

香港交易及結算所有限公司及香港聯合交易所有限公司對本公告的內容概不負責，對其準確性或完整性亦不發表任何聲明，並明確表示，概不對因本公告全部或任何部分內容而產生或因依賴該等內容而引致的任何損失承擔任何責任。

Hisense 海信家電

HISENSE HOME APPLIANCES GROUP CO., LTD.

海信家電集團股份有限公司

(在中華人民共和國註冊成立的股份有限公司)

(股份代號：00921)

二零二六年中期業績公告

董事會公佈本公司及其附屬公司截至2026年6月30日止六個月（「本報告期」）未經審計之中期業績，及2025年同期之比較數字，本報告期未經審計之中期業績已經本公司第十二屆董事會審計委員會（「審計委員會」）審閱。

按照企業會計準則編制的財務數據

（除特別注明外，金額單位為人民幣元）

合併資產負債表

項 目	附注	2026年6月30日 (未經審計)	2026年1月1日 (經審計)
流動資產：			
貨幣資金		5,265,445,893.88	3,496,408,124.80
結算備付金			
拆出資金			
交易性金融資產		21,469,421,937.39	19,155,470,449.17
衍生金融資產			
應收票據		125,461,429.97	133,966,706.98
應收賬款	5	11,697,537,830.43	9,389,095,596.70
應收款項融資		7,274,816,997.74	4,607,438,550.93
預付款項		448,303,484.86	379,128,079.70
應收保費			
應收分保賬款			
應收分保合同準備金			
其他應收款		443,350,545.45	194,120,733.79
其中：應收利息			
應收股利		228,885,579.66	625,590.11
買入返售金融資產			
存貨		7,196,267,124.50	6,862,327,671.56
其中：數據資源			
合同資產		67,915,975.77	67,667,431.89
持有待售資產			
一年內到期的非流動資產		4,238,264,166.67	5,358,503,333.34

其他流動資產		1,857,861,074.67	2,845,044,203.82
流動資產合計		60,084,646,461.33	52,489,170,882.68
非流動資產：			
發放貸款和墊款			
債權投資			
其他債權投資			
長期應收款			
長期股權投資		1,941,133,742.76	2,005,216,196.64
其他權益工具投資		36,950,898.86	41,653,733.28
其他非流動金融資產		20,114,367.52	20,542,302.26
投資性房地產		195,970,855.93	217,213,536.17
固定資產		7,012,416,474.13	7,160,327,070.21
在建工程		1,233,768,663.55	911,155,205.31
生產性生物資產			
油氣資產			
使用權資產		218,250,666.56	201,125,032.64
無形資產		1,249,346,998.48	1,305,501,434.50
其中：數據資源			
開發支出		82,115.83	180,269.77
其中：數據資源			
商譽		132,571,746.36	132,571,746.36
長期待攤費用		79,746,863.22	69,885,638.35
遞延所得稅資產		1,250,161,012.18	1,127,099,708.79
其他非流動資產		4,645,266,934.31	4,302,599,584.53
非流動資產合計		18,015,781,339.69	17,495,071,458.81
資產總計		78,100,427,801.02	69,984,242,341.49
流動負債：			
短期借款		3,487,108,780.31	3,300,806,097.01
向中央銀行借款			
拆入資金			
交易性金融負債		2,195,138.65	1,813,733.43
衍生金融負債			
應付票據	6	13,929,422,431.23	11,118,152,519.63
應付賬款	7	19,508,590,617.76	17,188,122,162.23
預收款項		2,385,995.18	1,820,551.63
合同負債		1,235,817,835.56	1,618,788,301.63
賣出回購金融資產款			
吸收存款及同業存放			
代理買賣證券款			
代理承銷證券款			
應付職工薪酬		925,210,910.04	1,072,872,436.38
應交稅費		720,197,749.55	448,596,053.86
其他應付款		6,695,673,615.62	5,208,635,578.14
其中：應付利息			
應付股利		1,829,287,689.99	77,438,308.67
應付手續費及傭金			
應付分保賬款			

持有待售負債			
一年內到期的非流動負債		409,523,417.19	410,893,176.08
其他流動負債		7,365,807,023.05	6,084,406,182.57
流動負債合計		54,281,933,514.14	46,454,906,792.59
非流動負債：			
保險合同準備金			
長期借款		61,794,454.34	71,308,422.32
應付債券			
其中：優先股			
永續債			
租賃負債		170,868,666.35	163,213,430.28
長期應付款			
長期應付職工薪酬		76,321,677.73	78,993,580.17
預計負債		723,894,239.79	651,047,991.72
遞延收益		437,258,502.81	427,732,263.51
遞延所得稅負債		176,671,278.86	158,258,327.90
其他非流動負債		469,680,440.80	458,281,470.69
非流動負債合計		2,116,489,260.68	2,008,835,486.59
負債合計		56,398,422,774.82	48,463,742,279.18
所有者權益：			
股本		1,384,861,171.00	1,384,861,171.00
其他權益工具			
其中：優先股			
永續債			
資本公積		2,239,989,996.04	2,217,061,179.24
減：庫存股		109,879,656.58	139,706,972.86
其他綜合收益		505,642,184.94	485,615,826.36
專項儲備		18,964,386.82	9,449,358.91
盈餘公積		724,682,309.99	724,682,309.99
一般風險準備			
未分配利潤		12,693,221,655.58	12,787,042,665.56
歸屬於母公司所有者權益合計		17,457,482,047.79	17,469,005,538.20
少數股東權益		4,244,522,978.41	4,051,494,524.11
所有者權益合計		21,702,005,026.20	21,520,500,062.31
負債和所有者權益總計		78,100,427,801.02	69,984,242,341.49

合併利潤表

項 目	附注	2026 年 1-6 月 (未經審計)	2025 年 1-6 月 (未經審計)
一、營業總收入		46,765,857,550.25	49,340,344,981.85
其中：營業收入	8	46,765,857,550.25	49,340,344,981.85
利息收入			
已賺保費			
手續費及傭金收入			
二、營業總成本		44,485,652,535.42	46,785,652,816.07
其中：營業成本	8	37,173,172,589.37	38,743,597,232.06
利息支出			

手續費及傭金支出			
退保金			
賠付支出淨額			
提取保險責任準備金淨額			
保單紅利支出			
分保費用			
稅金及附加		197,866,921.64	223,166,616.35
銷售費用		4,298,032,999.67	4,869,442,985.61
管理費用		1,131,325,529.24	1,232,915,731.34
研發費用		1,536,768,142.43	1,674,893,303.26
財務費用	9	148,486,353.07	41,636,947.45
其中：利息費用	9	92,680,707.31	86,914,991.88
利息收入	9	18,259,397.37	20,067,405.94
加：其他收益		189,886,934.10	273,364,514.91
投資收益（損失以「-」號填列）	10	435,655,935.02	511,260,446.36
其中：對聯營企業和合營企業的投資收益	10	162,999,125.99	236,560,862.88
以攤余成本計量的金融資產終止確 認收益		-83,679.02	-491,638.54
匯兌收益（損失以「-」號填列）			
淨敞口套期收益（損失以「-」號填列）			
公允價值變動收益（損失以「-」號填列）		202,315,479.67	75,736,420.19
信用減值損失（損失以「-」號填列）		-28,658,960.79	15,511,648.66
資產減值損失（損失以「-」號填列）		-96,500,897.20	-73,425,223.25
資產處置收益（損失以「-」號填列）		42,451,639.29	21,786,782.78
三、營業利潤（虧損以「-」號填列）		3,025,355,144.92	3,378,926,755.43
加：營業外收入		47,424,541.09	63,639,458.45
減：營業外支出		49,164,266.72	17,220,897.46
四、利潤總額（虧損總額以「-」號填列）		3,023,615,419.29	3,425,345,316.42
減：所得稅費用	11	551,768,870.34	436,679,453.25
五、淨利潤（淨虧損以「-」號填列）		2,471,846,548.95	2,988,665,863.17
（一）按經營持續性分類			
1.持續經營淨利潤（淨虧損以「-」號填列）		2,471,846,548.95	2,988,665,863.17
2.終止經營淨利潤（淨虧損以「-」號填列）			
（二）按所有權歸屬分類			
1.歸屬於母公司所有者的淨利潤		1,658,028,371.34	2,076,581,358.73
2.少數股東損益		813,818,177.61	912,084,504.44
六、其他綜合收益的稅後淨額		20,705,743.97	26,559,201.76
歸屬母公司所有者的其他綜合收益的稅後淨額		20,026,358.58	34,039,506.57
（一）不能重分類進損益的其他綜合收益		13,643,172.17	-138,567.34
1.重新計量設定受益計劃變動額		-215,336.91	1,405,422.51
2.權益法下不能轉損益的其他綜合收益		14,818,765.56	
3.其他權益工具投資公允價值變動		-960,256.48	-1,543,989.85
4.企業自身信用風險公允價值變動			
5.其他			
（二）將重分類進損益的其他綜合收益		6,383,186.41	34,178,073.91
1.權益法下可轉損益的其他綜合收益		-36,965,403.44	42,930,048.86
2.其他債權投資公允價值變動			

