

火星人厨具股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2026-002

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）
参与单位名称及人员姓名	线上参与火星人（300894）2025年年度业绩说明会的全体投资者
时间	2026年05月15日 15:00-16:00
地点	价值在线（ https://www.ir-online.cn/ ）网络互动
上市公司接待人员姓名	董事长兼总经理 黄卫斌 副总经理 黄则诚 副总经理、财务总监兼董事会秘书 朱福县 独立董事 钱凯
投资者关系活动主要内容介绍	<p>1. 今年在拓展洗碗机、水槽等第二曲线有新动作吗？ 答：今年，公司将推出全新一代水洗新品和多款燃热、净水和集成水槽新品，进一步丰富和完善产品线，持续提升产品智能化体验。</p> <p>2. 今年渠道调整和门店优化进展怎么样？ 答：公司依托焕新事业部，聚焦老厨房改造业务，通过打造标杆门店并逐步向全国复制推广。渠道上，深化与京东Mall战略合作，从单一专卖店体系拓展至京东Mall渠道，同时积极开拓KA渠道与分销网络，优化销售体系，应对传统建材市场流量下滑的挑战。此外，公司也在持续探索海外市场。</p> <p>3. 研发投入同比下降、人员缩减，今年新品研发和技术迭代会受影响吗？ 答：目前公司研发工作保持稳定，不会受到明显影响。公司将持续紧扣市场需求与用户体验推进研发工作，同时，公司会持续完善</p>

研发体系，系统推进标准化、模块化、平台化建设。在此基础上，依托IPD集成产品开发体系，强化全流程结构化开发与跨部门PDT协同机制，着力提升研发效率与产品质量，优化研发投入产出比，推动研发管理效能迈上新台阶。感谢您的提问。

4. 家装渠道与定制家居合作，今年家装渠道能成为增长点吗？

答:尊敬的投资者您好。公司积极拥抱市场变化，围绕全新品牌定位，已明确厨电产业增长动力正从单一新房驱动转向“老房翻新+产品换新”双轮驱动。家装渠道作为公司核心的多元销售渠道之一，已成为重要的新兴增长动力。公司家装渠道自创建以来，已与多家知名定制家居及家装品牌达成合作，提前完成家装渠道的初步布局。2026年品牌升级后，为渠道进一步增长奠定基础。当前公司聚焦老厨房改造赛道，老房翻新业务与家装渠道高度绑定，可依托家装流量实现业务拓展，持续释放渠道增长潜力。2026年，公司将依托家装渠道覆盖前置装修需求，努力打开新的增长空间。感谢您的关注。

5. 行业竞争激烈、价格战明显，公司相比同行有什么优势吗

答:尊敬的投资者您好，公司相比同行拥有多维度核心竞争优势，具体如下：一是产品研发优势，公司将技术研发置于战略核心地位，构建了多层次高水平的研发平台矩阵，拥有国家高新技术企业、国家级工业设计中心等多个国家级创新平台，累计获得专利840余项，深度参与多项行业标准制定，牢牢掌握行业话语权。2025年，公司推出的升级版X5 Pro集成灶、Q60蒸烤一体集成灶等新品技术指标领先，自主研发的MCOOK平台完成升级，实现从单品智能到场景智能的跨越，能为用户提供个性化烹饪体验，研发方向兼顾性能参数与用户体验、健康价值，为行业智能化与集成化发展提供了新范式。二是品牌优势，公司2025年完成品牌战略升级，由“火星集成灶”更名为“火星集成灶”，定位“集成灶专家”，以“重构厨房，把空间还给生活”为品牌主张，从单一产品销售升级为输出生活方式，形成差异化竞争优势。2025年公司坚持高端化路线，通过与央视网合作、多元化营销活动拉近与年轻消费者距离，还推进线下终端门店标准化升级，统一品牌体验，品牌影响力长期领跑集成灶行业，线上线下均构建了标杆级的品牌矩阵。三是渠道与售后优势，公司形成了线上线下深度协同的全渠道销售生态，截至2025年末已在全国布局超1880家专卖店，覆盖从一二线城市到乡镇市场的全域网络，同时加速下沉渠道渗透，线上连续多年蝉联集成灶品类电商销量冠军，通过线上引流线下体验、线下反哺线上转化

的双轮驱动模式，将渠道优势转化为市场胜势。售后方面公司构建了标准化服务体系，推出“火星人极速服务小哥”品牌与7×24小时热线，2025年还升级服务体验推出“365无忧退换”服务，多次斩获行业服务类荣誉，将服务打造成核心竞争力。四是人才与运营优势，公司打造了年轻化、职业化、创新化的管理团队，建立了清晰的绩效管理与人成长体系，能有效激发组织活力，同时深入推行业财融合，以数据驱动经营决策，可为公司长期发展提供支撑。感谢您对公司的关注。

