

证券代码：000921

证券简称：海信家电

公告编号：2025-013

海信家电集团股份有限公司 2024 年年度报告摘要

一、重要提示

本年度报告摘要来自年度报告全文，为全面了解本公司的经营成果、财务状况及未来发展规划，投资者应当到证监会指定媒体仔细阅读年度报告全文。

所有董事均已出席了审议本报告的董事会会议。

非标准审计意见提示

适用 不适用

董事会审议的报告期利润分配预案或公积金转增股本预案

适用 不适用

是否以公积金转增股本

是 否

公司经本次董事会审议通过的利润分配预案为：以截至本报告披露之日公司总股本 1,386,010,405 股扣除回购专户上已回购股份后（截至本报告披露之日，公司回购专户股份为 745,907 股）的股本总额 1,385,264,498 股为基数，向全体股东每 10 股派发现金红利 12.30 元（含税），不送红股，不以公积金转增股本。

董事会决议通过的本报告期优先股利润分配预案

适用 不适用

二、公司基本情况

1、公司简介

股票简称	海信家电	股票代码	000921（A股）、00921（H股）
股票上市交易所	深圳证券交易所、香港联合交易所有限公司		

联系人和联系方式	董事会秘书
姓名	张裕欣
办公地址	广东省佛山市顺德区容桂街道容港路 8 号
传真	(0757) 28361055
电话	(0757) 28362866
电子信箱	hxjdzqb@hisense.com

2、报告期主要业务或产品简介

1.暖通空调业务

(1) 中央空调业务

2024 年，面对地产市场持续低迷及公建项目缩减的双重挑战，中央空调业务在国家“双碳目标”及更新改造政策的指引下，通过技术创新实现销售业绩稳步增长，国内多联机市场份额超 20%，持续引领行业前行。

①家装零售智享方案，让技术适配人居需求

海信品牌围绕用户“安心生活”展开创新，推出 5G+荣耀家系列中央空调。针对晾房除醛的需求，海信 5Gplus 荣耀家搭载自研中央空调专属高速物联网模块，自带 5G 网络，即使新装用户没有 WiFi 网络，也能随时随地实现空调远程智控，晾房除醛一键解决。同时，通过搭载主动式全健康空气管理系统，自动联动全屋多个空气设备，进行自感知、自调节，实现空气 AI 智控主动调节。如在家里有小孩、萌宠的状况下，空调系统将主动感应室内温度、湿度以及空气质量等各方面的变化，进行自主调节，确保空气新鲜。同时，我们全新推出的新风室内机，颠覆了常规新风的技术与性能尺度，空、净、氧三合一，兼具温湿处理、高效换气、空调新风联控等领先优势。2024 年，根据艾肯网的报告，海信稳居国产智慧型中央空调市场榜首地位。

日立品牌以智能预判与舒适控制为内核，为用户缔造“聪明会呼吸的家”。天氟地水智享系列通过整体式智慧多联系统，打造冷暖双高效一体化解决方案，精准应对华东、华中区域用户冬季高效制热与全年舒适控温的核心诉求，2024 年销量增长近 20%。家装智慧空气定制系统升级至全屋全感 2.0 版本，深度融合空调、地暖、新风三大模块，基于全球用户大数据自动优化设备运行。用户无需复杂操作即可享受温度、湿度、新风量的智能协同调节，响应速度较手动模式提升 5-10 分钟，配合 8% 的节能表现，该创新成果成功斩获 AWE2024 艾普兰“智能科技奖”。

约克 VRF 品牌精细化定制、创新研发两联供产品，为用户打造“无感奢护”。新推出的产品采用天氟地水与天氟热水融合设计，为追求全屋地暖、全屋热水集成化体验的高端用户提供生态系统级解决方案。2024 年其在天氟地水细分领域占有率突破 20%，持续领跑行业。

②全场景工程方案，以创新科技攻克复杂需求

海信品牌聚焦极端环境场景应用，强势推出 M3 系列全域场景解决方案。M3 系列凭借行业首创的-30~58℃全域运行能力，突破极寒酷暑极限，通过抗 17 级台风、9 级地震验证，适配高原极寒、沿海台风、地震带等多维复杂场景，为商业综合体、科研机构等场景提供全天候稳定保障。