3.金融資產重分類計入其他綜合收益的金額			
4.其他債權投資信用減值準備			
5.現金流量套期儲備			
6.外幣財務報表折算差額		43,348,589.85	-8,751,974.95
7.其他			
歸屬於少數股東的其他綜合收益的稅後淨額		679,385.39	-7,480,304.81
七、綜合收益總額		2,492,552,292.92	3,015,225,064.93
歸屬於母公司所有者的綜合收益總額		1,678,054,729.92	2,110,620,865.30
歸屬於少數股東的綜合收益總額		814,497,563.00	904,604,199.63
八、每股收益：			
（一）基本每股收益	12	1.21	1.52
（二）稀釋每股收益	12	1.21	1.52

附注：

1. 一般資料：

本公司於1992年12月16日在中國註冊成立。本公司的H股於1996年7月23日在香港聯交所上市交易，而本公司的A股則於1999年7月13日在深圳證券交易所上市交易。

於2007年1月29日，本公司股權分置改革方案經A股相關股東大會會議批准，並於2007年3月22日獲得國家商務部的批准。股權分置改革完成後，本公司非流通境內法人股轉換為本公司流通A股。

於2009年8月31日，本公司重大資產重組及向海信空調發行股份購買其白色家電資產及業務的方案經本公司股東大會批准，並於2010年3月23日獲得中國證券監督管理委員會批准。於2010年6月10日，本公司向海信空調發行362,048,187股A股。

於2013年6月18日，海信空調持有的本公司A股限售股份612,221,909股解除限售開始上市流通。

於2014年5月23日，本公司首期股票期權激勵計劃第一個行權期行權條件滿足，經中國證券登記結算有限責任公司深圳分公司核准登記，行權新增股份4,440,810股核准上市。

於2015年6月19日，本公司首期股票期權激勵計劃第二個行權期行權條件滿足，經中國證券登記結算有限責任公司深圳分公司核准登記，行權新增股份4,229,810股核准上市。

於2023年5月23日，本公司向2022年A股限制性股票激勵計劃激勵對象定向發行限制性股票，經中國證券登記結算有限責任公司深圳分公司核准登記，新增股份25,422,000股核准上市。

於2026年6月30日，本公司股本總數1,384,861,171股，本公司註冊資本為人民幣1,384,861,171.00元；其中，海信空調持有本公司股份516,758,670股，占本公司已發行總股本的37.31%，為本公司的控股股東。

於2026年6月30日，本公司全體董事認為，海信集團控股（於中國註冊成立的有限公

司)被視為本公司間接控股股東。

本集團主要從事冰箱、家用空調、中央空調、冷櫃、洗衣機、廚房電器等電器產品以及模具、汽車空調壓縮機及綜合熱管理系統的研發、製造和營銷業務。

本公司的註冊辦事處地址及主要營業地點為中國山東省青島市嶗山區香港東路88號。

2. 財務報表的編制基礎

本公司財務報表以持續經營假設為基礎，根據實際發生的交易和事項，按照財政部發佈的《企業會計準則》及其應用指南、解釋及其他相關規定（以下合稱「**企業會計準則**」），以及中國證券監督管理委員會《公開發行證券的公司資訊披露編報規則第15號—財務報告的一般規定》（2023年修訂）及相關規定的披露規定編制。

根據企業會計準則的相關規定，本公司會計核算以權責發生制為基礎。除某些金融工具外，本財務報表均以歷史成本為計量基礎。資產如果發生減值，則按照相關規定計提相應的減值準備。

本公司同時在深圳證券交易所及香港聯交所上市，除上述相關規定外，還需按照《深圳證券交易所股票上市規則》、香港上市規則以及《公司條例》（香港法律第622章）適用的披露條例規定進行相關信息披露。

3. 重要會計政策變更

2026年6月30日六個月的合併財務報表所採用的會計政策和計算方法與本集團截至2025年12月31日年度財務報表所列報的相同。本集團本報告期無重要會計政策變更事項。

4. 分部資料

本集團按分部管理其業務，各分部乃按業務線及地區組合劃分。

(1) 本期的分部資料載列如下：

單位：人民幣元

本期金額	暖通空調	冰洗	其他	分部間抵消	合計
一、對外交易收入	22,352,728,814.65	17,375,578,769.38	6,532,760,242.73		46,261,067,826.76
二、分部間交易收入	555,332.29	10,493,763.91	605,687,699.51	-616,736,795.71	
三、對聯營和合營企業的投資收益	-10,965,803.99	-10,965,803.99	184,930,733.97		162,999,125.99
四、折舊和攤銷	290,176,569.67	192,666,062.53	220,790,679.60		703,633,311.80
五、公允價值變動收益	-3,413,284.36	130,350,088.99	75,378,675.04		202,315,479.67
六、信用及資產減值損失	-62,917,935.95	-12,931,967.24	-49,309,954.80		-125,159,857.99
七、利潤總額（虧損總額）	2,053,782,619.87	771,647,913.17	206,159,470.24	-7,974,583.99	3,023,615,419.29
八、資產總額	45,720,848,709.47	41,617,451,604.70	15,364,066,835.24	-25,852,100,360.57	76,850,266,788.84

九、負債總額	31,961,057,813.54	28,988,518,358.18	11,234,792,911.15	-15,962,617,586.91	56,221,751,495.96
十、長期股權投資以外的其他非流動資產增加額	471,725,385.55	58,486,345.86	-146,817,578.10	78,336,878.06	461,731,031.37

上年同期分部資料載列如下：

單位：人民幣元

上年同期金額	暖通空調	冰洗	其他	分部間抵消	合計
一、對外交易收入	23,694,226,316.45	15,392,341,672.05	6,613,204,473.42		45,699,772,461.92
二、分部間交易收入	3,145,236.84	10,928,857.78	1,386,601,355.70	-1,400,675,450.32	
三、對聯營和合營企業的投資收益	8,322,471.03	8,322,471.03	219,915,920.82		236,560,862.88
四、折舊和攤銷	302,289,482.37	158,038,955.39	200,567,775.57		660,896,213.33
五、公允價值變動收益	42,897,765.31	79,948,047.57	-47,109,392.69		75,736,420.19
六、信用及資產減值損失	-23,126,478.12	-2,215,692.25	-32,571,404.22		-57,913,574.59
七、利潤總額（虧損總額）	2,788,526,713.98	645,102,787.72	-8,284,185.28		3,425,345,316.42
八、資產總額	46,230,318,848.57	38,495,879,142.40	16,829,776,545.17	-26,742,997,257.64	74,812,977,278.50
九、負債總額	33,123,127,182.17	25,282,318,675.96	12,353,795,228.43	-15,461,292,165.47	55,297,948,921.09
十、長期股權投資以外的其他非流動資產增加額	-885,512,514.89	173,758,987.48	239,364,120.20		-472,389,407.21

(2) 地區資料

單位：人民幣元

地區	2026 年 1-6 月	2025 年 1-6 月
境內交易收入	24,878,488,039.60	25,248,768,513.67
境外交易收入	21,382,579,787.16	20,451,003,948.25
合 計	46,261,067,826.76	45,699,772,461.92
地區	2026 年 6 月 30 日	2026 年 1 月 1 日
境內非流動資產	11,766,541,326.21	11,427,681,401.56
境外非流動資產	4,999,079,001.30	4,940,290,348.46
合 計	16,765,620,327.51	16,367,971,750.02

本公司之營運主要在中國境內進行，大部分非流動資產均位於中國境內，故無須列報更詳細的地區信息。

5. 應收賬款

應收賬款基於入賬日期的賬齡分析如下：

單位：人民幣元

項 目	2026年6月30日	2026年1月1日
三個月以內	10,978,042,718.10	8,599,122,948.67
三個月至六個月	273,765,253.41	278,331,973.18
六個月至一年	229,396,361.02	245,637,121.91
一年以上	497,470,170.98	577,619,212.49
合 計	11,978,674,503.51	9,700,711,256.25
減：應收賬款壞賬準備	281,136,673.08	311,615,659.55
賬面價值	11,697,537,830.43	9,389,095,596.70

6. 應付票據

單位：人民幣元

項 目	2026年6月30日	2026年1月1日
銀行承兌匯票	10,035,248,497.45	8,826,656,065.38
商業承兌匯票	3,894,173,933.78	2,291,496,454.25
合 計	13,929,422,431.23	11,118,152,519.63

7. 應付賬款

應付賬款基於入賬日期的賬齡分析如下：

單位：人民幣元

項 目	2026年6月30日	2026年1月1日
1年以內	19,472,636,060.77	17,150,463,396.32
1年以上	35,954,556.99	37,658,765.91
合 計	19,508,590,617.76	17,188,122,162.23

8. 營業收入和營業成本

單位：人民幣元

項 目	2026年1-6月	2025年1-6月
主營業務收入	46,261,067,826.76	45,699,772,461.92
其他業務收入	504,789,723.49	3,640,572,519.93
合 計	46,765,857,550.25	49,340,344,981.85
項 目	2026年1-6月	2025年1-6月
主營業務成本	36,843,586,755.93	35,345,347,444.42
其他業務成本	329,585,833.44	3,398,249,787.64
合 計	37,173,172,589.37	38,743,597,232.06

9. 財務費用

單位：人民幣元

項 目	2026年1-6月	2025年1-6月
利息支出	92,680,707.31	86,914,991.88
減：利息收入	18,259,397.37	20,067,405.94
加：匯兌損失	67,219,459.51	-35,576,826.61
其他支出	6,845,583.62	10,366,188.12
合 計	148,486,353.07	41,636,947.45

