

证券代码： 002677

证券简称：浙江美大

## 浙江美大实业股份有限公司 投资者关系活动记录表

编号:2022-002

投资者关系活动类别	<input type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input checked="" 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	参加浙江美大 2021 年度网上业绩说明会的全体投资者
时间	2022 年 4 月 26 日 15:00-17:00
地点	全景·路演天下 (https://ir.p5w.net)
上市公司接待人员姓名	董事长夏兰、副总经理钟传良、副总经理王培飞、独立董事张美华、董事会秘书徐红
投资者关系活动主要内容介绍	<p><b>1、 请问钟传良先生主管什么？</b> 答：您好，钟传良先生主管市场营销工作。谢谢！</p> <p><b>2、 请问推进多渠道建设由谁主管？</b> 答：您好，公司营销工作由副总经理钟传良先生主管。谢谢！</p> <p><b>3、 综合家电和传统家电厂商对集成灶行业的加急下，公司未来业绩会有什么影响，会打价格战吗？如果有效应对？ 除了集成灶，洗碗机也是一个有着高增速的产品，渗透率不高，单价高，能创造的营收也高，高毛利也是高净利率的保证。和松下合作开发的洗碗机我并没有在网店上找到产品。随着友商在布局 10 万台洗碗机的项目和同行营收高增速的压力下，公司对洗碗机等周边产品发力上会有什么强有力的措施吗？</b></p>

答：集成灶行业目前正处快速发展阶段，随着传统家电品牌、厨电品牌企业的进入，会加剧行业的竞争。公司在技术、产品、渠道、品牌等方面具有众多优势，特别在技术创新、产品研发上始终走在行业前列，保持领先地位，因此对未来行业的竞争充满信心。集成灶行业发展前景广阔，我们相信集成灶行业不应该出现价格战，我司也不会参与价格战。我司坚持以做品质做品牌为目标，努力提升公司业绩和品牌价值。同时希望行业有序良性竞争，共同把集成灶行业做大做强。

公司早几年就已推出洗碗机产品，并已作为一个重要品类推进，目前发展趋势很好。与松下合作的洗碗机产品线上网点正在上线过程中。未来公司将继续大力推进集成水槽洗碗机品类的市场推广和销售，并取得快速增长。同时加大研发投入，积极研发拓展与主业相关的上下游产业和产品，进一步延伸产业链，在技术升级、新品开发、品类拓展等方面继续保持行业领先地位。谢谢！

**4、随着综合家电企业和传统厨电企业加入竞争，公司管理层对业绩的影响有什么判断，应对策略有什么安排？除了集成灶，洗碗机也是一个有着高增速的产品，产品的渗透率不高，单价高，能创造的营收也高，高毛利也是高净利率的保证。随着友商在布局 10 万台洗碗机的项目。随着友商营收的高增速压力下，美大有没有将洗碗机作为一个新增长点。我在网上都没有找到公司和松下合作的洗碗机产品在销售。在洗碗机等周边产品的发力上有什么规划吗**

答：您好，公司将坚持发展战略，继续扎实做好公司主业的经营和发展，通过加大技术创新，加快新品研发，丰富产品线。特别加大和加强市场和品牌建设投入，大力开发和优化多元化营销渠道，持续推进线上线下融合发展，进一步提升品牌知名度和市场覆盖面，实现销量的快速提升。大力做好市场维护和售后服务，赢得市场的良好口碑。同时通过技术创新、产品优化、迭代升级，提升生产效率等措施，持续实现良好的经营业绩。

目前公司产品已涵盖集成灶、集成水槽、电蒸箱、电烤箱、蒸

烤一体机、洗碗机、净水器、热水器、橱柜、衣柜等厨电和家居系列产品。公司早几年就已推出洗碗机产品，并已作为一个重要品类推进，目前发展趋势很好。与松下合作的洗碗机产品线上网点正在上线过程中。未来公司将继续大力推进集成水槽洗碗机品类的市场推广和销售，并取得快速增长。同时加大研发投入，积极研发拓展与主业相关的上下游产业和产品，进一步延伸产业链，在技术升级、新品开发、品类拓展等方面继续保持行业领先地位。谢谢！

