行业平嵌、大容量、高能效、洗烘一体机需求增长的趋势，为用户提供场景化解决方案。

出口方面，全球洗衣机市场规模温和回升，但增长幅度有限。伴随新欧标升级落地，绿色节能技术开始主导全球洗衣机产品升级，以欧洲、北美为代表的发

达市场在技术融合、产品智能化、场景融入度提升的背景下，逐步推出节能、智能、高效的高端滚筒，以技术来驱动产品的盈利能力提升。而以东南亚、拉美、非洲为主的新兴市场对价格敏感度较高，仍以中低端刚需为主，呈放量内卷的市场格局。

4. 厨大电、小家电行业

在宏观经济复苏与消费升级的双重驱动下，厨大电、小家电行业呈现多元化发展趋势。通过以旧换新政策刺激消费，同时加强能效标准与环保法规，推动行业向绿色化、智能化转型。

厨大电市场中，传统烟机、灶具等刚需产品市场保持稳定，但集成灶受房地产市场疲软影响，零售额有所下滑。洗碗机作为新兴品类，凭借技术升级推动主销价位上移，成为市场亮点。AI 技术的深度应用强化了健康管理和智能调节功能。在环保和节能趋势下，变频技术和可回收材料的应用降低能源消耗。未来，厨大电市场将更加注重产品的个性化、差异化和智能化，企业需不断创新，满足消费者对高品质生活的追求。环保和节能将成为行业发展的重要方向，品牌集中度有望进一步提升，头部企业凭借技术与品牌优势占据更大市场份额。

小家电市场，则延续“慢增长”态势，传统品类增速放缓，新兴品类如茶吧机、清洁电器等凭借健康需求和智能化成为市场增长的核心驱动力。物联网技术推动产品互联互通，智能茶吧机、智能电风扇等创新产品不断涌现。

抖音等新兴电商平台成为小家电市场增长的重要引擎，带动品牌逆势增长。然而，原材料成本上涨与同质化竞争压力依然存在，头部品牌集中度进一步提升。未来，小家电市场将朝着个性化定制、场景化销售方向发展，满足消费者多样化的生活需求。智能化、健康化、绿色环保将成为产品创新的核心方向，企业需加强技术研发与品牌建设，以应对市场竞争。

5. 生物医疗行业

生物医疗行业与人类生命健康密切相关，随着经济水平的提高和医疗保健意识的增强，加之人口老龄化持续加速，全球范围内居民对医疗健康的需求不断增加，医疗支出呈增长趋势，国家也将保障人民健康放在优先发展的战略位置。此外，在“大力发展新质生产力”“设备国产化替代”“健康中国”等政策的加持下，生命科学仪器发展前景长期向好。

（三）2025 年经营计划

1. 经营方针

公司将以创新驱动引领产业发展，以资源整合助力产业矩阵，强化产业协同夯实市场基础，通过内外融合加速公司发展，发展新质生产力，推进数字化、智能化转型升级，加速实现公司高质量发展。2025 年公司力争实现规模和利润双

增长，保证有利润的规模增长的良性发展趋势。

(1) 创新驱动引领产业发展

围绕技术创新、产品创新、制造创新、管理创新四个方面，提升产业竞争力。技术创新上，加大技术投入，赋能产业，聚焦于给产品竞争力带来附加值的技术研究。产品创新上，坚持产品主义，产品领先，打造超级单品，助力“颜值、品质、性价、体验”全面提升，提升品牌价值；制造创新上，加速推进智能制造；管理创新上，不断提升组织效率和流程效率。

(2) 资源整合助力产业矩阵

构建以白色大家电为主的产业矩阵，提升围绕厨房解决方案、生活解决方案、空气解决方案、生物医疗解决方案四大产业矩阵能力。通过资源整合助力产业矩阵建立和发展。

(3) 产业协同夯实市场基础

利用现有国际市场扎实的客户基础和较强的市场认知，强化产业协同，进一步夯实市场基础，拓宽产业矩阵。

(4) 内外融合加速公司发展

由外向内融合，通过国际市场形成规模和效益，投入资源参与国内市场竞争，提升产业整体技术、产品、制造等能力，再去向海外释放。产业能力进一步提升后，提升国内品牌矩阵和国际品牌矩阵，内外融合，加速公司发展。