10. 投資收益

(1) 投資收益明細情況

單位：人民幣元

項 目	2026年1-6月	2025年1-6月
權益法核算的長期股權投資收益	162,999,125.99	236,560,862.88
處置交易性金融資產取得的投資收益	151,265,688.01	119,305,807.22
定期存款利息收入	107,958,439.43	133,346,693.60
其他	13,432,681.59	22,047,082.66
合 計	435,655,935.02	511,260,446.36

(2) 按權益法核算的長期股權投資收益

單位：人民幣元

被投資單位	2026年1-6月	2025年1-6月
海信金隆控股	3,305,433.52	11,368,468.63
海信營銷管理	-10,718,111.03	7,560,677.18
海信環亞控股	-11,213,370.17	9,084,264.87
海信國際營銷	68,463,376.40	85,331,575.59
海信智能電子	-83,876.02	796,860.01
海信星海科技	-5,803,475.88	-27,229.25
億洋創投之聯營企業	-725.51	-1,377.87
三電公司之聯營企業	119,049,874.68	122,447,623.72
合 計	162,999,125.99	236,560,862.88

註：本公司本期權益法核算的投資收益全部系非上市股權投資產生。

11. 所得稅費用

單位：人民幣元

項 目	2026年1-6月	2025年1-6月
當期所得稅費用	656,035,373.63	533,520,611.57
其中：中國企業所得稅	619,740,458.01	515,271,132.38
遞延所得稅費用	-104,266,503.29	-96,841,158.32
合 計	551,768,870.34	436,679,453.25

將基於合併利潤表的利潤總額採用適用稅率計算的所得稅調節為所得稅費用：

單位：人民幣元

項 目	2026 年 1-6 月
利潤總額	3,023,615,419.29
按法定（或適用）稅率計算的所得稅費用	755,903,854.83
某些子公司適用不同稅率的影響	-202,068,779.80
調整以前期間所得稅的影響	100,610,804.00
非應稅收入的影響	-10,987,494.20
不可抵扣的成本、費用和損失的影響	10,295,689.00
使用前期未確認遞延所得稅資產的可抵扣虧損及可 抵扣暫時性差異的影響	-115,908,755.58
本期未確認遞延所得稅資產的可抵扣暫時性差異或 可抵扣虧損的影響	136,126,668.66
研發費用等加計扣除的影響	-113,912,307.47
權益結算的股份支付稅會差異的影響	-8,290,809.10
所得稅費用	551,768,870.34

本公司若干附屬公司被列為「高新技術企業」或根據當地法律法規規定，可享有15%或20%的優惠稅率（2025年：15%或20%）。

本公司之香港子公司利得稅系根據在香港賺取或產生之估計應評稅利潤按以下稅率徵收利得稅：① Kelon International Incorporation（KII）：不超過 2,000,000 港幣的部分執行 8.25%稅率，超過 2,000,000 港幣的部分執行 16.5%稅率；② 其他香港子公司：全部執行 16.5%稅率（2025 年：8.25%和 16.5%）。

除上文所披露者外，本公司其他于中國成立及營運之附屬公司按25%標準稅率繳納企業所得稅（2025年：25%）。本公司之海外附屬公司按所在地稅法的規定繳納相應的稅費。

12. 每股收益

(1) 基本每股收益

基本每股收益以歸屬於母公司普通股股東的合併淨利潤扣除預計未來可解鎖限制性股票現金股利除以母公司發行在外普通股的加權平均數計算：

單位：人民幣元

項 目	2026年1-6月	2025年1-6月
歸屬於母公司普通股股東的合併淨利潤	1,658,028,371.34	2,076,581,358.73
本公司發行在外普通股的加權平均數	1,365,462,674.00	1,351,881,869.00
基本每股收益	1.21	1.52

(2) 稀釋每股收益

稀釋每股收益以根據稀釋性潛在普通股調整後的歸屬於母公司普通股股東的合併淨利潤除以調整後的本公司發行在外普通股的加權平均數計算。稀釋每股收益等於基本每股收益。

13. 股息

本公司於 2026 年 6 月 25 日舉行的股東周年大會已批准宣派並支付截至 2025 年 12 月 31 日止年度末期股息每 10 股人民幣 12.65 元（含稅）。截至本公告發佈之日，已向本公司股東派發末期股息共計約人民幣 1,750,905,809 元。

董事會建議不向股東派發本報告期之中期股息。於去年同期亦無派發中期股息。

管理層討論與分析

一、報告期內公司所處行業概況

1. 國內暖通空調市場概況

(1) 中央空調市場

2026年上半年，中央空調行業整體承壓。據艾肯網統計，市場容量同比下滑10.8%，行業在逆勢中負重前行，但不乏細分領域呈現增長亮點。

工裝市場整體表現低迷，地產配套工程需求延續疲軟態勢。然而，受益於2026年2,000億元超長期特別國債支持大規模設備更新的「兩新」政策，細分改造市場實現逆勢增長，其中：公建存量節能改造領域，醫院、院校、商業樓宇等場所的中央空調更新改造被列為重點扶持方向，預計全年增速約10%；工業節能改造領域，以工業高溫熱泵替代高耗能鍋爐的技改需求旺盛，對應產品增速14%；數字基建改造領域，IDC算力精密溫控、液冷機房項目連續兩年增速超20%，成為增長最快的細分賽道。

家裝零售市場受房地產疲軟影響，下滑近14%，但已呈現回暖跡象。二手房重裝、老機換新成為核心增量來源。用戶需求正從單一設備採購，轉向融合AI智能化、健康、舒適、節能於一體的多恒系統整體解決方案。行業競爭已不再局限於設備本身，而是升級為全屋舒適定制方案、標準化隱蔽精工、本地化維保的綜合服務能力競爭。能夠提供一體化解決方案的龍頭企業，將在存量競爭時代贏得更大主動權。

(2) 家用空調市場

根據奧維雲網(AVC)全渠道監測數據，2026 年上半年國內空調市場顯著承壓，零售量、零售額分別同比下滑 19.5%和 23.3%。市場下行的背後是多重因素的疊加：地產配套需求持續走弱，國補政策力度收緊，疊加前期刺激政策對需求的提前透支，導致新增裝機與存量換新動力均顯乏力。與此同時，較高的終端庫存對行業增長形成壓力，大促節點「以價換量」特徵顯著，行業均價進一步下探，終端消費決策也趨於保守理性。

儘管大盤整體低迷，產品升級的方向依然清晰。節能、舒適風感、健康空氣、智能交互等要素，正成為企業突破價格內卷、構建差異化競爭力的核心抓手。

2. 國內冰洗廚市場概況

(1) 國內冰冷市場

根據奧維雲網(AVC)全渠道推總數據，2026年上半年國內製冷市場呈現「冰箱承壓、冷櫃增長」的分化格局。冰箱市場零售量同比下滑5.6%，零售額同比下滑7.7%，但結構性升級趨勢顯著，大冷凍、制冰機和智能化成為三大核心方向。大冷凍方面：隨著消費者對冷凍存儲需求的增長，主流大容積產品的冷凍容積占比持續提升；制冰機方面：年輕用戶對冰飲的需求推動制冰功能成為產品核心亮點和高端標配，並持續向「急速制冰+可拆卸+抗菌」方向升級；智能化方面：冰箱正從單一的「製冷空間」進化為「智能生活管家」。未來或將採用「可插拔功能艙」設計，搭載AI管家，以滿足日益增長的個性化需求，實現食材管理的及時性、高效性與便捷性。冷櫃市場則表現亮眼，奧維雲網(AVC)全渠道推總數據顯示，其零售量同比增長13.8%，零售額同比增長10.1%。市場風向標正從單純追求「大容量」轉向「大容量與精細化並存」。用戶既追求更大的冷凍空間，也對食材的分類、精緻存儲提出了更高要求。

(2) 國內洗衣機市場

奧維雲網(AVC)全渠道推總數據顯示，2026年上半年國內洗衣機市場承壓，零售量、零售額分別同比下滑5.2%和4.6%。儘管大盤整體下行，結構性增長機遇依然顯著：一方面，大容量產品與細分場景需求成為拉動存量市場價值增長的雙引擎；另一方面，分區洗等多筒洗衣機精准契合家庭差異化洗護需求，持續領跑市場，成為爆款聚焦地。同時，高端洗烘套裝、熱泵洗護等中高端品類實現逆勢增長。隨著政策紅利持續釋放與企業高端化佈局深化，存量市場價值空間將進一步打開，行業有望在結構升級中邁向更高質量發展。

(3) 國內廚電市場

2026 年上半年，受地產下行及國補力度減弱的雙重壓力影響，廚衛大家電市場整體承壓，奧維雲網(AVC)全渠道推總數據顯示，其零售額同比下滑 10.1%。

儘管大盤走弱，品類間的結構性分化卻十分明顯：煙灶品類加速向高端化演進，油煙機聚焦隱藏式設計、大風量高壓、自清潔及 AI 煙灶聯動等賣點；燃氣灶則圍繞大

火力、高熱效率升級，全隱式防幹燒成為高端差異化標籤，產品設計也更適配清潔需求與小鍋烹飪場景；消毒櫃通過全不銹鋼內膽、免瀝水結構、AI 自動消殺等功能，著力提升日常使用頻次，擺脫「閒置電器」的刻板印象；熱水器整體波動相對較小，燃氣熱水器持續走弱，電熱水器依靠存量換新維持穩定，產品創新則聚焦於恆溫體驗與全屋健康養護。整體來看，廚衛市場已形成專業品牌、綜合品牌與長尾品牌三類並存的競爭格局，結構升級與場景細分將成為未來增長的主線。