**5、公司面对越来越多的新的竞争者，在研发上、成本控制上、销售渠道上都有一定的优势，可销售价格上并不具有明显优势。在竞争愈发激烈的大环境下，公司如何一直保持持续的竞争力和所谓的护城河？公司是否对渠道上和品牌力上加大投入（让利以及加大品牌广告费用）**

答：公司将坚持发展战略，继续扎实做好公司主业的经营和发展，通过加大技术创新，加快新品研发和迭代，丰富产品线。特别加大和加强市场和品牌建设投入，大力开发和优化多元化营销渠道，持续推进线上线下融合发展，进一步提升市场覆盖面，促进销量的快速提升。同时大力做好市场维护和售后服务，赢得市场的良好口碑，进一步提升公司的核心竞争力。谢谢！

**6、公司的销售费用 2 个多亿，为何不与分众传媒合作，我想在当前阶段，市占率很重要。而作为梯媒中的王者，其广告的精准度和品牌效应要远远好于其他媒体。**

答：您好，现在宣传媒体形式很多，公司已在央视、高铁列车、高铁站、高速路牌、网络媒体、新媒体均有投放广告宣传，公司将持续优化投放形式，以达到品牌效应的最大化，谢谢您的建议！

**7、根据公司 2017~2021 年报，预收款项和合同负债下的预收货款科目分别为 1.3 亿、1.33 亿、0.8 亿、0.82 亿、0.95 亿，2017~2021 同期营业收入从 10.26 亿增长至 21.63 亿，预收款并未随着营收增长**

同向增长，请问造成预收款与营收走势不一致的原因是什么？

答：集成灶已越来越被消费者所接受，市场渗透率逐年提高，公司营收规模不断扩大。随着公司技改投入的增加，生产自动化、智能化程度的不断提升，产能、销售规模不断扩大，客户订货到实际交货的周期也在不断的缩短，因此，客户不用再花费大量的预付款来保证提货周期。

**8、根据公司 2020、2021 年报，合同负债下的预提返利科目，2019 年 4068 万，2020 年 6081 万，2021 年 3413 万。对应 2020 年和 2021 年同比为 49.48%和-43.87%，请问造成最近三年预提返利金额较大幅波动的原因是什么？是否代表经销商在 2021 年度经营遇到困难或公司返利政策有较大调整？**

答：公司每年度针对客户均有返利政策，并且在年度内按客户实际业绩等情况进行返利兑现，只是每个年度的日常兑现返利速度有所不一。年末计提的返利，是指年度内尚需兑现的返利余额。谢谢！

**9、1.关于 110 万台套智能制造基地问题，财报披露 19 年 12 月一期项目已经投产，21 年年末在建工程只有 297000，请问这个项目是否已经完全投产？产能利用率如何？ 2.财报披露 21 年集成灶零售量同比增速 28%，零售额同比增长 41%，公司的销售增长落后于行业平均增速，请管理层解释一下原因？以及如何应付火星人等同行竞争？**

答：您好，110 万台扩建项目一期项目已投产，达产后将新增产能 30 万台，目前该产能在逐步释放中。2021 年公司财报披露的公司营收增长率与奥维云网数据显示的零售额增长率是两个不同的统计口径，公司的营收均以出厂价计算，而奥维云网数据以零售价计算，包括友商线上业务以零售价计算，公司增长保持行业增长水平，没有落后于行业平均水平。公司继续扎实做好主营业务及上下游产业拓展，通过持续加大技术创新和产品迭代，加快多元化营销渠道建设和市场维护，扩大市场覆盖面，多通路提升销量，实现良好业绩，

进一步提升公司的核心竞争力。谢谢！

**10、请问 2021 年公司经销商和门店累计数量多少？**

答：2021 年，公司累计经销商 1900 多家，累计终端门店 3800 多个。

**11、有几个问题想要请教下各位高管，谢谢。1.贵公司 2021 年集成灶销量为多少万台？2.洗碗机业务进展怎么样，有什么样的远期规划？3.2021 年贵公司线上业务收入占比情况和增长情况怎么样？4.贵公司现有集成灶产能为多少？5.个人认为现在市场比较担心贵公司的开拓精神不够强，贵公司有没有考虑进行股权激励缓解市场的担心？**

