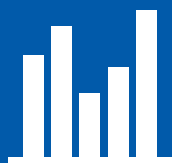




青岛海尔2016年社会责任报告

Corporate Social Responsibility Report



报告说明

Report Description

○ 报告时间范围

2016 年 1 月 1 日至 12 月 31 日，部分内容超出上述时间范围。

○ 报告发布周期

本报告为年度报告。

○ 报告数据说明

报告数据说明 报告中的财务数据摘自《青岛海尔股份有限公司2016年年度报告》，该财务报告经山东和信会计师事务所（特殊普通合伙）独立审计。其他数据来自公司内部系统或人工整理。

○ 报告组织范围

青岛海尔股份有限公司为主体，部分数据涵盖海尔集团。

○ 报告编制依据

全球报告倡议组织 GRI《可持续发展报告指南》（G4版）；中国社科院《中国企业社会责任报告编制指南》；上海证券交易所《上市公司内控报告和社会责任报告的编制和审议指引》。

○ 报告获取渠道

本报告以印刷版和电子版两种形式发布，电子版可在公司官方网站、上海证券交易所网站（<http://www.haier.net/cn/>，<http://www.sse.com.cn/>）查阅。

CONTENTS

目录

报告说明 01

青岛海尔的社会责任模型 03

董事长致辞 04

青岛海尔——全球即为家 05

公司概况 06

数字海尔——可持续发展指标 07

产业的冠军实力以及发明原创革命 08

经济责任——物联网时代的引领者 13

海尔开启物联网时代品牌全球化新篇章 14

智慧家庭的引领 15

智能制造的引领 18

全球化品牌的引领 20

高端家电的引领 23

环境责任——绿色智能发展的模范生 26

环保绩效 27

绿色生态 28

绿色设计 29

绿色制造 34

绿色经营 37

社会责任——人单合一模式的实践者 39

爱进取——员工关怀 40

爱守护——健康安全 44

爱共赢——供应链管理 47

爱创新——服务生态平台 49

爱关怀——社会公益 53

2017年展望 61

第三方评价 62

企业荣誉 63

社会责任模型



主体	联系
政府	严格执行国家法律法规，接受政府的监督管理
消费者	为消费者提供零缺陷、差异化、即需即供的产品和服务
员工	以员工为最大财富，为员工发展搭建发展平台
供应商	与供应商互惠互利，合作共赢
经销商	建立稳定的供应关系，提供品质优良的环境友好产品
股东	创全球品牌，卓越经营，确保股东利益
行业	与业内同行在国家法律框架下开展竞争与合作，共同推动中国家电行业的发展
社会团体	与各类社团组织保持密切联系，相互支持，共同发展
环境	公众的理解和支持为企业发展创造了良好环境

社会责任理念：

“

海尔应像海，为社会、为人类做出应有的贡献。只要我们对社会和人类的爱“真诚到永远”，社会也会承认我们到永远，海尔将像海一样得到永恒的存在。

——海尔集团首席执行官张瑞敏”

“

我愿意与我的团队一道，兢兢业业不断进取，持续变革引领创新，不断累积青岛海尔发展的不竭力量，与每一位海尔相关者共同携手创造美好未来。

——青岛海尔董事长梁海山”



董事长致辞

向品牌全球化迈出了最坚实的一步，我们正在改写全球白电行业的格局。

2016年世界经济深度调整，国家积极推进供给侧改革，“十三五”规划系列战略部署获得了良好开局。互联网技术的快速发展、年轻消费群体的崛起以及收入提升，促使家电行业进入智能化、高端化、个性化的消费时代，家电行业转型、全球化布局与产品结构调整的趋势日趋明显。在机遇与挑战面前，青岛海尔始终以用户需求驱动创新，以创新适应时代、引领时代，定义未来，真诚到永远。

做时代的企业，青岛海尔不断通过颠覆性原创技术进行自我革新和创造，通过将员工与市场用户需求相连接的人单合一双赢机制激发员工活力，积极探索提质增效、转型升级，从白电行业引领者、规则制定者向智能家居和智能制造的引领者转变，致力于为全球用户提供最佳体验方案。

2016年，我们持续推进转型、升级和全球化、践行人单合一双赢模式效果显著。依托全球研发体系，青岛海尔重点夯实以智能家电为中心的智能场景体验，稳健实施从“电器”到“网器”，再到“网器生态圈”的社群经济时代转型；通过互联工厂示范线和COSMOPlat互联工业平台，由大规模制造转变为大规模定制，为国家供给侧改革做出最佳注脚；完成对GEA家电的并购，进入多品牌跨产业跨区域全球化战略新阶段，改写全球白电行业的格

局；在消费向高端升级、市场存量饱和的现状下，以卡萨帝、GEA、FPA、AQUA发力高端化转型，演绎未来美好生活想象。

我们不断丰富企业社会责任的内涵，以科技和服务关怀大众。我们建立以小微为基本单元的全球保障体系，激发员工活力创造价值；以绿色发展战略为核心，从设计到制造到服务打造全绿色产品生命周期，呵护自然环境；坚持现金分红，持续回报股东，保护投资者的合法权益；真情付出，持续关注祖国未来——中国儿童的教育事业。

作为全球化企业，青岛海尔将持续通过人单合一管理模式和创新机制驱动全球业务转型落地，围绕物联网时代智慧家庭生态的定位，推进以用户为中心的全球多品牌协同作战策略，为用户带来最美好的生活体验。

青岛海尔股份有限公司

董事长：

2017年4月

青岛海尔

全球即为家

公司概况

公司名称：青岛海尔股份有限公司

公司代码：600690

主营业务：白色家电研发、生产和销售以及渠道综合服务业务

成立时间：1989 年成立

上市时间：1993 年上市（中国最早一批上市公司之一）

战略定位：海尔集团家电业务整合平台

战略方向：智慧互联智慧生活解决方案的网络化企业



数字海尔-可持续发展指标

经济指标

指标	2011	2012	2013	2014	2015	2016
营业收入（亿元）	736.63	798.57	864.88	887.75	897.48	1190.66
归属上市公司股东净利润（亿元）	26.90	43.61	41.68	49.92	43.01	50.37
每股盈利（元）	1.00	1.22	1.53	1.74	0.705	0.826
总股本（万元）	268,512.75	268,512.75	272,083.59	304,593.51	612,315.43	609763.07

环境指标

单位产值能耗

2016年海尔单位产值能耗为**9.60**千克/万元，
同比下降**5.95**%。

单位产值二氧化碳排放量

2016年海尔单位产值二氧化碳排放量为**10.81**千克/万元，
同比下降**9.11**%。

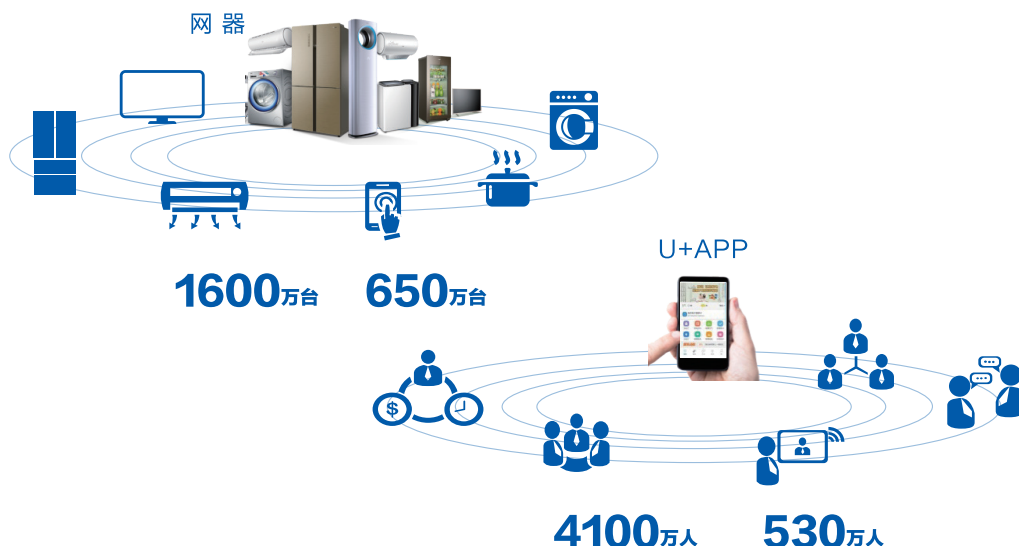


社会指标

2016年每股社会贡献值=2.35元 / 股

每股社会贡献值 = 每股收益 + (纳税总额 + 职工费用 + 利息支出 + 公益投入总额 - 社会成本) ÷ 期末总股本。计算标准源于《关于加强上市公司社会责任承担工作暨发布〈上海证券交易所上市公司环境信息披露指引〉的通知》。其中，纳税额为支付的各项税费；职工费用包含支付给职工以及为职工支付的现金。

海量网器全互联互通 从电器-网器-网络生态为场景智能生态提供物联基础



研发竞争力

国际方面：

IEC、ISO中共拥有**66**个专家席位，UL标准开发组织中拥有**28**个专家席位，提报了**90**项国际标准制修订提案，其中已发布实施**43**项，是中国提案最多的家电企业；主导首个IEC冰箱保鲜国际标准，防电墙技术提案被写入IEC国际标准

国内方面：

累计主导、参与国家/行业标准制修订**410**项，是国内主导国家行业标准最多的家电企业。

发明专利占比**>60%**，全球专利布局覆盖**25**个国家和地区，**是中国在海外布局发明专利最多的家电企业。**

累计获得国际设计大奖百余项，且连续两次获得中国工业设计唯一金奖，工业设计引领行业趋势；累计获得**14**项国家科技进步奖，2016年获得家电史唯一——一个——一等奖。

HOPE研发平台：

全球一流资源**380**万，注册用户**40**多万，平均每年漏出创意超过**6,000**个。



发明专利占比 > 60%



43项国际标准修改提案被采纳

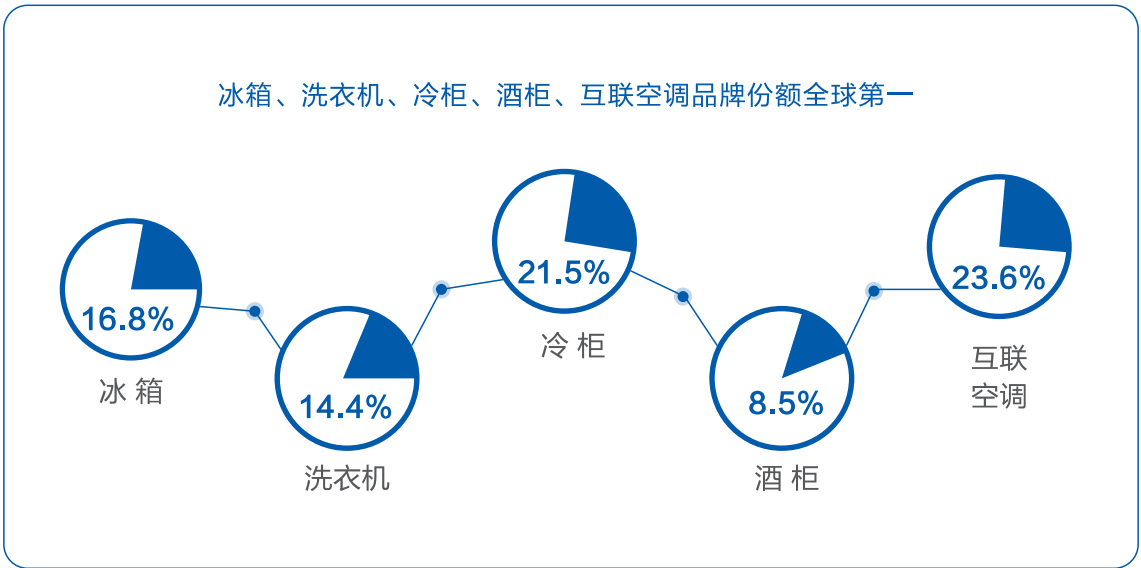
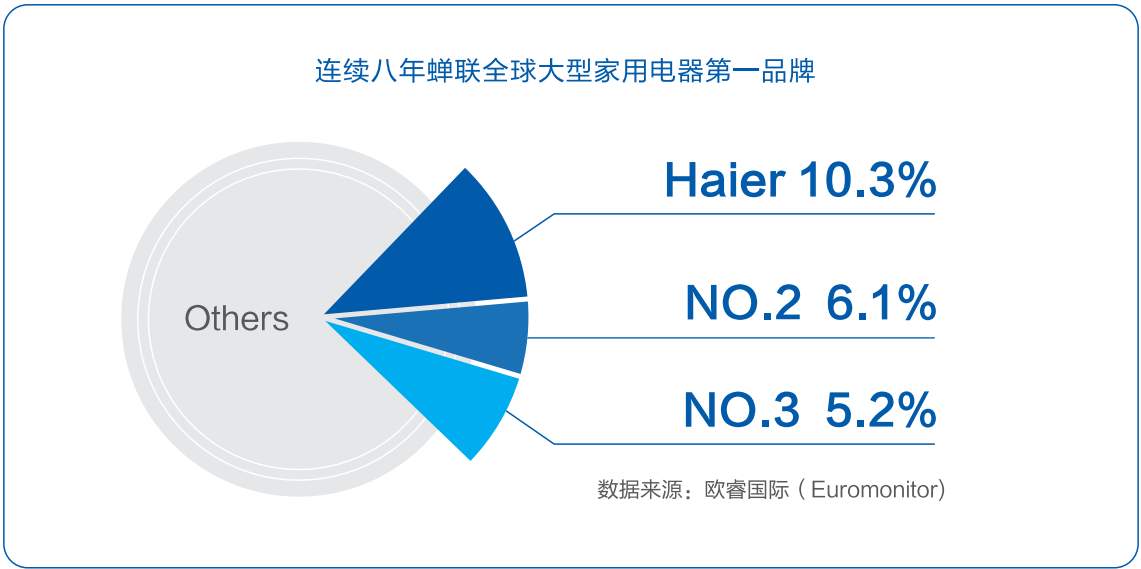


参与410项国家行业标准

产业的冠军实力及发明原创革命

在海尔、卡萨帝、统帅、日日顺、AQUA以及斐雪派克6大家电品牌的协同下，作为连接品牌与用户的家电产品也将完成从创新到发明原创的革命。海尔每个产业都向全球用户输出颠覆性的产品，譬如，发明世界首台隐形家用中央空调、展出原创的双滚筒洗衣机与没有压缩机的固态制冷酒柜等革命性爆品。

海尔全球品牌份额第一



海尔厨电——覆盖全用户群体的品牌群



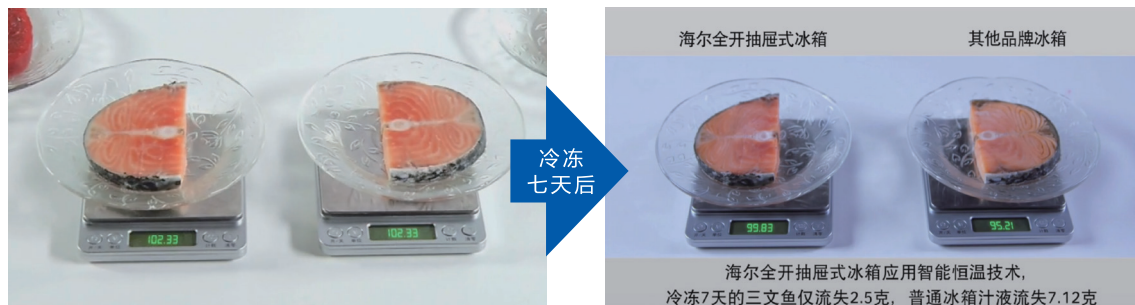
海尔“大厨电战略”将针对不同品牌目标人群量身定制，每个产品均经过上万次用户深入交互，按需研发，针对五大品牌的不同特点进行市场细分式定位。具体来看，新西兰国宝级奢华家电品牌Fisher&Paykel主打社交厨房，为都市层峰群体定制，以奢华生活方式+设计彰显身份尊贵；拥有138年历史的美国著名家电品牌，美国厨电市场占有率第一的GE则定位专业厨房，主打上层中产及富裕群体，主推国际化、美式生活方式；Casarte（卡萨帝）则卡位艺术厨房，成就高端家庭的厨电首选品牌；海尔厨电锁定智慧厨房，面向城市主流群体，为他们提供中西式融合的品质生活；统帅定位时尚厨房，为追求简约生活方式的年轻群体定制厨房。