2. 市场策略

(1) 冰箱（柜）

国内市场方面，在国补进入常态化的背景下，紧抓结构提升、品类协同、零售转型、国补渗透四个机会；坚持“以客户为中心”满足B端客户产品需求，坚持“以用户为中心”满足C端消费者产品换新需求；坚持“损益导向、问题导向、目标导向”三个导向；打通四个路径，拉通产研销合力持续打造超级单品，实现流量反补、心智强化、效率提升、损益改善；精细化运营渠道，夯实基础渠道承载，全力发展电商渠道，改善KT渠道经营损益，整合提效下沉渠道；市场区域分类提升，根据地市场聚焦建设品牌高地，振兴市场在损益改善的前提下推进规模最大化，改善市场维持规模损益大幅度提升，机会市场加速建设基础渠道；聚焦品牌建设，通过线上线下融合方式，以产品带品牌，以核心区域核心客户拉动品牌，大力推进品牌建设。

海外市场方面，在产品布局上紧密把握全球消费需求升级趋势，主推“风冷、变频、多门、节能”等趋势性产品，构建“高端高品味、中端高性价比、低端高效率”产品矩阵，精准匹配差异化市场消费需求；构建以用户为中心的全方位营

销体系，提升大客户需求契合度及客户合作效率，进一步增强客户黏性；业务拓展方面，深化合作挖掘存量市场潜力，巩固现有业务基础，重点布局增长迅速的新兴市场，积极开拓增量空间，实现市场份额的持续增长；深耕品牌根据地市场，从渠道纵深拓展、产品矩阵完善、市场推广能力提升以及人才梯队建设等多维度发力，全面提升品牌竞争力，加速海外自主品牌业务的规模化发展，打造具有国际影响力的品牌形象。

（2）空调

国内市场方面，基于 AI 技术强化用户体验和差异化设计，持续打造“全无尘”和“客餐柜”两张产品名片，推出“战略大单品”，并持续推动“熊猫懒大单品”套系化，打造腰部品牌单品。加大市场投入，通过事件营销、新媒体种草等多种方式提高品牌知名度与美誉度。坚持区域差异化管理，持续推进实施《川渝根据地建设方案》《第二根据地市场建设方案》等专项区域策略。围绕用户加强服务能力提升，快速直达，提升用户满意度。

海外市场方面，继续践行“有利润的规模增长、有现金流的利润增长”的理念，坚持品牌优先，加大根据地市场开拓、大力发展区域品牌代理；保存量、求增量，聚焦优势渠道、拓展新市场，开展核心大客户攻坚行动；紧跟市场趋势，推高、推新、推变频；坚持以业务为导向、客户为中心，不断提升产品质量、客户服务能力以及客户满意度。

（3）洗衣机

国内市场方面，坚持产品为王，推进品质化和高端化，持续打造面向市场、用户的好产品。滚筒升级腰部、突破高端；“如手洗”系列拓展平嵌外观，提升腰部产品竞争力；“大力神”波轮延伸，向上布局大力神 2.0，持续提升能效，打造竞争优势；强化电商渠道能力建设与产品布局，实现规模突破，同时聚焦线下渠道，立足根据地市场建设，确保产业规模稳步增长。

海外市场方面，坚持内外融合，导入国内市场新产品、新技术，围绕彩屏滚筒、变频波轮、大波轮、洗烘套系进行平台优化和产品拓展，布局重点区域、聚焦重点客户、拓展 KA 客户，以“彩屏+平嵌”双驱，通过增加外观供给、升级能效，满足差异化需求，打造全球滚筒洗衣机的领先品牌。

（4）厨大电、小家电

产业坚持“转型、聚焦、提效”经营策略。零售端围绕“人、货、场、促”优化升级，线上线下融合拓展市场；产业协同方面，深化内部体系合作，强化国内业务协同，抢占国补资源；产品层面，以“做大烹饪、稳固用水、拓展环境”为导向，打造精品爆品；服务提效坚持“以市场为导向，以客户为中心”理念。

（5）生物医疗

专注生命科学领域，坚持“以技术为基础，以产品为载体，以市场为导向，以客户为中心”的经营理念，围绕“聚焦样本生态，纵向深入自动化全链条；立足生命科学，横向拓展实验室通用设备领域”的产品策略，持续推进市场渠道建设，拓展产品矩阵，提升运营能力，着力提升经营效益。

聚焦市场方面，以客户为中心，以市场为导向，以增长为目标，内外协同发力，推动组织实现规模与质量并重的跨越式发展。纵横拓展方面，推行“聚焦样本生态，纵向深入样本库全链条；立足生命科学，横向拓展实验室通用设备领域”的产品协同策略，深耕低温存储产品，扩展新产品阵容，实现产品协同，逐步实现多种应用场景解决方案，全面提升产品力。运营提效方面，重视经营质效提升，强化体系驱动力。同时，建立开放、创新的组织机制，吸引优秀人才与合作伙伴，共建生态圈，打造生命科学领域新标杆。

上述经营计划、经营目标并不代表上市公司对 2025 年度的盈利预测，能否实现取决于市场状况变化、经营团队的努力程度等多种因素，存在很大的不确定性，请投资者特别注意。

