

股票代码：000921

股票简称：海信家电

公告编号：2024-030

## 海信家电集团股份有限公司

### H股公告-截至二零二三年十二月三十一日止年度之业绩公布

本公司及董事会全体成员保证信息披露内容的真实、准确、完整，没有虚假记载、误导性陈述或重大遗漏。

海信家电集团股份有限公司（「本公司」）于2024年4月2日在香港联合交易所有限公司披露易网站（[www.hkexnews.hk](http://www.hkexnews.hk)）刊登了公告。根据《深圳证券交易所股票上市规则》16.1条关于境内外同步披露的要求，特将公告内容披露如下，供参阅。

特此公告。

海信家电集团股份有限公司董事会

2024年4月2日

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份內容而產生或因倚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)

### 截至二零二三年十二月三十一日止年度之業績公佈

海信家電集團股份有限公司（「本公司」）董事會（「董事會」）公佈，本公司及其附屬公司（統稱「本集團」）按照中國企業會計準則編制截至二零二三年十二月三十一日止年度（「本報告期」）之經審核年度業績，連同二零二二年之比較數字。以下的財務資料是按照中國企業會計準則編制：

#### 按照中國企業會計準則編制的財務資料

（除特別註明外，金額單位為人民幣元）

#### 經審核的合併資產負債表

項目	附註	2023年12月31日	2023年1月1日
<b>資產</b>			
<b>流動資產</b>			
貨幣資金		4,939,273,198.62	6,001,295,427.37
其中：存放財務公司款項		1,947,864,398.82	4,620,904,868.10
交易性金融資產		13,192,025,535.87	6,758,233,998.86
衍生金融資產			
應收票據		741,622,573.50	144,188,330.26
應收賬款	5	9,225,321,882.07	7,665,702,299.91
應收款項融資		4,643,427,583.77	5,072,959,470.76
預付款項		389,066,274.16	262,443,975.56
其他應收款		145,804,125.45	475,034,340.60
其中：應收利息			

應收股利		89,630.21	152,634,355.75
存貨		6,774,603,438.00	6,552,835,435.54
合同資產		35,878,308.82	6,918,368.07
持有待售資產			
一年內到期的非流動資產		3,641,708,361.11	1,986,840,000.00
其他流動資產		1,411,188,199.90	1,702,738,189.99
<b>流動資產合計</b>		<b>45,139,919,481.27</b>	<b>36,629,189,836.92</b>
<b>非流動資產</b>			
債權投資			
其他債權投資			
長期應收款			
長期股權投資		1,671,365,117.46	1,518,340,556.73
其他權益工具投資		40,244,766.96	36,399,028.71
其他非流動金融資產		27,197,809.69	25,748,931.39
投資性房地產		177,982,723.30	208,716,406.19
固定資產		5,662,912,502.03	5,318,274,820.56
在建工程		443,523,694.21	525,171,610.80
生產性生物資產			
油氣資產			
使用權資產		169,378,820.87	181,192,061.73
無形資產		1,341,855,927.15	1,459,616,347.69
開發支出			
商譽		226,408,877.76	226,408,877.76
長期待攤費用		40,734,232.78	41,623,003.89
遞延所得稅資產		1,125,596,510.74	984,485,078.70
其他非流動資產		9,879,375,091.45	8,220,701,882.26
<b>非流動資產合計</b>		<b>20,806,576,074.40</b>	<b>18,746,678,606.41</b>
<b>資產總計</b>		<b>65,946,495,555.67</b>	<b>55,375,868,443.33</b>
<b>負債及所有者權益</b>			
<b>流動負債</b>			
短期借款		2,502,318,314.58	1,462,253,713.24
交易性金融負債		54,355,584.93	1,745,488.01
衍生金融負債			
應付票據	6	14,608,429,378.74	11,322,271,209.54

應付賬款	7	12,049,877,232.20	9,717,666,826.44
預收款項		3,833,256.75	
合同負債		1,440,254,499.57	1,145,145,334.78
應付職工薪酬		1,373,816,151.59	1,002,267,354.81
應繳稅費		774,372,089.67	705,821,864.03
其他應付款		4,670,674,014.20	5,219,154,864.04
其中：應付利息			
應付股利		70,574,497.68	67,374,222.13
持有待售負債			
一年內到期的非流動負債		121,677,937.29	145,170,159.23
其他流動負債		6,442,483,786.34	5,643,445,390.50
<b>流動負債合計</b>		<b>44,042,092,245.86</b>	<b>36,364,942,204.62</b>
<b>非流動負債</b>			
長期借款		42,956,652.46	19,808,239.84
應付債券			
其中：優先股			
永續債			
租賃負債		208,946,083.77	277,195,821.24
長期應付款			
長期應付職工薪酬		105,961,766.83	116,092,710.65
預計負債		1,229,967,589.74	1,313,738,416.00
遞延收益		149,189,343.53	145,835,582.02
遞延所得稅負債		158,435,374.83	168,179,961.94
其他非流動負債		612,887,372.01	690,992,901.11
<b>非流動負債合計</b>		<b>2,508,344,183.17</b>	<b>2,731,843,632.80</b>
<b>負債合計</b>		<b>46,550,436,429.03</b>	<b>39,096,785,837.42</b>
<b>股東權益</b>			
股本		1,387,935,370.00	1,362,725,370.00
其他權益工具			
其中：優先股			
永續債			
資本公積		2,115,407,718.05	2,074,168,605.49
減：庫存股		236,626,482.61	
其他綜合收益		226,997,819.74	121,267,445.50

專項儲備		6,319,636.53	
盈餘公積		724,682,309.99	711,971,309.99
一般風險準備			
未分配利潤		9,355,458,114.25	7,248,240,711.27
<b>歸屬於母公司所有者權益合計</b>		<b>13,580,174,485.95</b>	<b>11,518,373,442.25</b>
少數股東權益		5,815,884,640.69	4,760,709,163.66
<b>所有者權益合計</b>		<b>19,396,059,126.64</b>	<b>16,279,082,605.91</b>
<b>負債及所有者權益總計</b>		<b>65,946,495,555.67</b>	<b>55,375,868,443.33</b>

### 經審核的合併利潤表

項目	附注	2023年度	2022年度
<b>一、營業總收入</b>		<b>85,600,189,224.06</b>	<b>74,115,151,039.29</b>
營業收入	8	85,600,189,224.06	74,115,151,039.29
<b>二、營業總成本</b>		<b>81,457,336,033.74</b>	<b>71,261,426,810.30</b>
其中：營業成本	8	66,696,116,231.21	58,783,119,200.03
稅金及附加		579,207,000.98	479,236,001.09
銷售費用		9,311,027,187.99	8,070,720,273.85
管理費用		2,296,063,851.05	1,821,201,420.18
研發費用		2,779,508,194.39	2,289,313,746.54
財務費用	9	-204,586,431.88	-182,163,831.39
其中：利息費用	9	144,388,196.47	88,136,778.11
利息收入	9	56,918,785.34	79,204,113.83
加：其他收益		598,955,858.57	402,784,997.75
投資收益（損失以「-」號填列）	10	719,432,575.42	512,712,041.01
其中：對聯營企業和合營企業的投資收益	10	343,907,407.14	253,464,775.11
以攤余成本計量的金融資產終止確認收益		-1,048,232.87	-8,626,472.16
公允價值變動收益（損失以「-」號填列）		14,926,269.81	22,522,221.59
信用減值損失（損失以「-」號填列）		-43,203,421.13	-150,871,087.49
資產減值損失（損失以「-」號填列）		-190,783,091.93	-275,152,336.56
資產處置收益（損失以「-」號填列）		5,835,013.43	1,384,257.12

