

合肥美菱股份有限公司

2016 年度董事会工作报告

各位股东：

2016年度，合肥美菱股份有限公司（以下简称“公司”或“本公司”）董事会严格遵守《公司法》、《证券法》等法律、法规及《公司章程》的有关规定和要求，本着对全体股东负责的原则，恪尽职守，认真履行职责，维护公司和股东的合法权益，规范运作，科学决策，积极推动公司各项业务发展。现将2016年度董事会工作报告汇报如下：

一、报告期内公司从事的主要业务

（一）公司的主要业务的情况

公司是中国重要的电器制造商之一，拥有合肥、绵阳、景德镇和中山四大国内制造基地，印尼和巴基斯坦海外制造基地，覆盖了冰、洗、空、厨卫、小家电等全产品线，同时进入生鲜电商、生物医药等新产业领域。

30 余年来，公司始终坚持“自主创新，中国创造”，以技术创新和产品创新精心打造企业核心竞争力。公司成立了安徽省首家 RoHS 公共检测中心，国家级企业技术中心以及尖端研发团队，使美菱在变频、节能、无霜、深冷、智能化等多个领域不断取得突破性成果。

近年来，在互联网、云计算、大数据等新一代信息技术迅猛发展的浪潮下，家电行业“智能化”已成为未来发展方向。面对行业发展的新变革，公司提出了“双三一心”战略，“一心”即智能化。在“智能化”战略指引下，2014 年，公司发布了以“云图像识别”技术为核心的 CHiQ 冰箱和基于“人体状态感知”技术 CHiQ 空调；2015 年，公司开始实施“智慧生活项目”以探索企业发展的新路径；2016 年，公司通过启动全球白电行业首个“智汇家生态圈计划”并推出全球首款温区自由订制的物联网冰箱(CHiQ 二代“空间智变”冰箱)和全球首个用户自由订制的智慧空气管家(CHiQ 智慧空气管家)，以实现加快智能战略的推进落实。与此同时，公司在资本市场，通过非公开发行股票，成功募集资金 15.7 亿元，所募集资金主要用于美菱智能制造、智能研发以及智慧生活三大重点平台，为公司发展及智能化转型提供了有力支撑。此外，自公司 2015 年启动“全民换变频”活动，宣布全面淘汰定频冰箱以来，公司变频产品占比不断提高，公司在变频方面所具备的技术优势，以及变频技术的应用，也使公司在新能效标准实施后具有更大的优势。

报告期内，在整个行业持续低迷的大环境下，公司的主力产品均全面逆势飘红、跑赢大盘。与此同时，公司通过竞买获得长虹日电股权，实现了公司小家电

和厨电产品线的扩充，另外，中科美菱深冷 B2B 产品线的扩充，以及购食汇生鲜电商平台良好的发展势头，表明公司白电+小家电的布局已经初步完成。

现如今，通过一系列 CHiQ 智能产品的落地，变频产品占比的不断攀升，产品线多元化的布局，以及美菱智慧生活 O2O 社区生鲜业务平台的建设，公司正在逐步完善家庭互联网布局，加快家电智能化进程，形成“硬件+服务”的双增长引擎，带动公司盈利模式的转型升级，探索家电企业服务增值新模式，迎接行业竞争新格局，实现自身持续稳定发展。

报告期内，公司收入主要来源于冰箱（柜）、空调、洗衣机、小家电和厨卫等，合计收入为 1,202,510.34 万元，占公司营业收入的比例为 96%。

（二）公司所属行业的情况

2016 年在中国经济处在增速换挡期、结构调整阵痛期的大背景下，家电行业同时面临严峻的挑战和发展的机遇。主要表现在以下几个方面：

1、家电行业已经从快速增长期进入逐渐稳定的更新换代期，由大盘式增长进入侵蚀性增长，行业将进入洗牌期。

2、我国正处于第三次消费升级阶段，随着品质消费的来临及消费结构和观念的提升，产品结构优化、转型升级，已成为行业的主旋律。一方面，国家全面实施新能效标准后，进一步提高了行业竞争的门槛，加速了产品结构的升级。另一方面，随着供给侧改革的深化，原材料价格上涨，给企业带来经营压力的同时，推动家电产品的结构性升级，摆脱低端化和畸形的价格竞争，回归理性价值竞争，对企业产品研发、品牌地位、终端推广、渠道能力等提出更高的要求。

3、随着城镇化发展和居民生活水平提升，新消费群体的崛起更加注重对高品质、智能及健康环保产品的追求。而传统家电行业产品同质化严重，各家电厂商积极拥抱互联网，跨界合作，发展智能家居，智能化已成为行业发展的新亮点和必然之选。智能化浪潮也推动家电企业与互联网企业的跨界合作，积极探索商业模式创新，增强用户体验，成为带动家电企业新一轮快速增长的重要引擎。

2016 年我国经济运行缓中趋稳、稳中向好，新常态的特征更加明显。在“新常态”的经济形势下，公司所处的家电行业增长乏力，整体呈现出下滑态势。同时，伴随互联网、智能化时代的到来，受行业的品牌集中度进一步加强、原材料及物流成本上升、消费需求结构升级、互联网企业的跨界冲击等因素的影响，家电行业竞争加剧，并推动行业的转型升级。高端化、智能化已经成为家电行业发展的必然之选。

二、经营情况讨论与分析

（一）概述

2016 年，作为公司“十三五”规划元年，公司在“美菱梦”和“双三一心”

的战略指引下，坚持“逆势求进、创新激活、行业对标、良性运营”的经营方针，经过公司全体员工的共同努力，克服了宏观经济增长乏力、行业大盘持续下滑等不利因素，实现了较好的开局。其中，内销冰箱（柜）跑赢行业大盘，电商业务大幅增长，出口冰箱（柜）市场地位得到提升；空调内销大幅增长，出口增速较快；洗衣机快速发展；厨卫及小家电也快速增长。公司在家电市场的地位进一步得到了巩固和提升，成为近年来国内外市场增长较快的白电品牌，拥有庞大的用户群，多年市场积淀使公司品牌知名度大幅提升，具备较高的行业地位。2016年公司实现营业收入125亿元，同比增长16.48%；归属于母公司净利润2.20亿元，同比增长712.46%。

（二）主营业务分析

1、概述

本报告期内，面对家电行业大盘持续下滑的不利形势，公司克服压力，主力产品销售全线跑赢大盘；产品线多元化实现突破，初步完成综合白电+小家电产品线的布局；成本控制和效率提升效果显著；实现了2016年既定的目标，进一步提升了行业的市场地位，保持了外销业务快速增长的势头，成为近年来国内外市场增长较快的白电品牌。

2016年度，公司冰箱、冰柜业务实现营业收入约66.79亿元，同比增长10.99%；公司空调业务实现营业收入约41.58亿元，同比增长21.74%；洗衣机业务实现收入约5.08亿元，同比增长42.73%；公司小家电、厨卫等其他业务实现营业收入约6.80亿元，同比增长28.36%。同时，公司出口实现营业收入29.17亿元，同比增长33.28%。

（1）公司国内冰箱（柜）、空调、洗衣机销售均跑赢行业大盘，市场地位进一步得到了巩固和提升。从线下市场销售看，根据中怡康数据显示，冰箱行业零售量同比下降4.59%，而公司冰箱零售量逆势同比上升3.49%；冰柜行业零售量同比下降10.02%，而公司冰柜零售量同比上升0.23%；空调行业零售量同比上升3.49%，公司空调零售量实现同比上升15.19%；洗衣机行业零售量同比下降2.74%，而公司洗衣机零售量同比逆势上升34.79%。与此同时，根据中怡康数据显示，公司冰箱零售额市场占有率达到8.70%，同比上升了0.84个百分点；冰柜零售额市场占有率达到9.72%，同比上升了0.89个百分点；空调、洗衣机零售额市场占有率也同比上升。