（四）可能面临的风险及对策

面对家电市场竞争更加激烈等客观因素，企业生存的环境将会更加恶劣。2025 年公司将面临行业竞争加剧、汇率波动、大宗材料价格波动、贸易摩擦及地缘政治的影响等风险。

1. 行业竞争风险国内行业需求下滑风险

目前国内大家电行业处于存量竞争阶段，产品同质化严重，新的刺激消费点欠缺，家电以旧换新政策在 2024 年已释放了部分消费需求，2025 年对行业的拉动效果有待观察，可能存在消费需求放缓风险，进而引发公司业绩波动。公司将积极关注国家家电消费刺激政策的落地进展，在不断提升产品质量和成本竞争力的同时，提前做好产品规划和市场应对，获取更多的市场份额。

2. 汇率波动风险

国际形势变动可能导致汇率波动幅度较大，公司从稳健经营、防控风险角度谨慎操作汇兑，后续将密切关注汇率变化，降低汇率波动带来不利影响。

3. 大宗材料价格波动风险

公司产品的主要原材料为钢材、铜、铝、塑料和化工材料等，若大宗原材料价格出现较大波动，公司相关成本也会相应发生变化，从而对公司的经营业绩产生一定影响。公司将持续关注大宗材料价格波动，适时采取措施进行风险应对，降低价格波动带来的影响。

4. 贸易摩擦及地缘政治的影响

公司密切关注国际贸易摩擦及地缘政治等不确定性因素对公司全球业务的影响，提前做好相关预案，积极采取各种风险应对措施，快速响应，减轻有关影响。

针对 2024 年的行业形势及 2025 年的发展机遇，结合当前面临的市场风险，公司 2025 年围绕“创新驱动、资源整合、产业协同、内外融合”的经营方针，提前布局产品、技术、市场，推动公司向高端化、智能化转型，丰富产品线，提升公司经营能力和盈利能力，致力于打造综合性家电企业，为消费者提供更优质的产品与服务，为股东创造更大的价值。

六、董事会日常工作情况

公司董事会严格按照《公司法》、本公司《公司章程》《董事会议事规则》《独立董事工作制度》等规定履行职责，公司第十一届董事会设董事 9 名，其中独立董事 3 名，独立董事占全体董事的三分之一。董事会下设战略委员会、审计委员会、薪酬与考核委员会、提名委员会、ESG 管理委员会，各委员会根据其工作细则履行职责，为公司治理的规范性做出应有的贡献。

董事会严格按照相关法律法规开展工作，公司全体董事诚实守信、勤勉尽责，认真出席董事会和股东大会会议，积极参加有关培训，熟悉有关法律法规。独立董事对公司重大事项享有足够的知情权，能够独立、客观、认真地履行职责。

（一）报告期内董事会的会议情况及决议内容

2024 年度，公司董事会共召开了 15 次会议，所有会议召开严格按照相关法律、法规及《公司章程》的规定进行，所有会议决议合法有效。董事会会议召开的具体情况如下：

会议时间及届次	会议内容	信息披露媒体
2024 年 2 月 19 日第十届董事会第四十次会议	审议通过《关于公司设立 ESG 管理组织架构的议案》《关于制定公司〈董事会 ESG 管理委员会实施细则〉的议案》《关于公司合肥制造基地冰箱前端产能提升项目的议案》共 3 项议案。	《证券时报》、《中国证券报》、巨潮资讯网，公告编号（2024-004 号）
2024 年 3 月 14 日第十届董事会第四十一次会议	审议通过《关于子公司四川长虹空调有限公司投资设立全资子公司的议案》1 项议案。	《证券时报》、《中国证券报》、巨潮资讯网，公告编号（2024-006 号）
2024 年 3 月 28 日第十届董事会第四十二次会议	审议通过《2023 年年度报告及年度报告摘要》《2023 年度董事会工作报告》《2023 年总裁工作报告》《2023 年年度财务决算报告》《独立董事 2023 年度述职报告》《独立董事关于独立性的自查报告》《公司 2023 年度内部控制评价报告》《关于公司 2023 年度利润分配预案》《关于变更 2024 年度财务报告、内部控制审计机构的议案》《关于计提信用减值准备的议案》《关于处置非流动资产的议案》《关于计提资产减值准备的议案》《关于子公司坏账核销的议案》《关于公司对四川长虹集团财务有限公司的风险持续评估报告》《关于公司开展远期外汇资	《证券时报》、《中国证券报》、巨潮资讯网，公告编号（2024-007 号）