3. 海外家電市場

2026上半年，全球家電市場在多重壓力下呈現「分化」與「修復」並存的複雜格局。地緣政治風險、原材料價格波動及航運運力緊張等構成顯著挑戰，而氣候走勢、庫存周期、各區域經濟復蘇進度等則進一步加劇市場的不確定性。從出口數據看，品類分化尤為顯著。根據產業在線數據，2026年上半年冰箱、洗衣機出口量分別同比增長14.4%和14.4%，展現出強勁韌性；而空調出口量則同比下降6.8%，有所承壓。

儘管各區域市場面臨差異化挑戰，但增長動能依然清晰：歐美市場消費者對節能、智能家電的偏好持續拉動產品迭代和高端化升級；新興市場則受益於家電滲透率的穩步提升，規模增長潛力可觀。

4. 汽車空調壓縮機及綜合熱管理市場概況

據 IHS 統計，2026 年上半年全球汽車行業壓縮機累計生產總量約 4,399 萬台，同比微降 2.6%。整體產量雖基本平穩，但內部結構正經歷深刻分化。燃油車壓縮機與新能源車壓縮機走勢分化加劇：內燃機汽車(ICE)產量持續收縮，上半年全球產量約 2,858 萬台，同比下降 8%；而全球新能源汽車產量約 1,094 萬台，同比增長 8.4%，成為驅動行業穩健發展的核心引擎。其中，大中華區生產約 729 萬台，同比增長約 7.6%。

全球汽車市場在加速電動化轉型的同時，也面臨日益複雜的外部環境。地緣政治風險：中東局勢持續波動，對物流及供應鏈造成衝擊；貿易政策調整：美國關稅政策正在重塑全球汽車產業的成本結構以及供應鏈佈局；環保法規變動：各國排放與能效標準的差異化，進一步加劇了企業合規壓力。總體來看，電動化轉型為行業注入了增長動力，但地緣政治與貿易政策的不確定性，正成為全球汽車產業鏈必須直面的新變量。

二、報告期內公司主營業務情況

報告期內，海信家電實現收入 467.65 億，同比下滑 5.22%；歸母淨利潤 16.58 億，同比下滑 20.16%。面對行業的深度調整，海信家電始終保持戰略定力，堅持以用戶為中心，以「技術立企」為根基，在逆勢中主動變革、迎難而上。但是，我們也清醒地認識到，在穿越週期的過程中，自身在結構升級與運營效率上仍有提升空間。

公司在地緣政治擾動、原材料價格攀升等外部壓力下，應對能力尚需進一步提高；未來我們將持續深化海外本土化運營，對沖貿易風險；優化海外生產基地與供應鏈

區域配置，降低關稅與航運成本影響；同時針對不同區域市場制定差異化產品與品牌策略，提升海外盈利能力。在高端化與響應差異化細分需求方面，公司的競爭力尚需進一步提升：公司將持續挖掘市場細分需求變化，特別是年輕消費群體偏好，加大技術儲備與產品迭代創新，提高產品競爭力；同時繼續深化差異化產品矩陣，聚焦新風、熱泵、工業場景中央空調等高增長賽道，打造具有技術壁壘的爆款產品，快速響應市場。在渠道與庫存管理方面，我們的效率有待提升：未來將持續優化全球渠道與庫存管理機制，推動線上線下融合，建立更靈活的供應鏈響應體系，提升對終端零售市場的管理能力。在推進精細化管理方面，未來也將通過數字化手段優化製造、物流、營銷等環節的成本結構，保障利潤率的相對穩定。

1. 暖通空調業務

(1) 中央空調業務

公司積極響應國家綠色低碳轉型戰略，圍繞中央空調能效升級、製冷劑管控與綠色合規、設備存量更新、熱泵推廣四大方向持續發力，助力暖通行業邁向可持續高質量發展。根據產業在線統計，報告期內國內多聯機市場佔有率達 26.6%，持續引領行業前行。

① 家裝業務領域，公司聚焦高端智慧與健康節能，以技術創新驅動產品升級與渠道拓展，實現家裝業務高質量增長與市場領跑。

日立重磅升級並發佈全屋全感 3.0 五恒+智慧空氣定制系統，該產品依託集成化創新、智能化升級和精細化定制三大優勢，打造「一人一境」的舒適空氣環境，助力高端人居品質升級。尊睿全效 II 主機產品同步完成煥新，支持溫濕雙控協同地暖系統，上市半年出貨量同比增長 170%，簽單量同比增長 215%。此外，日立 AI 智慧屏和全新線性人感 3D 風口將極簡設計美學融入家居環境，以 AI 智慧人感重新定義高端人居舒適體驗，兩款產品分別榮獲 SHOP!國際設計大獎銀獎和 Winner 獎。

海信正式發佈 ThinkAir2.0 全屋健康智慧生態系統。核心產品 Ai 家 II PRO 首創 6 合 1 四管節能舒適系統，集空調、地暖、熱水、新風、溫濕雙控與全屋智控於一體，實現「以一抵六」的革命性突破，相繼斬獲 2026 年紅點獎、AWE2026 艾普蘭金獎、美國 SHOP!設計大獎三項國際重磅獎項。業務佈局方面，海信積極拓展輕商單元機、熱泵等多元化賽道，相關業務實現 80%以上高速增長，帶動其家裝業務收入同比增長 10.51%。

約克推出 YES-comfort IV 系列多聯機及行業首創氟水換熱水箱，構建以三管三聯供為核心的空調、地暖、生活熱水一體化高端套系解決方案。該系列產品全系配置噴氣增焓壓縮機，可實現-30°C穩定制熱、46°C高溫強勁製冷；搭配 sky 新風機可實現智慧六恒空氣管理，搭配氟水換熱水箱可形成天氟熱水兩聯供方案，滿足高端客戶「空調+生活熱水」雙重需求，夯實品牌在高端市場的競爭優勢。報告期內，約克天氟地水、多聯機出貨額同比增長 15%。

科龍整合產品、政策與渠道資源，賦能家裝業務實現高質量增長。產品方面，聚焦

「健康空氣」與「高性價比」兩大方向，重點推廣搭載 Hi-nano Ultra 離子除菌模塊的 E+ II 家用多聯機，同步上市暖逸系列新品採暖專用機等尖刀產品組合，有效緩解經銷商庫存壓力，提升終端動銷水平。渠道方面，新引入超 100 家百萬級優質商家，重點攻堅頭部品牌融合商、TOP 客戶、家裝設計師三大高潛賽道，網絡覆蓋能力顯著增強。報告期內，科龍家裝板塊出貨額同比增長 25%，戶水產品成功入選中國節能協會重點節能降碳技術產品推廣目錄。

②工程業務領域，公司深耕細分場景，以技術創新與智造升級驅動低碳轉型，實現多領域標杆落地與業務高質量增長。

日立聚焦高價值工程市場，在醫療淨化、更新改造、地產配套等領域持續突破。針對高端地產配套、醫療舊改及中小項目場景，公司推出 SET-FREE 至界溫濕雙控產品、醫療淨化直膨 AHU 和 SET-FREE AIII 大側出風室外機產品。其中，行業首創四管制 SET-FREE 至界溫濕雙控產品，在溫濕雙控、低溫制熱、高溫製冷及故障預警等方面技術領先，已申請 5 項發明專利和 8 項實用新型專利。報告期內，醫療行業合同額同比增幅 5%。

海信工程緊扣建築領域碳減排政策窗口，錨定公共建築暖通節能改造、高能耗工業場景降碳兩大核心賽道，實現逆勢穩健增長。業務深度覆蓋地產、醫療、教育、軌道交通、工礦廠房等領域，落地數十個千萬級低碳改造標杆項目，完成從「單一設備供應」向「全場景、全生命週期空氣解決方案」的戰略升維。依託海信博世燈塔工廠與長沙水機工廠構成的南北雙智造格局，2026 年上半年工裝項目交付效率提升 22%，定制化需求響應週期縮短 30%，全國工裝市場滲透率同比提升 6%。

約克工程三款新品集中上市，進一步完善公建產品矩陣：YES-ECO III 頂出風多聯機（模組組合至 120HP）、YES-data 系列機房空調（專為數據中心設計）、YZM 系列淨化防腐直膨機（專攻高端淨化場景）。公司圍繞工業、更新、高端淨化、數據中心四大方向持續發力，其中數據中心業務同比增長 130%。依託「水氟聯動、傲引公建」的產品佈局，疊加海信博世燈塔工廠的智造與交付優勢，持續強化公建市場競爭力。

科龍緊抓國產替代、基建更新兩大市場機遇，聚焦商用多聯機技術升級與工程項目突破。產品方面，推進大多聯 K3 系列研發，實現單模塊 8HP-42HP 全能力段覆蓋，同步推進單元機等拳頭產品渠道下沉，完善公建項目配套能力。依託海信博世聯合生產的標準化品控，保障大批量交付。渠道方面，發力總包、民企、政府平臺三類高潛場景，簽約百萬級平臺商 50 餘家，落地標杆項目 8 個，工程主流渠道開拓取得階段性突破。通過「囤貨激勵+標杆獎勵」組合政策激活平臺商活力，工裝板塊收入質量與盈利水平同步改善。