从线上销售看，根据奥维数据显示，公司线上冰箱（柜）、空调销售进一步扩大成果。冰箱行业零售额同比上升57.5%；公司冰箱零售额实现同比上升74.9%；冰柜行业零售额同比上升84.9%，公司冰柜零售额实现同比上升88.6%；空调行业零售额同比上升73.2%，公司空调零售额同比上升166.0%。与此同时，在线上市场份额占比上，根据奥维数据显示，公司冰箱零售额市场占有率达到7.01%，同比上升了0.70个百分点；冰柜零售额市场占有率达到10.48%，同比

上升了 0.21 个百分点；空调、洗衣机零售额市场占有率也同比上升。

(2) 出口业务方面，公司的冰箱、冰柜、空调产品线持续保持前几年的高速增长态势。根据海关数据统计，冰箱行业出口额同比上升 3.00%，公司出口额同比提升 17.19%；冰柜行业出口额同比上升 5.43%，公司出口额同比提升 9.92%；空调行业出口额同比上升 5.71%，公司空调出口额同比增长 44.81%，公司的冰箱（柜）、空调出口增速远超行业。在市场份额占比上，根据海关数据统计，公司冰箱出口额市场占有率达到 5.92%，同比上升了 0.71 个百分点；冰柜出口额市场占有率达到 2.94%，同比上升了 0.12 个百分点；空调出口额市场占有率达到 1.32%，同比上升了 0.36 个百分点。

2、公司发展战略和经营计划在报告期内的进展情况

报告期内，公司根据发展战略和 2016 年“逆势求进、创新激活、行业对标、良性运营”的经营方针部署年度经营计划，安排组织生产经营，主要开展了以下工作：

(1) 逆势求进

报告期内，公司营业收入规模增长明显，主营利润同比增加。其中，冰箱（柜）产品通过持续推动变频化、智能化，调整产品结构等举措，实现国内市场份额的提升；空调产品则通过积极推动能效升级，同时受益于天气等因素影响，实现内销收入同比增长，盈利能力获得改善；与此同时，公司积极加强海外业务市场开发和产品线拓展，实现了本年度出口业务的快速增长，以及洗衣机、小家电业务收入持续增长。

(2) 创新激活

报告期内，公司进一步转变经营意识和思维方式，通过创新机制以调动激发各经营模块的竞争力。公司以价值导向为原则，除了强化 KPI 考核，还扩大了绩效分享范围。通过下沉激励单元激发潜能，鼓励追求个人绩效与整体业绩提升的双赢调动激发了各经营模块的积极性。搭建了工程技术人员价值创新激励平台，鼓励技术管理创新。

为实现公司“十三五”规划目标，公司以“高目标、高牵引、高付出、高回报”为导向，结合下属各事业部、子公司的实际情况，积极推动设计、论证、实施对公司各事业部及各子公司的中期业绩激励基金计划（5 年）或股权激励计划（5 年），力争充分释放人员积极性。

(3) 行业对标

2016 年，公司在市场地位、研发周期、制造能力、效率提升等方面重点开展管理对标，均取得了一定的成绩。其中，在市场地位方面，除了内外销市场地位上升外，内销的平均单价对标项目取得明显效果，美菱冰箱的产品均价同比提

升 96 元/台，在内销前五品牌中增幅名列第一，进一步拉近了与前几名的均价差距；公司空调产品成功入围节能领跑，一级能效变频领先行业切换，产品结构大幅改善，线上产品均价快速提升；美菱洗衣机增幅行业中名列前茅；小家电、厨电产品结构持续优化，深化渠道布局，电商业务快速增长，打造厨房生态圈，保持行业领先。在研发周期上，能力基线提升了 29%；在制造能力方面，冰箱（柜）大客户验货通过率及出口准时交付率不断提高，同时产品累计不良率不断下降；在效率提升方面，人效提升着力于探索平台职能和业务支持分离的组织优化方式，物效提升通过加强产销协调，严格生产储备，持续消化不良库存和呆滞库存，钱效提升方面则用好存量资金、拓展增量资金，增加财务收益。

（4）良性运营

报告期内，在公司运营方面，公司一方面拉通价值链，细化经营体核算管理，提升大盘管控及预警能力；另一方面强调销售的良性运营，进一步强化终端价格的管理，严控固定费用支出在预算目标内，使得公司全年运营效率得到进一步提升。其中，公司物效同比提升 20%以上，钱效同比提升 5%以上，人效持续提升。

同时，报告期内，公司空调产业运营良性，销售规模及盈利能力较 2015 年有较大提升，发布了全球首个用户自由订制的智慧空气管家 (CHiQ 智慧空气管家)，加快智能战略的推进落实。洗衣机产品通过坚持大容积+变频，技术创新、质量领先、差异化运营的产品策略，促进产品不断向变频、智能化、静音、节能环保、健康洗涤转型升级。

此外，公司不断完善家电产业链及产品线，通过竞买股权方式收购了长虹日电，拥有了自有厨卫、小家电产品平台；报告期内，长虹日电进一步强化厨卫、小家电主业，调整组织机构、成立产品中心，实现产品规划、研发及成本管理一体化，智能小家电产品突出实用性、易用性。同时，小家电电商业务高速发展。

与此同时，报告期内，公司智能制造能力提升项目进展顺利，一期冰箱智能制造标杆线体工程试点建设；智能研发投入推进了新一代智能、变频产品的问世，成效明显；智慧生活项目按计划推进，顺利完成长美科技有限公司设立，现旗下设有绵阳、合肥两个经营单位，公司拥有自主生鲜电商品牌“购食汇”，平台注册会员 13 万余名，日订单量峰值可达到 3,900 余单。

总体来说，2016 年，面对宏观经济低迷、行业下滑、竞争激烈和互联网企业跨界的多重冲击，公司通过全体美菱人的共同努力，一方面取得了产品销售跑赢大盘、产品线多元化实现突破、成本控制和效率提升效果显著等良好成绩。另一方面，积极探索互联网技术深入发展下的家电企业转型升级的新路径，推出行业首个“智汇家生态圈计划”，以自身硬件产品为终端，围绕着食品、空气、水等需求进行新的商业模式的探索。

三、核心竞争力分析

1、品牌能力

公司是中国知名电器制造商之一，拥有冰箱、冰柜、空调、小家电等多条产品线。“美菱”品牌被列入中国最有价值品牌之一，公司使用在冰箱、冰柜商品（服务）上的“雅典娜”商标也被认定为安徽省著名商标。2014 年起至今公司相继发布了 CHiQ 智能一代、二代冰箱、空调、智能空气管家等产品，并围绕“智汇家生态圈”计划，打造高端智能品牌的形象，开启白电智能时代。同时，为了提升品牌形象，进一步扩大品牌的市场影响力，公司于 2015 年 10 月召开了“新 LOGO 发布暨第 1000 万台变频产品下线”发布会，全面更新 LOGO “**MELING 美菱**”，推出“美菱，让美好来临”的全新品牌主张，随着新 LOGO 的发布，美菱将同时实施“美好三部曲”品牌战略，从注重感官直接体验的“体验美好”到注重精神心灵享受的“享受美好”，再到注重生活方式信仰的“信仰美好”。