海尔冰箱——全球制冷行业领导者

• 保鲜线——海尔冰箱称出好味道

众所周知，好味道都是品尝出来的，但为了让更多消费者了解冰箱食材保鲜真相，海尔冰箱选择用秤称出冰箱保鲜的好味道。2月5日，一段名为《海尔冰箱：用监控拍下食物缩水真相！》的短视频受到了人们的关注，两台秤精确地记录了不同食材在冰箱保鲜之后的重量变化，食材的保鲜效果也显现出来。

视频中的数据显示，502克的蔬菜放进冰箱7天后缩水近20克，牛里脊肉、三文鱼等食材在解冻后也出现了明显的损耗。



• 智慧线——从冰冷的功能电器到智慧平台

1985年，张瑞敏抡起大锤砸开了海尔变中求胜的大门。在此后的30多年间，从产品质量领先，到技术领先，再到首台人工智能“机器人”冰箱的缔造者，海尔为全球冰箱行业演绎了从冰冷的功能电器到智慧平台的艺术之旅。

主推产品：馨厨系列



海尔洗衣机——全球专业洗护第一品牌

萨帝双子云裳通过不倒的香槟塔来直观展示原创同步柔性科技的平稳性。在思享荟上挑卡战极限撑起21层香槟塔。由788个高10cm的高脚玻璃杯组成，高度达2.2m，几乎与姚明一样高，它们被放置在了4台身高1.28m的卡萨帝双子云裳洗衣机上。4台双子云裳洗衣机同步启动，但21层香槟塔却纹丝不动，甚至连杯内的香槟酒也静如止水。



海尔空调——空调业首个实现全系产品智能化

海尔空调走进全国600多个城市，在1万多个小区开展了“集尘行动”。通过免费清洁空调搜集灰尘颜色标本，加上网友自发提供的空调灰尘颜色标本，海尔空调绘制了包含全国34个省、市、自治区的“中国家庭空气色谱地图”，由4种“常见空气颜色”以及4种“特殊空气颜色”构成，直观展现了当下大多数家庭存在脏空调二次污染室内空气的呼吸问题。



经济责任

物联网时代的引领者

海尔开启物联网时代品牌全球化新篇章

多年来，海尔探索从电器到网器，从网器到网站的社群经济模式，构建诚信生态和共享平台的价值，为用户提供最佳体验方案，确保在物联网时代，实现行业生态平台引领及品牌形象全面的引领。

① 智慧家庭的引领

发布由成套智能家电构成的全球首个智慧家庭161个智慧生活场景，开启全球智慧生活场景时代。

② 智能制造的引领

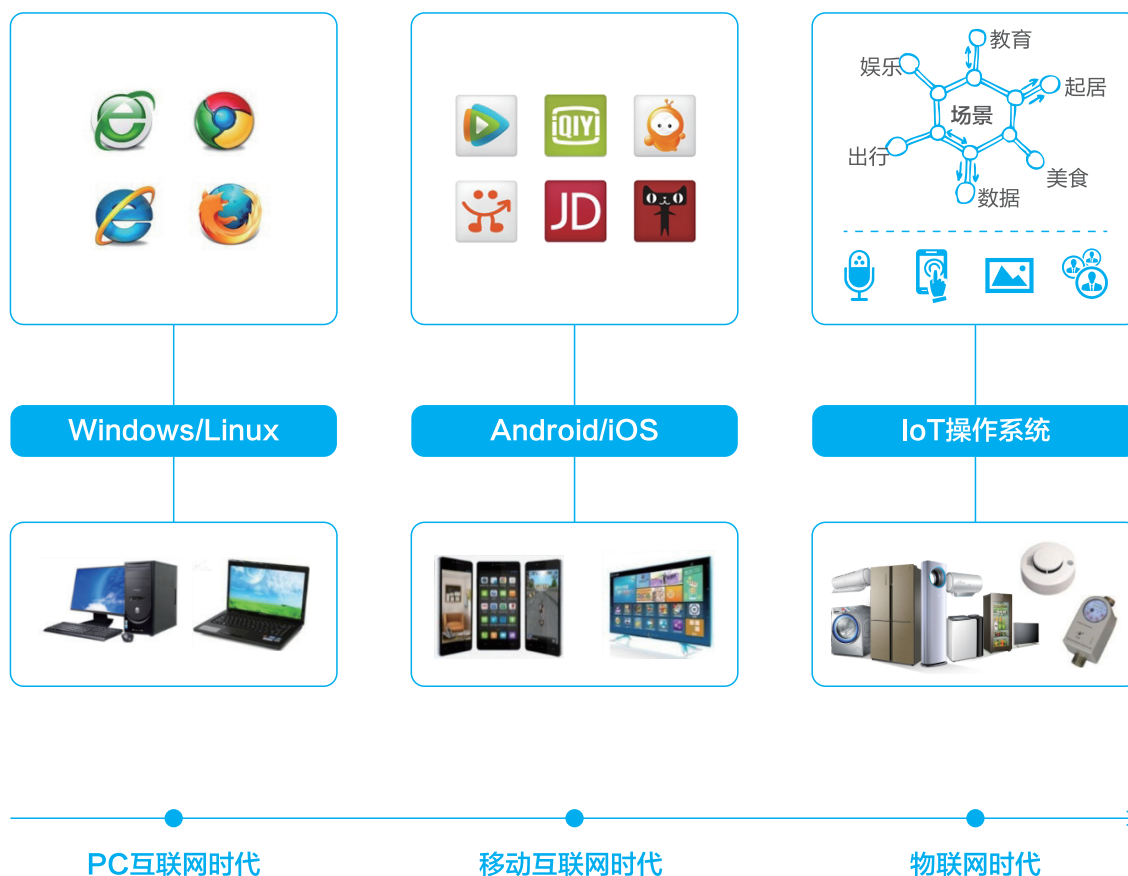
定制冰箱示范线和海尔发布的COSMOPlat平台，实现由大规模制造转变为大规模定制，为国家供给侧改革做出最佳注脚。

③ 全球化品牌的引领

6大海尔系品牌发力（海尔、GEA、FPA、卡萨帝、统帅、AQUA），完成从“品牌全球化”到“全球化品牌”的蜕变，集全球顶级技术研发实力，为用户提供美好生活最佳体验。

④ 高端转型引领

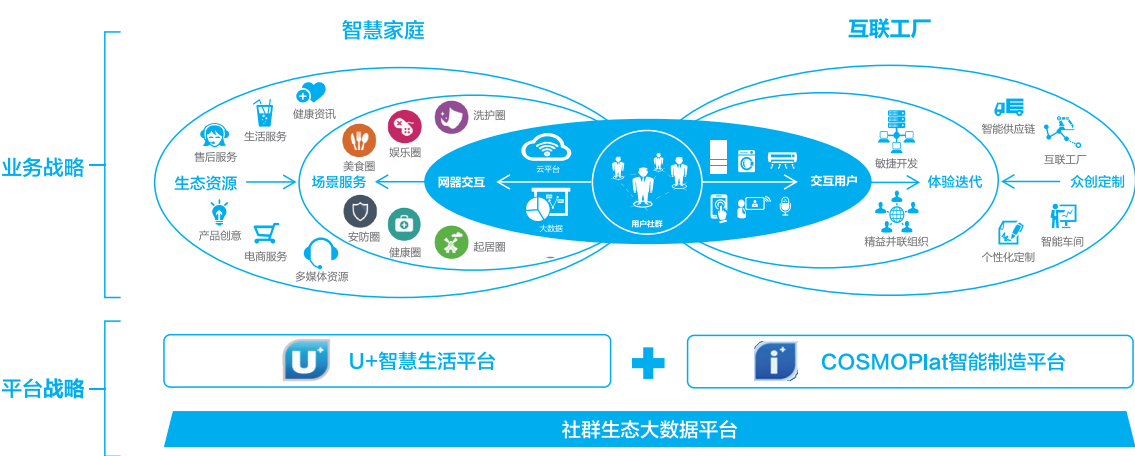
在消费向高端升级、存量市场饱和的现状下，以卡萨帝、GEA、FPA发力高端化转型，为用户提供高端生活解决方案。



智慧家庭的引领

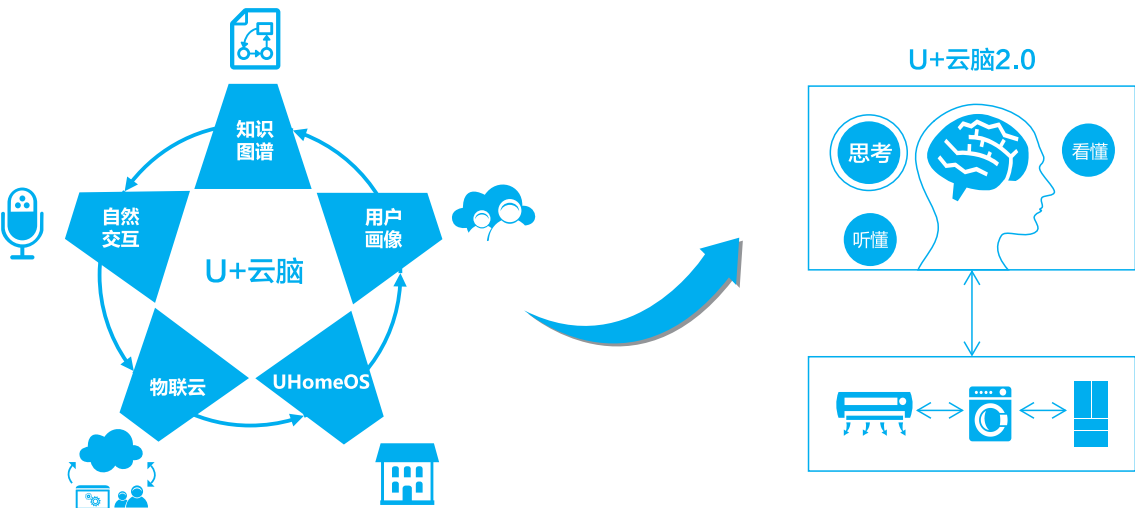
夯实用户智慧场景，扩大平台生态价值

2016年，U+智能生活平台用户规模达到了4100万，接入设备数超过1500万。



• U+智慧生活2.0

2016年，以U+智慧生活2.0战略落地为纲，在行业内率先把人工智能应用到智能家电及智慧家庭场景。在U+平台的五大能力体系和各智能家电的产品体验方面具有大幅度提高。围绕网器产品价值和服务增值，以全场景的互联互通和服务的闭环，开发新一代的全系列智能冰箱、智能洗衣机、智能空调、智能热水器、智能厨电等全系列的全套智能家电。



• 发力电器网器化运动

在电器网器化的用户体验方面，大幅度改善了网器的操作性能，达到行业领先，同时提升了场景联动体验；在用户交互方面，建立了网器场景社群，通过社群运营，激活和唤醒了价值用户，用户活跃度明显提升；发布了生态资源平台——海盟网，实现了生态圈闭环的关键一环，实现用户到网器到生态的无缝衔接，以及集团内的生态资源共享，提高用户体验及效率。发布了行业首个智慧家庭操作系统——UHomeOS，搭载UHomeOS的智能冰箱成功上市，取得良好反响。



• 构建智慧生态系统

在生态构建方面，积极参与并主导中国智慧生活产业联盟，建设以硬件的智能化互联为宗旨的智慧生态，实现用户与智慧生活“大生态”零距离交互;实现各厂家优势互补;以轻快的业务模式实现利益共享，实现平台价值。以扩大平台影响力和平台能力开发为目标，举办了U+创客大赛。



• 国际智能标准制定者

在此基础上，重视参与国际标准联盟和知识产权保护，获得WIFI联盟HETG工作组主席和OCF Board席位，主导并牵头无线宽带标准工作组的智能设备接入无线网络标准的制定，以及申请了超过150项专利技术



以用户为中心的生态合作策略

智能制造的引领

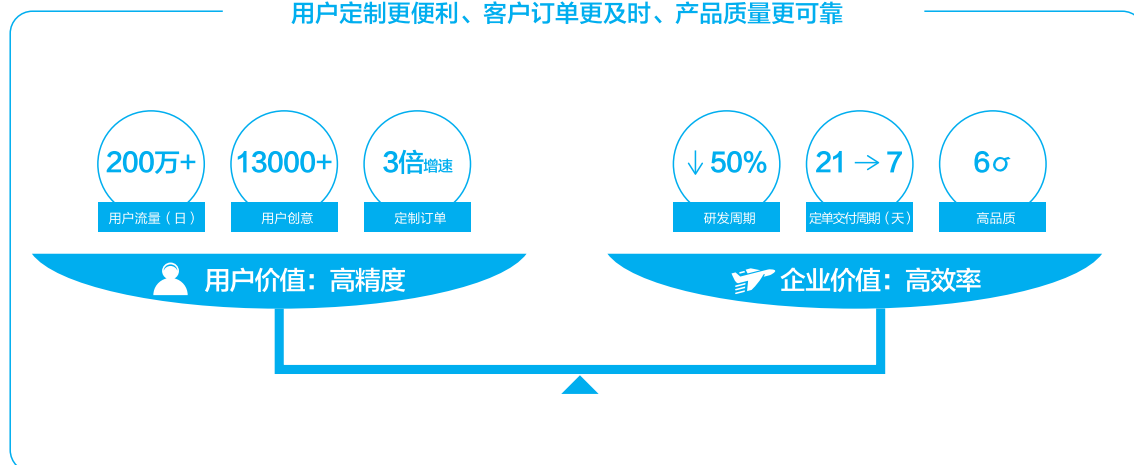
在工业4.0和中国制造2025的趋势之下，众多企业也纷纷开始向智能化转型，但是大多还停留在“机器换人”的阶段，而海尔不是简单的“机器换人”，而是基于用户需求上打造出高效率高精度的柔性互联生态体系。通过实现制造端的智能化，可以通过多种定制方案高精度地满足用户的个性化需求。在互联工厂内，用户还能够参与到产品的交互、设计、制造等全流程中，整个流程给用户带来了无缝化、透明化和可视化的最佳体验，从而由单纯的消费者变成“产消合一”的产消者。

海尔通过互联工厂大规模定制模式的探索实践、互联工厂样板的持续引爆引领，成为国家智能制造实践的标杆。互联工厂模式的引领支持了智研院和家电产业联盟的快速落地，为企业实现智能制造行业的占位引领打下了基础；互联工厂模式软化、云化到COSMO平台上，实现企业在工业互联网平台建设上的引爆引领。