③ 新業務領域，公司雙線發力智慧暖通與水機業務，依託 ECO-B 技術迭代拓寬市場，憑藉水機新品夯實技術壁壘，持續佈局 AI 暖通升級賽道。

海信智慧暖通 ECO-B 系統完成關鍵技術迭代與規模化落地。公司自研通用暖通控制

系統已在長沙工廠穩定投用，實現核心自主化重要突破。伴隨 ECO-B 系統架構迭代升級，雲邊端協同節能控制能力同步提升，系統靈活性與擴展性增強，可適配更多應用場景。報告期內，相關方案首次落地小型商業連鎖、清潔能源站點改造等細分領域，暖通智控合同同比增長 41.6%，增長態勢強勁。

水機板塊緊抓雙碳政策與技術變革機遇，依託自研壓縮機、壓力容器及自控等核心技術，構建差異化競爭壁壘。報告期內推出三款新品：1200RT 大容量永磁直驅離心機面向高端大型工商項目，具備雙一級能效，滿負荷 COP 最高 6.92，超出國標一級能效標準 8%；模塊化無油離心機專為項目舊改打造，設備占地面積僅 2.4m²，運輸安裝便捷；大型螺杆風冷熱泵寬工況穩定運行，全系達標節能能效，打造全域低碳智慧空氣解決方案。

(2) 家用空調業務

家用空調業務將「以領先科技重塑空氣價值，為全球用戶提供值得信賴的全場景空氣解決方案」作為使命，聚焦海信、科龍兩大品牌的技術和產品升級。

① 海信空調持續強化產品創新與品牌營銷能力，迭代完善新品矩陣並斬獲多項權威獎項，依託世界杯IP及品牌戰略活動深化傳播勢能，新風空調賽道持續領跑行業。

海信空調聚焦「智能、新風、省電」三大核心方向，以AI為主線，推出智新風、智慧風、智省電三大系列及璀璨高端套系產品矩陣，發佈禦風盾340°全面控風人感空調智慧風A6及國內首款滑蓋空調智慧風E5。大力神U6持續攬獲AWE艾普蘭「創新獎」與德國紅點設計大獎，智慧風E5Pro獲中國暖通空調產業創新峰會「技術創新獎」。與此同時，公司以2026世界杯官方贊助為契機，推出世界杯定制空調產品矩陣，召開「好空氣」戰略行動發佈會，並結合品牌30周年慶典強化品牌傳播，圍繞世界杯落地線上線下整合營銷，覆蓋全國核心賣場及各大電商平臺，有效帶動終端熱銷，提升品牌關注度，實現賽事熱度向市場銷量的有效轉化。品牌蟬聯2025年度中國新風空調銷量第一，獲評「新風空調領軍品牌」。報告期內，海信新風空調市占率繼續保持全渠道第一。

② 科龍空調以磁懸浮核心技術打造差異化競爭優勢，率先實現磁懸浮技術家用空調產業化落地，多款創新新品上市，收穫市場增量與行業獎項。

科龍空調完成磁懸浮技術新品佈局，是國內首家將磁懸浮技術應用到家用空調領域的品牌，形成靜音、節能的差異化競爭優勢。該技術已搭載於靜省電 LT、QS-lite、LH 以及雲朵貓 Max 二代系列機型，依託無摩擦懸浮運轉結構，將運行噪音降低至 14 分貝，靜音性能行業領跑。2026 年上半年，線下主推機型靜省電 LT 銷量同比提升 43.5%。同期推出的中高端新品雲朵貓 Ultra 櫃機，憑藉星閃人感 2.0 及雙芯智慧語音等智能技術，在第 20 屆上海家電嘉年華上斬獲「年度創新產品獎」。

2. 冰洗廚業務

(1) 冰箱業務

① 容聲冰箱，智慧養鮮驅動高端轉型，產品結構優化成效顯現

報告期內，容聲冰箱依託43年品牌積澱，持續推動前沿養鮮科技創新，在保障產品高效能耗的同時，不斷提升食材儲鮮能力，為消費者提供健康、可持續的智慧廚房解決方案。奧維雲網全渠道監測數據顯示，2026年上半年，容聲冰箱中高端及高端產品市場份額同比提升3.12個百分點，產品結構優化與高端化轉型有所成效。

針對消費者對食材精細化存儲及冰箱內部環境健康管理的需求，公司運用WILL生態艙技術與水光離子養鮮技術的前沿技術，複刻食材原生生長環境，並結合微凍鎖鮮艙與冰封鎖鮮艙實現艙位的分區管理，為果蔬、鮮肉、凍品打造分層專屬的鮮活環境。同時，方糖Pro系列憑藉雙系統獨立製冷、AI全域雙淨及超淨急速制冰等核心技術與硬件優勢，實現了製冷效率與存儲環境的迭代升級；其搭載的AI雙主動淨味除菌系統，可動態識別冰箱使用頻次與存儲環境變化，提前啟動淨味除菌幹預，除菌率高達99.9999%，樹立了行業淨味除菌技術標杆，進一步鞏固了公司在高端市場的競爭優勢。

② 海信冰箱，深耕真空保鮮領域，開啟AI分子級保鮮革命

海信冰箱持續聚焦真空磁場保鮮技術的研發與應用，疊加AI智控模式，並依託自研星海大模型為特殊食材提供專屬保鮮環境，充分滿足不同場景下的個性化保鮮需求。根據奧維雲網全渠道監測數據，2026年上半年海信冰箱零售額同比提升3.82%；中高端及以上產品市場份額同比提升1.20個百分點，高端化轉型穩步推進。

基於用戶對冰箱異味難除、高端食材（如深海魚、肉類）長期冷凍後口感流失等行業痛點，公司運用AI巡航淨味技術及真空冷萃、深冷速凍等核心技術，首發推出「AI電子鼻巡航淨味系統」「大凍梨系列」及「璀璨真空大咖冰箱」等創新產品。其中，AI電子鼻巡航淨味系統可實現30秒快速響應並提醒用戶取出腐壞食材，2分鐘高效除菌、6分鐘極速淨味，24小時主動守護箱內潔淨；大凍梨系列作為行業大冷凍冰箱開創者，憑藉980mm高腰線設計與-36°C深冷技術，實現三文魚再凍30天仍保持生食級新鮮；璀璨真空大咖冰箱則搭載行業首創10分鐘真空冷萃功能與潔淨制冰系統，不僅實現了主動守護箱內潔淨，更將冰箱從單一的儲鮮工具升級為提升廚房生活品質的單品。同時，在售後服務方面，公司延續「整機保修3年、壓縮機保修10年」的高標準售後政策，積極助力以舊換新補貼落地，加速產業結構升級與品牌口碑沉澱。

③ 冷櫃，革新風冷技術，樹立高端冷櫃品質標杆

2026年上半年，公司冷櫃業務緊抓冷櫃市場量額雙增的行業機遇，以風冷技術革新為核心驅動力，持續完善產品矩陣。根據奧維雲網全渠道監測數據，2026年上半年容聲冷櫃線下中高端及高端產品市場份額達12.17%，同比提升0.19個百分點。

海信冷櫃針對傳統臥櫃易結霜、深冷能力不足及空間利用率低等問題，依託第五代風循環系統與-40°C深冷鎖鮮技術，公司推出的風冷臥櫃系列及大凍梨系列風冷立櫃288、臥櫃181等產品，能夠確保食材快速通過冰晶帶，全空間淨化功能抗菌除味。其中，海信風冷臥櫃憑藉抗菌除味，在2026年上半年多次周度領跑行業200L風冷臥

櫃市場佔有率（奧維雲網數據）；海信大凍梨系列通過全時風冷無霜與全空間淨化技術，在0.36m²的占地面積下實現了288L的超大容積，精準解決了空間利用率與食材保鮮的矛盾；臥櫃181集風冷無霜、-40°C深冷、全空間淨化等高配功能於一身，精準覆蓋精致家庭與商業運營的多元需求。

容聲冷櫃聚焦小容積段冷櫃性能弱、空間利用率不高等痛點，運用變頻壓縮機與高保溫薄泡層技術，完成鮮魔方及鮮魔方Pro系列的全維升級。其中，風冷產品181通過側方位立體出風與多路立體送風設計，結合底部防遮擋無阻回風，功效上實現了容積率提升17%以上，補齊了小容積段性能空白，帶來風冷無霜的便捷體驗，長期霸榜行業立式冷櫃TOP1；同時，145L變溫櫃半年內多周位列行業TOP10，202風冷櫃、203及205變溫櫃穩居行業TOP20前列，持續鞏固了公司在高端冷櫃市場的競爭優勢。

(2) 洗衣機業務

報告期內，海信洗衣機聚焦當代家庭精細洗護核心需求，持續深耕技術研發與產品矩陣升級，依託集成式熱泵洗護、全家筒等中高端產品矩陣，精準切入細分市場，實現業務規模與品牌影響力的雙重提升，並被中國家用電器研究院正式授予海信全家筒「行業集成洗鞋機式洗衣機開創者」稱號。根據奧維雲網全渠道監測數據，2026年上半年零售額同比提升 22.7%，中高端及以上產品市場份額同比提升 2.2 個百分點；618 大促期間，海信洗衣機電商銷售規模同比提升 59.3%，佔有率同比提升 2.81 個百分點，均價同比提升 186%。