通过对品牌能力的重塑，美菱将实现品牌形象的年轻化、国际化、专业化，通过美好原点、美好生活圈以及美好生态圈的逐步打造，让美菱成为更人性化的白电艺术家、更智慧化的科技专家、更值得信赖的生活管家。

2、产品能力

30 余年来，公司专注制冷行业，先后研发出多款不同型号的冰箱产品，其中包括对开多门雅典娜系列高端冰箱、日耗电仅 0.23 度的顶级节能冰箱、以“云图像识别”技术为核心的 CHiQ 一代冰箱和以人为中心、能够根据食品需求实现空间智变的 CHiQ 二代冰箱等多款引领行业发展潮流的产品。

公司拥有较为先进、完善的研发及品质保证系统，通过了 ISO9001、ISO14001、OHSAS18001 等管理体系认证，公司产品具有品质优良、性能可靠的特点。在技术开发方面，公司拥有国家级技术中心，大力投入基础技术研究，在节能、风冷、变频、智能、深冷方面，公司拥有超前、领先于同行的核心技术。在产品开发方面，公司结合技术发展趋势和消费者更新换代需求特点，加强产品规划针对性，2016 年持续加大对 CHiQ 系列智能产品、变频产品、风冷、多温区、大容积开等中高端产品开发力度，产品结构升级明显。

空调产品方面，公司坚持智能与变频为核心的技术战略，深入研究人体状态感知技术与智能交互技术，聚焦完成智能语音识别技术研发及产品化，先后发布基于“人体状态感知”技术 CHiQ 一代空调和自动变换空气的 CHiQ 智慧空气管家。

公司继续坚持智能和变频两大产品战略不动摇，通过推进智能、变频产品后续的研发、推广以及技术更新，推动公司产品不断向高端转型。同时，公司通过对生产线全面实施智能化升级改造，提高制造效率和产品品质，降低产品成本，增强产品竞争力。另外，公司通过布局厨卫和小家电产品，完善家电产品线，已初步完成综合白电布局。公司将基于“智汇家生态圈”计划，以现有产品为核心，

提升综合白电产品的开发、制造、销售和协同能力，为用户提供一整套智慧白电系统解决方案。

3、运营能力

公司开展标杆管理活动，提升公司基础管理水平。持续开展“人效、钱效、物效”三方面提升工作，不断提升内部管理能力。建立了目标清晰、指标量化、绩效导向的绩效考核和激励下沉的分层式分享体系，激活内部生产力。以价值链管理为主线，持续开展价值创造工作，提交升公司竞争力。不断完善内控体系，提高防范风险能力。

4、营销能力

公司建立了较为完善的销售网络及服务体系，国内销售渠道强调线上线下协同和融合，通过业务操作模式体系性建设（目标管理、价值链管理、以销促进、产品组合及渠道策略等）与推动，本年度业务节奏不断趋于良性，在连锁、批发、电子商务等多种渠道均衡发展，产品竞争能力得到了提高；海外市场通过加大海外营销机构、研发基地、生产基地等投入，公司积极开拓海外市场，产品出口100多个国家和地区。

四、公司未来发展的展望

（一）行业竞争格局和发展趋势

1、竞争格局：寡头争霸、洗牌继续

当前各行各业都进入了一个超竞争的时代：一是超速，产品开发、新的商业模式等等，更新速度都很快；二是超界，不同的行业相互渗透、相互竞争；三是超高，人口红利、原材料红利的消失，大宗原材料价格上涨，成本上升；四是超变，颠覆性的变革随时可能发生。

家电行业已从大盘式增长转向侵蚀性增长。家电寡头竞争将成主流，巨头间的洗牌不可避免。市场竞争格局将更加白热化，洗牌将从家电零售渠道与家电制造体系双向展开，并呈现出寡头化、巨头化竞争的新局面。与此同时，受国家供给侧改革和产业结构调整的影响，原材料价格开始大幅上涨，物流行业也因“治超”导致成本上升，家电产品运输费用大幅提升。同时随着国家普惠政策的推出，家电行业将告别低价的价格竞争，逐步向理性价值竞争回归。

2、技术变量：人工智能、市场引爆

物联网、人工智能、生命技术，是人类社会发展未来几个主要的方向。在家电行业，技术创新已经成为主导，基于技术创新的驱动能力在家电产业竞争中的作用和地位越来越重要，特别是新技术、新概念在一线终端市场的引领，将会越来越多地受到企业的青睐。另外，随着智能化普及在市场遭遇同质困局，以及互联网发展步入纵深，人工智能已经成为加速智能家电落地的新引擎，将赋予不同

企业在终端市场上的差异化优势，从而成为拉动中高端市场消费的重要引擎，预计将会迎来一轮集中性地引爆。

3、产品迭代：精品新品、突破瓶颈

受市场低价竞争的影响，众多白电产品的功能没有实质的提升，但是伴随着中高端消费群体的崛起，特别是品质化、高端化和时尚工艺化需求的全面释放，家电产业将迎来新一轮的消费升级，品质消费时代来临，将促进行业向高端化、智能化转型升级。

在行业结构转型升级，产品进入更新换代的背景下，以“精品新品”为主的家电市场竞争趋于清晰和明确，但是众多家电产品的精品化正面临着新一轮的瓶颈和同质化挑战。因此下一阶段的家电产品精品化必须要面临重大突破，从质量、功能、外观、工艺等多个层面进行系统革新，在追求产品务实主义的同时，又赋予产品的科技感，这将是整个市场产品迭代的方向。

4、渠道整合：线上线下、场景服务

互联网已进入深水区，用户增长率明显放缓。纯粹的线上价格战等策略已经开始逐渐失效，增量用户获取难度越来越大。线上线下渠道的融合成为家电企业的发展方向，其核心是家电企业必须有服务用户的能力。如何充分利用并整合线上、线下不同渠道的资源 and 优势，完成企业营销、产品推广和用户需求的三位一体化，夯实并强化自身对于用户服务能力的提升，从而真正跳出渠道之争，回归企业产品的市场快速落地和用户需求的强势激活，是企业必选题。

5、国际化：全球并购、资本驱动

国际化是基于适应时代的需要，白电行业的国际化将展现得尤为突出，特别是全球化的资本并购不仅可以快速提升企业在全全球市场的品牌影响力和行业地位，而且可以通过国内外的资源整合和市场拓展，提升海外市场的成长空间。另外，全球化的资本并购不仅已成为企业新的增长动力，而且可以赋予企业在新的竞争轨道中的关注度和影响力。

（二）发展战略

1、愿景

中国领先、世界一流、受人尊重的家电企业。

2、战略思想

2011年，公司董事会提出“美菱梦”和“双三战略”的战略指导思想，2014年将原有的“双三战略”升级为“双三一心战略”，双三即产品战略、人才战略、成本领先战略三大核心战略和市场战略、品牌战略、国际化战略三大重要战略，一心即为智能化。

未来几年时间，公司将要在产业、市场和变革三个风口上站对、站准、站稳，持续推进六大创新，让公司朝着“美菱梦”的方向更进一步，力争到 2020 年，再造一个美菱。

3、战略思路及目标

通过“两个坚持”、“两个坚守”和“两个转变”三个方面（即坚持产品主义和技术驱动，坚持文化建设和制度创新；坚守国内和海外市场，坚守人才和品牌战略；单一化向多元化转变，B2C 向 O2O 和 C2B 转变），力争到 2020 年，在规模上、在产品线上、在组织流程上再造一个新美菱。具体包括：一是在规模上再造一个美菱，即年销售收入要达到 200 亿元，净资产要达到倍增；二是在产品线上再造一个美菱，实现公司现有冰箱、冰柜、空调主力产品市场占有率大幅提升，洗衣机产品、厨卫产品和小家电产品成为美菱新的主力产品，并通过布局生鲜电商及生物医药等新兴业务，带动公司盈利模式的转型升级；三是在组织流程上再造一个美菱。

