

上海飞科电器股份有限公司

投资者关系活动记录表

编号：2024-002

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（请文字说明其他活动内容）
参与单位名称	参与上海飞科电器股份有限公司2023年度业绩说明会的投资者
时间	2024年6月18日 15:00-16:30
地点	上海证券交易所上证路演中心（网址： http://roadshow.sseinfo.com/ ）
上市公司接待人员	董事长兼总裁 李丐腾 独立董事 张兰丁 财务总监 胡莹 董事会秘书 郭加广
投资者关系活动主要内容介绍	<p>上海飞科电器股份有限公司于2024年6月18日（星期二）15:00-16:30召开了2023年度业绩说明会。本次业绩说明会以视频结合网络互动召开，公司针对2023年度经营成果及财务指标的具体情况与投资者进行了互动交流和沟通，在信息披露允许的范围内就投资者普遍关注的问题进行了回答。</p> <p>主要交流情况如下：</p> <p>一、管理层介绍 2023年度公司经营情况</p> <p>2023年度，公司坚持以技术创新和高颜值设计驱动产品高端化，实现品牌升级的发展战略，通过产品研发创新推动产品的智能化、时尚化、年轻化升级，通过营销管理创新推动营销模式的C端化、直供化和内容化升级，构建创新前沿的发展路径。公司进一步强化核心产品电动剃须刀和高速电吹风的研发创新力度，同时加强了其他美姿电器、口腔护理电器以及生活电器、厨房电器的研发创新，为专注小家电领域内培育多个业绩增长点奠定基础。</p> <p>公司在本报告期着力打造“智能感应”剃须刀、便携式“太空小飞碟剃须刀”、“银河星环”高速电吹风等创新产品的爆款模式，继</p>

续加强优化抖音、快手等内容媒体平台的多账号多店铺同播矩阵运营，结合节假日情感营销策略，加大内容营销投入，提升内容生产和内容运营水平，深度挖掘个护电器的礼品属性，满足消费者在“情人节”、“5.20”、“父亲节”、“母亲节”、“七夕”等情感节假日的情感诉求，通过产品传递情感并融入品牌文化，在提升品牌温度、品牌内涵、品牌形象的同时助推产品销售，实现品效合一营销。公司产品 and 品牌的升级获得了消费者的认可，推动公司业绩向好。

2023 年度公司实现营业收入 50.60 亿元，同比增长 9.35%；实现归属于母公司股东的净利润 10.20 亿元，同比增长 23.90%；实现归属于母公司股东的扣非净利润 8.86 亿元，同比增长 14.88%。

二、解答投资者的提问

问题一：请问飞科电器公司及李董事长本人，在未来两年内是否有减持公司股票的计划？

答：尊敬的投资者您好！公司未收到任何有关实控人或控股股东相关计划的通知，感谢您对公司的关注！

问题二：公司现阶段的销售结构是怎么样的？

答：尊敬的投资者您好！报告期内，公司销售结构进一步发生变化，中高端产品销售占比持续提升，销售占比达到 50.95%，较去年提升 5.73 个百分点。子品牌博锐销售额占比提升至 17.17%，较去年提升 8.44 个百分点。感谢您的关注！

问题三：公司海外销售情况怎么样？未来海外销售会有哪些举措？

答：尊敬的投资者您好！2024 年，公司已进一步优化海外市场策略，重点聚焦东南亚、非洲、中东等新兴市场，组建新的海外业务团队，全面布局重点海外市场的渠道建设，实现海外市场新的突破，相关信息请以公司在法定信披媒体披露的公告为准，感谢您的关注！

问题四：2023 年较 2022 年市场占比有所提升，从 45.22%到 50.95%，请问数据来源，以及统计方法？是按销售个数还是销售金额统计？

答：尊敬的投资者您好！该对比口径是指公司中高端产品的销售金额占比变化。感谢您的关注！

问题五：今年公司重要的发展方向是什么？

答：尊敬的投资者您好！公司今年将继续以“研发创新”和“品牌运营”为核心竞争力，推动以技术创新和高颜值设计驱动产品高端化，实现品牌升级的发展战略；加大研发投入，推动产品升级，持续开拓

新品，优化产品结构；不断提升运营效率，追求有质量的成长；强化品牌建设，提升“飞科”品牌形象和“博锐”子品牌形象及定位；另外将全面布局重点海外市场业务，谢谢！

问题六：公司已进一步优化海外市场策略，重点聚焦东南亚、非洲、中东等新兴市场，这些市场销售情况如何？

答：您好，相关具体情况请关注公司后续发布的定期报告，欢迎您持续关注公司对相关海外市场的开拓进展，谢谢！

问题七：公司未来的重点选择方向是以扩展产品种类为主还是以国内市场为主，亦或是国内市场为主国外市场为辅？

答：您好，公司目前已进一步优化海外市场策略，重点聚焦东南亚、非洲、中东等新兴市场，组建新的海外业务团队，全面布局重点海外市场的渠道建设，实现海外市场新的突破，为将飞科打造成为全球智能时尚电器著名品牌奠定基础，谢谢！

问题八：您好，使用权资产主要租赁的什么？具体用途是什么？

答：投资者您好，主要是围绕公司全国范围内的线下分销业务和近年在全国范围内拓展的线下体验店业务进行的相关经营场所租赁，谢谢！

问题九：您好，公司应收账款中，前五占比较大，客户主要是哪种类型？

答：您好，主要是公司部分资质和信用等级良好的客户，谢谢您的关注！

问题十：您好，年报披露，直销 26.01 亿，营业成本为 8.54 亿，直销营收同比增长 9.94%，直销营业成本同比增长 11.23%，从而使直销的毛利降低了 0.38%。另一方面，经销的营收增长了 8.9%，营业成本却比上年减少了 4.34%，使毛利增长 7.43%。请您简述以上数据的原因。主要是 1 为何经销营收增长，成本却下降了？ 2 直销成本增长大于收入增长，原因是什么？

答：您好，主要是公司根据经营和市场的变化情况对产品销售结构和销售策略进行调整，谢谢您的关注！

问题十一：您好，年报披露 2023 年劳务外包支付的报酬总额 606 万，小时数 26.3 万小时，请问具体外包的内容是什么？

答：您好，公司近年持续强化情感节假日营销，加大内容营销投入，

	<p>提升内容生产和内容运营水平，深度挖掘个护电器的礼品属性，满足消费者在“情人节”、“5.20”、“父亲节”、“七夕”等情感节假日的情感诉求，通过产品传递情感并融入品牌文化，在提升品牌温度、品牌内涵、品牌形象的同时助推产品销售。情感节假日营销策略下，公司产品的销售和发货呈现一定的周期性特征，公司根据业务需要适时适量开展劳务外包业务，感谢您的关注！</p> <p>问题十二：张总您好，从独立董事角度，谈谈您对飞科的印象？</p> <p>答：尊敬的投资者您好，公司 2023 年度经营情况良好，运作规范，财务状况稳健，利润分配政策健康积极，符合公司发展的战略规划和投资者的利益保护要求，各类事项决策程序和机制完备，内控体系建设符合有关要求和公司的实际情况，同时为独立董事创造了良好的履职条件，可以充分发挥独立董事的作用，能够切实保障普通投资者和中小投资者的权益，谢谢！</p>
附件清单（如有）	无
关于本次活动是否涉及应披露重大信息的说明	不涉及
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