国家智能制造试点示范项目，海尔“家电智能制造综合试点示范” 成为白电领域唯一上榜企业，目前已建成8个全球领先的互联工厂

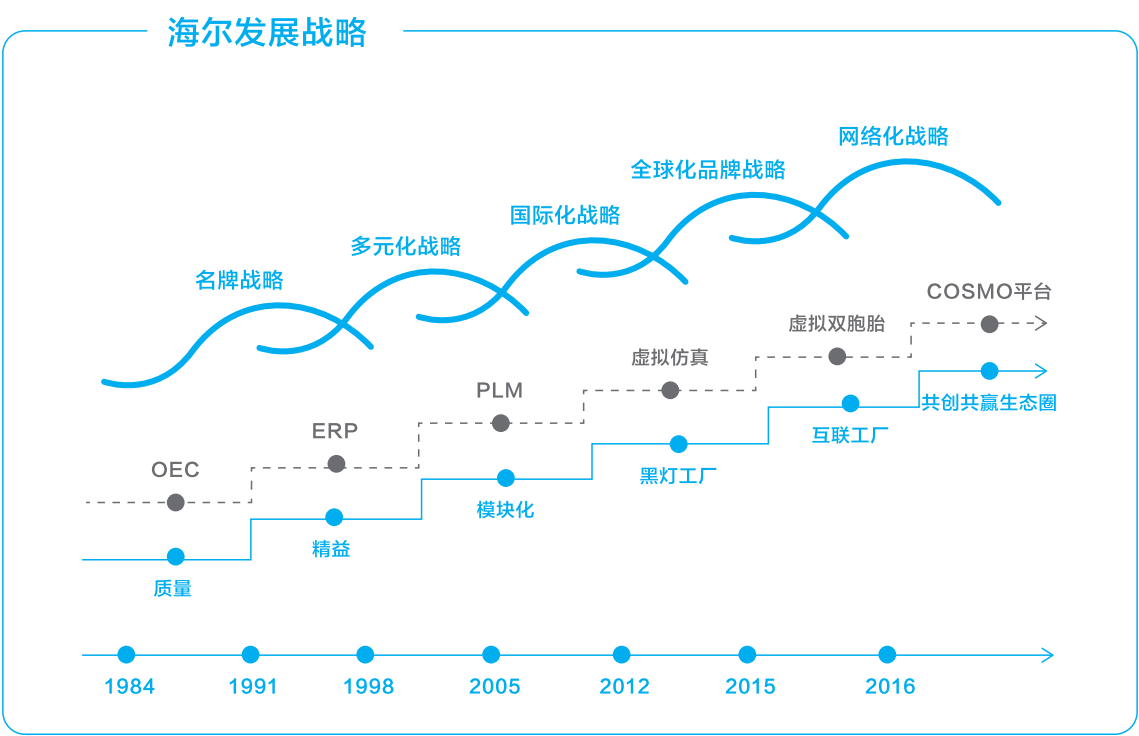


用户定制更便利、客户订单更及时、产品质量更可靠



行业首个自主研发智能制造云平台——COSMOPlat

通过互联工厂模式的软化、云化，初步构建了海尔自主研发、全球引领的智能制造云平台（COSMOPlat），COSMO-Plat聚合全球智能制造资源，为转型企业快速复制海尔互联工厂成果减少试错成本，实现大规模定制转型。同时还可以提供知识智慧化、共享集约、大数据分析等领域的服务。海尔生态7大节点创新模式初步软化到COSMO平台上，COSMO-IM项目基本业务流程已系统配置完成并在样板测试完成，进入项目实施阶段。



全球化品牌的引领

以收购GE家电为标志，海尔的全球化品牌迈入全新阶段：由单一品牌的全球化战略到多品牌跨产业跨区域全球化战略协同。

全球品牌布局，带来全球资源的高度整合、产业全面科技引领及市场覆盖。多品牌、跨产业、跨区域、跨文化的品牌全球化新阶段下，实现采购、研发、供应链、生产、市场的高度整合，通过全球资源的高度整合协同达到企业管理运营效率的最大化，也让海尔成为家电品牌中的最高科技代名词。在全美，海尔GE家电是第一品牌；在澳洲，海尔FPA是第一品牌；在全球，欧睿国际报告显示海尔全球8连冠……所以说，海尔全球化品牌战略布局不仅实现了全球资源协同、全球技术共享，更实现了全球市场引领。



全球化走上去阶段继续深入

海尔一直坚持一个理念，以需求驱动创新。在不断通过颠覆性原创科技改变家电行业的格局，在人单合一的管理模式和创新机制下，海尔在 globalization 过程当中不断打造全球联创、全球共享的世界品质，这得益于公司已经建立的10大研发体系、108个遍布全球的制造工厂以及66个营销中心，从而更加专业的支撑海尔以用户为中心的全球化的品牌体系的落地。



2016年海外经营总结

受益于坚持海外创牌战略，推进不同区域的多品牌运作；进一步拓展俄罗斯、印度、巴基斯坦等新兴市场，布局“一带一路”；因地制宜制定适合当地的业务策略，推动人单合一机制本土化落地等因素影响，2016年原有海外业务收入增长13.6%。

（1）南亚市场：三位一体布局成果显著，实现快速增长。

①印度市场收入增长26%，市场份额达到5%。报告期内印度市场提升产品、渠道、供应链等能力建设，推出玻璃门冰箱、免清洗系列洗衣机、快速制冷空调等差异化产品；简化渠道结构，网络质量提升10%；推进工业园扩建项目，为提升本土反应速度奠定有效的供应链基础。

②巴基斯坦市场收入增长18%，整体份额超过当地品牌，达到22%，位居第一。通过直流变频空调的迭代增长推动产品结构升级；推进以客户服务为主的网络策略，经销商网络增长超过30%；

（2）欧洲市场：高端差异化产品策略效果逐步显现，收入增幅17%，其中高端产品增长100%。

通过陆续上市70CM宽全无霜组合式多门冰箱、全系列Cube变温系列产品以及全球首创双滚筒洗衣机—双子云裳产品等实现高端产品翻番增长。意大利市场实现冷柜份额第一。俄罗斯冰箱生产基地当年投产当年达产，为俄罗斯、东欧市场发展打下坚实基础。

（3）日本市场，在日元贬值等不利环境下通过产品结构与渠道结构调整实现收入增长与盈利改善。其中，AQUA商用洗衣机收入增长30%以上，商用洗衣机份额达到75%。

（4）东南亚市场，完成“AQUA”品牌在越南、印尼市场的切换，提升“AQUA”品牌知名度。整合总部产品与制造资源，实现差异化竞争力产品导入与结构提升；在传统经销商网络基础上重点突破连锁渠道，增加网络覆盖率；完成“AQUA”品牌在越南、印尼市场的切换，提升“AQUA”品牌知名度。

（5）澳洲市场。通过与FPA的协同，整合双方优势资源实现产品升级换代。海尔冰箱收入增长超过50%、海尔洗衣机收入增长40%。

自主创牌

- 用创牌倒逼竞争力，用创牌支撑持续性
- 日本Haier&AQUA双品牌白电占有率居外资品牌No.1
- 欧洲大容量法式对开门冰箱全卖场售价最高
- 印度高端产品平均单价高于韩国品牌

零距离三位一体

- 营销本土化:渠道资源：3万个营销网络
- 供应链本土化：54个海外工厂，产能2000万台
- 研发本土化:10大研发中心，海外8个

跨文化的全球运营

- 三年3大跨国并购（三洋、FPA、GEA）
- 人单合一模式海外探索

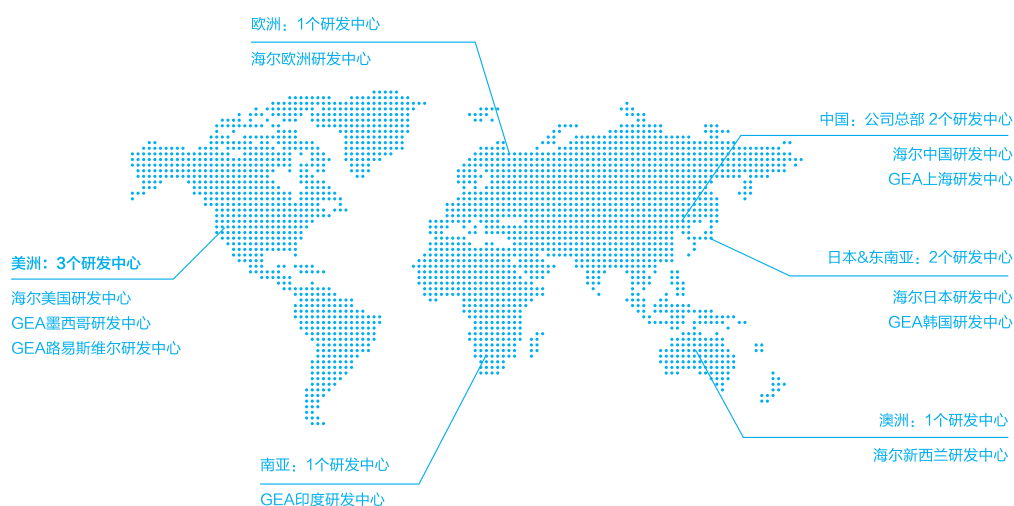
跨境电商

开放整合产业资源优势的产业互联网平台

世界就是我的研发部

互联网时代，“世界就是我的研发部”成为海尔整合资源的理念。海尔建立线上线下融合的开放式创新平台，吸引全球资源和用户参与，形成自驱动的创新生态系统。目前，海尔构建了中国、美国、亚洲、欧洲、澳洲五大研发中心，通过内部1150名接口人，对接10万多家一流资源、120多万名科学家和工程师。每个研发中心都是一个连接器和放大器，可以和当地的创新伙伴合作，形成了一个遍布全球的网络。

海尔集团在全球拥有十大国际研发中心，形成遍布全球的资源网和用户网；
开放吸引全球一流资源参与研发，确保海尔持续不断的生产颠覆性创新成果



HOPE平台

海尔开放创新平台HOPE(全称是Haier Open Partnership Ecosystem)由海尔开放式创新中心开发并运营，是中国最大的开放创新平台。平台于2014年6月底正式上线后，已经吸引了10万多名用户的注册，其中核心用户包括技术创新领域的专家、高校研究机构人员、极客、创客等。这些人可以在此发布技术需求，或者提交技术方案，亦或者寻找创意灵感、组建创业团队。

HOPE平台是海尔进行互联网转型的重头戏之一。其目的就在于海尔内部员工、外部合作方、资源提供方及平台每位用户构建成一个生态圈(Ecosystem)，在这生态圈里，让所有人都能够通过创新、创业，贡献自己的价值，同时获得应有的利益分享。

海尔自主研发多项科技，引领行业发展方向，提升用户体验



卡萨帝固态制冷酒柜

全球首创无压缩机技术
以“0温度波动、0振动、0噪音”
定义专业级家庭葡萄酒储藏



海尔全空间保鲜冰箱

全球首创全域智能温控系统
实现冷藏干湿分储
冷冻原汁原味



海尔紫水晶滚筒洗衣机

领跑直驱变频科技
FPA电机、525大筒径、激光无缝焊接
实现更平稳安静、更快捷呵护的洗衣体验



海尔帝樽舒适风空调

全球首款感应匀风空调
独创感应匀风，远近皆舒适
六大专利技术，空气更健康

高端家电的引领



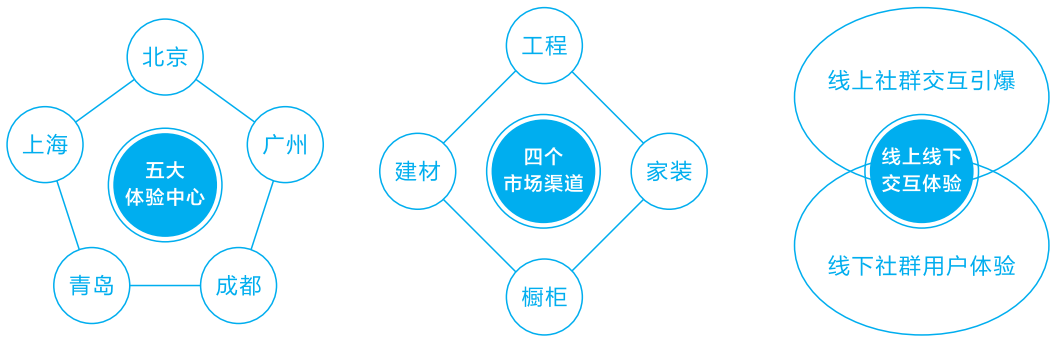
通用电气家电业务 ——美国高端家电品牌

2016年6月7日，由青岛海尔股份有限公司和通用电气共同宣布，双方已就青岛海尔整合通用电气家电公司的交易签署所需的交易交割文件，标志着GE家电正式成为青岛海尔的一员。2017年，通用电气将通过海尔的全球网络进一步让全球化进程加速。美国通用电气的全球化道路第一站便在中国，并设计、生产了具备中国特色的厨电产品。



• 经营趋势向好，协同效应初显

GEA交割后运营良好，业绩好于预计。2016年GEA贡献收入258.34亿元，归属于母公司股东净利润4.35亿元、扣除非经常损益的归母净利润达到8.9亿元。GEA新签约零售渠道JC PENNEY，达到1000多家；质量损失率下降30个基点。同时，在采购、研发、供应链、渠道等方面与海尔产生巨大协同效应。以采购协同为例，2016年下半年，全球识别142个协同项目，产生收益2200万美元，其中GEA1400万美元。



注：GEA进入中国市场规划

斐雪派克 (Fisher&Paykel) ——全球顶级家电品牌

作为厨电中的奢侈品牌,斐雪派克更加注重人们的真实需求、创艺生活态度与周围环境协调统一,通过社交厨房的生活方式,用灵活的生活姿态,装载全世界的美妙,把柴米油盐的日常生活转变为一种烹饪的乐趣。

• 继续发力新西兰、澳大利亚和北美市场,拓展中国与印度市场

作为一个全球化的高端品牌,斐雪派克将继续保持发展步伐。在扩张地方品牌的同时,重点仍将是继续在新西兰、澳大利亚和北美发展斐雪派克和 DCS 品牌,同时扩大在中国和印度的品牌影响力。针对这些市场推出的斐雪派克新产品将继续在新西兰的研发中心进行设计。2017年,全球顶级电器品牌斐雪派克新品冰箱和烤箱等顶级产品将正式登陆中国市场。



卡萨帝——中国高端第一家电

卡萨帝引领高端生活方式变革，重新发明生活。以卡萨帝领先行业的原创科技，构建了全球高端生活方式金字塔，从产品、人、时代三方面对人类生活方式发展史进行完整呈现。卡萨帝冰箱围绕目标高端目标人群极致保鲜、空间艺术需求，整合全球资源，实现高端引领。

• 持续引领高端行业

根据尼尔森2016年全年高端人员研究报告显示，卡萨帝品牌知名度达到58%。2016年卡萨帝品牌专厅与品牌产品专柜合计建设1300余家，已经累计拓展品牌专厅及专柜3000多家，覆盖中国60%以上的县级市场。

卡萨帝推出了BCD-360WDCAU1搭载红外恒温技术，24小时监控食材温度，0.1秒感温反应时差，保持冰箱食材长久新鲜。同时搭载恒温料理盘，超强的导冷能力，使得冷冻时间大大缩短，保留肉的原汁原味。产品上市首月即获20000台订单。卡萨帝细胞级养鲜冰箱，高端食材储鲜专家，16年份额5.6%，同比提升0.6%，市场占有率进一步提升，且10000+以上份额占比26%，引领高端冰箱发展。



环境责任

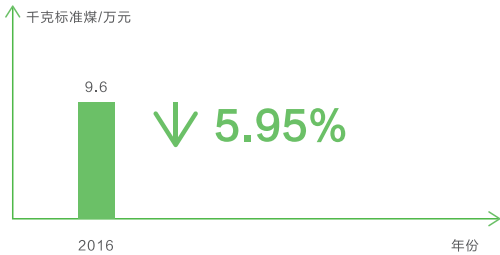
绿色智能发展的模范生

环保绩效

青岛海尔坚信企业发展与环境保护和谐发展，经济效益与环境效益共赢是企业发展的必由之路。作为全球白电第一品牌，青岛海尔一直在践行企业社会责任，不懈推动行业污染减排和环境保护工作，加快实施“转方式、调结构”的倒逼机制，优化绿色产业结构，推动管理与创新相结合，将绿色理念融入企业发展战略和企业文化中，从细节着手，坚持低碳节能原则，以创新的绿色产品研发引领全球家电发展趋势，着力推进绿色发展、循环发展、低碳发展。

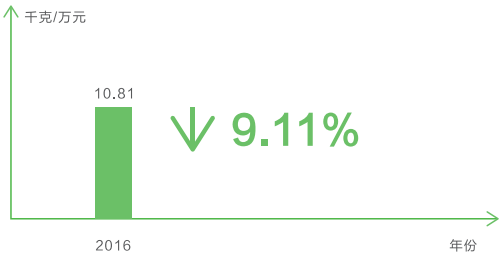
2016年，海尔在环境管理方面投资120万元，在污染防治方面投资2940万元，在节能降耗方面投资2030万元，共计5090万元。

