

长虹美菱股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2025-14

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	中信资管：唐莹、张力琦、肖云凯、鲍明明、卢华权
时间	2025 年 6 月 26 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 证券事务主管：肖莉
投资者关系活动主要内容介绍	1. 请简要介绍 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。 2. 请简要介绍公司产品能力 答：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。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，通过“研产销”深度协同实现技术创新与市场需求的双向赋能，全面拉通价值链、业务链。冰箱产品方

	面，聚焦“鲜、薄、窄、嵌、智”五大创新维度，相继发布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、全新一代无忧嵌系列冰箱、零平嵌多门系列冰箱等，满足消费者差异化和换新升级需求。空调产品方面，持续聚焦“全无尘、客餐柜”两张产品名片，推出Q7D“全无尘·自由风”挂机空调等重点产品，强化“熊猫懒”爆品策略。洗衣机产品方面，在平嵌、大容量趋势下，进一步夯实腰部精品布局，滚筒方面布局“蓝氧如手洗”洗衣机和蓝氧烘护机，形成如手洗系列矩阵，从洗-漂-烘-护逐层向上打造产品名片；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。 3. 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。 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。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。
附件清单	无
日期	2025 年 6 月 26 日