

证券代码：003023

证券简称：彩虹集团

成都彩虹电器(集团)股份有限公司

投资者关系活动记录表

编号：2024-001

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（请文字说明其他活动内容）
活动参与人员	参与单位名称及人员姓名： 1、西南证券股份有限公司：龚梦泓 方建钊 2、中欧基金管理有限公司：宋星琦 上市公司接待人员姓名： 1、董事/副总经理/财务总监：刘群英 2、董事会秘书/副总经理：张浩军 3、证券事务代表：倪帆
时间	2024年4月25日 15:15-16:30
地点	在成都市武侯区武侯大道顺江段 73 号召开腾讯视频会议
形式	网络会议交流
交流内容及具体问答记录	<p>公司介绍了基本情况，就本次调研涉及的问题进行了沟通回复，具体如下：</p> <p>1、回顾一下公司 2023 年全年以及 2024 年 Q1 的情况，公司目前两个板块的业务各自的发展情况（包括主要的产品，市占率，强势区域等）？</p> <p>2023 年公司经营业绩保持健康稳定增长，两大主营业务虽然存在季节性，但淡旺季优势互补、协同支撑。各季度收入较上年同期均有增长，冬季取暖产品主销时段的第一、四季度收入增长相对较高，全年以电热毯为代表的柔性取暖产品销售收入同比增长 14.42%。2024 年一季度，公司</p>

实现营业收入 3.15 亿元，增长 14.39%。

冬季电热柔性取暖产品主要包括电热毯，电热暖手器、暖身贴、可穿戴发热产品、其他小型取暖产品，以长江沿线及以南区域为重点在全国范围内销售，上一年度，该类产品占公司营业收入比重约 65%。公司是在国内最早从事电热毯产品生产销售的厂家，研发、技术、管理、渠道、品牌等方面的优势确保公司在电热毯行业的龙头地位，市占率居于首位。

家卫杀虫产品主要包括电热蚊香液、蚊香片、气雾杀虫剂、盘香等行业四大金刚产品，除此之外，还包括驱蚊片、驱蚊液、驱蚊贴、驱蚊网等户内外驱虫灭蚊用品。家卫杀虫行业从业企业较多，品牌的区域化特征较为明显，公司以西南市场为重点，销售区域辐射全国，重点单品的销量排在行业前列。从收入贡献来看，公司该类产品销售以四大金刚产品为主，全系产品 2024 年营收占比约 33%左右。

2、公司 2024 年一季度净利率较同期增加，除收入增长外，销售费用比下降也是重要原因，请问公司 2024 年度控制费用方面有什么举措，是否将长期开展？

2023 年公司发出“增收节支、降本增效、开源节流”为主题的全员价值创造活动号召，当年实施效果不错。2024 年度将继续深入开展，努力深耕市场增加收入，市场费用根据实际情况科学、谨慎投入，控制费用比；加强成本环节的管理控制，降低成本；同时持续开展提“金点子、合理化建议”等群众性活动，向管理要效益，增强企业盈利能力。该项活动公司将长期开展，形成常态化。

3、电热毯市场怎么样？现在的发展趋势怎么样？更新换代周期如何？

电热毯市场总体容量保持稳定，其发展有消费升级以及速度快慢等客观因素影响，还与企业主动创新、引领消费的能力有关。除品质和价格外，绿色环保、多功能、智能化、高端化、个性化是产品发展的重要方向。近年来，公司不断技术进步、创造创新，赋予产品更多功能与内涵。在驱寒保暖基础上，发展除螨、抗菌抑菌、消臭除臭、局部空气质量改善、睡眠健康管理等功能性产品，满足差异化的消费需求。同时，推出可水洗电热毯、水暖毯等产品，市场广泛接受和认可。与此相关的，如智能发热背

心、发热围巾，智能暖腰、暖腹系列穿戴发热产品不断丰富，家暖产品阵营持续扩大。

电热毯有很高的安全性能要求，标准规定安全使用年限为6年。因此我们建议并要求在使用期限届满时电热毯产品做更换处理。国务院印发《推动大规模设备更新和消费品以旧换新行动方案》，国家有关部委陆续出台配套方案、通知及要求。公司将以此为契机，结合产品安全使用年限推荐标准要求，以提升消费安全、消费舒适度为重点，广泛宣传，推动产品更新换代。在已有的以旧换新活动基础上，优化业务流程提升便利性，提高优惠力度，推动消费品以旧换新持续深入开展。