	<p>金交易业务的议案》《关于公司未来三年（2024年-2026年）股东回报规划的议案》《关于增加预计2024年日常关联交易额度的议案》《公司2023年度环境、社会及公司治理（ESG）报告》《关于公司向兴业银行股份有限公司合肥分行申请最高4亿元人民币票据池专项授信额度的议案》《关于公司向平安银行股份有限公司合肥分行申请最高5亿元人民币票据池专项授信额度的议案》《关于公司向交通银行股份有限公司安徽省分行申请8亿元人民币最高授信额度的议案》《关于公司向杭州银行股份有限公司合肥分行申请3.5亿元人民币最高授信额度的议案》《关于公司向平安银行股份有限公司合肥分行申请5亿元人民币最高授信额度的议案》《关于公司向中国民生银行股份有限公司合肥分行申请4亿元人民币最高授信额度的议案》《公司向东亚银行（中国）有限公司合肥分行申请2.5亿元人民币最高授信额度的议案》《关于公司向浙商银行股份有限公司合肥分行申请1亿元人民币最高授信额度的议案》《关于公司向中国工商银行股份有限公司合肥瑶海支行申请3.5亿元人民币最高授信额度的议案》《关于公司向合肥科技农村商业银行股份有限公司怀宁路支行申请2亿元人民币最高授信额度的议案》《关于公司向广发银行股份有限公司合肥分行申请2.5亿元人民币最高授信额度的议案》《关于公司向中国建设银行股份有限公司合肥庐阳支行申请4亿元人民币最高授信额度的议案》《关于公司向中国进出口银行安徽省分行申请8亿元人民币最高授信额度的议案》《关于董事会审计委员会对会计师事务所2023年度履职情况评估及履行监督职责情况的报告的议案》《关于召开2023年度股东大会的议案》共33项议案。</p>	
2024年4月19日第十届董事会第四十三次会议	<p>审议通过《2024年第一季度报告》《关于计提信用减值准备的议案》《关于计提资产减值准备的议案》《关于处置非流动资产的议案》《关于为公司全资子公司提供担保的议案》共5项议案。</p>	《证券时报》、《中国证券报》、巨潮资讯网，公告编号（2024-020号）
2024年5月31日第十届董事会第四十四次会议	<p>审议通过《关于修订〈公司章程〉部分条款的议案》《关于修订公司〈授权管理制度〉部分条款的议案》《关于公司增加使用自有闲置资金投资理财产品的议案》《关于董事会换届选举暨提名第十一届董事会非独立董事候选人的议案》《关于董事会换届选举暨提名第十一届董事会独立董事候选人的议案》《关于确定公司第十一届董事会独立董事津贴标准的议案》《关于召开2024年第一次临时股东大会的议案》共7项议案。</p>	《证券时报》、《中国证券报》、巨潮资讯网，公告编号（2024-026号）
2024年6月18日第十一届董事会第一次会议	<p>审议通过《关于选举公司第十一届董事会董事长的议案》《关于设立公司第十一届董事会下属各专门委员会的议案》《关于聘任公司总裁的议案》《关于聘任公司副总裁、董事会秘书、财务负责人的议案》《关于公司向招商银行股份有限公司合肥分行申请1.2亿元人民币最高授信额度的议案》《关于公司向中信银行股份有限公司合肥分行申请4亿元人民币最高授信额度的议案》《关于公司向东莞银行股份有限公司合肥分行申请3亿元人民币最高授信额度的议案》《关于公司向华夏银行股份有限公司合肥分行申请4亿元人民币最高授信额度的议案》共8项议案。</p>	《证券时报》、《中国证券报》、巨潮资讯网，公告编号（2024-038号）
2024年8月15日第十一届董事会第二次会议	<p>审议通过《2024年半年度报告全文及摘要》《关于计提信用减值准备的议案》《关于计提资产减值准备的议案》《关于处置非流动资产的议案》《关于公司对四川长虹集团财务有限公司的风险持续评估报告》《关于增加预计2024年日常关联交易额度的议案》《关于冰箱生产线技改项目的议案》共7项议案。</p>	《证券时报》、《中国证券报》、巨潮资讯网，公告编号（2024-041号）