单位产值能耗



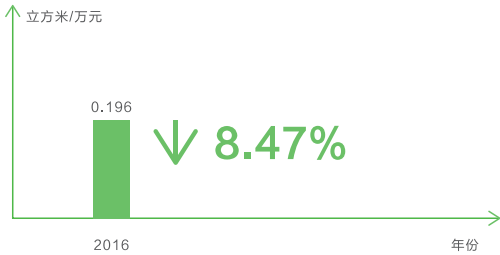
2016年海尔单位产值能耗为9.60千克/万元，同比下降5.95%。

单位产值二氧化碳排放量



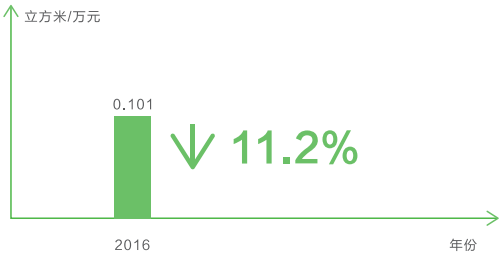
2016年海尔单位产值二氧化碳排放量为10.81千克/万元，同比下降9.11%。

单位产值水耗



2016年海尔单位产值水耗为0.196立方米/万元，同比下降8.47%。

单位产值废水产生量



2016年海尔单位产值废水产生量为0.101立方米/万元，同比下降11.2%。

绿色生态

海尔绿色生态圈的搭建与运行

海尔通过整合公司能源、行政、生产、研发、设备、寻源、采购、服务商管理等公司一级直管部门建立公司节能环保工作委员会，通过吸收外部优秀节能环保服务资源，搭建海尔绿色发展平台，承接公司绿色发展的战略目标；以园区为单元成立节能环保工作小组，园区各自经体/小微设立节能环保目标保障团队，按照一流基地、一流服务商、一流项目团队、一流机制流程平台的推进思路，建立健全公司、园区、自经体/小微三级节能环保模式，为绿色发展生态圈的建立提供了有力保障。



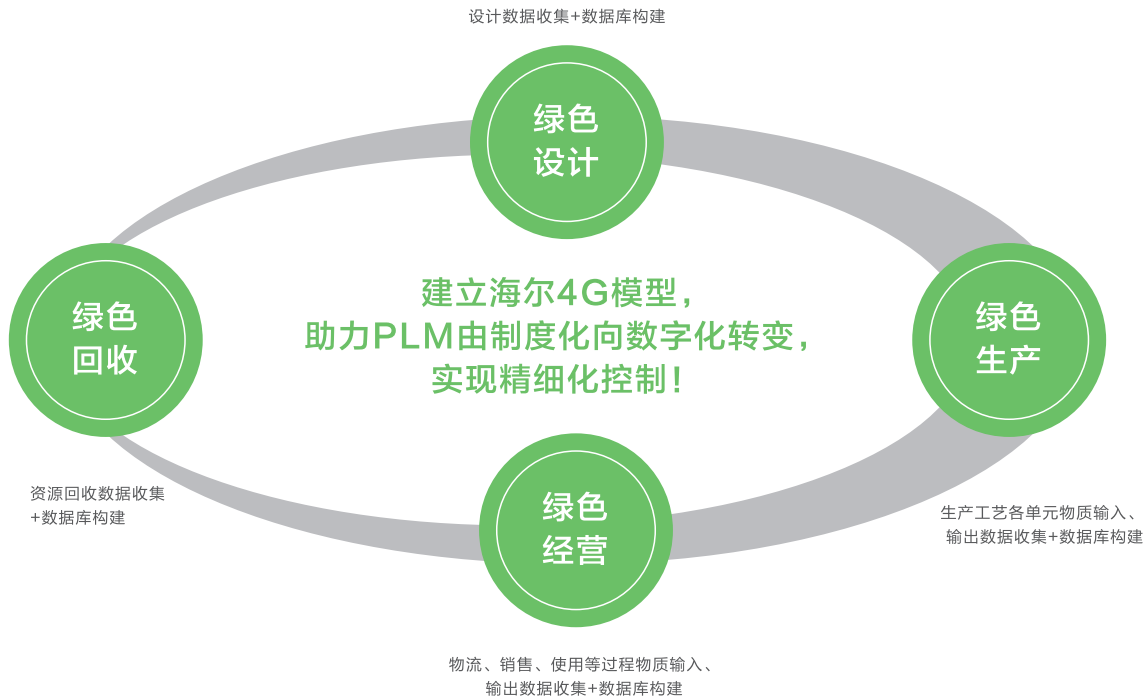
4G发展战略

通过绿色发展生态圈的建立，海尔开创性的提出“绿色设计，绿色制造，绿色经营，绿色回收”4G绿色战略，贯彻绿色低碳发展原则，以创新的绿色产品研发引领全球家电发展趋势，使以环境友好为切入点的PLM的制度落地。

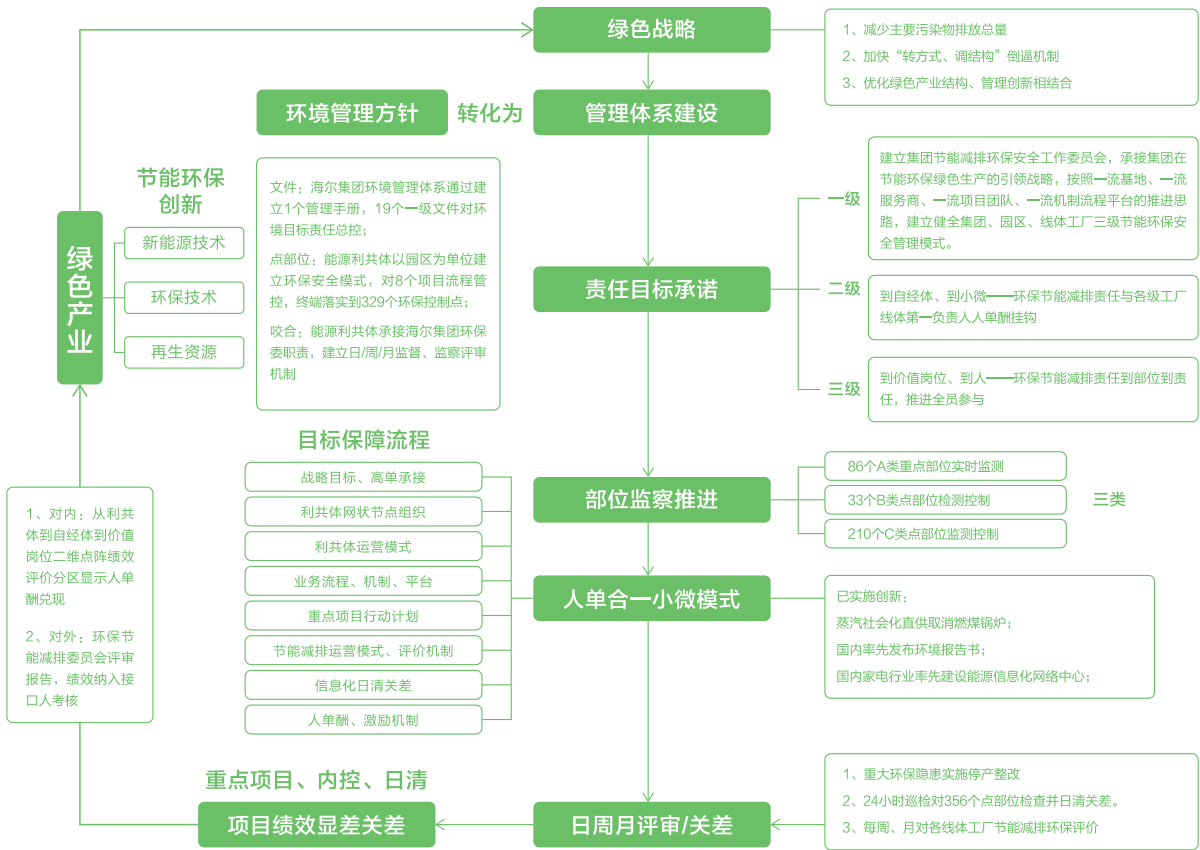
产品全生命周期管理(Product Lifecycle Management, PLM)是指管理产品从需求、规划、设计、生产、经销、运行、使用、维修保养，直到回收再用处置的全生命周期中的信息与过程。

海尔以4G作为PLM的抓手，一是延伸PLM链条，前至原材料采购，严格供应商筛选，采购绿色原材料、绿色服务，后至废物处理处置，与上下游企业共同践行环境保护、节能减排等社会责任，打造绿色供应链，实现共赢；二是实现产品生命周期管理由制度化向数字化的转变，实现产品设计、生产、经营、回收四个环节环境效益的精细控制。

• 4G发展战略示意图



环保节能减排实施流程图



绿色设计

热水器设计环保创新

海尔热水器建立以用户为中心、各方参与的生态圈，持续为用户提供最佳用水解决方案。在前端技术研究方面，同中科院、清华大学、中国海洋大学等建立了广泛的产学研合作关系，输出了多项国际先进的技术成果。

2016年1月14日，净水洗热水器获得中国高端家电红顶奖。应用了二氧化碳冷媒技术的海尔空气能热水器能同时在环保、节能、噪音值、最高出水温度等多个方面做到优于普通空气能热水器，引领了行业未来发展趋势。净水洗热水器过技术创新从进水、加热到出水，能全程过滤掉洗澡水中的泥沙、污垢，除余氯和杀菌率都超了99%，为消费者提供了真正的净水沐浴体验。

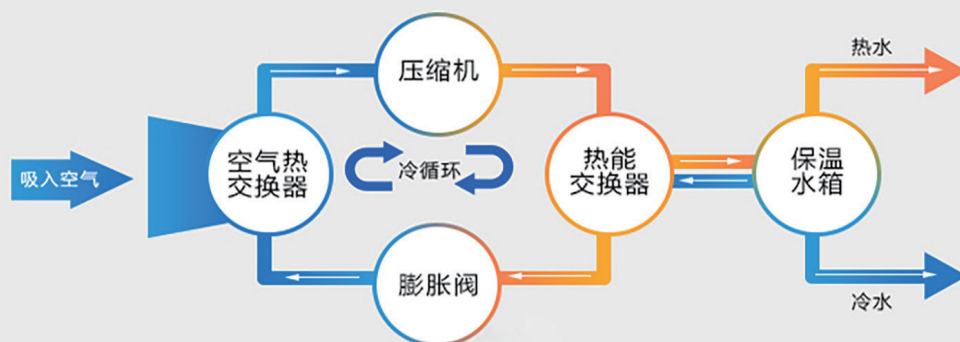


2016年3月10日，海尔太空能热水器凭全能吸收技术斩获艾普兰环保奖。海尔太空能热水器不再以太阳能作为唯一的能量源，空气和雨水中的能量都可以被其吸收用于制热，用户只需要通过设置自己所 在区域的日出和日落的时间，让太空能热水器按照太阳能、空气能、其他接触物中的热量、电加热的顺序加热水，即节省了成本，又打破了太阳能热水器对天气依赖程度高的行业壁垒，一年四季为用户提供热水。

2016年4月20日召开的“2016中国热水器高峰论坛”上，海尔热水器获得“中国健康生态热水器引领品牌”称号，海尔净水洗热水器、圣火之心高层专用燃气热水器分别获“健康之星”和“智慧之星”称号。

空气能热水器工作原理

“空气能热水器”把空气中的低温热量吸收进来，经过氟介质气化，然后通过压缩机压缩后增压升温，再通过换热器转化给水加热，压缩后的高温热能以此来加热水温。



新洗衣机设计环保创新

卡萨帝引领高端生活方式变革，重新发明生活。以卡萨帝领先行业的原创科技，构建了全球高端生活方式金字塔，从产品、人、时代三方面对人类生活方式发展史进行完整呈现。卡萨帝冰箱围绕目标高端目标人群极致保鲜、空间艺术需求，整合全球资源，实现高端引领。

• 海尔免清洗洗衣机获世贸环保机构认可

世贸绿色环保机构授予海尔免清洗洗衣机“健康洗涤科技奖”殊荣。免清洗洗衣机从根源上解决了内桶污垢附着的问题，不仅在健康洗涤方面实现了重大突破，同时也避免了传统洗衣机用清洁剂清洗内桶过程中对环境造成的各类污染。



大桶采用海尔第一代免清洗技术，洗衣同时保持自洁，避免二次污染与清洗内桶的麻烦。

+



小桶采用全隔离免清洗技术，有效解决洗衣服过程中污渍对内桶污染的问题。

- 内外桶间无水洗涤技术

《内外桶间无水洗涤技术在洗衣机上的研究和应用》所论述的先进技术，有效避免了洗衣时衣服受内外桶之间污垢的污染，实现节水30%，为消费者提供了更健康、节约的洗护方案，通过国家科学技术委员会的鉴定。

- 分区洗双滚筒技术

海尔分区洗双滚筒技术转化成产品后获得了红顶奖和最佳智能产品奖等荣誉；

最新研发的《分区洗双滚筒洗衣机的研究及开发》通过国家科学技术委员会的鉴定，其中的水重用技术，通过智能判断达到水资源的阶梯利用，实现节水30%以上。

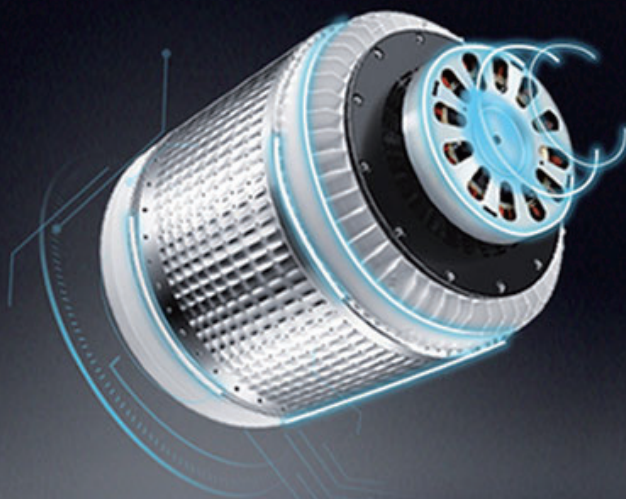
动力十足 洁净实力派

双擎动力 可单桶洗 也可双桶同时洗

大桶直驱变频电机，高效率低能耗

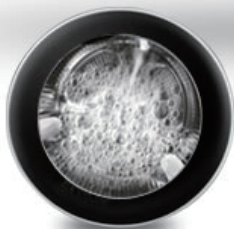
小桶定频电机，避免频繁启动，降低能耗。两桶互不干扰，

既可单独洗，又可同时进行洗涤。



- “几乎不用水”的洗衣机

11月18日，由中国节能协会主办的“可持续，共发展，节约水资源——中国家庭节水倡议启动暨首届家庭节水论坛”在北京举行，海尔电器正式发布“几乎不用水”的洗衣机技术：基于水的循环利用，可以用1桶水完成洗涤、漂洗，节水效果约为70%，几乎不用水。几乎不用水的洗衣机是海尔流程节水阶段成果体现，对于洗衣机节水方面的探索海尔从未止步，目前已经经历了程序节水、结构节水、系统节水、流程节水四个发展阶段，向市场推出了一系列广受消费者青睐的产品。