（三）经营计划

1、经营目标

在宏观经济不景气、家电行业大盘下滑、各品牌竞争激烈及原材料价格上升的情况下。2017 年，公司将在董事会的领导下，全年争取实现营业收入较上一年度增长 5%以上、归属母公司净利润较上一年度增长 15%以上。

2、经营方针

公司 2017 年的经营方针为“产品领跑、营销发力、制造突破、机制保障”。

产品领跑：产品是公司核心竞争力。首先要以行业新一级能效标准为契机，充分发挥公司变频技术的优势，加快新能效切换速度、提高切换效率，实现新一级能效产品销量高于行业水平。其次，持续强化智能和变频产品优势，通过智能化提升高端产品的销售和品牌影响力，变频产品要从线下独立渠道向线上渠道和海外市场大力扩张，并进一步加强变频差异化的优势。再次，加大风冷产品的普及力度，提升内外销中大容积风冷产品占比的同时向中小容积风冷产品开拓，压缩直冷冰箱的比例，实现结构升级。同时，公司空调、洗衣机、厨卫和小家电等产品线也要加速结构升级。

营销发力：营销是公司业绩增长的源泉。进一步深化价值链管理，推进营销信息化系统建设。内销市场继续围绕“诚信、服务、专业、激情”的八字营销文化理念，转变观念，强化服务意识，要成为“终端最活跃的品牌，市场最勤劳的营销人”。同时，内销市场要补齐区域市场的短板：一方面加强线上渠道薄弱环节的建设，通过深度合作，提升占比，另一方面线下渠道中聚焦公司的优势市场，重点突破公司薄弱的区域市场。

海外市场进一步提升产品结构和大客户占比，加强人才队伍建设，同时加强公司自有品牌的推介和海外工厂的能力建设。

制造突破：制造是公司产品质量和工艺的保障。通过推动智能化制造、大冰箱提效工程、江西美菱高速生产线项目、高端冰箱精细化工程、用工提升工程，整体拉动制造产线效率的突破。智能制造是制造业转型升级的方向之一，以非公开募投项目“智能制造”为核心，促进“美菱制造”向“美菱智造”转型，实现高端工艺水平的进一步突破，提高制造柔性，满足不同用户的个性化需求。最终实现内外销客户订单满足率的双提升，综合制造成本大幅下降。

机制保障：机制是公司良性运行的基础。企业的根本在人才，人才的根本在机制。为实现公司“美菱梦”的愿景，有竞争力的机制保障是关键。2017 年将通过建立健全激励机制、人才机制、创新机制、当责机制、对标机制，为公司 2017 年的发展提供有力的机制保障。

3、市场策略

（1）冰箱（柜）

继续坚持智能和变频两大核心产品策略，加快新一代智能产品研发和升级，落实公司智能化战略，提升变频产品的占比。大力投入基础技术研究和产品升级，持续开展智能、变频、深冷、无霜等技术研究，保持行业技术领先，加大对风冷、多温区、大容积、变频、智能产品开发力度，促进公司产品结构向高端化、智能化升级，带动公司产业转型升级；同时，通过对生产线全面实施智能化升级改造，提高制造效率和产品品质，降低产品成本，增强产品竞争力。

国内市场，以变频领先、智能领航、多门做强、对开做大、风冷抢跑为思路，合理规划，提升产品的组合能力，通过调整产品结构来提升内销能力。在渠道方面，通过价格管理、促销管理、用户体验管理等手段来提升线下终端销售能力，同时通过打造电商爆款产品、提升售后服务体验、各产品线协同作战等手段来提升线上销售能力。

海外市场要坚持以“自主品牌+OEM/ODM”的品牌结构，策略上主流同质化产品成本领先，竞争不充分产品差异化。同时，重点还在于提升大客户的服务能力，提升海外准时交付率，缩短交货周期，提高产品质量。特别是面对客户需求，提升快速反应解决问题能力。

（2）空调

基于公司智能化发展战略，公司空调业务将抓住一级变频、节能、智能和健康等行业新亮点。围绕公司“智汇家生态圈”计划，发展智能终端，提供健康智慧空气解决方案，逐步构建智能设备+场景应用+社交分享三位一体的业务发展模式，从传感、控制和设备等多维度布局，实现单体做强、系统集成、良性发展，

成为中国一流的空调企业。同时，大力拓展海外市场，开展质量、市场、产品研发、成本控制等方面能力建设，通过区域及客户结构调整，确保未来三至五年进入并稳固空调行业第二集团地位。此外，空调产业将抓住煤改电、家电节能领跑者政策机会，完善产品布局，促进企业转型。

（3）洗衣机

一方面，加快渠道布局，依托美菱冰箱（柜）渠道，突击批发渠道，进驻、升级 G60 网点，全面覆盖连锁渠道。提升研发能力，把握行业技术方向，发展美菱洗衣机核心技术，升级产品阵容，提高产品竞争力。整合供应链资源，强化产品质量，提高消费者对美菱洗衣机的满意度和品牌美誉度。打造专业化团队，改进服务，实现销量快速提升，改善销售结构。通过并购或自建生产基地，在“十三五”期间进入行业第二阵营，成为公司支柱产业之一。

另一方面，公司于 2017 年 3 月与国际知名专业电器制造商 Candy Hoover Group S. r. l.（以下简称“Candy 集团”）签署了《战略合作框架协议》（以下简称“《合作协议》”）。合作双方将在冰箱（柜）、洗衣机等业务领域开展全面、深入的战略合作。其中洗衣机方面，通过公司与 Candy 集团共同成立合资公司从事洗衣机产品的研发、销售业务，借助合作双方各自的研发和业务优势，公司可进一步加强自主研发能力，提升产品线的竞争优势，扩大公司产品市场份额，增强公司核心竞争力及品牌影响力，提升公司的盈利能力和综合竞争力。

（4）小家电

立足厨卫，强化电热，发展净水事业，打造核心业务。加大对厨卫、净水业务的投入，提升制造、研发及市场能力；依托智能化战略加强智能产品的开发，力争在智能产品上做到行业领先；持续推动研发、制造、营销、质量、运营五大能力建设，提升行业地位。

（5）生物医疗

公司以下属新三板挂牌子公司中科美菱为平台，全面发展生物医疗产业。基于生物医疗领域的相关多元化，以单压缩混合工质为核心制冷技术，以超低温冷冻储存设备等存量业务为基础，快速推进产品升级迭代的同时，实现产品品类多元化、交易模式多元化。围绕生命科学、冷链仓储核心业务，结合自身技术优势，以产品为载体，以市场为导向，以用户为中心的经营理念，稳步、快速向超低温冷冻储存设备、医药用普冷产品、互联网冷链终端、液氮存储设备等相关产业链拓展，快速做大做强生物医疗领域。全面启用“美菱生物医疗”品牌，加大市场推广力度，构建完善的营销渠道体系，持续推动营销渠道与终端产品的完美结合。