三、營業利潤（虧損以「-」號填列）		<b>5,248,016,394.49</b>	<b>3,367,104,322.41</b>
加：營業外收入		498,281,308.38	531,249,812.33
減：營業外支出		61,740,282.05	74,544,406.53
四、利潤總額（虧損總額以「-」號填列）		<b>5,684,557,420.82</b>	<b>3,823,809,728.21</b>
減：所得稅費用	11	893,067,496.90	754,400,667.51
五、淨利潤（淨虧損以「-」號填列）		<b>4,791,489,923.92</b>	<b>3,069,409,060.70</b>
（一）按經營持續性分類			
1.持續經營淨利潤（淨虧損以「-」號填列）		4,791,489,923.92	3,069,409,060.70
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.歸屬於母公司股東的淨利潤		2,837,322,754.58	1,434,968,215.84
2.少數股東損益		1,954,167,169.34	1,634,440,844.86
六、其他綜合收益的稅後淨額		<b>107,901,029.90</b>	<b>20,116,688.31</b>
歸屬母公司股東的其他綜合收益的稅後淨額		105,730,374.24	27,697,446.93
（一）不能重分類進損益的其他綜合收益		-3,821,920.55	
1.重新計量設定受益計劃變動額		-6,252,650.20	
2.權益法下不能轉損益的其他綜合收益			
3.其他權益工具投資公允價值變動		2,430,729.65	
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		109,552,294.79	27,697,446.93
1.權益法下可轉損益的其他綜合收益		3,579,459.96	-9,868,592.45
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（現金流			

量套期損益的有效部分)			
6.外幣財務報表折算差額		105,972,834.83	21,841,340.30
7.其他			15,724,699.08
歸屬於少數股東的其他綜合收益的稅後淨額		2,170,655.66	-7,580,758.62
<b>七、綜合收益總額</b>		<b>4,899,390,953.82</b>	<b>3,089,525,749.01</b>
歸屬於母公司所有者的綜合收益總額		2,943,053,128.82	1,462,665,662.77
歸屬於少數股東的綜合收益總額		1,956,337,825.00	1,626,860,086.24
<b>八、每股收益：</b>			
(一) 基本每股收益	12	2.08	1.05
(二) 稀釋每股收益	12	2.08	1.05

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，本公司制定股權分置改革方案經A股相關股東會議批准，並於2007年3月22日獲得國家商務部的批准，本公司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日被中國證監會批准。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12月31日，本公司股本總數1,387,935,370股，本公司註冊資本為人民幣1,387,935,370.00元；其中，海信空調持有516,758,670股A股股份，佔本公司已發行總股本的37.23%。

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佛山市順德區容桂街道容港路8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信息披露編報規則第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《深圳證券交易所上市規則》《香港聯合交易所有限公司證券上市規則》（「**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

財政部於2022年11月30日頒布了《關於印發〈企業會計準則解釋第16號〉的通知（財會〔2022〕31號）》當中有關單項交易產生的資產和負債相關遞延所得稅不適用初始確認豁免的會計處理，規定自2023年1月1日起執行。

受重要影響的報表項目名稱和金額的說明：

單位：人民幣元

受影響的項目	2023年1月1日 (2022年1-12月)		
	調整前	調整金額	調整後
資產合計	55,375,550,868.66	317,574.67	55,375,868,443.33
其中：遞延所得稅資產	984,167,504.03	317,574.67	984,485,078.70
股東權益合計	16,278,765,031.24	317,574.67	16,279,082,605.91
其中：未分配利潤	7,248,124,550.56	116,160.71	7,248,240,711.27
少數股東權益	4,760,507,749.70	201,413.96	4,760,709,163.66
淨利潤	3,069,234,330.39	174,730.31	3,069,409,060.70
其中：所得稅費用	754,575,397.82	-174,730.31	754,400,667.51
少數股東損益	1,634,329,955.55	110,889.31	1,634,440,844.86

## 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)本年度的分部資料載列如下：

單位：人民幣元

本期金額	空調	冰洗	其他	分部間抵消	合計
一、對外交易收入	38,652,244,832.54	26,070,166,905.77	12,236,779,534.11		76,959,191,272.42
二、分部間交易收入	715,130.91	18,525,397.50	2,923,068,294.16	-2,942,308,822.57	
三、對聯營和合營企業的投資收益	-1,014,446.97	-1,014,446.97	345,936,301.08		343,907,407.14
四、折舊和攤銷	492,716,306.72	348,074,753.86	385,417,780.51		1,226,208,841.09
五、公允價值變動收益	14,287,476.99	68,782,493.59	-68,143,700.77		14,926,269.81
六、信用及資產減值損失	-64,147,315.49	-34,316,884.06	-135,522,313.51		-233,986,513.06
七、利潤總額（虧損總額）	4,894,033,212.74	967,687,795.47	-177,163,587.39		5,684,557,420.82
八、資產總額	37,150,119,357.79	43,212,073,454.51	15,618,116,396.53	-30,033,813,653.16	65,946,495,555.67
九、負債總額	24,473,385,908.89	32,006,871,299.96	11,096,684,769.39	-21,026,505,549.21	46,550,436,429.03
十、長期股權投資以外的其他非流動資產增加額	1,669,601,574.03	-22,436,407.92	259,707,741.15		1,906,872,907.26

上年度分部資料載列如下：

單位：人民幣元

上期金額	空調	冰洗	其他	分部間抵消	合計
一、對外交易收入	34,499,733,925.58	21,207,092,434.08	11,787,912,833.04		67,494,739,192.70
二、分部間交易收入	1,001,205.93	12,092,073.41	2,520,058,040.12	-2,533,151,319.46	
三、對聯營和合營企業的投資收益	720,511.15	720,511.15	252,023,752.81		253,464,775.11
四、折舊和攤銷	578,212,144.80	366,557,127.40	426,330,115.69		1,371,099,387.89
五、公允價值變動收益	-42,920.00	11,446,773.25	11,118,368.34		22,522,221.59
六、信用及資產減值損失	-98,258,731.21	-132,615,991.81	-195,148,701.03		-426,023,424.05
七、利潤總額（虧損總額）	3,452,041,902.34	282,337,472.47	89,430,353.40		3,823,809,728.21
八、資產總額	31,188,124,293.26	28,652,214,278.81	15,651,116,404.12	-20,115,586,532.86	55,375,868,443.33
九、負債總額	20,810,902,742.15	17,966,094,914.07	11,451,687,077.60	-11,131,898,896.40	39,096,785,837.42
十、長期股權投資以外的其他非流動資產增加額	2,604,699,926.77	25,307,181.32	-213,198,062.67	-1,123,200.00	2,415,685,845.42

## (2)地區資料

單位：人民幣元

地區	2023年度	2022年度
境內交易收入	49,035,166,343.99	42,624,208,014.02
境外交易收入	27,924,024,928.43	24,870,531,178.68
<b>合計</b>	<b>76,959,191,272.42</b>	<b>67,494,739,192.70</b>
境內非流動資產	16,928,683,438.39	15,359,424,477.26
境外非流動資產	3,877,892,636.01	3,387,254,129.15
<b>合計</b>	<b>20,806,576,074.40</b>	<b>18,746,678,606.41</b>

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

應收賬款按其入賬日期的賬齡分析如下：

單位：人民幣元

項目	2023年12月31日	2023年1月1日
三個月以內	8,330,628,047.85	6,536,005,628.49
三個月至六個月	433,307,441.27	447,891,643.76
六個月至一年	246,354,515.38	520,314,101.55
一年以上	527,815,292.00	471,721,042.96
<b>合計</b>	<b>9,538,105,296.50</b>	<b>7,975,932,416.76</b>
減：應收賬款壞賬準備	312,783,414.43	310,230,116.85
賬面價值	9,225,321,882.07	7,665,702,299.91

## 6. 應付票據

單位：人民幣元

項目	2023年12月31日	2023年1月1日
銀行承兌匯票	9,101,350,361.29	8,301,493,794.02
商業承兌匯票	5,507,079,017.45	3,020,777,415.52
<b>合計</b>	<b>14,608,429,378.74</b>	<b>11,322,271,209.54</b>

## 7. 應付賬款

應付賬款按其入賬日期的賬齡分析如下：

單位：人民幣元

項目	2023年12月31日	2023年1月1日
一年以內	12,007,211,767.15	9,581,962,727.38
一年以上	42,665,465.05	135,704,099.06
<b>合計</b>	<b>12,049,877,232.20</b>	<b>9,717,666,826.44</b>