传统洗涤窗圈有泡沫



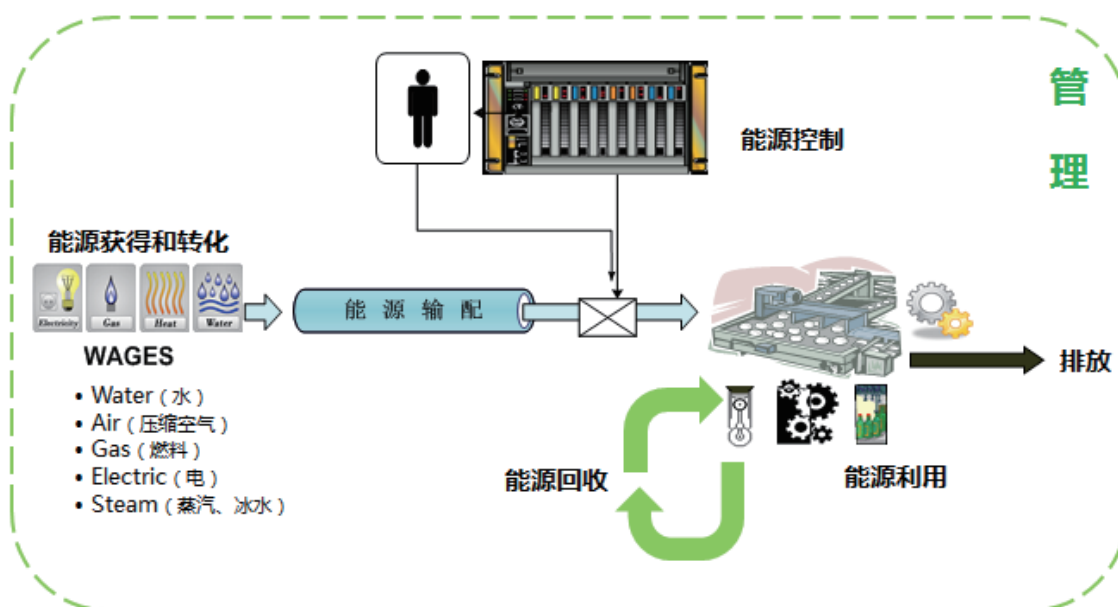
双喷淋漂洗窗圈无泡沫

绿色制造

绿色能源管理体系

海尔通过智慧能源数据互联控制中心项目对每条线体、每道工艺进行能耗监控，建立单台能耗管控指标。同时，通过能源管理体系运行，推进能源标准化管理，保障单台能耗目标完成。

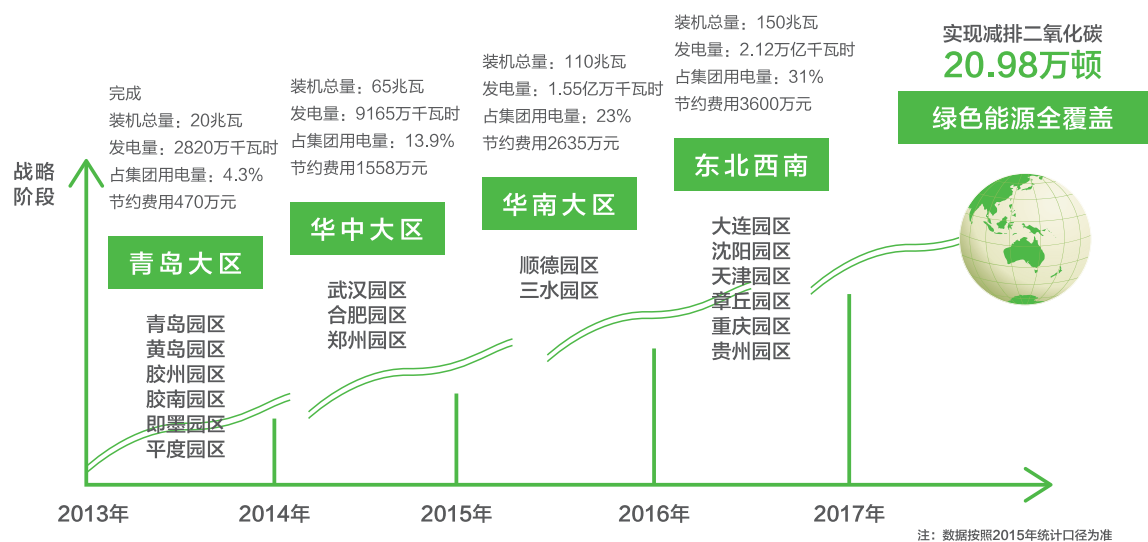
海尔智慧能源数据互联控制中心项目是基于工业4.0重点打造的能源大数据分析系统。海尔电器利用自动化、信息化技术和集中管理模式对全国洗衣机热水器共计13个工厂、涉及9个工业园区的电、水、气等主要能源的生产、输配和消耗环节实施集中扁平化动态监控和数字化管理，通过大数据分析对生产终端能源供应施加影响，降低重要能源介质散放，最终实现绿色、低碳生产。



光伏发电

太阳能光伏发电系统安全可靠、无噪音、无振动、无污染、无需消耗燃料，对于缓解常规能源的短缺和减少环境污染具有重要的意义。青岛大区光伏发电项目为国家“金太阳示范工程项目”，国家三部委(财政部、科技部、国家能源局)节能立项，由第三方光伏公司负责项目实施。推广分布式光伏发电，一方面能够解决国内光伏制造业的产能过剩，另一方面可以有效地改善生态环境。现在，成片的太阳能电池板逐渐在青岛海尔信息产业园创牌大楼、模具大楼，以及黄岛园区厂房周边的办公和工业屋顶上铺开。

• 环保节能光伏计项目五年计划



智慧照明项目

智慧照明项目——针对所有单位不同区域的照明特点，制定相应的节能方案，随时关闭冗余照明，实现“人来灯亮，人走灯灭”的智能控制，同时，对生产区域的高能耗照明灯进行替代。

办公室照明采用人工控制与智能控制模式相结合的方式进行。人工控制模式通过对办公区照度的实际检测，按照照度标准下限100LUX对冗余照明进行拆除，并根据白天、夜晚、晴天、阴天时自然采光照度的不同，分组控制照明设施，以达到降低照明用电量的目的。智能自动控制模式运用主被动综合红外感应装置，通过无线传送技术将感应信号发送至主控制系统，由主机直接控制照明灯矩阵，实现精确控制，从而实现节能降耗。

事业部	灯具类型	功率（瓦）	数量（盏）	LED改造后功率	每盏功率差	节能（瓦）
综合	高温灯具	275	1336	100	175	233800
	工矿灯	430	1783	100	330	588390
	高温灯具	200	683	100	100	68300
	全光谱管	18	211	8	10	2110
	荧光灯	36	12458	16	20	249160
	全光谱吊灯	140	200	100	40	8000
	节能灯	100	541	40	60	32460
	日光灯管	40	2281	16	24	54744
中一工厂	陈本	80	1132	40	40	45280
中二工厂	顶灯	275	1124	100	175	196700
	日光灯管	36	2722	16	20	54440
					合计	1533384

绿色经营

电动车返租

为降低员工自驾出行对环境的负影响，公司鼓励员工使用集团与第三方合作提供的电动汽车，将电动汽车以优惠的价格租给员工使用，且园区设有充电桩；营造了绿色出行氛围，减少能源消耗，降低环境负荷。



员工

持续实施公寓余热回收，利用模具空压机运行室产生的余热加以回收加热热水，使热水入户，保证公寓员工的热热水使用需求。员工公寓使用与普通冷凝燃气热水器不同的海尔安凝热水器新品。海尔安凝燃气热水器新品采用的全预混冷凝技术，将燃气热水器热效率提高至107%，远超国家热效率标准96%。另外，该款热水器新品还延续了倍+安全热水器的特征，采用的双安防系统报警器，首次将工业标准应用到民用标准上，安全系数更高。可同时防护一氧化碳和甲烷，检测整个厨房的用气环境，一旦有问题立即报警，可在20秒内排除隐患。

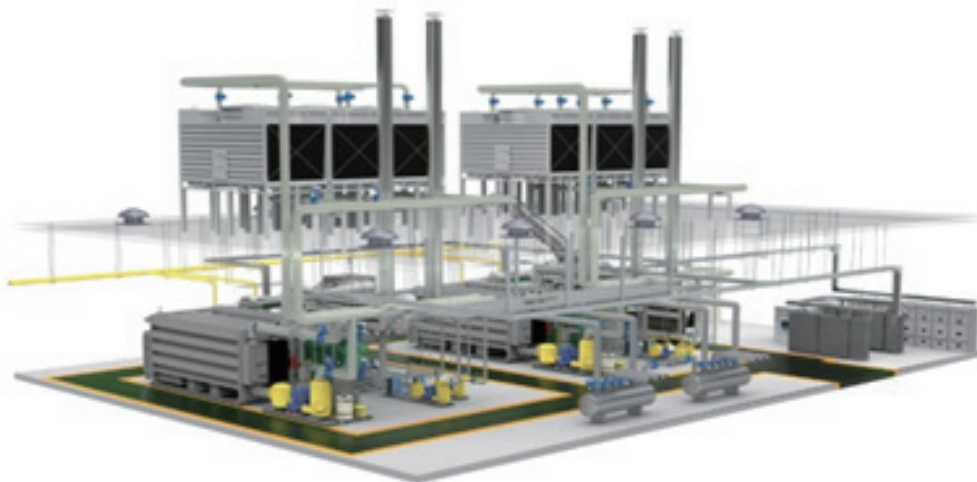


燃气冷热电三联供项目

燃气冷热电三联供系统（Gas-fired Combined Cooling, Heating and Power System），简称CCHP系统，是指布置在用户附近，以燃气为一次能源用于发电，并利用发电余热制冷、供热，同时向用户输出电能、热（冷）的分布式能源供应系统。

此系统以天然气为主要燃料带动燃气轮机、微燃机或内燃机发电机等燃气发电设备运行，产生的电力供应用户的电力需求，系统发电后排出的余热通过余热回收利用设备(余热锅炉或者余热直燃机等)向用户供热、供冷。通过这种方式大大提高整个系统的一次能源利用率，实现了能源的梯级利用，还可以提供并网电力作能源互补，整个系统的经济收益及效率均相应增加，大幅提高能使用效率，实现节能减排。

目前，海尔中德工业园已完成此系统安装，进入设备调试阶段，预计正式投入使用后，年节能量将达到1万吨标准煤，减排二氧化碳2.6万吨。



社会责任

人单合一模式的实践者

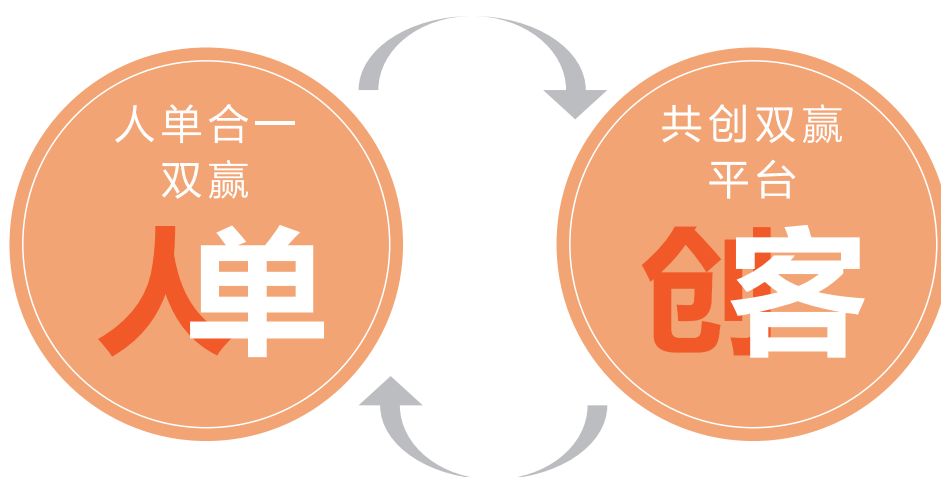
爱进取—员工关怀

海尔的转型探索

- 互联网时代，海尔目前正在探索的是“人单合一双赢模式”2.0——共创共赢生态圈模式。

人单合一1.0：“人”就是员工，“单”就是用户资源。“双赢”就是员工在为用户创造价值的同时实现自身价值。

人单合一2.0：以用户最佳体验为导向，创业无边界，共同在同一平台上创用户增值，分享价值。



- 人单合一双赢模式的探索从“三化”切入：企业平台化、用户个性化、员工创客化。



海尔大学

2016年海尔大学小微主要聚焦创客孵化加速和小微生态圈的建设。搭建小微自创业培训认证体系，开设35个培育项目，实施205个培训班次，覆盖集团各小微成员17000余人，较2015年增长43%。2016年，海尔大学先后组织公开课50余期；同时对外积极承担社会责任，组织社群微课120期，覆盖集团内外创客110233人；联合山东大学、青岛市政府共同举办“2016年中美创新创业大赛决赛”，近100个中美项目通过初赛筛选入围决赛，为参赛项目提供资源对接、公益化培训辅导。

聚集一流创业创新资源，构建创客社群学习圈，通过创客公开课、创客+训练营、创客模式输出、创客咖啡等方式帮助创客由原来的执行者转变为创业者，实现创客的能力培养及项目加速。



创客公开课：根据创业项目所处阶段，匹配不同课程资源，帮助创业者系统掌握创业的基本知识和专业技能。

搭建形成了初创期、成长期、成熟期三个阶段包含创业机会、财务知识、团队组建、商业企划、用户交互、公司运营、产品创新、电商营销、投后管理、股权众筹、上市管理、退出机制等十二个主题30余门课程的创客公开课体系。2016年期间，创客学院围绕20余个主题组织了51期免费公开课，吸引内外部创客1万余人参加。与Google、IDEO、新浪、京东、暴风科技、喜马拉雅等30余家互联网资源建立合作，吸引巴曙松、尾崎正善、余建军等20余名外部专家任创客学院客座导师。通过公开课吸引京东众筹搭建项目对接平台，20余个项目对接众筹平台，TAB机器人众筹221万，完成目标444%。雷霆机械键盘众筹14.6万，完成目标147%。通过公开课的资源对接，实现市场小微、智能研究院与互动视界达成初步合作意向；喜马拉雅与U+平台达成战略合作意向；热水器小微与达成科大讯飞达成语音信息合作意向。

“创客+”训练营：结合创业项目发展阶段，搭建“创客+”训练营体系，包含4类训练营：海创营、海客营、海学营和海院营。通过关注创意生成、创意落地、项目变现、项目加速等环节，为创业者定制化匹配培训加速服务。

海创营吸引以色列SIT系统创新、中国创新研究所的导师及创新学习资源，设计海创营创新解决方案。针对50余位小微创客，已实施3期，项目产出的创意概念中智能保质期提醒、智能显示支架等2个项目落地实施中；项目团队课后结合SIT创新方法产出5个创意已申请专利。厨卫创新训练营项目已经实现凝露热水器等6个创意商业计划书的设计。

创客模式输出：通过企业直单和生态共赢两种模式，输出战略、组织、专业探索等模块的海尔互联网时代的管理模式，实现对社会创客的培训加速。先后对中兴通讯、上海移动、《培训》杂志社、常州天合光能、李锦记、上海印钞有限公司、清华大学等企事业单位授课实现社会化培训1万余人。

创客咖啡：构建创享荟、创客向前冲两个模块。创享荟为创客提供自我展示，同时为有共同兴趣爱好好的创客提供一个线下交流互动平台。

创客向前冲为投资人、创业导师与创业者搭建交互学习的平台。创客咖啡通过创客向前冲活动，组织项目对接会，6月14日成功对接合谋科技北京有限公司与海尔海创汇达成投资孵化协议。双方搭建设备供应链合作模式，共同投资制造广告投放设备。截止目前累计举办创客活动36期，培训创客2000余人。

创客资源建设：海尔云学习平台开发卡通动画、互动游戏等多样的学习方式，针对创客人才发展体系设置近20个模块、2500余门体系性学习课程及微课。并且实现微信与云学习平台的连接，创业者随时随地拿出手机一键登录学习，不仅能帮助集团创客学习提升，而且开放性地为社会创客提供学习、考试认证、调研等服务。

社会化讲师培养，从线性到非线性演进，通过激励机制、资源吸引实现讲师平台的事先算赢及社群平台构建。目前社会化讲师100余位；社会化的资源平台构建合作商300多家；自主研发线下课程50余门；8-9月份共培养社会化后备讲师60余人，讲师涵盖财务、法务、DTS、税务、FIN运营、人力共享、海尔大学、反舞弊8个共享小微。