6. 为什么一直跌啊

答:尊敬的投资者您好!公司管理层始终高度重视全体股东利益,对股价表现保持密切关注,感谢您的关注!2025年国内房地产市场处于深度调整阶段,新房交付规模持续收缩,存量房市场竞争加剧,公司集成灶业务与新房装修场景关联紧密,受房地产及下游装修市场整体需求下行影响,销售订单量受到较大冲击,整体销量未达预期。2025年公司实现营业总收入77,053.61万元,同比下降44.00%,归属于上市公司普通股股东的净利润为-29,609.76万元,业绩下滑对公司股价带来了一定影响。面对当前行业环境,公司也在积极采取措施应对:费用管控方面,公司坚持“量入为出、突出重点、从严从紧”原则,全面强化全流程资金管控,切实提升资金使用效益;人才管理方面,在保障核心团队稳定的基础上重点着力于人效提升,通过适当的人才结构调整激发组织活力;业务发展方面,公司持续重视研发投入,2025年研发投入占营业收入比例已提升至10.55%,同时持续优化产品结构,拓展多元化渠道,以技术创新和运营提效双轮驱动,力争在行业复苏周期中抢占先机,实现高质量发展。感谢您对公司的关注。

7. 请领导们简单给我们拆分下2025年业绩情况

答:尊敬的投资者您好,2025年公司业绩具体如下:1. 营收情况:2025年公司实现营业总收入77,053.61万元。分产品来看,核心产品集成灶实现营收64,590.82万元,占总营收的83.83%;水洗类产品实现营收6,914.12万元,占总营收的8.97%;其他产品实现营收5,548.67万元,占总营收的7.20%。分销售模式来看,线上营收29,170.78万元,占总营收37.86%;线下营收47,882.83万元,占总营收62.14%。分地区来看,境内营收77,022.51万元,占总营收99.96%,境外实现初步布局,营收31.09万元。2. 利润情况:2025年归属于上市公司普通股股东的净利润为-29,609.76万元,基本每股

收益和稀释每股收益均为-0.73元；感谢您对公司的关注。

8. 各位领导对今年业绩有什么预期吗

答:尊敬的投资者您好，公司业绩情况请关注公司在指定信息披露媒体刊登的定期报告，感谢您的关注！

9. 今年的研发投入方向？

答:尊敬的投资者您好，2026年公司研发工作将紧扣市场需求与用户体验，持续完善研发体系，系统推进标准化、模块化、平台化建设。同时依托IPD集成产品开发体系，强化全流程结构化开发与跨部门PDT协同机制，着力提升研发效率与产品质量，优化研发投入产出比，推动研发管理效能迈上新台阶。今年初，公司星2.0无界平台、工况智控ANC主动降噪项目均已完成上市，目前公司仍在推进研发的项目包括蒸烤箱烹饪自动化、炒锅能效技术、智能门体研究运用等，相关研发围绕厨电产品技术升级、智能化功能提升、用户体验优化等方向展开，旨在持续丰富公司产品结构，夯实公司行业技术竞争力。感谢您对公司的关注。

10. 线上渠道发展如何

答:投资者您好。公司线上渠道经过多年发展，已形成相对成熟且具有竞争力的布局：公司先后入驻天猫、京东、苏宁、抖音等主流电商平台，构建全链路数字化营销矩阵，同时，公司推行线上线下一体化“双轮驱动”策略，线上引流至线下门店，线下体验反哺线上转化，配合全渠道客户体系，打通消费者全周期管理，有效发挥线上核心获客优势。2026年，公司将进一步优化线上布局，构建高效全域传播矩阵，实施精细化传播策略，深化与头部平台合作，应对传统渠道流量分流，持续放大线上增长价值。感谢您的关注。

11. 今年有什么新品推出吗

答:投资者您好，2026年公司围绕“集成DNA”做厨房场景解决方案的战略布局，以集成灶为基石拓展厨电全品类，会推出多款新品：将推出全新一代水洗新品和多款燃热、净水和集成水槽新品，进一步丰富和完善产品线；今年初，基于全新推出的星二代“无界平台”，公司重磅推出了“空间魔法师”套系M80系列，该产品实现烟机、灶具、蒸烤、洗碗机、水槽等七大功能合一，视觉上达成柜电一体化，同时在静吸、智慧厨房系统、营养烹饪等方面有全新突破。后续公司也会持续推进相关研发项目落地，推出更多贴合用户需求的新品，持续提升产品智能化体验。感谢您对公司的关注。

关于本次活动是否涉及应披露重大信息的说明	本次活动不涉及未公开披露的重大信息。
附件清单（如有）	
日期	2026年05月15日