## 8. 營業收入和營業成本

單位：人民幣元

項目	2023年度	2022年度
主營業務收入	76,959,191,272.42	67,494,739,192.70
其他業務收入	8,640,997,951.64	6,620,411,846.59
<b>合計</b>	<b>85,600,189,224.06</b>	<b>74,115,151,039.29</b>
項目	2023年度	2022年度
主營業務成本	58,465,825,397.94	52,573,262,431.34
其他業務成本	8,230,290,833.27	6,209,856,768.69
<b>合計</b>	<b>66,696,116,231.21</b>	<b>58,783,119,200.03</b>

## 9. 財務費用

單位：人民幣元

項目	2023年度	2022年度
利息費用	144,388,196.47	88,136,778.11
減：利息收入	56,918,785.34	79,204,113.83
加：匯兌損失	-304,993,741.48	-205,797,333.01
其他支出	12,937,898.47	14,700,837.34
合計	<b>-204,586,431.88</b>	<b>-182,163,831.39</b>

## 10. 投資收益

### (1) 投資收益明細情況

單位：人民幣元

項目	2023年度	2022年度
權益法核算的長期股權投資收益	343,907,407.14	253,464,775.11
處置交易性金融資產取得的投資收益	-49,009,326.89	-52,786,004.23
定期存款利息收入	304,935,738.87	247,540,002.04
其他	119,598,756.30	64,493,268.09
合計	<b>719,432,575.42</b>	<b>512,712,041.01</b>

### (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	2023年度	2022年度
海信金隆控股	15,082,906.79	12,968,049.38
海信營銷管理	-2,028,893.94	1,441,022.29
海信環亞控股	-194,362.50	
海信國際營銷	110,193,668.98	61,776,387.44
三電公司之聯營企業	220,854,087.81	177,279,316.00
合計	<b>343,907,407.14</b>	<b>253,464,775.11</b>

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	2023年度	2022年度
當期所得稅費用	1,030,925,303.34	846,911,451.83

其中：中國企業所得稅	1,031,179,157.46	807,415,277.51
香港利得稅	784,538.52	910,933.90
遞延所得稅費用	-137,857,806.44	-92,510,784.32
<b>合計</b>	<b>893,067,496.90</b>	<b>754,400,667.51</b>

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	2023年度
利潤總額	5,684,557,420.82
按法定（或適用）稅率計算的所得稅費用	1,421,139,355.20
某些子公司適用不同稅率的影響	-453,129,861.37
調整以前期間當期所得稅的調整	-9,236,187.32
非應稅收入的影響	-39,220,019.99
不可抵扣的成本、費用和損失的影響	93,980,093.86
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	-116,115,036.59
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	217,252,567.84
研發費用等加計扣除的影響	-221,023,026.97
其他	-580,387.76
所得稅費用	893,067,496.90

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（2022年：15%或20%）。

香港利得稅乃根據估計應課稅利潤按不超過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%的稅率計算（2022年：8.25%和16.5%）。

除上文所披露者外，本公司其他於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（2022年：25%）。

## 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	2023年度	2022年度
歸屬於母公司普通股股東的合併淨利潤	2,837,322,754.58	1,434,968,215.84
本公司發行在外普通股的加權平均數	1,353,221,019.50	1,362,725,370.00

基本每股收益	2.08	1.05
--------	------	------

## (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

董事會建議以本公司截至本公告披露之日的總股本1,387,935,370股扣除回購專戶上已回購股份後（截至本公告披露之日，公司已累計回購公司股份14,505,457股）的股本總額1,373,429,913股為基數，向全體股東每10股派發現金紅利人民幣10.13元（含稅），不派送紅股，不以資本公積金轉增股本（2022年：以本公司實際參與分派的股本總額1,387,257,381股為基數，向全體股東每10股派發現金紅利人民幣5.171314元（含稅））。

### 管理層討論與分析

#### 一、 報告期內公司所處行業情況

##### 1.國內暖通空調市場概況

###### (1)中央空調市場

據艾肯網統計，2023年中央空調整體市場容量同比增長4.6%。其中，離心機和兩聯供產品市場表現優異，而多聯機作為權重產品平穩增長，仍然是中央空調市場占比最大的產品類別，行業占比48.7%，市場規模同比提升3.3%。

在雙碳和新基建背景下，國家持續加大對新興產業的扶持，新興產業助推工裝市場增長，2023年工裝市場實現強勁反彈，規模同比增長5.7%。工裝市場逐漸向高端製造、數據中心、光伏、鋰電、儲能、新能源等新興工業製造領域拓展，年內，全國公建項目投資增幅8%，其中軌道交通增長近10%，新興工業製造領域迎來18%的高速增長。

家裝零售市場受房地產市場疲軟及需求減弱影響，2023年家裝市場規模同比增長2.1%，仍面臨一定挑戰。同時，用戶需求持續圍繞「健康、舒適、節能、智能」方向迭代升級，改善型市場增長明顯。兩聯供成為行業中增長最快的產品，增長率達14%，帶動行業從中央空調向空調、地暖、淨化、新風綜合系統解決方案轉型升級。

###### (2)家用空調市場

根據奧維雲網(AVC)全渠道推總數據，2023年國內空調市場零售量同比增長6.5%；零售額同比增長7.5%。

家用空調產品圍繞消費者需求不斷升級和創新。隨著消費者對室內空氣新鮮和增氧需求的提升，新風掛機市場快速增長，根據奧維雲網(AVC)監測數據顯示，新風掛機空調線上線下分別同比增長10.4%和20.7%。智能語音空調賦予消費者更高級功能及智能化體驗需求，線上銷量規模同比增長20.7%。

##### 2.國內冰洗廚市場概況

### (1)國內冰箱市場

根據奧維雲網(AVC)全渠道推總數據，2023年國內冰箱市場零售量同比增長1.5%，零售額同比增長7.0%。

在高保有量、煥新需求主導的市場格局下，冰箱產品持續向高端化、平嵌化和家居場景化發展。高端產品不斷提升市場份額，熱銷產品如十字4門、法式冰箱等高端產品持續受到用戶青睞；同時，嵌入式冰箱需求不斷提升，線下零售量滲透率由2021年的18.1%提升至2023年的36.7%。另一方面，行業銷售不斷擁抱新興渠道，線上線下渠道進一步融合發展，抖音電商冰箱零售額同比提升113%。

### (2)國內洗衣機市場

根據奧維雲網(AVC)全渠道推總數據，2023年洗衣機市場零售量同比增長3.4%，零售額同比增長5.8%。

受乾衣機普及和以舊換新的拉動，國內洗衣機行業規模實現一定增長，尤其是線下市場穩健復蘇。細分市場中，洗幹套裝增長強勁，用戶對乾衣機的認知和接受度顯著增強。伴隨家居一體化的趨勢，超薄嵌入式滾筒洗衣機也實現快速增長。用戶對健康分類洗護的需求愈加細分，迷你洗衣機形態持續創新，拉動規模擴張。

### (3)國內廚電市場

根據奧維雲網(AVC)全渠道推總數據，2023年中國廚衛市場零售量同比增長0.8%，零售額同比增長5.3%。

廚衛產業不同品類呈現明顯分化趨勢。剛需品類如煙機、灶具、電熱水器、燃氣熱水器等在過往較低增長之後實現較快速反彈，規模同比增長6.5%。品需品類如洗碗機、消毒櫃、淨水機等由於低滲透率，規模同比增長8.6%。集成品類如集成灶在過往年份高增長之後，出現一定增速回落，同比下降4.0%。

## 3. 汽車空調壓縮機及綜合熱管理市場概況

根據IHS的統計數據，2023年全球汽車行業壓縮機累計生產總量約8,523萬台，同比增長約6.4%，全球汽車市場整體出現較快增長，大中華區生產總量約2,693萬台，同比僅增長1.99%。新能源汽車發展依然強勢，全球新能源汽車生產量達到約2,135萬台，同比增長35.1%以上，整體占比25%。其中，大中華區市場新能源汽車生產約968萬台，同比增長22%，整體占比36%。