產品層面，新一代海信全家筒系列精準洞察家庭洗護設備繁雜、洗鞋耗時費力、專業送洗成本偏高的核心痛點，2026 年上半年推出海信全家筒·棉花糖 U7S 及線上專供款海信全家筒·大薄荷 2.0E5S，將洗護邊界從衣物延伸至鞋履。產品採用四筒分區設計，搭載獨立水路系統，涵蓋 1 台 12kg 大容量洗衣機、1 台 8kg 熱泵式乾衣機、2 台 1kg 母嬰/內衣洗烘一體機，以及 1 台 3kg 洗鞋機和 1 台 3kg 護鞋機，全方位覆蓋家庭全品類洗護需求，僅用 0.5m² 即可打造一體化家庭洗護站。其中，棉花糖 U7S 上市首月銷量即突破萬台；大薄荷 2.0E5S 在 618 大促期間持續霸榜熱泵洗護品類榜單，穩居熱泵洗護熱銷榜 TOP1。

技術層面，三大硬核技術驅動洗護體驗升級。一是洗鞋筒搭載活水煥白技術，高效去除鞋類汗漬，鮮氧淨護功能實現無水除味、除真菌，兩個獨立小筒獲母嬰級+特護級雙認證；二是主筒搭載行業領先的 AI 宙斯熱泵 3.0 技術，為行業唯一全標尺純平嵌入的熱泵洗烘一體機，一筒洗護烘不轉場，烘乾效率提升 32%；三是整機全域搭載活水洗技術，健康水除真菌率達 99.99%，軟化水阻垢率達 93%以上，以 1.35 高洗淨比領先行業。大薄荷 2.0E5S 在保持整機容量與核心性能不變的前提下，對主筒機身進行超薄化設計，完美適配現代家庭簡約家裝風格。憑藉技術創新與產品力突破，海信洗衣機先後斬獲 AWE2026 艾普蘭創新獎、2026CES 最佳創新獎及 2026 中國家電創新零售優秀案例獎等重磅獎項，行業影響力與品牌溢價能力進一步鞏固。

(3) 廚電業務

海信廚電依託全球資源整合能力，在顏值、品質、智能化三方面建立行業領先優勢。產品方面，借力ASKO與gorenje的設計基因，在CMF工藝與品控上對標一流水平，並依託全球智慧實驗室構建智能化先發優勢。2026年上半年，海信靜音油煙機獲得全國家用電器工業信息中心頒發的「行業靜煙機開創者」認證。

渠道方面，海信廚電線上搭建多平臺直播矩陣，打通家裝、舊改、精裝等前置渠道，憑藉全家電套系化銷售打造差異化競爭力，靜煙機、零菌洗碗機等創新單品帶動渠道溢價。報告期內，廚電業務線上零售收入同比增長35.71%，成為規模增長核心引擎；線下依託高端套系實現穩健增量，產品結構持續優化。

3. 國內渠道建設工作

(1) 緊抓「兩新」政策與世界杯 IP 雙重機遇，引領產業消費升級

公司積極落地國家「以舊換新」戰略部署，持續深耕低碳、綠色、智能化核心賽道，迭代推出多款適配政策導向、契合市場消費需求的優質產品。以世界杯 IP 流量紅利為契機，持續深化政企、渠道多維聯動，搭建常態化聯合營銷體系，切實激活終端消費市場，堅定不移地推進高端化進程：放大產品在高端化、智能化、綠色化方向的核心優勢，顯著提升核心品類的市場競爭力。其中，棉花糖 Ultra 全家筒洗衣機憑藉突破性創新斬獲 2026CES 最佳創新獎，成為近 15 年來唯一摘得該重磅獎項的洗衣機品牌；大薄荷套系在 618 大促節點表現突出，成功帶動冰箱、洗衣機爆款產品躋身行業 TOP15 梯隊；高端璀璨套系持續深耕，乘勢世界杯 IP 推出大力神套系，依託線上線下一體化協同運營，璀璨套系上半年收入同比提升 27.7%，成為驅動公司業績增長的核心力量。

(2) 堅定渠道定力，AI 數智化驅動高質量拓展

持續鞏固自有渠道基本盤，聚焦高質量拓展與店效提升：2026 上半年新建專賣店 1,272 家，並通過選商、選址及門店運營工作優化，實現新建店店效同比提升 15%；線上自有商城完成功能升級與 UI 體驗優化，強化私域流量獲取與轉化，加速推動線上線下融合，銷售持續環比改善，6 月單月零售額同比增長超過 50%。

緊抓渠道多元化發展機遇，持續構建以內容電商、線上分銷、自營平臺為支撐的全域矩陣：快速推進抖音直播間矩陣搭建，矩陣生態已初見成效，呈現「存量穩固、增量突破」的良好態勢，帶動抖音渠道上半年收入同比實現兩位數增長。線上分銷生態加速拓展，構建 VPOP 標杆客戶俱樂部，店鋪策略持續深化，帶動線上分銷收入同比增長 113%。

堅定 AI 數智化轉型方向，加速 AI 科技應用落地：上線產品賣點包裝、AI 銷冠助手、AI 智能數據分析等 6 大營銷類智能體，啟動世界杯營銷線上線下融合作戰，完善「線上內容種草引流+線下場景體驗承接+直播轉化」的營銷鏈路，提升線索獲取與轉化，帶動上半年營銷 ROI 同比增長 18%。

(3) 以用戶為中心，深化用戶運營與重塑服務標準，提升用戶滿意度

公司以用戶為中心深化用戶運營變革與終端服務升級，上線用戶畫像洞察智能體，升級用戶聲音洞察智能體，打通從「真實用戶聲音收集」到「需求挖掘」再到「閉環改善體驗」的全鏈路；以海信愛家作為核心交互陣地，把握世界杯等頂級體育 IP 與會員深度互動，會員規模破億，會員月活同比提升 36%；成立用戶交付中心，圍繞「快、好、暖」重塑服務標準，以用戶旅程為主線強化「端到端」的服務保障，數字化賦能用戶交付體驗；上線 HACC 客服工作臺、AI 服務參謀，迭代 AI 智能客服智能體，升級派工模式由商到師，上半年覆蓋率達 95.3%，顯著優化終端服務時效與用戶體驗；積極開拓超 300 家核心服務網絡，上半年服務問題一次性解決率改善 4.15 個百分點。

4. 家電海外市場業務工作

報告期內，海信落實全球「7+1」區域中心生態建設，充分激活 2026 年 FIFA 世界杯權益，深度整合營銷資源，線上市場推高端，調結構，線下市場以零售為牽引，提升門店數量及效率，海外市場保持高質高效增長。

(1) 歐洲區

期內，海信歐洲區充分利用世界杯 IP 權益，發揮多品牌渠道的共用優勢，持續推廣高端及套系化產品，推動產品結構改善。2026 年上半年，歐洲區白電收入同比增長 20%。其中，歐洲區冰箱冷櫃業務收入同比增長 15%；洗衣機收入大幅增長 39%；空調均價穩步提升。

(2) 北美區

期內，海信北美區圍繞世界杯權益、贊助超級碗等重點項目，持續提升品牌曝光度與用戶黏性。2026 年上半年，北美區收入同比增長 11%。其中，冰箱收入同比增長 29%；洗衣機收入同比增長 16%。

(3) 中東非區

期內，海信中東非區充分啟動世界杯權益，區域內品牌聲量大幅提升，電商市場快速增長。面對中東戰爭的衝擊，積極拓展非洲市場，埃及、阿爾及利亞等區域的製造和供應鏈本土化水平不斷提升，門店數量快速增長。2026 年上半年，中東非區冰箱冷櫃收入同比增長 8%；洗衣機收入同比增長 24%。

(4) 中南美區

期內，海信中南美區借助 FIFA 世界杯賽事權益積極開展營銷活動，聚焦重點零售渠道的線上合作，電商規模快速突破。2026 年上半年，南美區冰箱收入同比增長 26%，空調渠道庫存逐步消化，預計下半年出貨端環比改善，洗衣機均價顯著提升。

(5) 亞太區

期內，海信亞太區配合世界杯營銷節奏，持續推進終端建設，推高端、調結構。一方面鞏固日本、澳洲等成熟市場，一方面積極拓展潛力市場：在韓國成功開拓 Himart

渠道，在巴基斯坦取得客戶代理突破，進駐新店超 600 家。2026 年上半年，亞太區收入同比增長 6%。其中，家空收入同比增長 6%，洗衣機收入同比增長 24%。

(6) 東盟區

期內，東盟區聚焦核心品類，重點發力終端門店的高端化建設和核心客戶產出。2026 年上半年，冰箱產品銷售結構持續升級，收入同比大幅增長 50%；洗衣機持續升級活水洗技術，收入同比增長 38%；空調持續發力專業渠道和品牌建設，家空收入同比增長 26%。

(7) 印度區

期內，印度區聚焦空調品類，實現核心渠道突破。2026 年上半年，印度區收入同比增長 90%。

5. 汽車空調壓縮機及綜合熱管理業務工作

2026 年上半年，三電公司深耕機械壓機市場，保持基本盤穩定，同時聚焦新能源賽道並提供高效節能、性能可靠的熱管理方案，持續服務全球汽車客戶，實現業績大幅改善。

(1) 全球市场多点开花，传统业务和新能源业务齐头并进

三電公司 2026 上半年新增商權 62 億元，全球重點客戶拓展及重點項目訂單均取得重要進展，在中國、歐洲、美洲及日本等主要市場多線告捷，為未來規模增長和經營質量改善奠定堅實基礎。

