

证券代码：300894

证券简称：火星人

## 火星人厨具股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2021-005

<b>投资者关系活动类别</b>	<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"/> 利润说明会 <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
<b>参与单位名称</b>	中信建投、泰康资产、太平资产、中金公司、安信基金、财通证券、富国基金、广发证券、国信证券、国元证券、南方基金、鹏华基金、申万宏源、天弘基金、长城基金、招银国际、中银证券、国泰基金、华安基金、华夏基金、mighty divine、Millennium、海通证券、景林资产等 138 个投资机构人员
<b>时间</b>	2021 年 4 月 23 日 15:00-16:00
<b>地点</b>	火星人厨具电话会议
<b>上市公司接待人员姓名</b>	董事长兼总经理黄卫斌、董事会秘书毛伟平

投资者关系活动  
主要内容介绍

**1. 2021 年公司的产品规划、新品的亮点和推广规划？**

答：在 2021 年 3 月加盟商年会上，公司已经发布了两款集成灶：Q6、Q30；两款水洗产品：U5 水槽洗碗机、V6 水槽；以及 4 款燃气热水器。公司还会持续推出多款集成灶、洗碗机、厨柜等新产品。公司公告中也披露了集成洗碗机的建设项目，这个项目建设期在三年左右，公司看到了洗碗机品类的良好趋势，所以未来洗碗机品类也将不断增加。此外，2021 年公司也将不断推出蒸烤一体的集成灶，来满足消费者多样化的需求。

**2. 公司在人才引入方面的规划？**

答：截至到 2020 年底，公司人员 1895 人，其中本科及以上学历 506 人，研发人员 229 人。未来的市场竞争重点是人才的竞争，公司始终高度重视人力资源建设。公司将基于未来发展需要，加快优秀人才引进，完善人才晋升和职业规划通道，坚持实施人才储备与开发，强化人才培养。比如公司已发布的公告计划在海宁市的鹃湖边投资新建总部大楼，集研发中心、品牌运营中心、企业研究院、产品设计中心于一体，主要是为了留住人才。人才是公司发展的第一要务，每年公司都会通过校招引进大学生人才，无论是营销、设计还是研发类人员都有涉及。

**3. 2021 年一季度毛利率下滑的原因？**

答：第一季度是厨电行业淡季，所以销售和生产量较小，受固定成本分摊、人员薪资增长、原材料价格上涨等因素影响，公司一季度毛利率实现 47%多属于正常情况。随着未来三个季度销量和产量的增加，规模效应及公司成本管控的提升，毛利率也会上升。今年毛利率的变化主要是受原材料价格上涨的影响，但对此公司在供应链等方面也在进行优化，相信最终毛利率变化不会很大。

**4. 原材料涨价，公司有什么应对措施？**

答：公司暂无产品涨价计划，简单的涨价模式不是可持续的，公司目前的思路是用产品的改进和提升来重新定义产品价格的

定价模式，包括提升外观、功能和智能化等方面。同时，对于原材料涨价，公司也在进行内部消化，包括：第一在产品设计和工艺方面制定费用下降的要求，第二是在生产过程中的降本增效，第三是导入精益生产机构辅导供应商，帮助供应商降本增效，从而实现合作共赢。

**5. 关于营销方面，公司今年有什么规划？**

答：对公司来说，营销费用是最大的费用，公司最关注的是流量能不能产生销量问题。公司相信市场营销必定会在销售成果中体现，支持公司在行业竞争之中更快发展。因此，公司仍旧会加强线上品牌推广和线下引流相结合的模式，组建创新流量工厂，深化线上品牌的植入和推广，围绕消费者消费习惯，扩大品牌在搜索平台、垂直领域以及电商平台的植入，潜移默化地加深用户对火星人品牌认知。在 2021 年营业收入增长目标的基础上，公司计划广告销售费用率适当下降，但是绝对额仍会适当增加。

**6. 公司对于开拓海外市场的战略和规划是怎样的？**

答：海外市场方面，2020 年公司已经在泰国招商开店。公司首先在商标等知识产权进行规划，目前已经在多个国家进行了注册，也正在寻找当地合适的合作伙伴。总体上公司还处于尝试的阶段，先建立框架，抓好整个流程和人员方面的工作。

通过各类行业报道和行业分析，我们认为目前集成灶的行业发展前景非常好，并且集成灶的市场主要还是在国内，所以公司还是坚持国内市场为主，国外市场作为补充，所以集成灶行业的未来就是火星人的未来。

**7. 公司在研发方面有什么优势？**

答：第一，公司坚持在功能、技术上不断去完善和提升。公司拥有产品开发中心，技术研究院，智能创新研究院三维一体的研发体系，拥有 13 个共计 1500 平方米的检测实验室，三轮研发技术的储备，257 项专利。

第二，由于公司在渠道销售的日益增加，火星人的产品矩阵也越来越丰富，每个渠道都会开发适合该渠道的机型来满足不同的消费者。

第三，公司产品品类将会越来越多，其中洗碗机的量正在快速增长，今年下半年还会推出垃圾处理器、净水器和整体化厨房，来努力占据更大的市场份额。

第四，公司的发展很快，截至到 2020 年底，公司已有研发人员 229 人，未来也需要更多的研发人员。公司核心技术人员及研发人员是最大的竞争力。

**8. 随着直营电商的快速发展，当前线上竞争格局对火星人有什么影响？公司会如何应对？**

答：首先，从公司战略来看，公司将持续保持电商的快速发展，努力保持线上销量第一的品牌优势；其次，竞争对手的加入确实使得市场竞争更加激烈，同时也会提升集成灶的品牌认知度。随着公司产品的不断完善，以及线上线下双轮驱动的销售模式，公司销量也会持续增加，相信火星人还是能保持一定的市场领先地位。

**9. 公司一季度收入增速比较高，具体的收入贡献拆分情况如何？**

答：公司一季度营业收入同比增加了近 180%，复合增长 41%，净利润复合增长高达 74%。从具体品类来看，集成灶销量增长 40%多。建议看复合增长率，因为 2020 年一季度受疫情的影响，销量与以往相比差距较大。

**10. 公司各渠道及区域的发展情况？**

答：公司在保持经销及电商业务快速发展的同时，积极开拓渠道宽度。下沉渠道方面，2020 年公司新增京东小店、天猫优品网点 1700 多个，苏宁零售云网点开发 900 多个；KA 渠道方面，公司还与苏宁、国美等 KA 卖场达成合作，鼓励、支持经销商进入当地优质的苏宁、国美卖场或强势的地方性 KA 家电卖场，截

	至 2020 年末，已超过 280 多家；工程渠道方面，2020 年公司成立工程销售部，成功签约多家战略客户，并成功入驻第三方 B2B 建材采购交易平台“采筑”平台。
附件清单（如有）	无
日期	2021 年 4 月 26 日