隨著汽車行業電動化、智能化、網聯化、共享化的持續加速發展，高壓快充、電池熱安全、電機電控的溫控管理以及降低冬季續航里程衰減等領域，均給新能源汽車市場帶來了巨大的發展空間。寬溫域多熱源廢熱回收熱泵、超高壓電動壓縮機、雙層流空調箱、水加熱器等系統和零部件也逐步成為新能源汽車熱管理的主流需求。此外，在全球碳中和背景下，R744、R290等自然冷媒熱管理系統、壓縮機、換熱器等也從研發逐步轉入實際應用開發前期階段。

## 4. 智慧家庭市場概況

2023年，中國智能家居市場面臨宏觀消費環境和自身發展週期的雙重挑戰，規模增速有所放緩，但隨著消費需求升級預期市場將逐步回暖。根據智庫Statista的數據，全球智慧家庭市場規模預計將從2022年的1,176億美元增長至2027年的2,229億美元。伴隨技術升級、生態完善、渠道拓展，消費者對智能家居市場接受度將逐步提升。智慧家庭滲透率預計從2022年的14.2%上升到2027年的28.8%，市場空間巨大。

2023年7月12日，商務部等13部門發佈關於促進家居消費的若干措施，支持企業加快智能家電、智能睡眠、智能影音娛樂等產品研發，促進智能家居設備互聯互通，推動單品智能向全屋智能發展。未來智能家居市場將圍繞智能照明、家庭基礎設施、空氣管理、安防管理、影音娛樂、家庭清潔和烹飪料理七大場景，智能家居場景逐步向水、電、氣、暖等家庭基礎設施延伸，深化從聯動控制向綜合安全、健康、節能等方面的一體化管理。同時，家庭基礎設施智能化將帶動相關設備的智能升級，並激發智能家居設備在功能和形態上創新。

## 5. 海外家電市場

2023年，在海外需求回暖、海外庫存回落、海運價格降低及同期低基數背景等因素影響下，家電行業海外市場需求明顯好轉。東南亞、中東、非洲等「一帶一路」沿線國家正成為家電行業海外市場新的增長點，家電品類滲透率持續提升。冰箱產品在歐洲市場依然保持增長態勢，在北美市場需求逐漸復蘇。洗衣機產品在亞洲市場表現穩健，在歐洲市場需求增長。東南亞等市場對空調產品的需求增加。

此外，家電產品的綠色升級與創新、全球化佈局的加速也是行業海外增長的動力。產品智能化、高端化、品牌化成為家電行業海外市場的新趨勢。

## 二、 報告期內公司從事的主要業務

### 1. 暖通空調業務

#### (1) 中央空調業務

公司積極響應國家「雙碳」政策，以用戶需求為中心，通過技術創新不斷推出行業領先產品，引領中央空調業務在家裝市場、工裝市場、新產業領域發展。2023年，中央空調業務實現主營業務收入同比增長9.3%，利潤總額同比增長20.5%，多聯機市場份額達到20%以上，保持行業領先地位。

①家裝業務領域，公司以用戶為中心深耕「健康、智能、節能」領域，為用戶提供舒適便捷的空氣體驗方案。

期內，公司深入洞察用戶對於家居環境日益提升的需求，不斷創新並推出了個性化、一體化的空氣解決方案。公司精心打造全屋全感空氣定制系統，並成功迭代升級至2.0版本，實現了空調、地暖、新風、除濕、加濕的綜合控制，從而為用戶帶來極致的健康舒適體驗。此外，公司搭載了創新的「ThinkAir主動式全健康空氣解決方案」，發佈5G+榮耀家系列中央空調產品，獲得用戶好評。通過物聯網與AI技術的融合，「全能空氣管家」不僅具備了主觀意識和思考能力，更能實現空氣的主動式管理，進一步滿足用戶個性化需求。

同時，公司不斷完善兩聯供產品矩陣。公司發佈水墅適VRF全變頻系列，在大空間、房間功

能複雜的情況下仍能保持系統穩定性，滿足高端用戶的低碳生活。約克VRF堅持天氟地水產品領先策略，成功打造行業首款天氟熱水兩聯供中央空調，並榮獲了2023全國冷暖產業大會年度暖通空調行業創新產品獎。科龍天氟地氟兩聯供則搭載了空氣源熱泵技術，採用毛細銅管地暖制熱，實現了高效製冷制熱，有效降低了能源消耗。公司致力於為用戶提供高質量、高能效的產品解決方案，根據艾肯網統計，2023年海信系兩聯供產品市占率提升至20%以上，充分證明公司的創新策略和產品實力得到了市場廣泛認可。

## ②工程業務領域，公司把握雙碳發展機遇，引領行業前沿技術佈局。

公司推出下一代商用多連機M3系列，憑藉製冷制熱寬域環溫運行，實現-30°C-58°C運行不停機，可精控空氣的溫度、濕度、潔淨度等，滿足生產、儲存、試驗等各場景的需求。同時，日立天氟地水系列在樓盤配套領域實現爆發式增長，增長率超過100%。

公司積極響應國家碳中和政策，打造的全效直驅系列商用多聯機可有效提高用電轉換效率，獲得國內首批直流空調認證證書。新一代水源變頻多連機最高能效達到行業頂尖水平，獲得特優能效、智能變流量等多項特色產品認證。創新型四管制多連機大幅度降低工藝制程過程的能源消耗，實現近50%的顯著節能效果，並在國內多個數據中心、檔案館、汽車工廠鋰電池加工工藝車間等項目得到應用。

公司持續突破綠色、高效的技術革新，推動海信系工裝市場佔有率達到10%以上。

## ③新產業領域，公司致力於為政府公建改造、工業製造、軌道交通等板塊提供節能低碳整體解決方案，助力第二曲線高速增長。

智慧樓宇業務板塊，公司上線ECO-B智慧樓宇手機APP，實現從空調智控、樓宇自控、能源管理到智慧運維的全場景、全項目生命週期節能，滿足各行業的細分需求，有效降低樓宇運行成本20%，助力數字化建築應用落地。在IFA和CES展重磅推出家庭能源管理系統，應用光伏、儲能、熱泵及套系家電集成智能控制技術，實現節能13%，賦能全屋能源管理、綠色電力供應和優化利用。

熱泵新風業務板塊，公司助力北方清潔能源採暖市場改造，節能成效近40%，期間打造的新風Q5產品出貨額同比增長100%。水機業務板塊，公司突破軌道交通和數據中心行業，深耕清潔能源、大工業等細分行業，實現工廠、醫院等多個場景的應用，報告期內實現收入增長50%。

## (2)家用空調業務

家用空調業務將「打造空調為室內空氣中樞管家，改善人居環境，幸福億萬家庭」作為新使命，聚焦海信、科龍兩大品牌的技術和產品升級。根據奧維雲網(AVC)全渠道推總數據，2023年公司家用空調線上和線下零售額分別同比增長41.4%和14.3%，分別高於行業增幅26個點和10個點。

## ①海信品牌以新風為主線，應用全天候空氣管理技術為用戶帶來場景化、套系化、智能化、多元化的全屋空氣解決方案。

海信空調持續深化中高端市場佈局，推出了璀璨C2、C3、X6等系列高品質產品，實現了室內

舒適溫度與健康空氣的完美融合，讓用戶在家中即可自由暢享清新空氣。其中，5款機型成功躋身新風細分市場行業TOP10，海信璀璨72C310新風櫃機更是榮登細分市場榜首，璀璨C3櫃掛機組合也榮獲了AWE2023艾普蘭優秀產品獎。

公司發佈了「溫、濕、風、淨、氧」五維空氣管家，通過全方位空氣管理，為用戶打造極致舒適體驗。海信X620新風掛機憑藉大新風量、靜音兩大優勢，成為書房場景的理想選擇。海信春風A3針對傳統空調溫度不均勻、風感直吹等用戶痛點進行創新，首發的隱藏式空氣機自主拆洗便捷，隱藏式全閉風口設計更是引領了空調行業的創新潮流。

海信空調始終致力於解決用戶痛點，高效響應多重需求。根據奧維監測數據顯示，2023年海信空調中高端零售額同比顯著提升了43.7%，新風空調線下新風市場佔有率同比提升12個百分點，穩居行業TOP2。這些成果充分證明了海信空調在創新產品和滿足用戶需求方面的卓越實力。