公司充分發揮全球客戶資源優勢及技術優勢，圍繞新能源汽車熱管理、電動壓縮機及機械壓縮機等核心業務，在多個市場取得重點突破：在中國市場，持續深化與重點客戶合作，推進水路模塊等創新產品開發及項目佈局；在歐洲市場，進一步擴大與戰略客戶合作範圍，獲得多個重點平臺項目，持續強化機械壓縮機領域競爭優勢；在美洲市場，成功獲取新能源項目訂單，進一步擴大電動壓縮機業務版圖；在日本市場，快速推進與重點客戶的新產品聯合開發，獲得旗艦平臺項目商權，為後續量產銷售和長期合作奠定基礎。

(2) 深挖降本提效空間，經營質量顯著改善

面對汽車零部件市場的激烈競爭，三電公司大力推進成本優化，有效推進製造和管理提效，加速數智化轉型，上半年毛利率同比改善 0.86 個點。通過組織和流程優化、職能整合、低附加值業務剝離等方式大幅提升人員效率和運營效率，費用率持續優化；通過提升產能利用率、壓縮庫存、盤活票據等方式，經營活動現金流同比增長 4.8 億元。

三、本報告期內主要財務分析

（一）主要會計數據和財務指標

公司是否需追溯調整或重述以前年度會計數據

□ 是 √ 否

單位：人民幣元

項 目	本報告期	上年同期	本報告期比上年同期增減(%)
營業收入	46,765,857,550.25	49,340,344,981.85	-5.22
歸屬於上市公司股東的淨利潤	1,658,028,371.34	2,076,581,358.73	-20.16
歸屬於上市公司股東的扣除非經常性損益的淨利潤	1,332,447,704.59	1,817,610,114.41	-26.69
經營活動產生的現金流量淨額	3,235,127,088.88	5,321,988,827.78	-39.21
基本每股收益(元/股)	1.21	1.52	-20.39
稀釋每股收益(元/股)	1.21	1.52	-20.39
加權平均淨資產收益率(%)	9.05	12.55	下降 3.5 個百分點
項 目	本報告期末	上年度末	本報告期末比上年年度末增減(%)
總資產	78,100,427,801.02	69,984,242,341.49	11.60
歸屬於上市公司股東的淨資產	17,457,482,047.79	17,469,005,538.20	-0.07

(二) 非經常性損益項目及金額

單位：人民幣元

項 目	金額	說明
非流動資產處置損益(包括已計提資產減值準備的沖銷部分)	38,806,621.32	--
計入當期損益的政府補助(與公司正常經營業務密切相關、符合國家政策規定、按照確定的標準享有、對公司損益產生持續影響的政府補助除外)	44,813,912.16	--
除同公司正常經營業務相關的有效套期保值業務外,非金融企業持有金融資產和金融負債產生的公允價值變動損益以及處置金融資產和金融負債產生的損益	140,478,226.60	--
委託他人投資或管理資產的損益	189,690,770.70	--
債務重組損益	2,043,267.01	--
除上述各項之外的其他營業外收入和支出	-1,996,280.43	--
減: 所得稅影響額	79,547,384.86	--
少數股東權益影響額(稅後)	8,708,465.75	--
合計	325,580,666.75	

(三) 主營業務分析

1. 主要財務數據同比變動情況

單位：人民幣元

利潤表及現金流量表項目	本報告期	上年同期	同比增減(%)	變動原因
營業收入	46,765,857,550.25	49,340,344,981.85	-5.22	--
營業成本	37,173,172,589.37	38,743,597,232.06	-4.05	--
銷售費用	4,298,032,999.67	4,869,442,985.61	-11.73	--

管理費用	1,131,325,529.24	1,232,915,731.34	-8.24	--
財務費用	148,486,353.07	41,636,947.45	256.62	主要系匯兌損益波動所致
所得稅費用	551,768,870.34	436,679,453.25	26.36	--
研发費用	1,536,768,142.43	1,674,893,303.26	-8.25	--
其他收益	189,886,934.10	273,364,514.91	-30.54	主要系嵌入式軟件產品增值稅即征即退減少所致
公允价值变动收益	202,315,479.67	75,736,420.19	167.13	主要系理財及遠期鎖匯評估波動所致
信用减值损失	-28,658,960.79	15,511,648.66	-284.76	主要受壞賬準備計提及轉回變動影響
资产减值损失	-96,500,897.20	-73,425,223.25	不適用	主要受存貨減值計提變動影響
资产处置收益	42,451,639.29	21,786,782.78	94.85	主要系子公司處置部分長期資產所致
营业外支出	49,164,266.72	17,220,897.46	185.49	主要系本期發生與公司日常經營無直接關係的支出較同期增長所致
經營活動產生的現金流量淨額	3,235,127,088.88	5,321,988,827.78	-39.21	主要系銷售商品、提供勞務收到的現金減少所致
取得投资收益收到的現金	408,420,872.16	305,559,408.21	33.66	主要系本期收到的定存及理財利息增加所致
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的現金淨額	61,477,515.87	29,126,827.23	111.07	主要系子公司處置部分長期資產所致
投资活动产生的現金流量淨額	-892,925,802.11	-3,621,352,263.48	不適用	主要系理財產品淨流出減少所致
收到其他与筹资活动有关的現金	36,248,652.95	391,834,125.12	-90.75	主要系票據保證金變動所致
分配股利、利润或偿付利息支付的現金	704,412,266.84	1,528,677,640.46	-53.92	主要系子公司分紅金額及時間節奏變化所致
支付其他与筹资活动有关的現金	314,839,534.73	68,197,954.90	361.66	主要系票據保證金變動及境外子公司償還借款變動所致
筹资活动产生的現金流量淨額	-596,680,029.95	-668,288,088.93	不適用	--
現金及現金等价物淨增加額	1,680,526,424.54	1,075,732,900.97	56.22	主要系投資活動產生的現金淨流出減少所致
资产负债表项目	期末金額	期初金額	增减比例(%)	变动原因
货币资金	5,265,445,893.88	3,496,408,124.80	50.60	主要系報告期末公司定存到期影響
应收款项融资	7,274,816,997.74	4,607,438,550.93	57.89	主要系報告期公司應收銀行承兌匯票增加所致

其他应收款	443,350,545.45	194,120,733.79	128.39	主要系子公司應收股利增加所致
其他流动资产	1,857,861,074.67	2,845,044,203.82	-34.70	主要系公司定期存款到期所致
在建工程	1,233,768,663.55	911,155,205.31	35.41	主要系報告期內公司推進新園區項目建設所致
应交税费	720,197,749.55	448,596,053.86	60.54	主要系應交所得稅增加所致

2. 主營業務構成情況及毛利率分析

單位：人民幣元

項目	主營業務收入	主營業務成本	毛利率(%)	主營業務收入比上年同期增減(%)	主營業務成本比上年同期增減(%)	毛利率比上年同期增減(百分點)
分行業						
製造業	46,261,067,826.76	36,843,586,755.93	20.36	1.23	4.24	-2.30
分產品						
暖通空調	22,352,728,814.65	16,934,085,131.36	24.24	-5.66	-1.94	-2.88
冰洗	17,375,578,769.38	14,455,205,755.11	16.81	12.88	15.56	-1.93
其他主營	6,532,760,242.73	5,454,295,869.46	16.51	-1.22	-2.05	0.71
分地區						
境內	24,878,488,039.60	17,857,968,476.40	28.22	-1.47	2.54	-2.80
境外	21,382,579,787.16	18,985,618,279.53	11.21	4.56	5.89	-1.12

相關數據同比發生變動 30%以上的原因說明

□ 適用 √ 不適用

(四) 委託理財情況

單位：人民幣萬元

产品类型	风险特征	报告期内委托理财的余额	未到期余额	逾期未收回的金额
理財產品	短期中低風險理財產品，安全性高、流動性好，投資範圍不涉及股票二級市場交易的證券投資基金。	2,115,144.97	2,115,144.97	0.00

公司報告期不存在其他重大合同。

(五) 主要附屬公司、參股公司情況

單位：人民幣萬元

公司名稱	公司類型	主要業務	註冊資本	總資產	淨資產	營業收入	營業利潤	淨利潤
海信博世	子公司	生產及銷售中央空調	15,000 萬美元	1,911,471.87	708,957.08	989,822.62	187,086.03	159,850.41

四、本集團面臨的風險及應對措施

（一）宏觀經濟波動風險。全球宏觀經濟不確定性增多，若經濟增長持續放緩，可能導致消費動力不足，進而影響家電產品的消費需求。

（二）成本上漲的風險。若原材料價格出現波動，將對公司的產品成本產生影響；如果人力及勞務成本、海運成本、安裝維修服務等成本上升，可能造成多環節成本疊加，導致企業盈利空間承壓。

（三）匯率波動風險。若人民幣匯率大幅波動，可能引發海外市場銷售價格與成本倒掛，將直接影響公司海外產品的成本競爭力，導致海外業務利潤率收窄。

（四）貿易保護主義及貿易壁壘帶來的市場風險。部分國家和地區如為保護自身經濟利益，通過提高關稅、強制認證等手段加劇貿易壁壘，將推高合規成本與市場准入難度，削弱企業在海外市場的價格競爭力及渠道滲透效率。