（4）智慧生活新业务模式

积极推进募投项目“智慧生活项目”，构建美菱智慧生活 O2O 社区生鲜业务

平台。重点布局小区冷藏自提柜，发挥公司在智能化和制冷领域的优势，力争三至五年时间发展为行业具有一定影响力的生鲜电商 O2O 业务平台。聚焦于区域化、本土化，逐步整合区域及全国品牌企业入驻方式经营，最终将美菱智慧生活项目打造为全国性智慧生活 O2O 服务平台。通过食品管理为手段向“设备+服务”的模式转型，为冰箱智能转型提供探索，实现公司从低频次销售硬件走向高频次售卖服务，形成“硬件+服务”的双增长引擎，带动公司盈利模式的转型升级。

上述经营计划、经营目标并不代表上市公司对 2017 年度的盈利预测，能否实现取决于市场状况变化、经营团队的努力程度等多种因素，存在很大的不确定性，请投资者特别注意。

（四）可能面临的风险及对策

2017 年国内外宏观经济形势依然不容乐观，家电市场的竞争会更加激烈，企业生存的环境将会更加恶劣。未来公司将面临宏观经济增长乏力、行业形势严峻、竞争加剧、用工紧张、原材料价格、运输费用及人力资源成本大幅上升、新商业模式及互联网时代的冲击等风险。

1、宏观经济波动风险

公司生产、销售的产品属于消费类电器产品，市场需求受宏观经济及居民消费水平影响较大。宏观经济的波动可能对消费者的收入预期、购买力和购买意愿产生一定的影响。此外，房地产发展的不确定性一定程度上影响居民购置消费类电器的需求。如果未来经济增长持续放慢或出现衰退，家用电器行业需求及毛利率可能降低，从而对公司的盈利能力产生不利影响。

2、行业竞争加剧，行业大盘下滑的冲击

中国家电行业为完全竞争行业，内外资家电生产企业众多，所提供产品同质化程度较高，竞争激烈。随着国家普惠政策的退出，行业大盘增长持续下滑，行业已经从大盘式增长进入侵蚀性增长，行业品牌集中度进一步加强，各品牌之间的竞争呈现出寡头化、巨头化竞争的新局面。近年来，行业转型升级明显提速，若不能准确判断、紧跟行业的市场动态，将可能被淘汰出局。行业竞争的加剧可能会造成市场的非理性竞争，给企业带来经营风险。

3、互联网行业跨界的冲击及新的商业模式的挑战

随着互联网时代、人工智能时代的到来，互联网企业跨界不断涌入智能家居领域，不仅加剧了行业的竞争，颠覆性的变革随时可能发生，传统家电企业面临严峻挑战。同时，在互联网经济及新的商业模式的冲击下，各家电厂商都在积极推动转型，家电行业新的商业模式、新的产品形态层出不穷，智能家电发展日新月异，如不能快速反应、跟不上时代的发展潮流，稍不注意就可能被取代甚至被

彻底颠覆。新的游戏规则给企业带来强烈的危机感和紧迫感。

4、原材料价格及运输费用上涨压力

2016 年大宗材料价格因房地产小阳春、供给侧改革、环保压力、部分经营不善产能退出等因素影响，原材料价格呈现出单边上扬行情；同时物流行业因治理“三超”导致运输费用的大幅上升。预计 2017 年原材料价格及物流运输费用将持续大幅上涨或高位运行，而终端产品售价不变或难以消化原材料、物流费用及其他关键资源成本上升的影响，将给公司带来较大的经营压力，并进一步影响公司盈利水平。

5、人力资源风险

家电行业是一个资金、技术、劳动相对密集的产业。随着公司业务范围和规模的逐步扩大，以及家电智能化的到来和互联网的冲击，公司对高层次管理人才、技术人才、创新型人才的需求将大量增加，人才引进已成为人力资源管理工作重点之一，如果不能从多方面有效增强公司对高素质人才的吸引力，公司未来进一步的发展将受到制约。同时，在公司智能化制造的转型期，对一线员工的技术能力、专业素质的提出了更高的要求，如不能提高一线员工的综合素质，将影响公司产品质量的提升。另外，随着公司订单增加，对一线生产员工的需求日益增大，但受劳动力市场供需关系及劳动力成本的持续上升的影响，对公司的成本压力也将进一步放大。

面对以上风险，公司一方面将提高风险防范意识，提前在产品、技术、市场方面进行布局。围绕公司智能制造、智能研发、智慧生活三大募投项目的顺利推进，强化公司智能化技术的创新和驱动，加快落实公司智能战略，推动公司前端制造、后端产品向智能化转型升级，推进公司转型升级，迎接行业竞争新格局，提升公司核心竞争能力。同时通过积极探索新的商业模式，最终实现“美菱制造”向“美菱智造”跨越、硬件提供商向服务提供商跨越、从一次性交易向连续性交易跨越、从单一产品提供商向系统提供商跨越，带动公司盈利模式的转型升级。公司将始终把基础技术研究放在最重要、最核心的位置，通过加大基础技术研究提升产品的核心竞争力；针对不同用户的独特需求，抓住消费者需求痛点，准确把握产品发展方面，加强各产品在功能性方面的应用技术研究；同时，结合自身产品，积极探索前沿技术的研究。目前，公司正在通过丰富产品线向多元化转型，进一步加强各产品线之间的协同性，打造具有较强竞争力的综合性家电企业。同时，围绕“智汇家生态圈”计划，积极探索互联网技术深入发展下的家电企业转型升级的新路径，以自身硬件产品为终端，围绕着食品、空气、水等需求进行新的商业模式的探索，抓住消费者痛点，为用户提供一整套智慧白电系统解决方案。

另一方面，公司将在董事会的领导下，在“美菱梦”的指引下，执行“产品领跑、营销发力、制造突破、机制保障”的经营方针：以全球化为平台，以智能、变频转型为突破口，坚持智能和变频两大产品战略不动摇，推进技术创新，加强

智能、变频、风冷、深冷等技术方面的研发，打造智能化、高端化精品产品及个性化产品，并通过制造效率和工艺水平的提升，从品质化、高端化和时尚工艺化等多方面提高公司产品竞争力。提升内销线下终端销售能力、突破薄弱区域市场，重视线上渠道的发展，加速线上、线下渠道的融合；通过数字化构建以零售为中心的营销管理体系、以零售价格为中心的价值管理体系及以客户库存为核心的运营配送体系，促进数字化的营销转型。重视海外市场的发展，积极主动地探索海外市场自有品牌的建设，加快海外并购的步伐。充分发挥组织内部体制变更和管理机制创新的动力，激活团队自主创新力，为公司的持续健康发展提供机制保障。

五、董事会日常工作情况

公司董事会严格按照《公司法》、《公司章程》、《董事会议事规则》、《独立董事工作制度》等规定履行职责，公司第八届董事会设董事 9 名，其中独立董事 3 名，独立董事占全体董事的三分之一。董事会下设战略委员会、审计委员会、薪酬与考核委员会、提名委员会，各委员会根据其工作细则履行职责，为公司治理的规范性做出应有的贡献。

董事会严格按照相关法律法规开展工作，公司全体董事诚实守信、勤勉尽责，认真出席董事会和股东大会会议，积极参加有关培训，熟悉有关法律法规。独立董事对公司重大事项享有足够的知情权，能够独立、客观地履行职责。

（一）报告期内董事会的会议情况及决议内容

2016 年度，公司董事会共召开了 13 次会议，所有会议召开严格按照相关法律、法规及《公司章程》的规定进行，所有会议决议合法有效。董事会会议召开的具体情况如下：