## ②科龍空調打造互聯網空調品牌，煥發變革活力，實現品牌聲量與銷量的雙重突破。

科龍空調緊跟新生代審美潮流，深入挖掘年輕消費群體的多元化需求，並基於家居互聯的理念，積極推動產品的年輕化升級。為了滿足年輕人對高質量睡眠的追求，科龍空調推出了專業的睡眠空調；針對年輕人對智能家居的嚮往，科龍空調還推出了具備遠程控制、語音控制等智能功能的空調產品；同時，考慮到年輕人對健康和節能的關注，科龍空調也推出了高效節能、環保健康的空調產品。

科龍空調通過一系列生活化、易於傳播的沉浸式營銷方式，不斷深入年輕用戶群體，進行創新的營銷迭代升級。借助新青年音樂節IP，科龍空調與五萬多名樂迷共同解鎖初夏的清涼，與年輕人產生情感共鳴，向大眾展示了品牌「有顏值、好品質、夠專業」的產品形象以及互聯品牌轉型的積極態度。憑藉這一系列的品牌戰略轉型、品牌形象塑造和傳播，科龍空調榮獲2022—2023中國空調行業年輕人優選的時尚空調品牌稱號。

## 2.冰洗廚業務

### (1)冰箱業務

冰箱業務不斷優化並提升用戶與家庭的場景化體驗。2023年，冰箱業務取得了顯著成績，實現主營業務收入增長18.7%。根據奧維雲網(AVC)全渠道推總數據，期內零售額同比增長17.8%，市占率提升1.6個百分點。

### ①容聲冰箱引領嵌入式、高容積率、極致養鮮新趨勢，滿足消費者家居化品質需求。

在用戶需求向家電家居化演進的過程中，容聲冰箱推出平嵌大容積率506產品，全新升級智感雙淨系統，通過動態識別淨化冷藏空間，深度、快速淨化冰箱內空氣，確保冰箱內空氣質量和食材新鮮度時刻保持最佳狀態，在2023年下半年榮獲行業TOP1的佳績。此外，容聲WILL無邊界系列605冰箱運用AI智慧溫控模塊，實現冰箱內溫度的動態平衡，整體保鮮效果比傳統冰箱提升了20%，同時實現-31℃深冷鎖鮮，榮獲2023年艾普蘭優秀產品獎。容聲60CM平嵌概念冰箱在線下市場零售量占比高達36%，穩居行業榜首。容聲冰箱牽頭制定了行業首個養鮮標準，推動整個行業向更高標準邁進。

## ②海信冰箱以真空科技為核心，為中國高端家庭量身打造獨特的空間藝術廚房。

海信冰箱以海信璀璨真空冰箱為起點，構建起整套智慧烹飪場景，其中藝術家509冰箱搭載的真空魔方PRO實現了保鮮分儲，為用戶帶來精細化收納的自由體驗。海信璀璨冰箱607投入核心研發力量，實現冰箱開門零距離，真正做到了隱形嵌入。璀璨503利用真空負壓鎖鮮技術有效減緩食材氧化，同時應用貴金屬冷觸媒抗菌技術，快速消滅嗜冷菌，抗菌率高達99.99%，上市後首銷期即躋身行業TOP20。海信冰箱不斷優化中高端產品佈局，根據奧維雲網(AVC)全渠道推總數據，2023年海信系線下中高端冰箱產品（8,700元單價以上）額占率達到12.0%，同比提升1.8個百分點，其中高端品牌璀璨系列收入同比增長68%。

## ③發力新興渠道，賦能零售新格局。

冰箱板塊聚焦新渠道拓展，革新線上線下產品格局，大力拓展品牌自營矩陣號，創新直播及內容營銷方式。2023年，抖音、快手等新渠道規模同比提升151%，渠道拓展成效顯著，為冰箱業務的持續發展注入了新的活力。

### (2)洗衣機業務

**洗衣機業務首創活水洗科技，不斷創新洗護科技與產品體驗，2023年實現主營業務收入增長53.6%。**

海信洗衣機應用首創的活水洗科技，在洗滌過程中充分激發水活性，使洗滌時間縮減20%、去汙能力提升22%、除菌率達到99.99%；同時實現阻止水垢形成，杜絕衣物洗後發黃發硬，海信活水洗科技榮獲中家院「2023年年度技術創新成果」大獎。搭載活水洗的L3產品連續多次蟬聯山東省洗衣機暢銷榜TOP1，廣受用戶好評。針對Z世代年輕用戶打造出與眾不同的羅馬假日洗衣機，以超高顏值的時尚復古外觀、極致靈動的大圓角設計深受年輕用戶喜愛，上市首月全渠道銷售創新品歷史記錄。海信璀璨C2洗烘套系以更嚴苛的除真菌高標準，真正解決女性、嬰幼等人羣的貼身衣物洗護痛點。報告期內，洗衣機板塊榮獲青島市「市長杯」工業設計大賽金獎第一名、海信羅馬假日洗衣機榮獲奧維雲網2023年「十大創品」等榮譽。

### (3)廚電業務

**廚電業務將家電設計與家居美學融為一體，實現廚房全流程烹飪聯動，2023年廚電規模同比增長66%。**

海信洗碗機527套系搭載獨特的萬向噴淋系統及巴氏高溫消毒技術，從洗、消、烘、存、淨全流程做到「母嬰級淨洗」標準，榮獲「洗碗機零菌存儲認證」及「母嬰級洗碗機性能認證」，成為國內首批通過中國家用電器研究院認證的洗碗機品牌，並在由奧維雲網主辦的中國廚衛產業創新發展峰會中榮獲「2023年度中國廚衛產業創新產品獎」。海信油煙機進行性能、形態迭代升級，推出頂側雙吸、超薄低吸、跨界系列新品。灶具板塊完成平板燃燒器技術迭代，實現行業首創的環縫平板勻火燃燒器研究和應用，達到行業領先水平。在中國廚衛產業創新發展峰會上，公司榮獲「2023年度中國廚衛產業用戶口碑獎」。

## 3. 汽車空調壓縮機及綜合熱管理業務

三電公司結合自身的優勢及海信系的協同資源優勢，持續推進從壓縮機為主的零部件供應商

向新能源汽車綜合熱管理系統供應商的轉變。報告期內，汽車空調壓縮機及綜合熱管理板塊實現收入90.5億元。

### **(1)系統層面，圍繞綠色升級，實現熱管理系統和核心零部件的全面突破。**

三電公司推出以CO<sub>2</sub>和R290為冷媒的綜合熱管理系統，構建直接式和間接式兩套綜合熱管理系統(ITMS)解決方案，應用熱泵技術、二次循環水路、廢熱回收技術等，為電動車駕駛艙、電池、電機及電控提供均衡的溫度管理，有效提高駕乘舒適度，延長冬季續航里程，順應節能減排趨勢。同時，高度集成化、小型化、通用化、系列化的設計，不僅有效降低成本，還可以快速應對不同客戶的定制化要求。

在新一代Gen5電動壓縮機平臺上，實現兼容R1234yf、CO<sub>2</sub>和R290等不同冷媒，在高壓化、小型化、低振動噪音、高能效方面實現行業領先，減少車輛熱泵空調系統中製冷劑的充注量，更加符合輕量化、緊湊化原則。

運用膜加熱等技術創新，拓展了ECH產品線，有效保障電池低溫環境下的正常工作狀態及駕乘人員的舒適性體驗。在行業內首先開發小型化中置式雙層流HVAC，實現空間佈置及低能耗方面技術領先。

### **(2)市場層面，堅定「客戶需求為中心」，充分發揮全球協同機制。**

公司繼續穩固戰略客戶合作信心，深化全球客戶發展戰略落地，加強與全球重點客戶尤其是歐、美、中三大區域客戶對熱管理系統及核心配件產品的推廣。三電公司在全球重點客戶端取得歷史性的突破，在歐洲區成功獲得了戰略級客戶在熱管理核心零部件的HVAC和ECH業務，在日本區獲得了重點客戶的ECH業務，在中國區獲得重點空調箱業務，簽單總額同比增長43%，為未來大規模、深化全球協同業務發展打下了堅實的基礎。