答：您好，2021 年公司集成灶销量 40 万台，洗碗机业务发展较快，公司已作为一个重要品类推进，目前与松下合作的新款洗碗机正在网上上线。未来公司将继续大力推进集成水槽洗碗机品类的市场推广和销售，并取得快速增长。电商渠道占比 10%，同比增长 137.3%。公司产能 55 万台，110 万台扩建项目一期项目达产后将新增产能 30 万台，目前该产能在逐步释放中。公司团队人员勤勉尽职，开拓精神强，工作高效有活力，具有很强的凝聚力和向心力，满足市场和公司发展的需要。公司于 2016 年和 2017 年对关键管理人员、核心业务人员实施了股权激励，后续公司会根据企业的长远发展和实际情况，决定是否实施股权激励计划，谢谢！

**12、你好，请问今年一季度应收账款大幅增加的主要原因是什么？4 月份的上海疫情是否会对公司经营产生不利影响？**

答：您好，应收帐款问题主要系公司采用“先款后货”的销售模式，同时根据客户的采购规模、历史回款情况和合作时间等因素，给予部分客户一定的信用期限的账期金额。疫情对我司有影响，主要物流运输不畅，公司无法正常发货，终端销售、产品安装受影响。疫情是暂时的，我们相信疫情很快会过去，谢谢！

**13、22 年 Q1 受疫情影响大吗？**

答：您好，疫情对我司影响较大，主要物流运输不畅，公司无法正常发货，影响终端产品销售和安装。当然疫情是暂时的，我们相信疫情很快会过去，谢谢！

**14、领导，您好！我是大决策杨翠连 公司集成灶销售地区是否有向辐射三、四线城市下沉。**

答：您好，公司集成灶销售已覆盖三四线城市下沉，谢谢！

**15、集成灶行业有没有生产标准啊，公司作为龙头老大哥在市场上有没有定价权。**

答：集成灶行业有国家标准和行业标准，公司是这些标准的主要起草单位，公司在行业产品定价上具有巨大的影响力，谢谢！

**16、公司的集成灶产品相比市场这么多品牌竞争者有何优势？**

答：公司的集成灶产品与现有集成灶厂家产品相比，在研发技术、制造工艺、品种、款式、品质等方面具有全面的领先优势。谢谢！

**17、请问公司的线上平台销售情况如何？未来会继续加大线上平台的建设运营吗？**

答：2021 年公司线上平台销售情况很好，同比增长 137%，未来将继续加大线上推广力度，加强资源推广投入，同时丰富产品线，提升产品竞争力，加强线上线下的融合发展，实现线上业务的快速增长。谢谢！

**18、我们 2022 年产能扩建情况怎么样，目前 55 万台产能，产能率和产销率是多少呢？对于老板电器入局，是否会增加应收账款和降低毛利率进行竞争呢？**

答：公司产能 55 万台，产能和产销量基本匹配。公司继续通过技术创新、产品迭代、市场创新、销量提升以及管理创新等措施提升企业竞争力。谢谢！

**19、公司的产品广告似乎不多，相比较市场上各种集成灶产品的广告推广，公司的推广策略是什么？**

答：公司在央视、高铁列车、高铁站、高速路牌、网络媒体、新媒体均有投放广告宣传，公司将进一步加大新媒体以及分众传媒的投

放力度，谢谢！

**20、面对竞争对手的竞争时，在对外宣传时为什么不说明自己是集成灶发明者，这应该对其他对手是最大的竞争优势？**

答：公司是集成灶的发明者，也是行业的开创者和缔造者，公司将继续以技术创新、产品创新、市场创新，继续引领集成灶行业的发展。谢谢！

**21、原材料价格持续上涨对公司有何影响？如何控制生产成本？**

答：如原材料价格持续上涨对我司生产成本产生一定影响，我司将通过产品创新、技术升级、生产效率提升、管理精细化等措施进行内部消化，以保持稳定的毛利率水平。谢谢！

**22、2021 年公司将在扩大美大品牌经销商网络的同时推进天牛品牌招商，加快建设、完善美大、天牛两个 品牌的市场营销网络，实现千家新增经销商和千家新增终端门店的“双千目标”。这是公司 2020 年年报规划 2021 年的计划，实际上达成情况不足一半，请问公司有什么解释么？**