2024年10月11日第十一届董事会第三次会议	<p>审议通过《关于收购合肥长虹实业有限公司股权暨关联交易的议案》《关于增加预计2024年日常关联交易额度的议案》《关于公司向浙商银行股份有限公司合肥分行申请最高5亿元人民币资产池专项授信额度的议案》《关于公司向渤海银行股份有限公司合肥分行申请最高3亿元人民币资产池专项授信额度的议案》《关于公司向华夏银行股份有限公司合肥分行申请最高5亿元人民币票据池专项授信额度的议案》《关于公司向杭州银行股份有限公司合肥分行申请最高6亿元人民币票据池专项授信额度的议案》《关于公司向交通银行股份有限公司安徽省分行申请最高10亿元人民币票据池专项授信额度的议案》《关于公司向杭州银行股份有限公司合肥分行申请6.5亿元人民币最高授信额度的议案》《关于公司向中国农业银行股份有限公司合肥金寨路支行申请7亿元人民币最高授信额度的议案》《关于公司向中国邮政储蓄银行股份有限公司合肥市分行申请4亿元人民币最高授信额度的议案》《关于公司向九江银行股份有限公司合肥分行申请2亿元人民币最高授信额度的议案》《关于公司向大华银行（中国）有限公司成都分行申请1.18亿美元最高授信额度的议案》《关于公司向华侨永亨银行（中国）有限公司成都分行申请1.37亿元人民币最高授信额度的议案》《关于公司向中国银行股份有限公司合肥开发区支行申请4.06亿元人民币最高授信额度的议案》《关于公司向上海浦东发展银行股份有限公司合肥分行申请3亿元人民币最高授信额度的议案》《关于公司向兴业银行股份有限公司合肥分行申请6亿元人民币最高授信额度的议案》《关于公司向渤海银行股份有限公司合肥分行申请3亿元人民币最高授信额度的议案》《关于公司向徽商银行股份有限公司合肥经济技术开发区支行申请4亿元人民币最高授信额度的议案》《关于公司向恒丰银行股份有限公司合肥分行申请2亿元人民币最高授信额度的议案》《关于召开2024年第二次临时股东大会的议案》共20项议案。</p>	《证券时报》、《中国证券报》、巨潮资讯网，公告编号（2024-046号）
2024年10月22日第十一届董事会第四次会议	<p>审议通过《2024年第三季度报告》《关于计提信用减值准备的议案》《关于计提资产减值准备的议案》《关于处置非流动资产的议案》共4项议案。</p>	《证券时报》、《中国证券报》、巨潮资讯网，公告编号（2024-055号）
2024年11月4日第十一届董事会第五次会议	<p>审议通过《关于四川虹云新一代信息技术创业投资基金合伙企业（有限合伙）延期暨关联交易的议案》。</p>	《证券时报》、《中国证券报》、巨潮资讯网，公告编号（2024-061号）
2024年11月4日第十一届董事会第六次会议	<p>审议通过《关于授权公司副总裁汤有道先生代行总裁职责的议案》。</p>	《证券时报》、《中国证券报》、巨潮资讯网，公告编号（2024-065号）
2024年12月2日第十一届董事会第七次会议	<p>审议通过《关于公司检测中心技术能力提升的议案》《关于下属子公司四川长虹空调有限公司进行技术平台切换及制造系统能力提升项目的议案》《关于下属子公司中山长虹电器有限公司进行技术改造的议案》《关于下属子公司宏源地能热泵科技（中山）有限公司进行制造能力提升及扩能改造的议案》共4项议案。</p>	——
2024年12月11日第十一届董事会第八次会议	<p>审议通过《关于预计2025年日常关联交易的议案》《关于预计2025年公司及其下属子公司与四川长虹集团财务有限公司持续关联交易的议案》《关于对四川长虹集团财务有限公司风险</p>	《证券时报》、《中国证券报》、巨潮资讯网，公告编

会议	持续评估报告的议案》《关于确定 2025 年度公司对下属全资及控股子公司提供担保额度的议案》《关于公司利用自有闲置资金投资理财产品的议案》《关于公司向恒丰银行股份有限公司合肥分行申请 5.5 亿元人民币最高授信额度的议案》《关于召开 2024 年第三次临时股东大会的议案》共 7 项议案。	号（2024-067 号）
2024 年 12 月 18 日第十一届董事会第九次会议	审议通过《关于给予公司高级管理人员 2023 年度专项业绩奖励的议案》。	---
2024 年 12 月 31 日第十一届董事会第十次会议	审议通过《关于修订〈长虹美菱股份有限公司关于在四川长虹集团财务有限公司存贷款金融业务的风险处置预案〉的议案》。	《证券时报》、《中国证券报》、巨潮资讯网，公告编号（2025-001 号）

（二）董事会对股东大会决议的执行情况

报告期内公司召开了一次年度股东大会、三次临时股东大会，均采用了现场与网络投票相结合的方式，并对中小投资者的表决单独计票，为广大投资者参加股东大会表决提供便利，切实保障中小投资者的参与权和监督权。董事会依照《公司法》《公司章程》所赋予的职责及有关规定，本着对公司及全体股东负责的态度，认真规范地行使有关董事会的职权及股东大会授予的权限，坚决贯彻执行股东大会的决议，主要工作包括：