## **4.家電海外市場業務**

報告期內，面對宏觀嚴峻形勢，公司加速提升海外自有品牌影響力，深化本地化建設，推進研產銷協同，2023年海外業務實現收入279.2億元，同比增長12.3%。同時，新設合資公司賦能拓展東盟區品牌建設，2023年東盟區整體收入同比增長超過20%，其中自有品牌業務同比增長超過70%。

### **(1)暖通空調業務**

#### **①中央空調業務不斷完善海外營銷體系，開拓歐洲戰略市場。**

2023年，歐洲戰略市場等規模同比增長45%，帶動自營業務整體增長35%。中央空調業務提出多聯機和熱泵雙核驅動的海外業務策略，為客戶提供專業、健康的空氣系統解決方案；在中亞等區域實現水機重大項目突破，為海外水機業務發展建立樣板工程，海外市場雙核驅動戰略效果明顯。

#### **②家用空調業務加速拓展渠道佈局，賦能海外終端零售。**

家用空調通過Connect-life全屋智能家居套細化的拉動，在繼續鞏固傳統優勢歐洲和中東專業渠道基礎上，大力拓展美洲和亞太專業渠道。在東盟市場，馬來西亞佔有率同比提升3.8個百

分點。

## **(2)冰洗廚業務**

### **①冰冷業務深化研產銷協同，不斷完善中高端產品結構。**

冰冷業務持續深耕本地化建設，拓展渠道佈局。在歐洲市場，西歐區銷售額同比增長16.5%，額占率同比提升1.2個百分點，東歐區銷售額同比增長25.1%，額占率同比提升2.4個百分點，行業均價、價格指數跑贏行業水平。在美洲市場，墨西哥蒙特雷家電產業園首年投產運行為整個美洲冰冷業務提供了交付保障。在東盟市場，泰國佔有率同比提升2.3個百分點，馬來西亞佔有率同比提升3.1個百分點。

### **②洗衣機業務深耕洗幹一體機產品，提供高能效解決方案。**

洗衣機業務聚焦用戶痛點需求和使用場景，在歐洲多個市場細分品類占比第一，海外市場銷售量增幅66.9%，持續保持高速增長。公司重點推進能源消耗節約，在歐洲和澳洲推出的高能效洗衣機產品，能效提升30%。

### **③廚電業務技術創新引領增長。**

廚電業務秉承「全球科技 健康廚房」的品牌理念，堅持用科技和品質打造用戶信賴的廚電品牌，助力海外交付保障，2023年廚電出口規模同比增長250.5%。

## **5.深化渠道變革，以數字化轉型構建全域用戶交互矩陣。**

### **(1)完善實體門店、線上新零售平臺等多樣化門店佈局，多觸點全域覆蓋。**

2023年，公司以用戶為中心，圍繞用戶消費全旅程全鏈路推動專賣店零售轉型，海信專賣店規模實現同比增長25%；深挖前裝渠道增長空間，在異業合作及家中渠道的銷售同比提升超200%，前置門店數量增長80%；大力拓展下沉渠道增長空間，2023年下沉渠道收入增長18.6%，其中空調下沉渠道收入增長66%；品銷合一，通過佈局專供產品、本地化運營、精準投放等方式積極拓展新興渠道規模，其中抖音、快手平臺收入實現翻番增長。

### **(2)積極構建多元化、生活化場景，為用戶提供更貼合生活需求的整體解決方案。**

海信璀璨套系打造全品類、全場景、全智能互聯的全套家電，外觀設計與智能體驗、服務一體化極致統一，滿足高端用戶對品質生活的需求，報告期內，璀璨高端套系產品實現收入同比增長287%，門廳新增3,562個。產品不斷擴容迭代，2023年璀璨發展到涵蓋7大品類，3大套系，5個場景，78款高端產品陣容，從藝術家、智慧家到以用戶為中心的家場景，為用戶提供全場景的高端智能家電解決方案。

### **(3)引領數字化變革，不斷提升零售渠道精細化運營水平。**

公司充分利用新媒體平臺的影響力，擴大品牌聲量，提升產品曝光度；強化全域用戶交互矩陣建設，通過公域用戶交互觸點和數字化工具，持續圍繞「潛客拉新-會員促活-商機轉化」做增量，實現用戶體量和質量雙提升。2023年，會員新增同比提升23%，會員銷售額同比提升33%。

## 6.以用戶為中心，以場景為驅動，持續聚焦「智能、健康、節能」主題，為用戶提供智慧家庭場景升級方案。

作為海信智慧家庭業務的智慧中樞，海信愛家平臺應用AI語音交互等核心技術，覆蓋海信全品類和其生態圈的智能設備，圍繞用戶居家場景全旅程，提供全設備智能操控、全空間場景聯動、全流程家電服務，為用戶創造一站式高品質智慧生活體驗。

在舒適送風方面，圍繞新風科技推出烘房除醛方案，甲醛增釋率達99%，榮獲智能電器應用場景開發大賽等2個獎項。在健康保鮮方面，圍繞真空保鮮科技，推出真空醃制方案，創新開發了32道醃制菜譜，真空環境下醃制料滲透速度最高可提升20%。在智能洗滌方面，上線洗衣機智能識別洗衣液方案，支持識別200餘款洗衣液，可自動調節洗滌參數釋放最佳洗滌活性，洗滌效率最高可提升7%。在節能方面，推出洗碗機穀電夜洗方案，智能識別峰谷電價時段，錯峰用電。得益於場景方案的不斷升級、家電智能化水平的大幅提升，2023年海信愛家平臺家電用戶數同比提升54%，家電月活用戶數同比提升58%，家電智能化體驗NPS同比提升8%，國內智能家電產品銷量增長超過40%。

## 7.打造以用戶為中心的高效、敏捷、透明、可持續的全球化智慧型供應鏈，數智驅動賦能精益製造體系。

公司秉持「打造以消費者/用戶為中心的高效、敏捷、透明、可持續的全球化智慧型供應鏈」的願景，不斷夯實計劃管理、訂單管理、採購管理、供應鏈運營管理，防範供應風險，提高全球供應鏈韌性和長期競爭力。報告期內，公司推行供方優化、供方共享、品類共享，不斷優化供應商佈局；推進國內供方出海配套與海外物料國產化進程，有效解決瓶頸物料，交貨週期縮短8.6%，訂單保障率同比提升7.5%；推進通用件標準化建設，採購物料數量顯著下降。

公司堅持數字化轉型，深化供應鏈計劃、訂單、採購領域4A架構的變革，通過持續深耕全鏈路計劃訂單協同、精細化品類策略管理、端到端降本深化實施、高質量敏捷交付體系打造、全球化供應鏈雙軌運行、雙碳供應鏈建設、陽光透明化採購等關鍵舉措，強能力、提效率，實現持續高增長。

公司夯實精益運營基礎，持續推進智能製造，大幅提升生產效率。公司導入海信精益運營體系，構建精益工廠夯實製造基礎，持續開展精益改善，圍繞自動化、工藝優化等多個方向降低企業運營成本，全年實現自動化替代2,300餘人。公司持續推進「數智化升級」「先進製造應用場景示範」，大幅提升生產效率與質量，實現單台人工費整體同比改善10.0%。海信日立黃島工廠通過國家工信部智能製造能力成熟度四級認證，冰箱和空調公司平度工廠通過三級認證。墨西哥蒙特雷家電產業園實現多個型號投產，冰箱產線效率大幅提升，廚電產線同比改善16.3%。

公司堅持開展節能減排，加速應用清潔能源，推動綠色製造。通過提升能源管理精細化水平，聚焦重點用能設備節能增效，系統開展管理節能、技術節能措施，推廣分布式光伏、儲能等清潔能源應用，推動能源管理系統實現國內全覆蓋，公司全年綜合節能率達8.1%，新增2家綠色工廠及1家綠色供應鏈管理企業。