学员合影



课堂培训



课堂互动



创客公开课



对外模式输出



创客咖啡活动

海尔组织和创客机制创新探索

海尔组织：平台、小微； 海尔人：平台主、小微主、创客



平台上各利益攸关方构成海尔创业生态圈

平台：开放的生态并联平台，快速聚散资源。

小微：创新创业的单元，满足用户需求的主体。



爱守护—健康安全

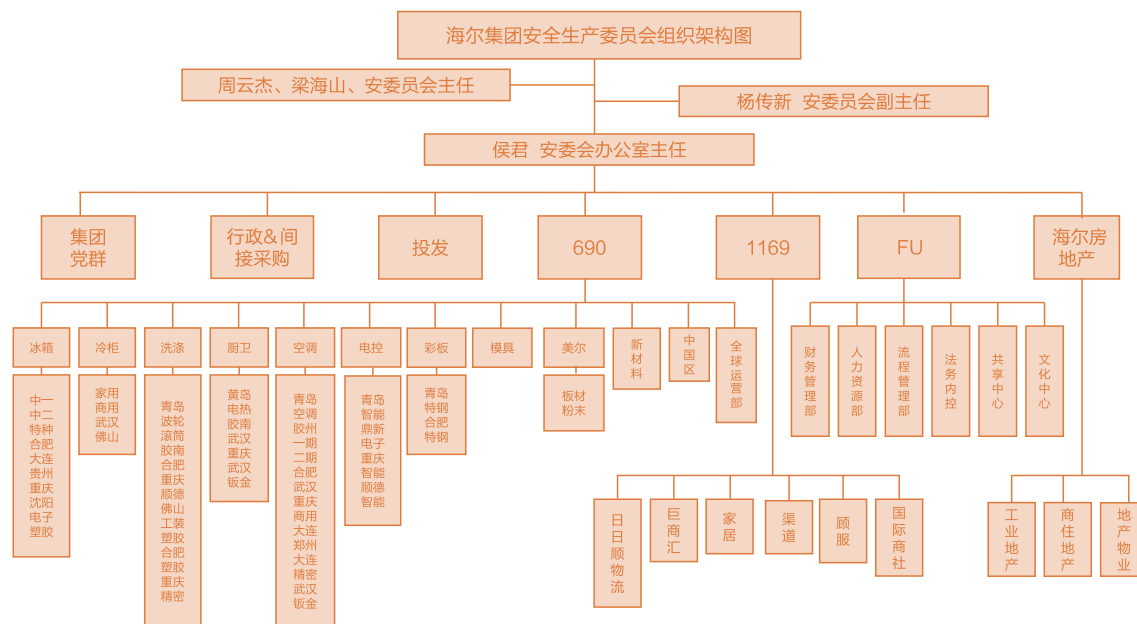
2016年海尔集团公司认真贯彻落实国家和省、市关于安全生产工作的通知要求；承接5个安全（消防、生产、能源、环保、食品）目标，以消防0火险为核心，实现三全（全员、全过程、全方位）星级达标，实现区域部位星级达标；智慧园区行政小微服务自驱动模式，推进智能HSE6S云平台项目，推进设备TPM建设，推进园区、区域、服务商HSE&6S责任自驱动，推进行政服务商“人人安全员”建设，实现终端9个行政项目五个安全目标，圆满完成2016年安全生产目标。

一、安全生产责任制

1、安全责任制：海尔集团安全生产委员会（以下简称集团安委会）面向国内16个园区，109家工厂/单位,105个物流仓库、全国39个地产项目，明确安全责任，签定《海尔集团HSE&6S目标责任合同》共253份；各单位工厂长（负责人）到各班组长安全员2796人，签定《HSE&6S责任合同书》，在册员工5万人签定《员工安全暨HSE&6S行为规范责任合同书》，层层分解落实安全责任制。

2、安全自主管理：国内合资/租赁/外协单位/服务商签订《安全自主管理合同》，共536份（其中青岛地区260份），供应链员工约20万人，在自运转安全体系基础上，实行园区内统一平台标准网格化管理。

二、安全管理团队建设



1、集团安委会：集团安委会以集团总裁为安委会主任，副总裁为安委会副主任，安保利共体长为安委会办公室主任，各单位负责人为成员的安全责任网格化体制，实行安全责任的网格化全覆盖。

2、安全专业团队：安保利共体国内设立13个园区安保部，76个安保处，实行专业平台化建设，以园区为核心的网格化监管体制。

3、安全持证：单位主要负责人培训&取证60人，安全管理人员培训资格证224人；国家注册安全工程师持证13人，青岛市注册工程师资格81人（高级3人、中级6人、初级72人）。

三、安全费用、保险保障

1、安全费用：2016年海尔安全生产投入费用共计1.13亿元；其中青岛地区各单位安全生产投入费用共计643万元。

2、工伤保险：2016年投保工伤保险费用约300万元；特种设备保险：2016年特种设备1581台（叉车718台、电梯198部、行车251台、压力容器414个）投保第三者意外伤害险费用约464万；2016年增加外来人员人身意外伤害保险投注4676人/次。

四、安全文化、安全监督平台建设

1、安全文化：实施安全文化体系建设，6条核心价值，11条安全信念，6类安全保障制度，营造“人人6S，事事6S，时时6S”的安全文化氛围；建立工厂HSE&6S生态圈、建立园区安全生产委员会生态圈、HSE&6S安全员系统建设；推进“人人安全员、人人消防员”建设，实现区域部位755处星级100%达标。

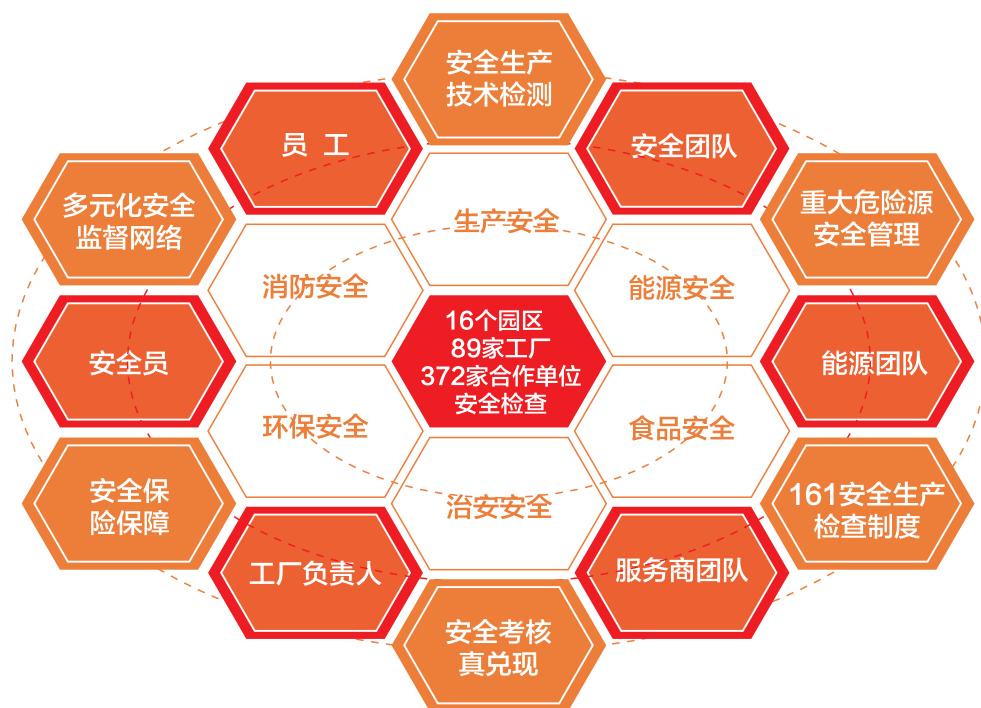
2、HSE&6S交互平台（PC端）：实现固定用户量2403人，交互微博7139、交互文档705，HSE&6S创新创客改善项目：1787项。

3、安全生态圈：《安全微百科》微信公众号，在线关注人数36676人，发布223期累计1338篇文章；建立微信交互平台，建一级园区网络18个、二级单位网络228个、三级班组网络521个，覆盖46378人；

4、智慧答题系统（PC端）：实现管理人员3635人电脑屏保每日安全答题。

5、在线安全培训考试系统：实现48164名职工在PC端、手机终端完成安全继续教育线上答题，解决批卷压力。

6、建立多元化安全监督网络：采取安全生产监督邮箱、举报电话、举报信箱，微信平台、实施举报奖励，严厉考核违法违规操作，全面发挥员工的监督作用。

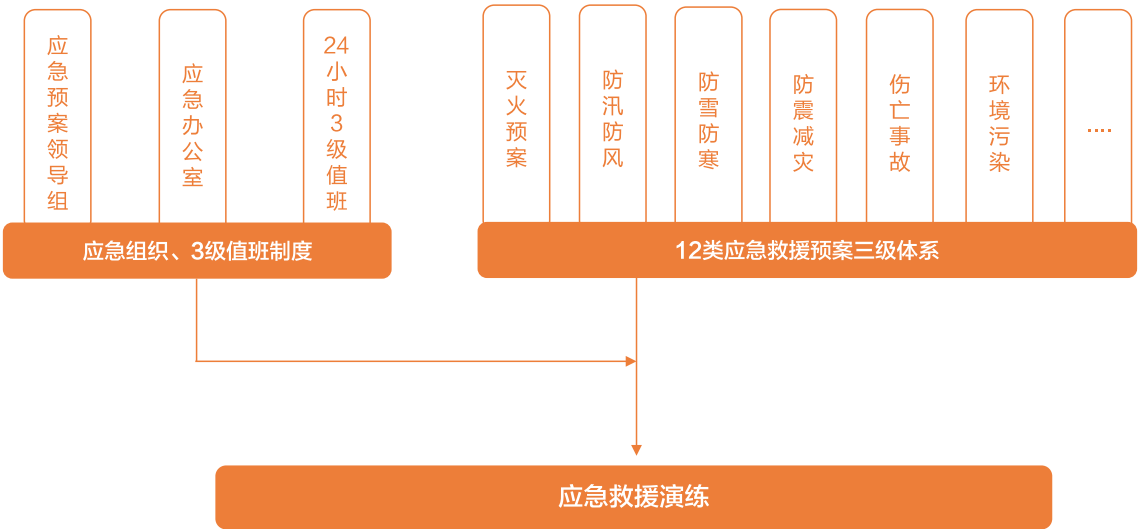


五、专项安全培训

- 1、特殊工种：年度完成特种作业人员2188名培训持证上岗。
- 2、危险工种：危险设备（危险工种）培训完成4153人培训。
- 3、安全月活动：53个互联工厂20985名员工参与，交互安全样板发布20类143项，组织“工厂安全月启动”“安全责任宣誓”“全员&外协员工安全培训”“戒烟专项活动”“安全漫画&书画展”“安全知识竞赛”“消防&防汛应急演练”“夏季四防”“外部安全专家现场指导”“安全交互研讨”“安全&6S好工具”“隐患随手拍”“安全演讲”等“安全微主题”交互发布；关注“690互联工厂安全月交互平台”订阅号，发布共享209项“安全微主题”信息；安全知识类交互发布42项，安全标准与规则发布20项。

六、应急预案保障体系建设

- 1、应急组织：集团建立集团领导组、应急预案领导办公室（董事局410室）、现场指挥组、应急预案实施处置各工作组等组织架构，明确各组负责人和成员组成，明确工作职责。建立完善3级值班制度，集团中心值班总监--各园区值班--各区域值班干部200余人上岗在位。
- 2、应急预案：应急预案12大类：一级预案（集团）、一级预案（13个园区）、明确园区2级（384个）预案、区域3级（1077个）预案，形成规范、统一、完整、实践操作的三级应急预案体系。
- 3、预案演练：年度共组织全员疏散演练169场次，参加88740人次，组织重点部位演练944场次，参加43468人次。11月开展消防安全月活动，消防专项活动353次，参加50724人次；全员消防疏散演练71次，共参加42325人。
- 4、接待信访达标：年度接待271252批次，信访处置76批次，完成治安安全控制目标。



海尔将一如既往，居安思危，扎实安全文化基础建设，坚持两个“凡是”，坚持安全生产技术建设，搭建智能化、信息化、数据化的HSE6S云平台安全管理系统，提升HSE&6S现场效果，保证年度安全目标的顺利完成。

爱共赢——供应链管理

模块商资源平台——海达源网

李克强总理在政府工作报告中提出实施“中国制造2025”的战略，海尔正在实践的互联工厂正是这个战略的体现。海尔的互联工厂是从大规模制造转型为大规模用户个性化定制。

海尔已经实施的供应商资源平台（以下简称海达源网）是全球家电业首个供应商资源与用户零距离并联交互的开放平台，汇聚全球一流供应商资源，为用户个性化定制需求进行快速配置，构建全球化资源零距离交互用户的网状生态圈。

海达源网将不仅仅提供便捷的在线交互交易，更将垂直整合家电产业一二三级供应链协作、供应商资源超市、金融服务和仓储物流等服务领域，将信息充分透明给用户和供应商，为全球可高效配置研发与制造资源的供应商与家电用户及产业链上的协作方直接对接形成网状关系，打破中间层。根据目前已知的国内外类似模式，这种对供应链全流程体系进行“互联网+”的实践尚属首次。



共创共享机制

海尔视供应商为满足市场用户体验的利益攸关方，是共创共赢生态圈中的关键节点。模块商资源在这个生态圈中既是参与者、建设者、使用者，更是受益者。具体来说，就是和用户零距离交互、参与前端设计，提供一流模块化方案，创造用户的最佳体验，分享增值。海尔通过“金魔方奖”机制，导向模块商参与设计，创用户最佳体验。供应商通过海达源平台获取用户需求信息，参与到和用户交互、设计的过程当中，谁的方案有竞争力，用户就选择谁。供应商公平竞争。例如供应商HG集团，根据交互中儿童提出来的画面喜好信息，用钢板上热转印覆图方案，快速满足需求，创造了超过50%的定单增长率。这个案例说明在海达源平台上，供应商角色发生了转变。由原来的降价格争定单，变成不断跟用户交互，参与设计，共同创造用户资源。

全球采购协同

GEA全球采购协同增值小微承接全球采购协同战略目标，克服全球多地区语言、文化、时差等差异能够迅速融合并联，开放对接一流资源ATK，搭建全球采购协同运营平台，建立采购协同运营节奏和驱动机制，同一目标，“一个团队，一个声音”。通过数据共享、对标分析、识别协同机会、实现共赢增值搭建与GEA、FPA、Mabe等全球采购团队对接的协同平台，同一目标，机制驱动，组织全球采购协同峰会，建立协同运营节奏和机制，推动GCC品类业务团队通过数据共享，对标分析，识别协同机会，确认协同价值，取得阶段效果；GPC平台团队通过信息和最佳实践共享，确定全球采购大数据共享平台-Spend Cube建设目标，更好支持GCC品类团队业务协同价值挖掘及项目实施。注：图片为全球采购协同增值小微与GEA、MABE、FPA高层合照以及获取的集团金榕树奖奖杯。



公平竞争机制

供应商与企业之间是一种并联交互用户的动态合作关系，提倡的是共创共享。这种合作关系和共创共享机制通过公平、公开、公正、有效、有序的阳光采购体现。前端对于新、老产品分途径进行竞争，后端通过并联市场用户信息进行验证。

对于新产品，海尔通过海达源网创新，供应商凭法律认可的企业文件在海达源网上自主注册，通过自承诺后在开放平台上全流程并联交互用户，凭提供的模块解决方案进入终投环节，方案由用户最终选定，实现一流资源无障碍进入。

对于老产品的大资源置换，海尔通过EBS系统创新，全面引入了数字证书认证机制，实现了网上邀标、缴纳投标保证金、自动生成并发布竞标文件、下载标书、澄清答疑、投标、开标、评标等，确保了投标人身份的有效性、投标操作的保密性、竞标文件的完整性、竞标流程的合规性和高效。采用网上竞标，不仅节约了投标文件印刷等方面的支出，减少各投标人往返次数，大大节约了投标成本和行政成本，而且增加了透明度，提高了效率；不仅使竞标项目竞争性扩大，投标人参与竞争机会增多，而且压缩了围标、串标的空间，保证潜在投标人名称、数量的保密，有效割断了围标串标的信息链，使围标串标者无标可串、无标可围。