答：2021 年新增经销商 300 多家，新增终端门店 900 多个，随着市场的发展，我们对招商加盟的要求也在不断的提高，重点提升网络质量。公司将继续推进经销商网络的招商和优化，谢谢！

**23、公司 110 台套产能一期已经投产 30 万，财务上在建工程体现很少？是否意味着其余 80 万台产能尚未开始建造？**

答：公司 110 台套扩建项目土建工程已全部完成，一期项目已投产。后续几期仅为生产设备的投入，公司将根据市场发展分期投入。谢谢！

**24、公司产品，配给新房和二次改造的各占什么比例？**

答：公司产品中新房占比约 95%，更新换代和旧厨房改造占比约 5%。谢谢！

**25、国际市场的研发、开拓情况，请介绍一下？**

答：目前公司产品已出口马来西亚、越南等国家。但由于国外烹饪和饮食习惯的差异性、建筑结构、市场准入等条件的限制，因此市场覆盖面较低，对此公司也正从新品开发等方面积极寻求突破，努力拓展国际市场。谢谢！

**26、公司的企业文化具体体现在哪些方面？**

答：公司的企业文化主要包含精神文化、制度文化、行为文化、物质文化，其核心为：人大美大、情在美大、志在美大、赢在美大！谢谢！

**27、相比较传统行业，公司的净利润之高依旧保持。为啥该行业、或集成灶产品各大上市公司不打价格战呢？**

答：目前集成灶行业整体市场规模还不大，与传统家电产品相比需进行长期的市场推广和培育，品牌的市场投入也很大，因此有较高的毛利率才能保持公司健康持续发展。谢谢！

**28、2021 年公司的销售费用较上年同期增加 22.15%，主要是广告宣传促销费增加，今年相关费用还会继续增加吗？市场投入的重点会侧向哪方面？**

答：您好，2021 年销售费用增加主要是广告宣传投入力度加大，今年将继续加大这方面的投入，谢谢！

**29、疫情及贸易影响，公司的产品出口运输情况如何？**

答：您好，由于国外烹饪和饮食习惯的差异性，以及建筑结构、市场准入等条件的限制，目前国际市场覆盖率较低，所以疫情对产品出口影响不大。谢谢！

**30、市场竞争太激烈，请问，公司如何保持领先？**

答：您好，公司继续扎实做好主营业务及上下游产业拓展，通过持续加大技术创新和产品迭代，加快多元化营销渠道建设和市场维护、售后服务，扩大市场覆盖面，多通路提升销量，实现良好业绩，进一步提升公司的核心竞争力。谢谢！

**31、既然公司没有股份回购计划，希望公司在股东大会后迅速实施**



现金分红计划，以便我们股东自己利用分红，在美大估值如此低估的情形下，实施自己的股份回购，谢谢！

答：您好，按规定在股东大会审议通过后二个月内实施分红，目前具体分红时间尚未确定，请关注公司相关公告，谢谢！

**32、公司如何看待老板电器进入集成灶行业？**

答：您好，传统厨电龙头企业进入集成灶行业，说明认可集成灶产品、认可集成灶行业，对集成灶市场看好。市场是开放的，竞争是正常的，市场也是在竞争中不断的发展壮大。公司在技术、产品、渠道、品牌等方面具有众多优势，特别在技术创新、产品研发上始终走在行业前列，保持领先地位。未来公司坚持以做品质做品牌为目标，努力提升公司业绩和品牌价值。同时希望行业有序良性竞争，共同把集成灶行业做大做强。谢谢！