## 8.搭建以「經營安全為首位」的資金體系，以數字化轉型為牽引，持續優化資金使用效率。

面對當前市場的不確定，公司始終將經營安全工作放在首位，以支撐企業長期投入及穩健發展。公司以數字化轉型為契機，以效率為牽引，通過產供銷有效協同，縮短訂單交付週期，細分存貨安全庫存管控標準，減少冗餘資金佔用，實現庫存良性周轉。嚴格執行客戶信用管理體系，前置風險識別和規避，後端增加保險覆蓋，動態監控客戶信用狀況，降低壞賬風險。嚴格執行投資決策流程，秉承「風險第一，流動性第二，收益第三」的原則動態監控項目風險。2023年，公司應收賬款周轉同比改善11.0%，存貨周轉較同期大幅改善21.6%，經營活動產生的現金流量同比大幅提升163.2%。

### 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

追溯調整或重述原因

會計政策變更

單位：人民幣元

項目	2023年	2022年		本年比上年增減(%)	2021年	
		調整前	調整後		調整前	調整後
營業收入	85,600,189,224.06	74,115,151,039.29	74,115,151,039.29	15.50	67,562,603,666.81	67,562,603,666.81
歸屬於上市公司股東的淨利潤	2,837,322,754.58	1,434,904,374.84	1,434,968,215.84	97.73	972,581,491.39	972,633,811.10
歸屬於上市公司股東的扣除非經常性損益的淨利潤	2,355,069,261.87	905,503,359.78	905,567,200.78	160.07	666,126,470.35	666,178,790.06
經營活動產生的現金流量淨額	10,611,857,591.35	4,032,382,602.38	4,032,382,602.38	163.17	4,313,780,760.27	4,313,780,760.27
基本每股收益(元/股)	2.08	1.05	1.05	98.10	0.71	0.71
稀釋每股收益(元/股)	2.08	1.05	1.05	98.10	0.71	0.71
加權平均淨資產收益率(%)	22.64	13.13	13.13	9.51	9.64	9.64
項目	2023年末	2022年末		本年末比上年末增減(%)	2021年末	
		調整前	調整後		調整前	調整後
總資產	65,946,495,555.67	55,375,550,868.66	55,375,868,443.33	19.09	55,948,549,486.98	55,948,692,331.34
歸屬於上市公司股東的淨資產	13,580,174,485.95	11,518,257,281.54	11,518,373,442.25	17.90	10,342,355,185.33	10,342,407,505.04

會計政策變更的原因：

財政部於2022年11月30日頒布了《關於印發〈企業會計準則解釋第16號〉的通知（財會〔2022〕31號）》當中有關單項交易產生的資產和負債相關遞延所得稅不適用初始確認豁免的會計處理，規定自2023年1月1日起執行。本公司據此對期初數做

出相應調整。

## (二) 非經常性損益項目及金額

單位：人民幣元

項目	2023年金額	2022年金額	2021年金額	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）	-3,666,652.72	47,140,615.81	3,535,383.13	
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、按照一定標準定額或定量持續享受的政府補助除外）	195,139,772.58	225,922,958.46	219,822,004.71	
除同公司正常經營業務相關的有效套期保值業務外，持有交易性金融資產、交易性金融負債產生的公允價值變動損益，以及處置交易性金融資產交易性金融負債和可供出售金融資產取得的投資收益	-239,068,307.45	16,533,562.48	39,567,358.88	
委託他人投資或管理資產的損益	298,844,795.34	187,413,275.48	103,919,806.78	
債務重組損益	25,739,211.33			
除上述各項之外的其他營業外收入和支出	371,016,020.58	366,457,850.14	57,837,694.36	
其他符合非經常性損益定義的損益項目	72,041,335.03			
減：所得稅影響額	147,009,791.45	194,250,687.61	78,433,576.30	
少數股東權益影響額（稅後）	90,782,890.53	119,816,559.70	39,793,650.52	
合計	482,253,492.71	529,401,015.06	306,455,021.04	--

## (三) 主營業務分析

### 1. 營業收入、營業成本及毛利率分析

單位：人民幣元

項目	主營業務收入	主營業務成本	毛利率 (%)	業務收入比上年同期增減 (%)	業務成本比上年同期增減 (%)	毛利率比上年同期增減 (百分點)
<b>分行業</b>						
製造業	76,959,191,272.42	58,465,825,397.94	24.03	14.02	11.21	1.92
<b>分產品</b>						
暖通空調	38,652,244,832.54	26,800,791,715.99	30.66	12.04	7.78	2.73
冰洗	26,070,166,905.77	21,088,500,691.11	19.11	22.93	20.58	1.58
其他主營	12,236,779,534.11	10,576,532,990.84	13.57	3.81	3.50	0.26
<b>分地區</b>						
境內	49,035,166,343.99	33,389,722,531.18	31.91	15.04	11.12	2.41
境外	27,924,024,928.43	25,076,102,866.76	10.20	12.28	11.33	0.77
<b>分銷售模式</b>						
直銷	52,044,822,688.37	43,053,023,450.84	17.28	15.31	13.24	1.51
經銷	24,914,368,584.05	15,412,801,947.10	38.14	11.43	5.91	3.23

### 2. 費用

單位：人民幣元

費用項目	2023年	2022年	同比增減	重大變動說明
------	-------	-------	------	--------

			(%)	
銷售費用	9,311,027,187.99	8,070,720,273.85	15.37	無重大變動
管理費用	2,296,063,851.05	1,821,201,420.18	26.07	無重大變動
財務費用	-204,586,431.88	-182,163,831.39	12.31	無重大變動
研發費用	2,779,508,194.39	2,289,313,746.54	21.41	無重大變動

### 3.現金流

單位：人民幣元

項目	2023年	2022年	同比增減(%)
經營活動現金流入小計	76,815,643,741.00	66,773,741,495.44	15.04
經營活動現金流出小計	66,203,786,149.65	62,741,358,893.06	5.52
經營活動產生的現金流量淨額	10,611,857,591.35	4,032,382,602.38	163.17
投資活動現金流入小計	20,906,798,504.15	22,483,763,618.07	-7.01
投資活動現金流出小計	30,464,242,081.12	25,081,409,578.99	21.46
投資活動產生的現金流量淨額	-9,557,443,576.97	-2,597,645,960.92	不適用
籌資活動現金流入小計	4,558,764,891.41	3,348,695,041.76	36.14
籌資活動現金流出小計	5,179,903,602.62	5,127,326,548.62	1.03
籌資活動產生的現金流量淨額	-621,138,711.21	-1,778,631,506.86	不適用
現金及現金等價物淨增加額	398,794,325.14	-400,830,719.28	不適用

同比發生重大變動的主要影響因素說明

√ 適用 □ 不適用

經營活動產生的現金流量淨額增加主要系公司經營及營運資金周轉改善所致。

籌資活動現金流入小計增加主要系報告期子公司外部銀行借款增加所致。

#### (四) 委託理財情況

單位：人民幣萬元

具體類型	委託理財的資金來源	委託理財發生額	未到期餘額	逾期末收回的金額	逾期末收回理財已計提減值金額
銀行理財產品	自有資金	1,381,200.00	1,302,197.30	0.00	0.00
合計		1,381,200.00	1,302,197.30	0.00	0.00

報告期內，本公司不存在單項金額重大或安全性較低、流動性較差、不保本的高風險委託理財，亦不存在委託理財出現預期無法收回本金或存在其他可能導致減值的情形。

#### (五) 主要附屬公司、參股公司情況

主要附屬公司及對公司淨利潤影響達10%以上的參股公司情況

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	歸屬於母公司股東淨利
------	------	------	------	-----	-----	------	------	------------

								潤
海信日立	子公司	生產及銷售 中央空調	15,000 萬美元	2,235,767.30	808,885.39	2,216,676.14	428,449.74	324,371.23

## 四、公司未來發展的展望

### （一）公司發展戰略

公司以「致力於科技創新，引領以智能化為核心的先進製造，以高品質產品與服務幸福億萬家庭」為使命，恪守「誠實正直、務實創新、用戶至上、永續經營」的價值觀，通過匠心鑄造高質量的好產品，成為全球最值得信賴的品牌。