后端通过采集市场上用户对产品的体验数据，使用互联网将用户体验信息直接追溯到模块和供应商，通过对供应商在技术、质量、反应、交付、成本方面的数据进行数据建模，形成用户对供应商的直接评价结果，并对此适用差异化的供应商合作策略。用户评价直接决定了供应商的发展和动态优化，是互联网时代企业对供应商公平竞争机制的创新型实践。

爱创新—服务生态平台

人人服务 人人升级——服务生态平台



海尔服务流程创新——模式引领



海尔服务流程创新--战略定位

战略定位：搭建互联网时代全流程用户最佳体验的口碑体系

差异化路径：对外用户评价服务兵抢单、抢社区，极客无忧 全程管家服务模式引领行业；
对内零距离，电子保修卡信息到人 价值到人，用户付薪驱动全流程自演进；



海尔服务流程创新--理念标准

服务理念：带走用户的烦恼，烦恼到零；留下海尔的真诚，真诚到永远。

服务宗旨：用户永远是对的

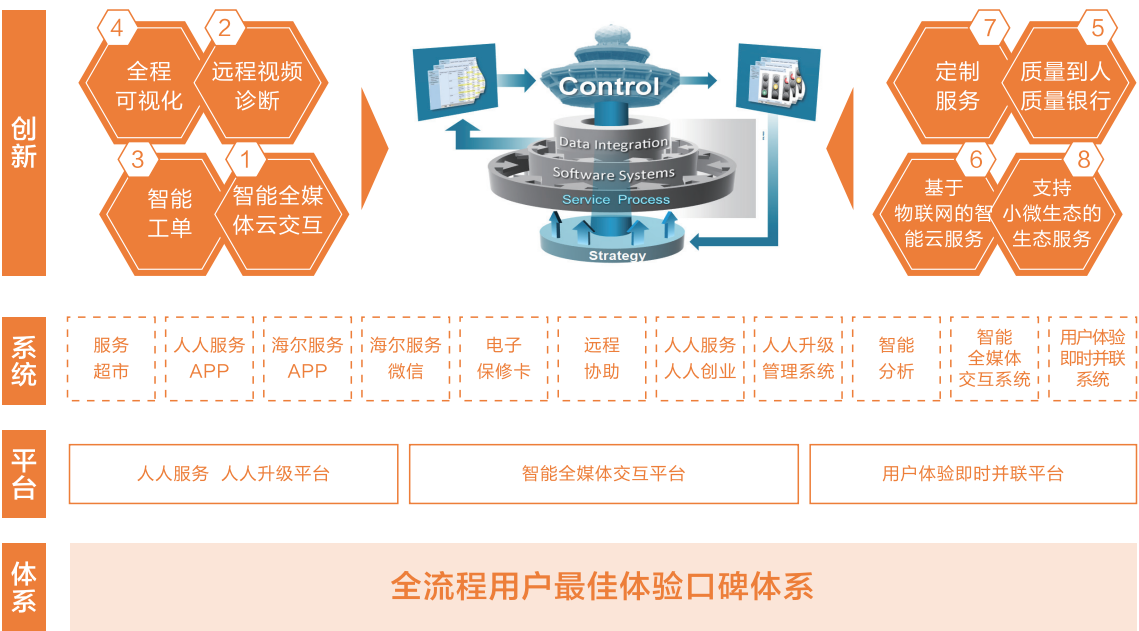
服务规范：一次就好 极客无忧 创造感动

服务规范：12345服务规范

- 一承诺：**随叫随到，一次就好。
- 二公开：**公开出示服务《上岗资格证》和《收费标准》；
公开一票到底服务记录单，接受用户监督。
- 三到位：**服务前安全测电，安全隐患提醒到位；
服务中通电试机，使用常识讲解到位；
服务后清理现场，产品一站通检到位。
- 四不准：**不喝用户的水，不抽用户的烟，不吃用户的饭，不收用户的礼物。
- 五个一：**递上一张名片，穿上一副鞋套，铺上一块垫布，带上一块毛巾，留下一个好评。

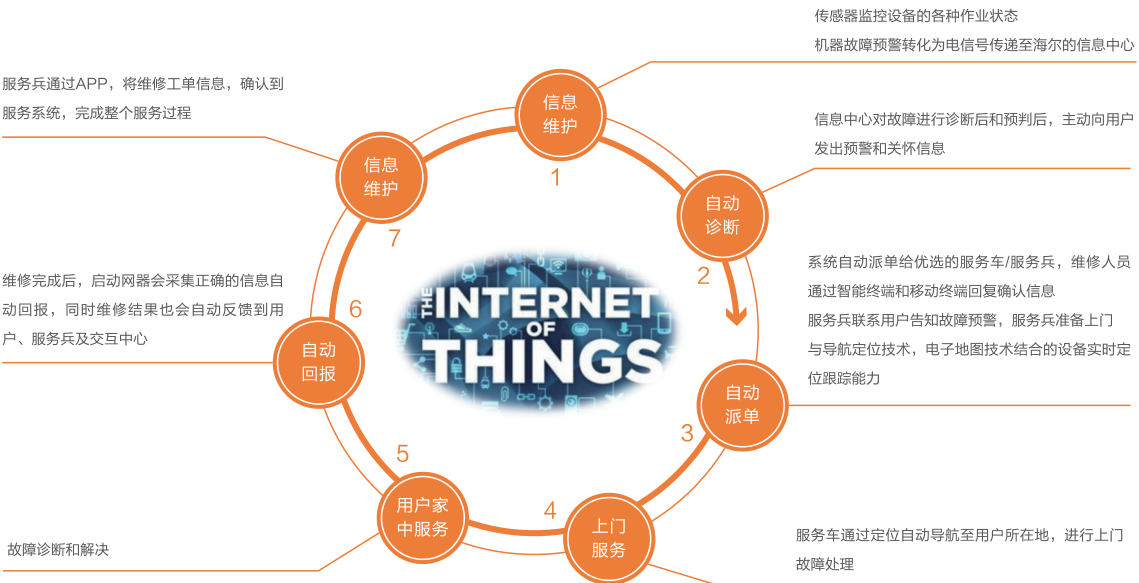
海尔服务流程创新--智能系统

海尔服务新系统：1个体系，3大平台，8个创新点，11个子系统



海尔服务流程创新--智慧服务

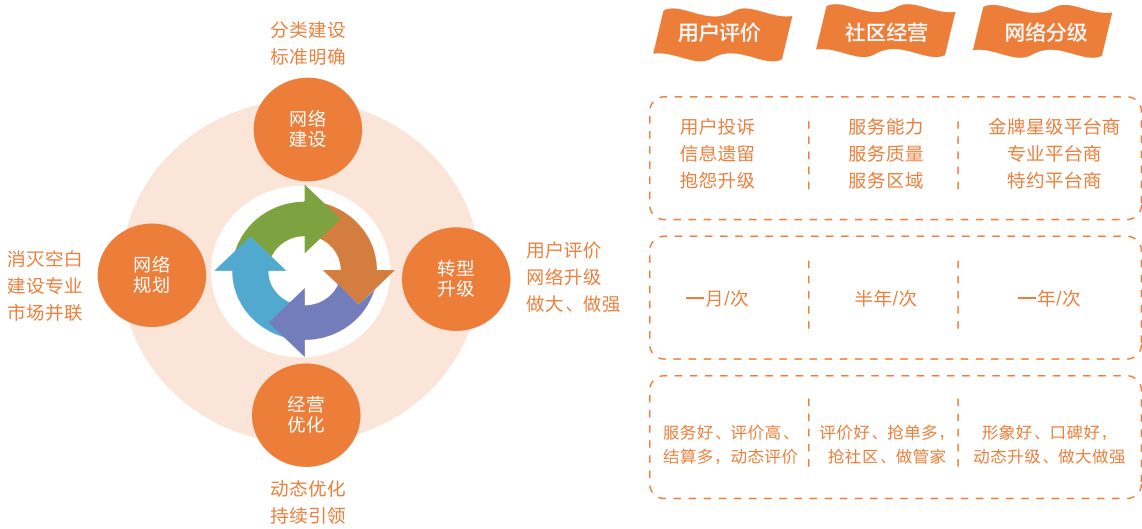
基于物联网的智慧服务：自动检测、自动诊断、自动反馈



人人服务 人人升级--服务商管理

服务商经营：
用户评价、做大做强，动态升降级、运营小微化

服务商评价体系：
一月一评价、半年一调整、一年一升级



人人服务 人人升级--服务兵升级

服务兵升级机制
用户评价好坏决定抢单优先级别 技能高低决定单日最大服务能力



爱关怀—社会公益

积极履行社会责任，实施精准扶贫规划

青岛海尔按照国家精准扶贫规划和文件要求，重视扶贫工作，在股东大会对捐赠等事项的授权范围内，精准扶贫。多年来，公司情系教育，真诚奉献，以提高贫困人口基本文化素质和贫困家庭劳动力技能为抓手，瞄准教育最薄弱领域，阻断贫困的代际传递。

年度精准扶贫概要

2016 年，青岛海尔用于精准扶贫的资金支出约为965万元，主要用于少年儿童的教育改善、身体及心理健康发展等方面建设。同时，海尔也在农业发展扶贫、农民健康扶贫等领域有多方面投入，以积极响应政府号召，践行社会责任。2017 年，青岛海尔将会同海尔集团，继续认真贯彻落实中央扶贫文件精神，致力于完善贫困地区教育水平的提高等内容，积极履行社会责任。

单位：万元

指标	数量以及开展情况
资金	965
改善贫困地区教育资源投入金额	950
帮助贫困残疾人投入金额	15

不断创新公益模式，带动精准扶贫

青岛海尔不断探索创新公益模式，将员工、客户、政府机关等各个相关组织和个人连接起来，构建可持续发展的公益生态圈。比如说海尔金控与德农牧业合作，大力发展湘西黄牛产业项目，带动当地精准扶贫取得了成效，深受各级政府及社会各界的关注和好评。比如说，在农村饮水安全保障上，日日顺健康平台推出农村健康水站项目，满足各地县市政府开展“农村健康饮水”、“精准扶贫”、“美丽乡村”建设等多种民生工程的需要，以“一村一水站”+“小顺管家”的社群运营模式，将诚信与农村稳固的乡邻关系结合在一起，为农村电商健康发展和村民创收“造血”。

一、携手德农发展湘西黄牛产业

自2015年下半年以来，海尔金控与德农牧业合作，大力发展湘西黄牛产业项目，带动当地精准扶贫取得了成效，深受各级政府及社会各界的关注和好评。截止2016年11月20日，海尔融资租赁提供资金达6000万元，支持德农公司增加湘西黄牛能繁母牛5000头，直接新增带动建档立卡贫困户570户，2280人，人均每年增加可支配收入3120元，一年就可让80%以上的帮扶贫困户提前脱贫。同时，通过土地流转、牧草种植、劳动用工、委托养殖四种模式扶持贫困户，走长期持续稳定增收的路子，让贫困户能脱贫不反弹，致富奔小康。

产业带动精准扶贫发展模式

海尔与德农公司坚持根据湘西州实际，采区因地因人制宜，种养结合，订单农业、安置剩余劳动力的方式，帮扶山区农民，特别是贫困农户，发展湘西黄牛养殖产业，脱贫致富。



让贫困户脱贫不挂钩，社会和经济效益俱佳

经测算，以上项目实施后，年可帮扶合作社实现增收150万元以上，贫困户人平增收3000元左右，既解决了传统农业增产不增收，大量土地抛荒、草山草坡闲置、农作物秸秆废弃浪费，又解决了农村剩余劳动力的就业，留守儿童、空巢老人没人照顾的社会现实问题，而且可以长期持续稳定发展，让贫困户脱贫不脱钩，社会及经济效益俱佳，多方共赢。

二、“农村造血”新模式——日日顺健康水站项目

日日顺日日顺健康水站生态模式

- ◇解决农村居民集体健康饮用水需求，是一项民生民心工程
- ◇搭建农村诚信电商平台，实现城市和农村之间的互联互通
- ◇资源共享，共创共赢，为农民提供创业平台

日日顺健康平台推出农村健康水站项目，满足各地县市政府开展“农村健康饮水”、“精准扶贫”、“美丽乡村”建设等多种民生工程的需要，以“一村一水站”+“小顺管家”的社群运营模式，将诚信与农村稳固的乡邻关系结合在一起，为农村电商健康发展和村民创收“造血”。

具体来说，日日顺健康水站为农民创业提供了新的模式，村民可以通过运营水站实现增收。2016年七月份，日日顺健康水站进入兰陵县长城镇范滩村，一个不到200户人家的村庄，但在徐勤艳这里办理水卡的用户就有140多户，并且通过日日顺健康平台提供海尔家电服务，实现了多渠道创收。

同时，日日顺健康平台还将继续打通农村这个庞大的社群经济市场，将此平台作为万物共享平台，实现资源整合和再利用。村民可以通过这个大平台将自己的农副产品推向各大市场、更多商家的优惠福利政策，也可以通过这个平台开辟自己的农村经济市场。

目前（2016年12月），全国已经有35个区县与日日顺健康水站签约，连接了10万户农村家庭，成千名村民通过成为水站的小顺管家，实现了就业。

三、希望在明天——关注儿童教育事业

目前青岛海尔已经成为社会公益事业发展进程中最为活跃的社会力量，至今用于社会公益事业的资金和物品总价值已高达5亿余元。同时，海尔在关注儿童教育事业方面也做出了突出贡献。海尔已经在全国建成206所希望学校（其中包含一所海尔陈家坝中学），覆盖全国26个省、直辖市、自治区，成为团中央希望工程中捐建希望小学最多的中国企业。

截至2016年年底，海尔累计投入9200余万元，共计援建了246所希望学校（245所希望小学，1所希望中学），覆盖全国26个省、直辖市、自治区，成为团中央希望工程中捐建希望学校最多的中国企业。

12月14日，由海尔出资援建的禹城希望小学正式竣工。同日，海尔联合共青团山东省委、山东省青少年发展基金会、共青团青岛市委一同走进禹城希望小学，看望孩子们的学习与日常生活起居，为他们送去冬日的温暖。



用心付出的同时，海尔的公益举措也得到了社会各界的关注和认可。海尔先后荣获由中国青少年发展基金会颁发的“希望工程杰出贡献奖”、中华慈善总会颁发的“中华慈善突出贡献（单位）奖”、“中国企业社会责任榜”杰出贡献奖等权威公益奖项。在2016年1月15日民政部发布的《关于表彰第九届“中华慈善奖”获得者的决定》上，全国共49个爱心企业、个人及慈善项目受到表彰，海尔的“海尔希望小学援建项目”，以在儿童教育发展领域的突出贡献，获得“最具影响力慈善项目”的殊荣。

四、四级服务下乡

42个中心，210个金牌服务兵，将对20000个村进行免费服务，每个村入户至少20户，至少惠及40万家庭，行走近千万公里。

送安全：家电短路、安全隐患排查及处理（测电，是否存在漏电现象）

送健康：清洗机器、保养机器（面对人群：广大农村用户）

目的：服务创感动，让用户感受到海尔带给社会的温暖。公益活动，反哺社会。

成果展示

海尔服务下乡，旨在为千万农村家电用户提供家电用电安全的贴心服务。截止2017年3月，海尔服务公益行走进全国12825个村庄，入户近40万家庭，为百万用户排除用电隐患，检测、检修家电。大大提升了海尔服务在当地的口碑，赢得了用户的一致称赞。全国服务网点同步行动，近千名海尔服务兵奔走在一线。

从去年6月底开始，此项目将会一直持续进行，至今年年底。



五、2016年南方水灾

6月22日至7月下旬，全国共有527个海尔服务网点参与到公益行动中，其中杭州地区就多达81个。全国服务网点同步行动，近千名海尔服务兵奔走在一线，北起哈尔滨，南达海口，东起青岛，西至新疆，海尔服务公益行走进全国3004个村庄，并深入到合肥、武汉地区的41个重灾区村庄，为受灾用户排除用电隐患，检测、检修受灾家电。