為應對多重經營挑戰與風險，公司加速高端產品轉型與新興市場深度開發，增強抗週期能力；通過原材料戰略儲備、智能製造升級及全球供應鏈調整等舉措，有效消化成本上升壓力；同時，運用匯率金融工具穩定海外收益，對沖匯率波動風險。公司將持續強化技術驅動與全球資源配置能力，堅持長期主義，在複雜環境中保持穩定健康的可持續發展。

匯率波動的風險及任何相關對沖

本報告期內，本集團部分採購與部分外銷均以外幣結算，本集團面臨一定匯率波動的風險。本集團使用了進出口押匯及遠期合約等金融工具以對沖匯率風險。

審計委員會

審計委員會已與管理層審閱本集團所採納的會計政策及會計實務，並討論審計、內部控制、風險管理體系及財務報告相關事宜，包括本集團本報告期末經審計的中期業績；審計委員會對有關事宜並無異議。

資產負債率

於2026年6月30日，本集團的資產負債率（按負債總值/資產總值計算）為72.21%（2025年6月30日：73.91%）。

董事進行證券交易的標準守則

本公司已以香港上市規則附錄 C3 所載的《上市發行人董事進行證券交易的標準守則》（「標準守則」）作為本公司董事證券交易的守則。經向董事作出特定查詢後，所有董事已確認他們在本報告期內擔任本公司董事期間一直遵守標準守則。

購買、出售及贖回證券

本公司或其任何附屬公司於本報告期內概無購買、出售或贖回本公司之任何上市證券。

本報告期內與日常經營相關的關連交易情況

關連交易方	關連交易類型	關連交易內容	關連交易定價原則	關連交易金額 (人民幣萬元)	占同類交易金額的比例(%)
海信集團控股	採購	產成品	參考市場價協議定價	16,020.25	0.43%
海信集團控股	採購	材料	參考市場價協議定價	137,326.55	3.69%
海信集團控股	接受勞務	接受勞務	參考市場價協議定價	85,869.71	2.31%
海信投資發展	採購	產成品	參考市場價協議定價	60.52	0.00%
海信投資發展	採購	材料	參考市場價協議定價	0.04	0.00%
海信投資發展	接受勞務	接受勞務	參考市場價協議定價	4,377.61	0.12%
海信集團控股	銷售	產成品	參考市場價協議定價	1,797,129.38	38.43%
海信集團控股	銷售	材料	參考市場價協議定價	34,760.74	0.74%
海信集團控股	銷售	模具	市場定價	784.60	0.01%
海信集團控股	提供勞務	提供勞務	參考市場價協議定價	5,493.25	0.11%
海信投資發展	銷售	產成品	參考市場價協議定價	1,476.71	0.03%
海信投資發展	銷售	材料	參考市場價協議定價	2.62	0.00%
海信投資發展	提供勞務	提供勞務	參考市場價協議定價	270.89	0.01%
博世舒適科技	採購	產品	參考市場價協議定價	39,921.16	1.07%
華域三電	採購	產品	參考市場價協議定價	4,249.37	0.11%
博世舒適科技	銷售	產品	參考市場價協議定價	21,589.58	0.47%
華域三電	銷售	產品	參考市場價協議定價	29,961.98	0.64%

注：

海信集團控股2025年6月採用存續分立的方式分立為海信集團控股（「**存續公司**」）及海信投資發展（「**新設公司**」），分立後，新設公司承接與青島世通盛合貿易有限公司、青島海信房地產股份有限公司、青島海信科技文化管理有限公司、青島海信金融投資股份有限公司、青島（市南）海信學校、青島海信實業股份有限公司的股權投資相關的資產、負債及海信集團控股之分公司海信醫院的相關資產、負債，其餘資產、負債由存續公司承接。

分立後的新設公司及其子公司不再間接持有本公司股份，新設為本公司控股股東高級管理人員擔任董事的企業，根據《企業會計準則第36號—關聯方披露》、《深圳證券交易所股票上市規則》、香港上市規則、《海信家電集團股份有限公司關聯交易管理辦法》的相關規定，其仍然為本集團的關聯法人。

因上述分立行為發生在2025年中期，本公司2024年1月25日股東會審批的相關持續關聯交易額度

為按照分立前的集團成員範圍及業務規模確定，因此本年度新設公司及其子公司與本公司的關聯交易額度仍在「海信集團控股」項下，本年度新設公司及其子公司與本公司交易的發生額在「海信投資發展」項下披露。

截止本報告期末，本公司在海信財務的存款餘額為人民幣115.08億元，利息收入人民幣1.12億元，實際貸款餘額人民幣0.14億元，確認的貸款利息為人民幣224.19萬元，電子銀行承兌匯票餘額人民幣9.14億元，開立電子銀承手續費人民幣52.28萬元，辦理票據貼現服務的貼現利息實際履行人民幣6.79萬元，提供結售匯服務實際履行428.33萬美元，提供資金收支結算等代理類服務的服務費實際履行人民幣60.86萬元。

本報告期內董事及高級管理人員資料變動

報告期內，概無有關本公司董事及高級管理人員資料之重大變動須根據香港上市規則第13.51(2)及13.51B(1)條予以披露。

修訂《公司章程》

報告期內，根據於2026年4月22日舉行的2026年第一次臨時股東會上通過的特別決議案，本公司已對《公司章程》作出修訂。有關修訂《公司章程》的詳情，請參閱本公司日期為2026年3月30日的通函。經修訂《公司章程》全文可於香港聯合交易所網站（www.hkexnews.hk）及本公司網站（<http://hxjd.hisense.cn>）下載。

企業管治守則

就本公司所知及所悉，本公司於本報告期內一直遵守香港上市規則附錄 C1 第 2 部分所載《企業管治守則》的條文。

本報告期後事項

報告期後並無重大事項發生。

於香港聯交所和本公司網站刊登中期業績及中期報告

本公告刊載於香港聯合交易所網站(<https://www.hkexnews.hk>)及本公司網站(<https://hxjd.hisense.cn>)。本公司於本報告期間的中期報告（載有香港上市規則規定的所有資料）將於適時寄發予股東並可於香港聯交所網站及本公司網站查閱。

釋義

在本公告中，除非文意另有所指，下列詞語或片語具有如下含義：

「《公司章程》」	指	本公司的《公司章程》（經不時修訂）
「董事會」	指	本公司董事會
「企業會計準則」	指	中國企業會計準則
「公司、本公司、	指	海信家電集團股份有限公司，一家在中國註冊成立的股

我們、海信家電」		份有限公司，其股份於香港聯交所主板及深圳證券交易所主板上市
「董事」	指	本公司董事
「博世舒適科技」	指	博世舒適科技控股（英國）有限公司
「本集團」	指	本公司及其附屬公司
「海信空調」	指	青島海信空調有限公司，一家在中國註冊成立的有限公司，由海信集團控股間接控制，於本公告日期持有本公司已發行股份約 37.31%
「海信博世」	指	青島海信博世空調系統有限公司，一家在中國註冊成立的有限公司，為本公司的附屬公司
「海信財務」	指	海信集團財務有限公司，一家在中國註冊成立的有限公司，為海信集團控股的附屬公司
「海信環亞控股」	指	青島海信環亞控股有限公司，一家在中國註冊成立的有限公司，50%股權由本公司持有
「海信集團控股」	指	海信集團控股股份有限公司，一家在中國註冊成立的有限公司
「海信香港」	指	海信（香港）有限公司，一家在香港註冊成立的有限公司，為海信集團控股的附屬公司，於本公告日期持有本公司已發行股份約 8.98%
「海信智能電子」	指	青島海信智能電子科技有限公司，於中國註冊成立的有限公司，為海信視像的附屬公司
「海信國際營銷」	指	青島海信國際營銷股份有限公司，一家在中國註冊成立的有限公司，為海信集團控股的附屬公司
「海信投資發展」	指	青島海信投資發展股份有限公司，一家在中國註冊成立的有限公司
「海信金隆控股」	指	青島海信金隆控股有限公司，一家在中國註冊成立的有限公司，為海信集團控股的附屬公司
「海信營銷管理」	指	海信營銷管理有限公司，一家在中國註冊成立的有限公司，50%股權由本公司持有
「海信星海科技」	指	海信星海科技（杭州）有限公司，一家在中國註冊成立的有限公司，30%股權由本公司持有

「海信視像」	指	海信視像科技股份有限公司，一家在中國註冊成立的有限公司，為海信集團控股的附屬公司，其股份於上海證券交易所上市
「香港上市規則」	指	香港聯合交易所有限公司證券上市規則
「香港聯交所」	指	香港聯合交易所有限公司
「中國」	指	中華人民共和國
「人民幣元」	指	人民幣元，中國法定貨幣
「股份」	指	由A股及H股組成的本公司股本中每股面值人民幣1.00元的股份
「股東」	指	股份持有人
「華域三電」	指	華域三電汽車空調有限公司
「元」	指	人民幣元，中國法定貨幣
「三電公司」	指	三電株式會社，一家日本上市公司
「億洋創投」	指	青島億洋創業投資管理有限公司，於中國註冊成立的有限公司，為本公司的附屬公司
「美元」	指	美元，美國法定貨幣
「%」	指	百分比

承董事會命
海信家電集團股份有限公司
 董事長
高玉玲

中國山東省青島市，2026年8月17日

於本公告日期，本公司的執行董事為高玉玲女士、賈少謙先生、于芝濤先生、方雪玉女士及代慧忠先生；本公司的獨立非執行董事為李志剛先生、蔡榮星先生及徐國君先生；及本公司的職工代表董事為張文強先生。