### （二）2024年經營重點

公司將堅持以客戶和用戶為中心，聚焦品牌與營銷能力數字化轉型，通過以下舉措，不斷提高經營質量：

1. 激發人才活力，提升組織效能。聚焦業務戰略及數字化，搭建全球化人才梯隊，健全長效激勵機制，調動各類人才的積極性，有效提升組織效能。
2. 持續提升品牌與營銷能力，推動多品類協同發展。積極打造「人本科技」與「至臻品質」品牌定位，推進品牌年輕化轉型。「以品牌為牽引，以用戶為中心，以場景化為驅動」，加速品類融合，優化營銷全鏈路能力和效率。
3. 升級全球各區域運營模式，持續發力海外市場。堅定自主品牌戰略，實現研、產、供、銷、服各板塊一體協同，構建歐洲、美洲、東盟、中東非、亞太五大海外區域中心，多引擎驅動海外市場實現可持續發展。
4. 推進全鏈條數字化轉型，運用AI賦能運營效率提升。圍繞產品、客戶和用戶三條主線全面開展數字化轉型，加速研發數字化變革推進，強化數字化營銷能力，推進業財一體化助力成本競爭力。
5. 加強ESG能力建設，賦能家電產業可持續發展。制定中長期減碳目標，明確業務經營環節的減排潛力，完善ESG風險管理機制，在雙碳、合規等關鍵領域自上而下形成體系化管理運營。
6. 建設全球雙軌供應鏈，提升長效降本能力。建設供應鏈雙軌機制，國內持續深入供應體系優化整合，從服務水平、准入門檻等多角度進行規範管理，海外提升工廠屬地化資源比例，優化冰冷全球產能佈局，實施精細化品類策略，助力打造「海信製造」硬實力。
7. 踐行先進製造戰略，實現產品高質量交付。推動製造模式向數字化、智能化、信息化轉型升級，優化用戶體驗實施流程與標準，統一交付質量管理架構，打造海信家電極致產品力。

### （三）未來發展面臨的主要風險：

1. 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。
2. 成本上漲的風險。若原材料價格出現波動，或人力及勞務成本、安裝維修服務成本等不斷

上升，將對公司盈利能力產生不利影響。

3.匯率波動風險。若人民幣匯率大幅波動，將直接影響公司海外產品的成本競爭力，從而對公司海外業務的盈利能力產生影響。

4.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，將導致企業運營成本增加，間接影響企業海外業務的競爭力。

### 終期股息

董事會建議以本公司截至本公告披露日的總股本1,387,935,370股扣除回購專戶上已回購股份後（截至本公告披露之日，公司已累計回購公司股份14,505,457股）的股本總額1,373,429,913股為基數，向全體股東每10股派發現金紅利人民幣10.13元（含稅）（「建議股息」），不派送紅股，不以資本公積金轉增股本（2022年度以本公司實際參與分派的股本總額1,387,257,381股為基數，向全體股東每10股派發現金紅利人民幣5.171314元（含稅））。

建議股息須獲2023年度股東週年大會（「股東週年大會」）審批。於建議股息獲股東批准的前提下，預期建議股息將大約於2024年8月15日左右派付，合計分配利潤人民幣1,391,284,501.87元。建議股息的派付詳情將於股東週年大會結束後宣佈。

### 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

本公司第十一屆審計委員會已審閱二零二三年十二月三十一日止年度的本集團的末期業績。

### 資本性開支

截至2023年12月31日止年度，本集團資本性開支為人民幣985.12百萬元。本集團的資金能夠滿足資本性開支計劃和日常運營等所需資金。

### 資產負債率

截至2023年12月31日，本集團的資產負債率（按負債總值/資產總值計算）為70.59%（2022年：70.60%）。

### 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《上市發行人董事進行證券交易的標準守則》（「標準守則」）作為董事證券交易的守則；經向董事作出特定查詢後，本公司董事會所有董事已確認他們在擔任本公司董事期間一直遵守標準守則。

### 購買、出售及贖回股份

本公司於2022年12月30日召開第十一屆董事會2022年第十次臨時會議，會議審議通過了《關於以集中競價交易方式回購公司A股股份的議案》（「2022年A股回購方案」）。根據2022年

A股回購方案回購的2022年A股將用於2022年A股員工持股計劃。

本公司於2023年3月14日召開第十一屆董事會2023年第四次臨時會議，會議審議通過了《關於調整以集中競價交易方式回購公司A股股份的議案》。2022年A股回購方案下的回購價格上限由不超過人民幣17.00元/股調整為不超過人民幣21.00元/股，回購資金總額由不低於人民幣0.9945億元且不超過人民幣1.9890億元調整為不低於人民幣1.2285億元且不超過人民幣2.4570億元。

2023年1月16日至2023年3月16日，本公司以集中競價交易方式回購公司A股股份11,699,989股，成交總金額211,401,111.66元(不含交易費用)。截止本公告披露之日，2022年A股回購方案下的回購A股股份已實施完畢。

### 信永中和會計師事務所（特殊普通合夥）之工作範圍

本集團之核數師信永中和會計師事務所（特殊普通合夥）已就本公告所載本公司報告期內之合併資產負債表、合併利潤表及其相關附註之數字與本公司於本年度之經審核的合併財務報表所載之金額核對一致。由於信永中和會計師事務所（特殊普通合夥）就此進行之工作未構成香港會計師公會頒佈之香港審計準則、香港審閱業務準則或香港鑒證業務準則所規定的鑒證業務，因此，信永中和會計師事務所並無對本公告發表任何鑒證意見。

### 企業管治守則

就本公司所知及所得的資料，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》的守則條文。

### 期後事項

#### 1. 2024年A股員工持股計劃

2024年2月22日，公司2024年第二次臨時股東大會審議通過了(i)《關於〈2024年A股員工持股計劃（草案）〉及其摘要的議案》，(ii)《關於〈2024年A股員工持股計劃管理辦法〉的議案》及(iii)《關於提請股東大會授權董事會辦理本公司2024年A股員工持股計劃相關事宜的議案》。詳情請參閱本公司2024年2月5日的通函和本公司2024年2月22日的公告。

截止本公告披露之日，公司暫未開始實施2024年A股員工持股計劃。

#### 2. 回購A股股份

本公司於2024年1月8日召開第十一屆董事會2024年第一次臨時會議，會議審議通過了《關於以集中競價交易方式回購公司A股股份的議案》（「2024年A股回購方案」）。根據2024年A股回購方案回購的A股將用於2024年A股員工持股計劃。2024年A股回購方案下的回購價格為不超過人民幣27.00元/股，回購資金總額為不低於人民幣1.8787億元且不超過人民幣3.7573億元。

詳情請參閱本公司2024年1月8日的公告。

2024年1月17日至2024年2月29日，本公司以集中競價交易方式回購公司A股股份13,615,468股，成交總金額335,319,596.75元(不含交易費用)。

截止本公告披露之日，2024年A股回購方案下的回購A股股份尚未實施完畢。

### 刊登年度業績及2023年年度報告

本公告刊登於本公司網站（[hxjd.hisense.cn](http://hxjd.hisense.cn)）及香港聯交所網站（<http://www.hkexnews.hk>）。本公司的2023年年報將適時於本公司網站及香港聯交所網站查閱。

本公告以中英文刊登，如中英文版本有任何歧義，以中文版為準。

## 釋義

在本公告中，除非文意另有所指，下列詞語或詞組具有如下含義：

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份有限公司，其股份於香港聯交所主板及深圳證券交易所上市
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，由海信控股間接控制，於本公告日持有本公司已發行股份約37.23%
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
海信控股	指	海信集團控股股份有限公司，為本公司控股股東，一家在中國註冊成立的有限公司
海信日立	指	青島海信日立空調系統有限公司，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，為海信控股的附屬公司
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
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
三電公司	指	三電株式會社
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

代慧忠

中國廣東省佛山市, 2024 年 3 月 29 日

於本公告日期, 本公司的執行董事為代慧忠先生、賈少謙先生、于芝濤先生、胡劍涌先生、夏章抓先生及高玉玲女士; 而本公司的獨立非執行董事為鐘耕深先生、張世杰先生及李志剛先生。