1. 关于公司对外担保相关事项

经公司 2023 年第三次临时股东大会审议通过，同意公司 2024 年度对下属全资及控股子公司、公司控股子公司对其全资子公司提供的担保额度合计为 524,500 万元。经公司 2024 年第一次临时股东大会审议通过，同意公司对下属全资子公司长虹空调向其供应商采购原材料提供总额不超过 60,000 万元。报告期内，公司董事会严格按照股东大会决议，结合子公司银行融资具体情况，规范实施担保行为。截至报告期末，公司及子公司未发生违规担保行为。

2. 公司 2023 年度利润分配方案实施情况的相关事项

报告期内，公司 2023 年年度股东大会审议通过了《关于公司 2023 年度利润分配预案》，同意公司实施 2023 年年度权益分派方案时以 2023 年 12 月 31 日的总股本为基数，向全体股东每 10 股派发现金红利 3 元（含税），不送红股，不以公积金转增股本。公司董事会严格执行股东大会决议和股东大会授权事项，公司于 2024 年 6 月 5 日发布了利润分配方案实施的公告，以 2024 年 6 月 12 日为股权登记日，会同中国证券登记结算有限责任公司完成了年度利润分配工作，共计派发现金红利 308,977,114.50 元。

3. 关于公司开展远期外汇资金交易业务的相关事项

报告期内，公司 2023 年度股东大会审议通过了《关于公司开展远期外汇资

金交易业务的议案》，同意公司及下属子公司于 2024 年 7 月 1 日-2025 年 6 月 30 日期间开展远期外汇资金交易业务，业务交易余额不超过 11.99 亿美元，单笔业务交割期间最长不超过 1 年。2024 年度，公司董事会严格执行上述股东大会决议和授权事项，在进行远期外汇资金交易业务时遵循合法、审慎、安全、有效的原则，所有远期外汇资金交易业务均以正常生产经营为基础，以具体经营业务为依托，防范汇率风险为目的，有利于防范进出口业务所面临的汇率风险，符合公司经营发展的需要，不存在任何投机性操作。

4. 关于公司自有闲置资金管理和使用情况

经公司 2023 年第三次临时股东大会审议通过，同意公司及下属子公司利用自有闲置资金不超过 15 亿元人民币（该额度可以滚动使用）投资产品；经公司 2024 年第一次临时股东大会审议通过，同意公司及下属子公司增加使用自有闲置资金不超过 18.5 亿元人民币（该额度可以滚动使用）进行投资购买产品期限在一年之内的安全性高、流动性好、低风险、稳健型的银行理财产品，授权期限自公司股东大会审议通过之日起一年内有效。报告期内，公司在股东大会规定额度内进行自有闲置资金投资理财产品，在保证日常经营运作资金需求、有效控制投资风险的前提下，提高了公司资金使用效益，增加公司现金资产收益，实现股东利益最大化。

6. 关于公司关联交易的相关事项

经公司 2023 年第四次临时股东大会审议通过，同意《关于预计 2024 年日常关联交易的议案》。报告期内，根据实际经营状况，针对日常关联交易额度预计不足等情况，公司召开董事会、股东大会审议通过《关于增加预计 2024 年日常关联交易额度的议案》，并及时对 2025 年拟发生的日常关联交易进行预计，保证公司正常稳定的经营，确保整体经济效益。

根据公司战略发展规划和经营需要，为满足公司中高端冰箱扩能、自有物流仓库扩建、未来家电家居一体化产业布局等需求，解决产业发展和资源紧缺问题，经公司第十一届董事会第三次会议、2024 年第二次临时股东大会审议通过，同意《关于收购合肥长虹实业有限公司股权暨关联交易的议案》。此外，公司根据基金投资实际情况进行调整，经第十一届董事会第五次会议审议通过了《关于四川虹云新一代信息技术创业投资基金合伙企业（有限合伙）延期暨关联交易的议案》。根据最新的监管要求及相关法规制度的变化，经第十一届董事会第十次会议审议通过，同意修订《长虹美菱股份有限公司关于在四川长虹集团财务有限公司存贷款金融业务的风险处置预案》部分条款，确保合作的合规性、稳健性。

报告期内，董事会严格执行股东大会决议，关联交易依据市场价格公平、合理地确定交易金额，不会对公司未来的财务状况、经营成果及独立性产生负面影响，不会损害公司及股东尤其是中小股东的利益。董事会对关联交易进行管理、审查、批准，控制风险，并督促经营层定期核查关联交易实际发生情况。截至本