会议时间及届次	会议内容	信息披露媒体
2016 年 1 月 7 日 第八届董事会第十五次会议	审议通过《关于投资组建长美科技有限公司的议案》一项议案。	《证券时报》、《中国证券报》、《香港商报》、巨潮资讯网
2016 年 2 月 23 日 第八届董事会第十六次会议	审议通过《关于公司非公开发行股票摊薄即期回报及填补措施的议案》、《关于召开 2016 年第一次临时股东大会的议案》二项议案。	《证券时报》、《中国证券报》、《香港商报》、巨潮资讯网
2016 年 3 月 6 日 第八届董事会第十七次会议	审议通过《关于公司符合非公开发行股票条件的议案》、《关于公司调整非公开发行股票方案的议案》、《关于公司非公开发行 A 股股票预案（修订稿）的议案》、《关于公司与四川长虹电器股份有限公司重新签署〈附条件生效的非公开发行股份认购协议〉的议案》、《关于公司非公开发行 A 股股票暨关联交易（修订）的议案》、《关于提请股东大会延长授权董事会全权办理本次非公开发行 A	《证券时报》、《中国证券报》、《香港商报》、巨潮资讯网

	股股票相关事宜有效期的议案》、《关于公司非公开发行股票摊薄即期回报及填补措施（修订稿）的议案》、《关于取消召开 2016 年第一次临时股东大会的议案》八项议案。	
2016 年 3 月 18 日 第八届董事会第十八次会议	审议通过《关于公司开展远期外汇资金交易业务的议案》、《关于公司与四川长虹集团财务有限公司签署〈金融服务协议〉暨关联交易的议案》、《关于公司对四川长虹集团财务有限公司的风险持续评估报告》、《关于召开 2016 年第一次临时股东大会的议案》共四项议案。	《证券时报》、《中国证券报》、《香港商报》、巨潮资讯网
2016 年 3 月 23 日 第八届董事会第十九次会议	审议通过《2015 年度董事会工作报告》、《2015 年年度报告及年度报告摘要》、《2015 年年度财务决算报告》、《独立董事 2015 年度述职报告》、《公司 2015 年度内部控制评价报告》、《关于公司 2015 年度利润分配预案》、《关于续聘 2016 年度财务报告、内部控制审计机构及支付报酬的议案》、《关于预计 2016 年日常关联交易的议案》、《关于确定 2016 年度公司对下属全资及控股子公司提供信用担保额度的议案》、《关于计提坏账准备的议案》、《关于提取存货跌价准备的议案》、《关于固定资产处置的议案》、《关于提取员工退养福利的议案》、《关于补选公司第八届董事会非独立董事的议案》、《关于子公司中山长虹电器有限公司对 Changhong Ruba Trading Company (Private) Limited 增资的议案》、《关于子公司中山长虹和长虹空调共同投资设立印尼子公司的议案》、《关于增资中山长虹电器有限公司的议案》、《关于公司向招商银行股份有限公司合肥分行申请最高 3 亿元票据池专项授信额度的议案》、《关于公司向大华银行（中国）有限公司成都分行申请 2000 万美元最高贸易融资授信额度的议案》十九项议案。	《证券时报》、《中国证券报》、《香港商报》、巨潮资讯网
2016 年 4 月 11 日 第八届董事会第二十次会议	审议通过《关于召开 2015 年年度股东大会的议案》一项议案。	《证券时报》、《中国证券报》、《香港商报》、巨潮资讯网
2016 年 4 月 27 日 第八届董事会第二十一次会议	审议通过《2016 年第一季度报告》、《关于计提坏账准备的议案》、《关于提取存货跌价准备的议案》、《关于固定资产处置的议案》、《关于公司向华夏银行股份有限公司合肥分行申请 6 亿元人民币最高授信额度的议案》、《关于公司向兴业银行股份有限公司合肥分行申请 3 亿元人民币最高授信额度的议案》、《关于公司向杭州银行股份有限公司庐阳支行申请 2 亿元人民币最高授信额度的议案》七项议案。	《证券时报》、《中国证券报》、《香港商报》、巨潮资讯网
2016 年 5 月 4 日	审议通过《关于选举公司第八届董事会副董事长的议案》、《关于补选公司第八届董事会下属专门委员会委员的议案》二项议案。	《证券时报》、《中国证券报》、《香港

第八届董事会第二十二次会议		商报》、巨潮资讯网
2016年7月28日 第八届董事会第二十三次会议	审议通过《2016年半年度报告全文及摘要》、《关于计提坏账准备的议案》、《关于提取存货跌价准备的议案》、《关于固定资产处置的议案》、《关于公司对四川长虹集团财务有限公司的风险持续评估报告》、《关于公司向中国工商银行股份有限公司合肥长江东路支行申请应收账款质押融资额度的议案》、《关于公司调整下属子公司股权结构的议案》、《关于向中国银行股份有限公司合肥经开区支行申请4亿元人民币最高授信额度的议案》、《关于向中国建设银行股份有限公司合肥庐阳支行申请3亿元人民币最高授信额度的议案》共九项议案。	《证券时报》、《中国证券报》、《香港商报》、巨潮资讯网
2016年9月20日 第八届董事会第二十四次会议	审议通过《关于公司控股子公司中科美菱低温科技股份有限公司向管理层定向增发股份及公司放弃优先认购权的议案》一项议案。	《证券时报》、《中国证券报》、《香港商报》、巨潮资讯网
2016年10月12日 第八届董事会第二十五次会议	审议通过《关于设立募集资金存储专户及签订〈募集资金三方监管协议〉的议案》一项议案。	《证券时报》、《中国证券报》、《香港商报》、巨潮资讯网
2016年10月17日 第八届董事会第二十六次会议	审议通过《2016年第三季度报告》、《关于计提坏账准备的议案》、《关于提取存货跌价准备的议案》、《关于固定资产处置的议案》、《关于提取员工退养福利的议案》、《关于修改〈公司章程〉部分条款的议案》、《关于公司通过公开挂牌方式转让子公司合肥美菱包装制品有限公司100%股权的议案》、《关于全面修订〈合肥美菱股份有限公司理财产品投资管理制度〉的议案》、《关于公司利用自有闲置资金进行投资理财的议案》九项议案。	《证券时报》、《中国证券报》、《香港商报》、巨潮资讯网
2016年11月25日 第八届董事会第二十七次会议	审议通过《关于使用募集资金置换预先投入募集资金项目的自筹资金的议案》、《关于使用闲置募集资金进行理财产品投资的议案》、《关于子公司宏源地能热泵科技有限公司设立分公司及投资建设地能热泵产品生产基地的议案》、《关于子公司中山长虹电器有限公司投资设立全资子公司的议案》、《关于子公司广东长虹日电科技有限公司投资设立全资子公司的议案》、《关于子公司四川长虹空调有限公司进行技术改造的议案》、《关于子公司绵阳美菱制冷有限公司进行搬迁扩能项目的议案》、《关于公司受让子公司长美科技有限公司部分股权的议案》、《关于为经销商银行授信提供担保的议案》、《关于公司发行超短期融资券的议案》、《关于公司向平安银行股份有限公司合肥分行申请5亿元人民币最高授信	《证券时报》、《中国证券报》、《香港商报》、巨潮资讯网

	额度的议案》、《关于公司向中国工商银行股份有限公司合肥长江东路支行申请 3.5 亿元人民币最高授信额度的议案》、《关于公司向徽商银行股份有限公司合肥经开区支行申请 4 亿元人民币最高授信额度的议案》、《关于公司向中国民生银行股份有限公司合肥分行申请 3 亿元人民币最高授信额度的议案》、《关于公司向中国光大银行股份有限公司合肥长江西路支行申请 5 亿元人民币最高授信额度的议案》、《关于公司向合肥科技农村商业银行股份有限公司合肥淝河路支行申请 3 亿元人民币最高授信额度的议案》、《关于公司向大华银行（中国）有限公司成都分行申请 1.3 亿美元最高授信额度的议案》、《关于公司向华侨永亨银行（中国）有限公司成都分行申请 2.2 亿美元最高授信额度的议案》、《关于公司向东亚银行（中国）有限公司合肥分行申请 1 亿元人民币最高授信额度的议案》、《关于召开 2016 年第二次临时股东大会的通知》二十项议案。	
--	--	--

