

长虹美菱股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2025-12

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	博时基金：张锦
时间	2025 年 6 月 5 日
地点	公司行政二号会议室
上市公司接待人员姓名	副总裁兼董事会秘书：李霞 证券事务经理：吕明
投资者关系活动主要内容介绍	1. 请介绍下公司 2025 年经营计划 答：2025 年，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。 2. 请问 2025 年贵司美菱海外冰箱业务怎么去推动？ 答：2025 年公司冰箱海外业务，将坚持产品主义，紧密把握全球消费需求升级趋势，加大“大容积、多温区、高能效、低噪音”等产品研发创新力度；提升营销力，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；强化内外协同，在规模效应、研发能力、产品资源等层面深化协同；加速品牌出海，基于 ODM 业务基础加速品牌业务的发展。 3. 请简要介绍下 2025 年公司海外空调产业的市场策略 答：公司空调海外市场方面，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。 4. 请简要介绍下 2025 年公司国内空调产业的市场策略 答：公司空调国内市场方面，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。 5. 请简要介绍下 2025 年公司海外冰洗产业的市场策略 答：公司冰洗海外市场方面，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。 6. 请问公司创新能力包括哪几个方面 答：公司将以创新驱动引领产业发展，通过围绕技术创新、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。 7. 请问公司海外空调投建产线对公司的影响有哪些 答：随着公司海外空调业务规模持续发展，公司下属子公司
--	---

	中山长虹目前产能已达饱和状态，且受生产场地限制，难以进一步扩建。本次中山长虹投资建设单班年产 400 万套空调项目，是深化公司产业布局的重要战略举措。项目投产后，将直接提升中山长虹的空调生产能力，有效满足公司空调产业未来海外空调销售的产能需求，助力打造一体化智能制造示范基地，及时应对客户的定制化订单需求，确保生产制造的高效性，保证产品的高质量标准，进而提升公司空调业务的市场竞争力与客户满意度。
附件清单（如有）	无
日期	2025 年 6 月 5 日