报告期末，公司关联交易未发生超出年度预计额度的情况。

7. 股东大会授权的其他事项

报告期内，公司董事会根据《公司法》《证券法》等有关法律、法规和《公司章程》的要求，严格按照股东大会决议和授权，认真执行了其他各项股东大会决议。

(三) 董事会下设专门委员会、独立董事专门会议履职情况

委员会名称	成员情况	召开会议次数	召开日期	会议内容	提出的重要意见和建议	其他履行职责的情况	异议事项具体情况(如有)
战略委员会	吴定刚、钟明、雍凤山、寇化梦、赵其林、胡照贵、赵刚	3	2024年3月9日	审议《关于子公司四川长虹空调有限公司投资设立全资子公司的议案》共1项议案。	审议通过该议案并同意提交公司董事会审议。	不适用	无
			2024年3月18日	审议《关于公司2024年度发展规划的议案》共1项议案。	审议通过该议案并同意提交公司董事会审议。	不适用	无
	吴定刚、钟明、赵其林、易素琴、程平、方炜、程文龙		2024年10月8日	审议《关于收购合肥长虹实业有限公司股权暨关联交易的议案》共1项议案。	审议通过该议案并同意提交公司董事会审议。	不适用	无
审计委员会	洪远嘉、牟文、赵刚	7	2024年1月12日	审议《关于公司2023年度财务会计报表及内部控制审计时间安排的议案》《公司2023年度未经审计财务会计报表》共2项议案。	审议通过全部议案。	不适用	无
			2024年3月12日	审议《公司2023年度财务会计报表审计初稿》共1项议案。	审议通过该议案。	不适用	无
			2024年3月27日	审议《公司2023年度经审计的财务会计报告》《2023年内部控制审计报告》《关于信永中和会计师事务所从事2023年度公司审计工作的总结报告》《公司董事会审计委员会对会计师事务所2023年度履职情况评估及履行监督职责情况的报告》《关于变更2024年度财务报告、内部控制的审计机构的议案》《关于公司开展远期外汇资金交易业务的议案》共6项议案。	审议通过全部议案并同意将《公司2023年度经审计的财务会计报告》《2023年内部控制审计报告》《公司董事会审计委员会对会计师事务所2023年度履职情况评估及履行监督职责情况的报告》《关于变更2024年度财务报告、内部控制的审计机构的议案》《关于公司开展远	不适用	无

					期外汇资金交易业务的议案》共 5 项议案提交公司董事会审议。		
			2024年4月17日	审议《公司2024年第一季度财务报表》共1项议案。	审议通过该议案并同意提交公司董事会审议。	不适用	无
	牟文、吴定刚、赵其林、洪远嘉、程文龙		2024年6月18日	审议《关于聘任公司财务负责人的议案》共1项议案。	审议通过该议案并同意提交公司董事会审议。	不适用	无
			2024年8月5日	审议《公司2024年半年度财务报告》共1项议案。	审议通过该议案并同意提交公司董事会审议。	不适用	无
			2024年10月18日	审议《公司2024年三季度财务报告》共1项议案。	审议通过该议案并同意提交公司董事会审议。	不适用	无
薪酬与考核委员会	吴定刚、赵刚、牟文、洪远嘉	3	2024年3月18日	审议《2023年度公司董事及高级管理人员的薪酬考核与支付情况》共1项议案。	审议通过该议案并同意提交公司董事会审议。	不适用	无
	2024年5月29日		审议《关于确定公司第十一届董事会独立董事津贴标准的议案》共1项议案。	审议通过该议案并同意提交公司董事会审议。			
	洪远嘉、吴定刚、牟文、程文龙		2024年12月14日	审议《关于给予公司高级管理人员2023年度专项业绩奖励的议案》共1项议案。	审议通过该议案并同意提交公司董事会审议。	不适用	无
提名委员会	牟文、吴定刚、洪远嘉、赵刚	3	2024年5月29日	审议《关于对公司拟选举第十一届董事会非独立董事候选人资格审查的议案》《关于对公司拟选举第十一届董事会独立董事候选人资格审查的议案》共2项议案。	审议通过全部议案并同意提交公司董事会审议。	不适用	无
	程文龙、吴定刚、钟明、牟文、洪远嘉			2024年6月18日	审议《关于对拟聘任公司总裁资格审查的议案》《关于对拟聘任公司副总裁、董事会秘书、财务负责人资格审查的议案》共2项议案。	审议通过全部议案并同意提交公司董事会审议。	不适用