**33、明星代言人的选择已经成为许多品牌商家的噩梦，公司早些年是吕良伟吧，后来好像是公司老板，未来有计划人选吗？**

答：公司早几年聘请了张家译先生为形象代言人，目前还没有这方面的计划和合适人选，谢谢！

**34、我们线上销售不是直营的话与当地经销商是如何合作分工的呢？**

答：公司线上渠道销售产品由线下经销商进行安装服务，由线上运营商给予经销商安装服务费用，谢谢！

**35、请问，公司的线下渠道布局情况如何？**

答：公司线下渠道以专卖店为主，同时不断开拓家电 KA 渠道、下沉渠道、整装、家装、工程等渠道，实现渠道多元化发展，谢谢！

**36、厨房全系列产品中，除了集成灶以外，近几年对公司利润、未来公司觉得可以快速增长的产品有哪些？**

答：公司厨房全系列产品中除了集成灶产品以外，未来几年将大力推进集成水槽洗碗机品类的市场推广和销售，并取得快速增长，谢谢！

**37、领导你好，请介绍一下 110 万台扩建项目的进展？**

答：公司 110 万台套扩建项目土建工程已全部完成，一期项目已投产。后续几期仅为生产设备的投入，公司将根据市场发展分期投入。谢谢！

**38、公司宣传广告似乎不易见到，但是产品市占率依旧是行业龙头，该行业公司众多，市场空间依旧巨大，公司的未来发展战略如何？**

答：公司在央视、高铁列车、高铁站、高速路牌、网络媒体、新媒体均有投放广告宣传，集成灶行业发展空间巨大，公司将继续以品牌建设、技术创新、渠道建设为重点，保持公司的竞争力和领先优势，谢谢！

**39、今年一季度的毛利率，明显低于过去几年同期（2019 年及之前），是什么原因？降价了吗？**

答：您好，原材料价格持续上升，以及阶段性委托代工产品相对低毛利率影响，产品价格保持稳定。谢谢！

**40、除了集成灶产品，公司还有哪些厨房小家电？**

答：您好，公司除了集成灶产品外，还有集成水槽、电蒸箱、电烤箱、蒸烤一体机、洗碗机、净水机、热水器、橱柜、衣柜等厨电和家居系列产品。谢谢！

**41、夏鼎先生的持股 3 月份 2 次卖出，是啥情况啊？要给投资人点信心**

答：您好，夏鼎先生没有减持过股份。谢谢！

**42、各位领导，您好。在抖音上，目前美大搜索到两个官方抖音号：1) 美大集成灶（粉丝较多 34w） 2) 美大集成灶官方旗舰店（直播使用，但粉丝很少 1w）。最早一直找到第一个，没找到第二个直播号。不知道公司怎么考虑这两个抖音号的发展规划？是否有考虑融为一个，便于提高客户转化率？另外，能否在公司官网列出各个相关账号的官方链接？谢谢。**

答：您好，公司线上销售由第三方运营，因此运营商又注册了多个抖音直播帐号每天进行 12 小时抖音直播，谢谢！

**43、天牛品牌，推出 2 年多了吧，每次在年报中含糊其词，没有具体数据，究竟做的怎么样了，能不能详细的给披露一下？**

答：公司推出天牛品牌以来，已发展经销商 300 家，已开设门店 150 个，今年计划新招经销商 100 家。谢谢！

**44、品牌宣传建议方面，公司要注重消费者心智，就好像一说到空调就会想到格力。线上方面，为什么还要依靠第三方呢？**

答：您好，公司线上销售委托第三方运行，主要考虑电商运行的专业性，公司委托的第三方具有专业团队力量和运营经验。谢谢！

**45、根据公告公司持有 5 亿的中融的信托产品,有一些 2020 年购买 2021 到期的信托产品到期日第二天就进行了续购,请问该笔资金是从中融返回到美大账户继续续购还是根本没有回美大账户直接续购？鉴于中融其它产品兑付情况,公司如何保证资金安全到期可兑付？**

答：您好，公司续购的中融信托产品均是到期资金到账后再行购买的。公司购买该信托产品是经过认真审慎考量，并确保资金安全的前提下进行的，如评估发现存在可能影响公司资金安全的风险因素，公司会及时采取相应措施，控制投资风险。谢谢！