6月22日至7月下旬，全国共有527个海尔服务网点参与到公益行动中，其中杭州地区就多达81个。全国服务网点同步行动，近千名海尔服务兵奔走在一线，北起哈尔滨，南达海口，东起青岛，西至新疆，海尔服务公益行走进全国3004个村庄，并深入到合肥、武汉地区的41个重灾区村庄，为受灾用户排除用电隐患，检测、检修受灾家电。

成果展示：海尔服务公益行35天走遍3004个村庄90万人受益

为帮助灾区用户重建家园，海尔率先行动，在全国开展“送服务下乡”公益行动，免费提供安全测电、家电检测、清洗保养服务。自6月22日公益行动启动35天以来，海尔人已走遍3004个村庄，累计服务90万人。



527个服务网点全力以赴

截至7月中旬，全国共有527个海尔服务网点参与到公益行动中，其中杭州地区就多达81个。



1000名服务兵奔走一线

每个服务网点，几乎所有服务人员全部奔走在一线。有人趟着洪水检测，有人顶着烈日维修。

全国3004个村庄受益

北起哈尔滨，南达海口，东起青岛，西至新疆，海尔服务公益行动走进全国3004个村庄，并深入到合肥、武汉地区的41个重灾区村庄。



帮助90万人排忧解难

几百支海尔服务小分队奔波在3004个村，通过入户和服务点，累计约有90万村民接受了免费服务。

收到感谢信表扬信378封

一名嘉兴用户在微博发帖，对海尔不分品牌、不限品类的免费检测维修服务发出由衷赞叹。截止目前共收到各类感谢信、表扬信378封。



海尔服务公益行仍在继续

目前，海尔服务公益行仍在继续，“洪水在哪里，海尔服务就跟到哪里”。海尔服务通过实实在在的行动，帮助每个用户安全使用家电、恢复生活、重拾信心，不仅体现出三十多年来海尔以用户为中心的理念，更在全社会范围内彰显出高度的社会责任。

六、“莫兰蒂”台风

9月14日，受超级强台风“莫兰蒂”的影响，浙江省温州市泰顺县境内遭到了百年不遇的涝灾。为了帮助灾民尽快恢复正常的生产生活，海尔宁波工贸召集了16个海尔家电维修义工组建“支援团”，从苍南、平阳、文成、丽水等周边区域驾车前往泰顺。

成果展示：海尔在“莫兰蒂”来了之后做了什么？

9月14日，受超级强台风“莫兰蒂”的影响，浙江省温州市泰顺县境内遭到了百年不遇的涝灾。为了帮助灾民尽快恢复正常的生产生活，海尔宁波工贸召集了16个海尔家电维修义工组建“支援团”，从苍南、平阳、文成、丽水等周边区域驾车前往泰顺。



9月14日，受超级强台风“莫兰蒂”的影响，浙江省温州市泰顺县境内遭到了百年不遇的涝灾。为了帮助灾民尽快恢复正常的生产生活，海尔宁波工贸召集了16个海尔家电维修义工组建“支援团”，从苍南、平阳、文成、丽水等周边区域驾车前往泰顺。

9月23日，义工队到达泰顺，大批量的家电被水淹没，水淹机中泥沙淤积，相比于平时的维修难度系数加大很多“其实，服务兵面临的不仅是堆积如山的家电，还有艰苦的工作环境。但是，没有一个海尔人退缩，他们都是立马投入到家电维修中。”林世杪是本次救援的义工队队长，他不仅在活动现场不分日夜地修理家电，更是将自己的爱人带到现场帮忙，负责维修家电的登记、贴标签、维持现场秩序等工作。林世杪说：“我爱人脾气好，心也细，她把前台的工作做好，也能给海尔义工节约更多的时间，提高维修效率。”

“我的冰箱不是海尔的，能帮我修理吗？”泰顺当地灾民张大爷来到维修点询问。“我们不管什么品牌，什么家电，测电，清洗，维修，调试，讲解，师傅都用海尔七星级标准为灾民服务。”林世杪热情地回答道，当得知张大爷家中只有他一人，无法将冰箱搬到维修点，林世杪马上表示上门为他维修。老人事后像林世杪道谢：“你们海尔大品牌就是不一样，以后我买家电就认准海尔了！”

环境恶劣却浇不灭海尔人服务的热情，海尔义工们不辞辛苦，全心全意投入到维修服务中。9.15抗击“莫兰蒂”台风中宁波中心16人救灾团队发扬了海尔极客无忧的精神，得到泰顺人民政府、温州市家电协会的通报表扬，并为海尔团队授予“团队赈灾纪念”奖杯。

家电协会秘书长董翻身被海尔的服务所感动，为海尔服务点赞：“每一份收获背后必然有每一次无私的付出，海尔大爱精神弘扬了支援服务精神，体现了高度的社会责任感，也受到了当地居民的一致好评。”

七、温暖益起来

温暖益起来是由海尔智能空调发起的品牌公益交互活动，致力于把来自好空气的关怀送给特殊人群，并且搭建爱心公益交互平台，号召更多的公众人物、企业、爱心网友一同加入为他们暖心。迄今为止温暖益起来已经开展了3季。

2015年11月，在海尔智能空调发起的“温暖益起来”第一季公益行动中，北京网友李航上传高原小学急需温暖的照片和故事引发上千名网友关注。为帮网友圆梦，海尔智能空调走进这所高原小学送温暖物资。2016年夏天，海尔智能空调还开展为优秀高考学子送清凉，用最健康的空调产品为梦想助力，让每一个特殊的人群都能感受到来自“好空气”的关怀。2016年12月27日，海尔智能空调再次翻越大凉山，奔赴西昌开展公益行，带着网友的祝福和物资，从青岛出发携手罗莱家纺、北京金夫人婚纱摄影以及爱心网友到西昌高原小学送温暖，提供羽绒服、学习用品、家纺等价值20万元的温暖物资。



2017年展望



家电行业协会第三方评价



综观家电行业几十年来的发展，回顾中国家电行业的全球化里程，我们感到由衷地骄傲。中国家电行业自21世纪步入全球化进程以来，取得的成绩令人欣喜，令世界瞩目。中国家电经历了全球化初期的扩大出口，再到企业走出去并购外资品牌的过程，中国家电企业在全球化道路上不断飞驰的同时也在不断探寻全球化更深入的发展模式。

海尔作为第一批走出去的中国企业，一直肩负着领军者的使命，如今更是遵循开放、合作、创新、分享的理念，通过本土化的高端引领、全球化的协同作战，创造性地将全球一体化和区域本土化创新全面打通，实现了全球布局、全球制造、全球共享创新的品牌升级，更难能可贵的是创新精神也伴随着海尔从小到大、从大到强，从中国走向世界。

在中国制造2025的大背景下，中国的制造业正发生着时代性地变革，向高端制造品牌升级转型，海尔的品牌全球化完成了科技、设计、制作、文化、营销资源等全方位地深度整合，打造有海尔出品全球制造、全球共享的世界品质，从而实现了从海尔制造到海尔出品的革命性品牌升级，海尔向世界展示了中国企业的实力，正在引领全球家电产业的发展。

一个始终引领不断创新突破的企业，必然有其背后独特的文化魅力与品牌基因，海尔的人单合一管理模式让企业内每一个个体都被激活，提升了企业的效能，并实现了真正的人本化的管理。同时，海尔突破性地以生态圈的模式率先打破传统的产业壁垒，实现了跨界融合，形成了多品牌、多产业链、跨生态的全新体系，为家电产业创新提供了解决方案。

海尔始终坚持以需求驱动创新的理念，以满足用户需求为前提，不断进行的技术创新，不仅让海尔的产品创新走在了行业前列，还引领着行业发展新趋势及消费新潮流，引导消费者生活方式的改变，正是富有创造性和前瞻性的文化模式，以及其全球领先的原创技术，使海尔成功晋升为世界一流的家电品牌。

没有成功的企业，只有时代的企业，张首席的话向我们展现了海尔与时代同行锐意进取的品牌精神，只有不断地探索挑战自我、创新求变，才能走在时代及产业的前沿。

企业荣誉

欧睿国际：海尔连续八年蝉联全球第一

2016年01月18日

世界权威市场调查机构欧睿国际(Euromonitor)发布2015年全球大型家用电器品牌零售量数据显示：海尔大型家用电器2015年品牌零售量占全球市场的9.8%，居全球第一，这是自2009年以来海尔第8次蝉联全球第一。同时，冰箱、洗衣机、酒柜、冷柜也分别以大幅度领先第二名的品牌零售量继续蝉联全球第一。

iF国际设计奖揭晓海尔冰箱拿下3座小金人

2016年02月01日

2016年第63届iF国际设计奖获奖名单公布，经过数轮角逐，海尔冰箱成功斩获3项大奖。

iF奖向来被誉为“设计界奥斯卡”，其获奖作品代表着产品从设计，工艺，使用性方面能极大满足消费者需求。海尔冰箱也正是凭借多个首创性设计一举拿下了3座小金人。

此次获奖的3款产品无一不是创新与实用性设计俱佳的经典之作，比如传说中的干湿分储冰箱至尊版——海尔BCD-630WBGUU1冰箱。

首先从空间格局划分来看，这款冰箱采用了全宽冷藏、分区冷冻的人性化设计，更符合现代家庭的使用习惯。

最吸睛的门中门设计则是行业首创的触摸开门方式，通过智能感应人的远近控制智慧屏的亮、暗，使用户便捷取物，减少不必要的开关门造成的冷气流失。

功能设计尤其出彩，首创干湿分储技术为不同类型食材提供精细化储鲜方案，HCS生态植物膜和微风道无霜科技的应用可实时调控湿度，实现“干而不燥，湿而不腐”。这款经典作品能够研发成功，得益于海尔冰箱开放的创新研发体系。覆盖线上线下的用户交互碰撞出创意灵感，全球5大研发中心提供创新“原力”。

有需求，有技术，这大概就是海尔冰箱成为“大奖收割机”的关键。

张瑞敏荣获传奇领袖奖

2016年06月08日

美国当地时间2016年6月8日上午，在第86届耶鲁CEO峰会上，张瑞敏被授予“传奇领袖奖”奖项，成为本年度唯一一位荣获该奖项的中国企业领袖。耶鲁大学管理学院领导力项目高级副院长Jeffrey Sonnenfeld（杰弗里·桑尼菲尔德）评论“张瑞敏是一位真正的全球商业巨人”“作为一个转型领导者，他汲取中西方商业实践的精华，创造了他自己独特的模式”。

海尔在中国500最具价值品牌排行榜中占据第五名

2016年06月22日

由世界品牌实验室(World Brand Lab)主办的“世界品牌大会”于6月22日在北京举行，会上发布了2016年(第十三届)《中国500最具价值品牌》分析报告。在这份基于财务、消费者行为和品牌强度的监测报告中，国家电网以3055.68亿元的品牌价值荣登本年度品牌价值榜首。占据榜单前五名的还有腾讯(2875.92亿元)、工商银行(2748.32亿元)、中国人寿(2536.28亿元)和海尔(2218.65亿元)，它们都是中国的“国民品牌”，也都迈进了世界级品牌阵营。

Leader创新奖

2016年07月08日

7月8日上午，2016中国国际消费电子博览会的“Leader创新奖”评选结果揭晓，统帅“真我”系列洗衣机、克鲁德机器人等产品在近300个参评产品中脱颖而出，一句荣膺各项专业类奖项。

华谱奖、全球拓展大奖

2016年08月08日

第十届品牌节在大连达沃斯会议中心举行。海尔荣获“华谱奖”和“全球拓展大奖”两项殊荣。大会开幕式上，张瑞敏为大会录制的祝贺视频精彩诠释了“信心与匠心”的大会主题。集团董事局副主席、轮值总裁梁海山代表集团出席开幕式并发表题为《海尔以人单合一模式创互联网时代的生态品牌》的主题演讲。中国品牌节是目前国内规模最大、最具影响力的年度品牌盛会，并且是国内首个以“品牌”命名，具备深刻品牌文化内涵的节日。

最具爱心企业

2016年08月31日

山东省民政厅颁发第五届“山东慈善奖”，海尔集团荣获“最具爱心企业”。

中国品牌价值100强居首

2016年09月20日

9月20日，2016（第22届）中国品牌价值100强研究报告在美国波士顿揭晓，海尔以1516.28亿的品牌价值稳坐龙头，连续15年居首，较去年1288.60亿，品牌价值提升了227.68亿。

海尔从传统制造产品的企业转型为面向全社会孵化创客的平台，让创客们能在海尔平台上利用全球资源创业创新，与用户和利益攸关方融合为共创共赢的生态圈，从而快速满足用户的个性化需求。

雷神、有住网入选《中国“互联网+”创新300强企业》

2016年10月05日

2016《中国“互联网+”创新300强企业》出炉，雷神和有住网跻身上榜。此次评选由《互联网周刊》推出，旨在从众多创业创新中，遴选出“互联网+创新”的典范。雷神与有住网的上榜体现海尔在互联网企业方向上的不断探索与转型创新；剖析其本质是人单合一模式的开放创新。

海尔上榜《财富》最受赞赏中国公司

2016年10月11日

榜单一经发布，便引起了众多网友的评论，“海尔能够名列前茅，得益于海尔顺应互联网时代的潮流，以‘人单合一’模式的探索与实践让世界刮目相看”；“海尔是那么的强大”。

最佳海外形象企业

2016年10月14日

10月14日，由中宣部、国务院国资委指导，中国外文局主办，以“创新：企业海外形象建设新动力”为主题的2016·中国企业海外形象高峰论坛举行。

海尔入围“中国企业海外形象20强”榜单并获“最佳海外形象企业”，蝉联家电行业首位。

KKR生态创新奖

2016年11月03日

11月3日，全球领先投资机构KKR在纽约宣布青岛海尔股份有限公司(以下简称“青岛海尔”)荣获KKR首个生态创新奖。青岛海尔是海尔集团旗下子公司，主营白色家电，因运用创新技术成功研发可降低能源损耗的节能型空调而获此殊荣。

丝绸之路全球品牌500强

2016年11月21日

海尔因其通过“三位一体”战略，满足全球用户需求、创建海外市场本土化知名国际品牌的实践，以及借助突破性的组织创新，实现中国企业从产品输出到模式输出的历史性跨越上榜“2016丝绸之路全球品牌500强”，位列第四。

中国优秀工业设计奖金奖

2016年12月02日

12月2日，2016年中国优秀工业设计奖名单在杭州揭晓，海尔集团旗下卡萨帝双子云裳洗衣机摘得“中国优秀工业设计奖金奖”。

五洲钻石奖

2016年12月10日

12月10日，世界酒店领域“奥斯卡”奖——“五洲钻石奖”在南京揭晓。海尔中央空调凭借节能的磁悬浮技术、智能云服务平台、全方位酒店智慧节能解决方案等，蝉联“五洲钻石奖年度最佳酒店供应商”奖。

管理科学实践大奖

2016年12月18日

2016年12月18日，第五届管理科学奖颁奖典礼暨2016中国管理科学大会上海尔集团凭借“以用户为中心的‘人单合一’共创共赢生态圈模式的探索及实践”获得管理科学实践类综合大奖。

"2016山东企业品牌价值百强" 海尔居榜首

2016年12月20日

12月20日上午，由山东省企业文化学会主办的“2016山东省企业品牌价值百强新闻发布会”在山东省委党校举行。青岛海尔股份有限公司以品牌价值1516.28亿元（数据均来自山东省企业文化学会）位列榜首。

海尔连续两年登榜世界品牌百强

2016年12月26日

由世界品牌实验室(World Brand Lab)独家编制的2016年度(第十三届)《世界品牌500强》排行榜于12月26日在美国纽约揭晓。海尔位列上榜中国品牌第五位，位列总榜单第76位，较2015年提升6位。

海尔连续两年入围世界品牌百强名单，也充分印证了其以用户价值交互为核心的众创模式，颠覆性的品牌管理理念与实践，为互联网时代下企业的发展方向带来的示范作用以及全新的思考



青岛海尔股份有限公司

联系地址：

中国青岛海尔路1号海尔工业园内，266101

电子邮箱：

finance@haier.com

联系电话：

0086-4006-999-999