

证券代码： 002543

证券简称： 万和电气

## 广东万和新电气股份有限公司

### 投资者关系活动记录表

编号： 18-12

<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"/> 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）
<b>参与单位名称及人员姓名</b>	中国国际金融股份有限公司、广东博弈树投资股份有限公司、珠海锦天洋股权投资基金管理有限公司、深圳前海禾盛鑫资本管理有限公司、广东海润锦龙资本管理有限公司、深圳市海云宝域商业策划管理投资有限公司、广东广金投资管理有限公司、深圳前海和盈润泽基金管理有限公司、广东岭鑫资本管理有限公司、深圳前海乐赢投资管理有限公司、广州轩紫投资管理有限公司、广东汇岭投资管理有限公司、深圳前海乾晟资产管理有限公司、佛山市顺联投资发展有限公司、广东瑞信投资有限公司、广东蓝标资产管理有限公司、广东华辉创富投资管理有限公司、深圳市粤信弘基资产管理有限公司、珠海市和赢资产管理有限责任公司、佛山市盛世纪投资管理有限公司
<b>时间</b>	2018年12月20日
<b>地点</b>	公司一楼会议室
<b>上市公司接待人员姓名</b>	卢宇凡、方红军、李小霞、陈伟良、黄丽
<b>投资者关系活动主要内容介绍</b>	<b>1、问：听说国家副主席王岐山亲临万和总部视察工作了？</b> <b>答：2018年12月8日，国家副主席王岐山亲临万和总部视察工作，参观了公司产品展厅、智慧工厂、机器人生产线等，为</b>

万和在科技创新、智造升级上做的骄人业绩点赞。这是继 2008 年 11 月国务院总理温家宝之后，第二位国家重要领导人亲临万和总部考察指导，这是对万和公司、万和人所做的努力的肯定和对未来所寄予的厚望。

## **2、公司产品的市场地位如何？**

**答：**根据中怡康相关数据，公司 2017 年度燃气热水器零售量份额已连续十四年行业排名第一，且在各级市场份额均取得领先；电热水器的市场占有率进入前四；厨电产品（即烟机、灶具和消毒柜）的市场占有率均进入行业前五。

## **3、问：燃气热水器的未来格局是怎样的？**

**答：**随着国内人民生活水平的提高，国内市场消费升级，公司产品升级符合用户消费升级的需求，同时，在能源结构性改革的“十三五”规划下，我国天然气管网建设正加速向县级乃至乡镇延伸，刺激了多个省份燃气热水器的销量增长，公司提前对此进行了布局，作为燃气热水器的领先企业，将继续巩固燃热第一品牌的地位，以塑造智能热水及厨卫电器专家形象，不断提升消费者的生活品质。

## **4、问：公司的销售渠道建设情况如何？**

**答：**公司销售渠道覆盖全面，现拥有连锁专卖店、KA、直供、直营、电子商务等多重渠道，具备足够的市场扩张和风险抵御能力，渠道资源分布在全国 32 个省、市、自治区，覆盖全国 300 多个地级市和近 2,000 个县级地区，已经实现了一级市场覆盖率稳定在 100%，二级市场覆盖率超过 97%，三级到六级市场覆盖率有明显增长，与一级经销商形成了利益共同体，并与国美、苏宁、五星等全国性大型家电连锁卖场形成了密切的战略合作伙伴关系。在电子商务渠道方面，公司在三大主要电

商平台（天猫、京东、苏宁易购）采取直营模式，为用户提供一站式物流配送安装服务。在集采工程方面，公司燃气热水器品类与恒大、万科、绿地、绿城、中南、禹洲、中南、中粮、光明地产等百强地产签约战略采购合作。

**5、问：公司的品牌建设情况如何？**

**答：**公司对品牌战略进行全面升级，在行业内打造“专业、时尚、轻奢”的新品牌形象，并利用全新立体的品牌战略，来提升“万和”的品牌价值。公司品牌战略升级立足传播特征、发展定位、用户体验及整合传播四个方面，以全球同步的领先科技为用户带来智能、舒适、轻奢的生活方式，借助娱乐营销、跨界营销、借势营销等手段，充分结合传统媒体和互联网媒体的整合投放，在大幅节约宣传费用的同时取得了良好的传播效果，提升品牌的曝光度和知名度；在终端形象展示和提升用户体验方面，公司启动全新的 SI 标准，使线下卖场和展示店等终端成为用户体验产品的第一渠道和感知万和品牌的重要载体。

**6、问：公司海外经营策略如何？**

**答：**公司针对自身业务优势先后在泰国、阿塞拜疆等地建立销售体系，在俄罗斯设立全资孙公司，通过一系列的市场开拓举措为公司的海外业务发掘新的业绩增长点，从而使得公司出口贸易的抗风险能力增强，不会过度依赖个别地区的出口贸易，有利于公司尽快实现全球化经营，减少对外贸易风险。

**7、问：公司针对中美贸易战应对策略有哪些？**

**答：**公司出口至美国的产品订单 99%都是 FOB（即船上交货价）或者出厂价，即产品关税是由美国客户承担，美国客户在考虑增加采购成本的情况下减少采购量会直接导致公司出口

	<p>美国的商品销售额下降。公司已在俄罗斯开设全资孙公司，希望通过与其他国家的产品贸易对冲公司在美国销售的贸易风险。</p> <p><b>8、问：公司是否有兼并、并购其他企业或品牌的计划？</b></p> <p><b>答：</b>如果有较好的项目，公司不排除兼并、并购其他企业或品牌的可能，董事会会对潜在标的进行充分的论证分析以及吸纳专家的专业意见，以把风险控制在可控范围之内并使全体股东的利益得到保障。</p> <p><b>9、问：公司大股东或实际控制人是否有减持公司股票的计划？</b></p> <p><b>答：</b>截至目前，公司暂未收到大股东或实际控制人减持公司股票计划的书面通知。</p> <p><b>10、问：公司研发投入情况如何？</b></p> <p><b>答：</b>公司 2018 年半年度的研发费用为 131,784,723.14 元，占营业收入的比例为 3.50%，同比增长 29.25%。</p> <p style="text-align: right;">（完）</p> <p>在接待过程中，公司接待人员严格按照有关制度规定与投资者进行了交流与沟通，没有出现未公开重大信息泄露等情况，同时已按深圳证券交易所要求签署调研《承诺保密函》。</p>
<b>附件清单(如有)</b>	无
<b>日期</b>	2018 年 12 月 20 日