（二）董事会对股东大会决议的执行情况

2016 年度，公司董事会召集并组织了一次年度股东大会、两次临时股东大会，均采用了现场与网络投票相结合的方式，并对中小投资者的表决单独计票，为广大投资者参加股东大会表决提供便利，切实保障中小投资者的参与权和监督权。公司董事会根据《公司法》、《证券法》等有关法律、法规和《公司章程》的要求，本着对公司及全体股东负责的态度，认真规范地行使有关董事会的职权及股东大会授予的权限，认真贯彻执行股东大会各项决议。

（三）董事会下设专门委员会履职情况

1、董事会下设战略委员会履行职责情况

公司董事会下设战略委员会依据《公司法》、《深圳证券交易所股票上市规则》等相关法律、法规的要求及中国证监会和深交所的有关要求，严格按照《公司章程》、《董事会战略委员会工作规则》等规定，严格履行职责，为公司战略发展、对外投资等事项进行研究并提出建议，进行了积极指导，具体情况如下：

（1）2016 年 1 月 6 日，战略委员会召开了第八届董事会战略委员会第四次会议，审议通过了《关于投资组建长美科技有限公司的议案》，根据公司战略规划和经营发展需要，为推动公司的智能化转型，公司将实施智慧生活项目，并已作为非公开发行募集资金投资项目之一，为确保智慧生活项目的有序推进，同意公司投资组建长美科技有限公司（以下简称“长美科技”），以社区“智能生鲜自提柜”为切入点，开展 O2O 社区生鲜业务，为用户提供生鲜等日常食品的销售及配送服务，以实现智能设备+内容（生鲜农产品）+服务（社区 O2O）三位一体的业务发展模式。同意该投资事项提交公司董事会审议。

(2) 2016 年 3 月 22 日，战略委员会召开了第八届董事会战略委员会第五次会议，审议通过了《关于公司 2016 年度发展规划的议案》、《关于子公司中山长虹电器有限公司对 Changhong Ruba Trading Company(Private) Limited 增资的议案》及《关于子公司中山长虹和长虹空调共同投资设立印尼子公司的议案》三项议案。

①根据公司中长期发展战略，各委员结合公司所处的宏观环境形势及行业现状总结了 2015 年度工作整体情况，讨论并确立了公司 2016 年度经营思路、经营计划等，进一步保证了公司中长期发展战略目标的实现。

②根据公司海外发展战略，为促进海外业务发展，审议通过《关于子公司中山长虹电器有限公司对 Changhong Ruba Trading Company(Private) Limited 增资的议案》，各位委员同意公司下属子公司中山长虹与合作方阿联酋 RUBA GENERAL TRADING FZE 公司按现有股权比例对巴基斯坦合资销售公司进行增资，其中中山长虹增资 384 万美元，以解决巴基斯坦合资销售公司发展过程中流动资金不足的问题，满足其未来业务规模扩大及经营发展过程中对资金的需求。同意该投资事项提交公司董事会审议。

③根据公司海外发展战略，为扩大公司旗下产品海外销售规模，提高公司竞争能和产品盈利能力，审议通过《关于子公司中山长虹和长虹空调共同投资设立印尼子公司的议案》各位委员同意公司子公司中山长虹与长虹空调共同投资 600 万美元（约 3930 万元人民币）在印度尼西亚设立子公司，销售冰箱（柜）、空调、洗衣机和小家电产品，进一步拓展印尼市场发展，进而推进公司国际化的进程。其中，中山长虹拟出资 588 万美元，占总出资额的 98%；长虹空调拟出资 12 万美元，占总出资额的 2%。同意该投资事项提交公司董事会审议。

④根据公司海外发展战略及子公司中山长虹增资巴基斯坦合资销售公司及投资设立印尼子公司的需要，并结合中山长虹目前的财务状况和资金需求，审议通过《关于增资中山长虹电器有限公司的议案》，各位委员同意公司及全资子公司长虹空调按现有持股比例向中山长虹增资 6,400 万元人民币，其中本公司增资金额为 5,760 万元人民币，长虹空调增资金额为 640 万元人民币。本次增资完成后，中山长虹注册资本增加至 18,400 万元人民币，公司与长虹空调对中山长虹的持股比例不变，仍为 90%和 10%。同意该增资事项提交公司董事会审议。

(3) 2016 年 11 月 23 日，战略委员会召开了第八届董事会战略委员会第六次会议，审议通过了《关于子公司宏源地能热泵科技有限公司设立分公司及投资建设地能热泵产品生产基地的议案》、《关于子公司中山长虹电器有限公司投资设立全资子公司的议案》及《关于子公司广东长虹日电科技有限公司投资设立全资子公司的议案》三项议案。

①根据公司下属子公司宏源地能热泵科技有限公司（以下简称“热泵公司”）的经营发展需要及市场需求情况，同意热泵公司在广东省中山市南头镇设立宏源

地能热泵科技有限公司广东分公司（暂定名，最终以工商登记为准），并以该分公司为项目实施主体，投资 1,497.2 万元建设地能热泵产品生产基地，以扩大热泵公司的生产能力，有效满足市场需求。同意将该投资事项提交公司董事会审议。

②根据公司下属子公司中山长虹经营发展需要，为整合各类供应链资源，降低运营成本，进一步扩大公司空调产品等海外销售规模，同意中山长虹在广东中山投资 100 万元设立贸易型全资子公司中山长虹贸易有限公司（暂定名，最终以工商登记为准），从事产品进出口贸易业务。同意将该投资事项提交公司董事会审议。

③根据公司下属子公司广东长虹日电科技有限公司（以下简称“日电公司”）的经营发展需要，为整合各类供应链资源，降低运营成本，进一步扩大公司小家电产品海外销售规模，同意日电公司在广东中山投资 100 万元设立贸易型全资子公司中山市虹菱贸易有限公司（暂定名，最终以工商登记为准），从事产品进出口贸易业务。同意将该投资事项提交公司董事会审议。

（4）2017 年 3 月 18 日，战略委员会召开了第八届董事会战略委员会第七次会议，审议通过了《关于公司 2017 年度发展规划的议案》、《关于公司投资建设 200 万台洗衣机生产基地项目的议案》及《关于公司与 Candy Hoover Group S. r. l. 共同投资设立洗衣机合资公司的议案》三项议案。

①根据公司中长期发展战略，各委员结合公司所处的宏观环境形势及行业现状总结了 2016 年度工作整体情况，讨论并确立了公司 2017 年度经营思路、经营计划等，进一步保证了公司中长期发展战略目标的实现。

②根据公司战略发展规划，结合公司经营发展需要，为弥补洗衣机产业的研发、制造能力短板，满足市场需求，同意公司投资不超过 37,121 万元建设 200 万台全自动洗衣机生产基地项目。该项目完成后，将会促进公司洗衣机产业发展，增强洗衣机产品的竞争能力、盈利能力和未来持续发展动力，符合公司中长期战略发展的需要。同意将该投资事项提交公司董事会审议。