4、请介绍一下目前卫生杀虫用品市场的情况？

卫生杀虫用品行业产品以气雾剂、灭蚊片、灭蚊液、盘香四大金刚为主，产品应用逐步扩展到户外，传统的片、液地位稳固，户外适用的贴、网、喷雾、涂抹防护产品渐次兴起。环境友好、安全健康、生态环保、高品质、高端化是家用卫生杀虫行业的发展方向。庞大的消费人口基数为行业发展奠定了基础，目前在国内已形成较完整的产业化体系，市场规模大。行业品牌分布呈地域性特征，头部企业区域优势明显，难以形成全国性的具有绝对优势地位的领导品牌。

行业实行生产许可证、产品登记证“双证”管理制度，研发、生产、试验等方面对企业资质和能力的要求，构筑了行业准入的基本壁垒。2023年，主管部委启动农药管理条例相配套的五个规章修订工作，监管更趋严格，这对行业企业提出了更高的要求。在天然环保方面提前布局，储备相关技术的企业将获得突出的发展优势。

据行业统计，家卫产品出口多局限于气雾剂和蚊香，出口数量虽有增长，但增长幅度较小，金额偏低，出口目的地靠前的是东南亚、南美地区。

5、公司年报显示电热毯为代表的柔性取暖产品电热毯的均价下行，卫生杀虫类产品的均价有所提升，原因是什么？公司各个渠道的利润率水平怎么样？

2023年公司产品定价政策保持稳定，年报显示大类产品均价波动主要系产品销售结构、渠道结构变化所致。年度内，线上产品销售综合毛利率高于线下。

6、以电热毯为代表的柔性取暖产品和驱蚊杀虫类产品的销售渠道有什么区别？各主要产品渠道销售占比及发展趋势？

公司以经销模式为主，主要分为线下和线上销售。线下客户包括全国性地区性商超、连锁门店，各区域渠道经销商。重要的商超系统公司统一负责，区域经销商负责相应区域流通渠道建设和维护，接受公司的指导与管理，推动渠道下沉，深入县乡市场。线上销售自营与经销商开发并重。

因产品特性及消费习惯，家用卫生杀虫产品主要在线下渠道销售，包括直营商超及地区经销商配送的超市、社区便利店等，整体看，地区性经销商的销售收入占比高。

柔性取暖产品线上线下协同发展，主要销售渠道为京东、天猫、线下地区经销商等，线上销售占比呈逐年增长趋势。

7、公司有打算开拓海外市场吗？将采取什么模式进行销售？

公司的目标市场和销售重点在国内。近几年搭建了海外市场团队，对出口市场进行研究、逐步摸索，电热毯类产品以定制定做、代理等方式尝试开展业务。上一年度，公司出口收入 912.16 万元。

8、公司现金流较好，未来有开拓其他业务的计划么？

未来，公司将一如既往的聚焦柔性取暖和家用卫生杀虫行业发展，深耕细作，发挥竞争优势，持续增强竞争力。以产品升级换代、技术创新推动公司发展，向健康环保、绿色智能、高端化、多功能、个性化方向发展。积极寻找行业破局的机会，在行业相关领域及跨领域期待突破。

9、公司分红计划如何？

公司制定了股东回报规划，严格按监管要求实施红利分配。一贯保持现金分红回报股东。公司披露了 2023 年度利润分配方案，每 10 股现金分红 4 元。若该方案得以实施，2020 至 2023 年度，累计派发现金红利 1.44 亿元，每股现金分红合计 1.55 元。未来，公司将保持稳定、积极的红利分配政策，以良好的经营业绩确保现金分红回报。

10、公司中长期展望和战略规划？

公司坚持聚焦家用柔性取暖器具和家用卫生杀虫领域，发挥优势，持续增强竞争力，保持企业稳健发展。确立彩虹“精细生活场景解决方案提供商”的品牌定位，以“精彩生活，无微不至”为品牌输出核心，为消费

	者提供安全舒适、品类丰富的生活细节产品；稳中求进，以专注的态度、专业的技术、工匠的精神，实现“塑造百年品牌，打造百年老店”的愿景。
关于本次活动是否涉及应披露重大信息的说明	本次调研活动期间，公司不存在透露任何未公开重大信息的情形。
活动过程中所使用的演示文稿、提供的文档等附件（如有，可作为附件）	无