**46、公司在技术研发，品牌营销，生产制造，财务稳健等方面有很大优势。但了解公司的经营理念与经营策略，除了调研机构外，普通投资者目前主要通过官网，年报等文字途径。在网上很少搜索到公司领导的相关视频宣传与访谈，不知道后续有没有这方面的安排规划？**

答：我司在网上也有不少公司领导访谈的相关视频，后续将继续有这方面的安排。谢谢！

**47、2021 年公司集成灶销量 40 万台。公司产能 55 万台，110 万台扩建项目一期项目达产后将新增产能 30 万台！按这个理解公司的产能利用率为  $40/55=72.7\%$ ，也就是说产能不是问题的，公司营收却被对手甩在后面，得赶快动作啊！**

答：您好，目前 110 万台扩建项目的一期项目产能仍在释放阶段，没有完全满产。公司 2021 年实现营收 21.64 亿元，均以出厂价计算，而友商线上销售部分以零售价计算，如按出厂价计算，实际我司营收高于友商。公司 2021 年加大抖音、小红书新媒体投入，在抖音、天猫、京东等多个直播平台开设多个帐号，开展产品直播；同时加强苏宁、京东、拼多多等其他平台的开发，加大推广资源的投入，市场关注的电商渠道和 KA 渠道 2021 年都取得了快速增长。谢谢！

**48、面对目前被火星人超越的局面，你们有什么具体的对策吗？**

答：您好，2021 年公司实现营收 21.64 亿元（均以出厂价计算），较上年同期增长 22.19%，实现净利 6.65 亿元，较上年同期增长 22.28%，实现了良好的经营业绩。同行友商的营收中电商和直营店占比高，这部分收入是按照零售价口径计算，如按出厂价计算，实际我司营收高于友商。未来公司将继续深化研发，技术创新，产品升级、加强管理，加大市场投入，加快多元化渠道发展，巩固行业龙头地位。谢谢！

**49、公司集成灶的未来使用场景能介绍一些吗？公司未来的集成灶产品，研发规划方向有哪些？**

答：您好，集成灶使用场景适合所有中国厨房家庭，地区差异化不大。未来集成灶产品的研发方向主要是物联网化、智能化方向。谢谢！

**50、您好 阶段性委托代工产品是指什么意思？**

答：由于公司开发周期原因，公司部分产品临时性委托加工，谢谢！

**51、产能不是问题，资金更不是问题，但目前却被对手不断挤压，营收已被人家超越！究竟是哪里出了问题？战略？团队能力？还是营销策略？**

答：2021 年公司实现营收 21.64 亿元（均以出厂价计算），实现净利 6.65 亿元。同行友商的营收中电商和直营店占比高，这部分收入

	<p>是按照零售价口径计算。如按出厂价计算，实际我司营收高于友商企业。根据产业在线数据，公司市占率达 20% 以上，继续保持行业龙头地位。公司继续扎实做好主营业务及上下游产业拓展，通过持续加大技术创新和产品迭代，加快多元化营销渠道建设和市场维护，扩大市场覆盖面，多通路提升销量，实现良好业绩，谢谢！</p> <p><b>52、您好公司以后加大工程渠道，还会坚持先款后货的原则吗？</b> 答：由于工程渠道的特殊性，因此后续将实行分期付款原则，谢谢！</p> <p><b>53、公司相比行业其它公司，增速慢，如何不加大营销？</b> 答：2021 年公司实现营收 21.64 亿元（均以出厂价计算），较上年同期增长 22.19%，实现净利 6.65 亿元，较上年同期增长 22.28%，实现了良好的经营业绩，保持了较高的增长水平。同时友商基数比较低，所以增幅看起来较高，实际增长比我司低。公司将市场营销工作作为重中之重，后续将持续加大和加强营销投入建设力度，同时持续做好市场维护和售后服务，赢得良好的口碑，实现销量的快速提升。谢谢！</p> <p>（因网上交流投资者未签署《承诺书》，此次投资者关系活动中，公司不存在泄露重大未公开信息的情况）</p>
附件清单（如有）	无
日期	2022 年 4 月 26 日