③根据公司发展战略，为扩大美菱洗衣机产品的市场规模，提升美菱洗衣机产品的品牌影响力，同意公司与国际上具有研发、技术、渠道及海外客户等优势资源的 Candy Hoover Group S. r. l. 共同投资 1.5 亿元设立美菱卡迪洗衣机有限公司（预核准名称，最终以工商局核准名称为准）销售洗衣机产品。同意将该投资事项提交公司董事会审议。

2、董事会下设审计委员会履行职责情况

公司董事会下设审计委员会依据《公司法》、《深圳证券交易所股票上市规则》等相关法律、法规的要求及中国证监会和深交所的有关要求，严格遵守《公司章程》、《董事会审计委员会实施细则》、《审计委员会年报工作规程》等规定，在本报告期内以及 2016 年年度的审计工作中积极地履行了监督、核查的职能，维护

审计的独立性，具体情况如下：

(1) 2016 年 1 月 29 日，审计委员会召开了第八届董事会审计委员会第九次会议，审议通过《公司 2015 年度财务会计报表及内部控制审计时间安排》及《公司 2015 年度未经审计财务会计报表》，认为该未经审计的财务会计报表基本客观反映了公司 2015 年度的财务状况和经营成果。

(2) 2016 年 3 月 3 日，信永中和会计师事务所（特殊普通合伙）出具初步审计意见后，审计委员会召开了第八届董事会审计委员会第十次会议，审阅了公司 2015 年度财务报告的审计初稿，提出审阅具体意见，各位委员与负责公司审计的注册会计师进行了充分的沟通，会计师将审计过程中的相关事项及应进行调整的事项向审计委员会作了汇报，需要调整的事项公司已按年审注册会计师的审计调整意见作了相应的调整。根据年审注册会计师的审计情况及公司管理层向审计委员会汇报的本年度生产经营情况及财务成果，结合公司 2015 年度财务会计报表审计初稿，审计委员会认为经信永中和会计师事务所初步审定的 2015 年度财务会计报表真实、准确、完整的反映了公司的经营情况，认可信永中和会计师事务所对公司财务报表出具的初步审计意见。

(4) 2016 年 3 月 13 日，审计委员会召开了第八届董事会审计委员会第十一次会议，审议通过《公司 2015 年度经审计的财务会计报告》、《2015 年内部控制审计报告》、《关于信永中和会计师事务所从事 2015 年度公司审计工作的总结报告》、《关于续聘 2016 年度财务报告、内部控制审计机构及支付报酬的议案》、《关于公司开展远期外汇资金交易业务的议案》共计五项议案，并同意将前述议案提交董事会审议。

(5) 2016 年 4 月 22 日，审计委员会召开了第八届董事会审计委员会第十二次会议，审议通过《公司 2016 年第一季度财务报表》，认为该未经审计财务报表真实、准确、完整的反映了公司 2016 年第一季度的财务状况和经营情况。同意将公司编制的 2016 年第一季度财务报表提交公司董事会审议。

(6) 2016 年 7 月 17 日，审计委员会召开了第八届董事会审计委员会第十三次会议，审议通过《公司 2016 年半年度财务报告》，认为该未经审计财务报告真实、准确、完整的反映了公司 2016 年半年度的财务状况和经营情况。同意将公司编制的 2016 年半年度财务报告提交公司董事会审议。

(7) 2016 年 10 月 14 日，审计委员会召开了第八届董事会审计委员会第十四次会议，审议通过《公司 2016 年第三季度财务报表》，认为该未经审计财务报表真实、准确、完整的反映了公司 2016 年第三季度的财务状况和经营情况。同意将公司编制的 2016 年第三季度财务报表提交公司董事会审议。

(8) 2017 年 1 月 24 日，审计委员会召开了第八届董事会审计委员会第十五次会议，审议通过《公司 2016 年度财务会计报表及内部控制审计时间安排》

及《公司 2016 年度未经审计财务会计报表》，认为该未经审计的财务会计报表基本客观反映了公司 2016 年度的财务状况和经营成果。

(9) 2017 年 3 月 3 日，信永中和会计师事务所（特殊普通合伙）出具初步审计意见后，审计委员会召开了第八届董事会审计委员会第十六次会议，审阅了公司 2016 年度财务报告的审计初稿，提出审阅具体意见，各位委员与负责公司审计的注册会计师进行了充分的沟通，会计师将审计过程中的相关事项及应进行调整的事项向审计委员会作了汇报，需要调整的事项公司已按年审注册会计师的审计调整意见作了相应的调整。根据年审注册会计师的审计情况及公司管理层向审计委员会汇报的本年度生产经营情况及财务成果，结合公司 2016 年度财务会计报表审计初稿，审计委员会认为经信永中和会计师事务所初步审定的 2016 年度财务会计报表真实、准确、完整的反映了公司的经营情况，认可信永中和会计师事务所对公司财务报表出具的初步审计意见。

(10) 2017 年 3 月 18 日，审计委员会召开了第八届董事会审计委员会第十七次会议，审议通过《公司 2016 年度经审计的财务会计报告》、《2016 年内部控制审计报告》、《关于信永中和会计师事务所从事 2016 年度公司审计工作的总结报告》、《关于续聘 2017 年度财务报告、内部控制审计机构及支付报酬的议案》、《关于公司开展远期外汇资金交易业务的议案》共计五项议案，并同意将前述议案提交董事会审议。

3、董事会下设提名委员会履行职责情况

公司董事会下设提名委员会依据《公司法》、《深圳证券交易所股票上市规则》等相关法律、法规的要求及中国证监会和深交所的有关要求，严格按照《公司章程》、《董事会提名委员会工作规则》等规定，在本报告期内，切实履行职责，对须提请董事会审议提名的聘任的董事进行审查并提出建议。

(1) 2016 年 3 月 22 日，提名委员会召开了第八届董事会提名委员会第三次会议，会议审议通过《关于对公司第八届董事会拟补选的非独立董事人选资格审查的议案》，认为由公司控股股东推荐的第八届董事会非独立董事候选人任职资格符合《公司法》、《公司章程》及中国证监会有关规定，未存在被中国证监会确定为市场禁入者或禁入尚未解除的情形，本次拟推选的非独立董事的教育背景、任职经历、专业能力和职业素养符合拟担任职务的任职要求。同意提名胥邦君先生为本公司第八届董事会非独立董事候选人，并提交公司董事会审议。

4、董事会下设薪酬与考核委员会履行职责情况

公司董事会下设薪酬与考核委员会依据《公司法》、《深圳证券交易所股票上市规则》等相关法律、法规的要求及中国证监会和深交所的有关要求，严格按照《公司章程》、《董事会薪酬与考核委员会实施细则》等规定，报告期内，对公司董事、监事和高级管理人员的绩效评价标准和激励约束机制进行建议，也对公司

董事、监事和高管人员的考核与薪酬事项包括业绩激励基金的计提和分配等进行了审核，具体情况如下：

（1）2016 年 3 月 16 日，第八届董事会薪酬与考核委员会第三次会议召开，会议审议通过了《2015 年度公司董事及高级管理人员的薪酬考核与支付情况》。公司董事会根据公司高级管理人员的薪酬考核情况，并结合薪酬与考核委员会的意见，审议通过了公司 2015 年年度报告中关于董事及高管人员的薪酬考核与支付事项。

（2）2017 年 3 月 18 日，第八届董事会薪酬与考核委员会第四次会议召开，会议审议通过了《2016 年度公司董事及高级管理人员的薪酬考核与支付情况》、《关于计提公司 2016 年度业绩激励基金的议案》。

合肥美菱股份有限公司 董事会

二〇一七年三月三十日