	程文龙、 吴定刚、 钟明、牟 文、洪远 嘉		2024年11月20日	审议《关于提议公司副总裁汤有道先生代行总裁职责的议案》共1项议案。	审议通过该议案并同意提交公司董事会审议。	不适用	无
ESG 管理 委员会	吴定刚、 钟明、赵 其林、寇 化梦、胡 照贵、牟 文	1	2024年3月18日	审议《公司2023年度环境、社会及公司治理（ESG）报告》共1项议案。	审议通过该议案并同意提交公司董事会审议。	不适用	无
独立董 事专门 会议	牟文、洪 远嘉、赵 刚	6	2024年3月18日	审议《关于增加预计2024年日常关联交易的议案》《关于公司2023年度利润分配预案》《关于公司对四川长虹集团财务有限公司的风险持续评估报告》共3项议案。	审议通过全部议案并同意提交公司董事会审议。	不适用	无
			2024年8月5日	审议《关于公司对四川长虹集团财务有限公司的风险持续评估报告》《关于增加预计2024年日常关联交易额度的议案》共2项议案。	审议通过全部议案并同意提交公司董事会审议。	不适用	无
			2024年10月8日	审议《关于收购合肥长虹实业有限公司股权暨关联交易的议案》《关于增加预计2024年日常关联交易额度的议案》共2项议案。	审议通过全部议案并同意提交公司董事会审议。	不适用	无
	牟文、洪 远嘉、程 文龙		2024年11月1日	审议《关于四川虹云新一代信息技术创业投资基金合伙企业（有限合伙）延期暨关联交易的议案》共1项议案。	审议通过该议案并同意提交公司董事会审议。	不适用	无
			2024年12月7日	审议《关于预计2025年日常关联交易的议案》《关于预计2025年公司及下属子公司与四川长虹集团财务有限公司持续关联交易的议案》《关于对四川长虹集团财务有限公司风险持续评估报告的议案》共3项议案。	审议通过全部议案并同意提交公司董事会审议。	不适用	无
			2024年12月28日	审议《关于修订公司〈关于在四川长虹集团财务有限公司存贷款金融业务的风险处置预案〉的议案》共1项议案。	审议通过该议案并同意提交公司董事会审议。	不适用	无

2024年，公司全体董事恪尽职守、勤勉尽责，积极主动关注公司经营信息、财务状况、重大事项等，对提交董事会审议的各项议案，均深入讨论，各

抒己见，为公司的经营发展建言献策，作出决策时充分考虑中小股东的利益和诉求，切实增强董事会决策的科学性，推动公司生产经营各项工作持续、稳定、健康发展。

七、2025 年主要工作计划

1. 进一步提升规范化治理水平。公司董事会将积极关注最新修订的法律法规、规章制度，及时向董事、监事、高级管理人员传达监管部门的监管精神和理念，确保公司规范高效运作，提升公司治理水平。同时，公司将结合生产经营的实际情况，持续完善内部控制体系建设，强化合规风控管理，进一步提高管理效率，提升经营管理质量，不断提高公司核心竞争力、盈利能力和全面风险管理能力，保障公司健康、稳定可持续发展。

2. 充分发挥董事会职能。董事会按照《公司章程》和《董事会议事规则》的规定，积极组织公司董事会的定期会议和临时会议，加强会议议案管理，确保议案会前论证充分，提高会议决策效率和决策水平。严格执行股东大会各项决议，积极推进董事会各项决议实施，同时充分发挥独立董事在公司经营、决策、重大事项等方面的监督作用，促进公司的规范运作和健康发展，更好地发挥独立董事和董事会各专门委员会的职能，为董事会提供更多的决策依据，提高董事会的决策效率，提升公司的管理水平。同时，将继续提升董事履职能力，积极组织董事、监事、高级管理人员等参加相关法律法规培训及规章制度的学习，提高相关人员法律意识和工作的规范性。

3. 强化投资者关系管理，重视股东回报。公司高度重视投资者关系管理，积极通过投资者互动易平台、网上业绩说明会、投资者电话专线、投资者现场调研交流等多种渠道加强与投资者的沟通联系，增进投资者对公司内在价值的了解，建立公司与投资者之间长期、稳定的良好关系，从而坚定投资者信心，切实保护投资者尤其是中小投资者的切身利益。同时，高度重视对投资者的合理投资回报，董事会根据监管规定、《公司章程》和《关于公司未来三年（2024 年-2026 年）股东回报规划》等文件，结合公司所处发展阶段和资金投入状况，严格执行利润分配政策尤其是现金分红政策的具体安排和实施，统筹公司可持续发展与股东回报的动态平衡，分享企业成长与发展成果，提升广大投资者的获得感。

4. 合规信息披露。公司董事会将继续严格按照《公司法》《证券法》《深圳证券交易所股票上市规则》等法律、法规、规范性文件和《公司章程》的要求，履行上市公司信息披露义务，增强信息披露的真实性、准确性、完整性、及时性、公平性，进一步提升信息披露质量。

长虹美菱股份有限公司 董事会

二〇二五年四月一日