日立品牌以节能技术重点布局更新改造市场，提供从现状诊断、解决方案定制和老旧设备回收的全生命周期支持。新一代水源多联机突破多联机能效天花板，荣获中国制冷展创新产品称号。2024 年，其在水源多联机市场占有率超过 40%。物联网多联机 SET-FREE AIII 通过智能控制算法，实现恶劣工况下的性能突破，为高端商业空间提供智慧空气解决方案。日立品牌全年以超过 20% 以上的市占率稳居精装房配套市场榜首。

③未来生态构建体系，用硬科技支撑城市升级

公司始终以空间使用者需求为导向，将技术创新转化为可感知的舒适价值。在智慧楼宇业务领域，重点围绕“暖通+能源+细分场景”推出海信 ECO-B 智慧楼宇解决方案，实现建筑空间内的水机、多联机、照明等设备的智能联动，有效提升建筑的能效和智能化水平。晋江智能制造学院 23 万 m² 校园内，ECO-B 智慧楼宇管理系统一体化解决图书馆的沉浸式阅读环境与宿舍的个性化温控调节。智慧楼宇业务 22.5% 的增速，集中体现了海信中央空调用智能算法替代人工调控的能力，让建筑成为会思考的生命体。

水机业务领域，公司全球首发正压液浮变频无油离心系列压缩机及整机，荣获中国制冷展金奖。同时，公司持续深耕热泵新风业务领域，日立品牌推出的超节能建筑用全热交换器及高静压 DC 全新风室内机，满足用户超节能及高静压新风需求。

④渠道融合创新，用优质服务缩短技术到用户的距离

报告期内，公司通过整合多品线技术，推进产品套系化营销。全年推动渠道深度融合 924 家，带动终端市场规模提升增长 14%。服务是成就品质体验的终端“闭环”。在售后保障方面，我们构建全流程一站式服务。目前，已经在国内自建 139 家安装服务中心，700 多家安装服务单位，制定了 100 多条精工安装细节标准，整机质保 10 年。

(2) 家用空调业务

家用空调业务坚持“打造空调为室内空气中枢管家，改善人居环境，幸福亿万家庭”的使命，聚焦海信、科龙两大品牌技术和产品升级。奥维云网（AVC）全渠道监测数据显示，2024 年公司家用空调线上和线下零售额分别同比增长 10.8% 和 21.2%，分别高于行业增幅 0.1 个点和 6.0 个点，实现逆势增长。

①海信空调，让家自由呼吸

海信空调深知每个家庭对空气品质的独特需求，推出璀璨 C3 系列、春风 X6、小氧吧 X7 等新风空调家族产品，无论四季变换，都能自动调节出最适宜的温度、湿度、洁净度和新鲜度。AI 加持让科技更有温度，海信空调将璀璨 C3 系列“AI 空气管家”打造成用户的私人空气顾问，能自动感知环境变化。当检测到室内 PM2.5 升高时，会立即启动净化模式；当发现空气干燥时，会自动开启加湿功能。通过海信爱家 App，用户可以一键定制专属空气配方：晨练时的“巴马养生模式”，新居入户时的“强力除醛模式”，天热时随心开的“省电模式”，甚至梅雨季时的“干衣模式”，让科技真正服务于用户生活。根据奥维云网监测数据，海信新风空调 2024 年以销量和销售额双第一领跑行业，其中璀璨 72C310 产品在新风柜机细分市场中独占鳌头。在线下门店的新风空调热销榜上，每 10 款畅销型号中就有 6 款是海信产品，这是用户对海信新风技术稳定性和使用效果的真实反馈。

②科龙空调，用年轻人的方式定义好空气

科龙空调与年轻用户紧密相连，聚焦睡眠经济与健康家居两大增量市场，持续强化品牌的年轻化形象。2024 年，科龙空调通过“听得懂需求的技术、看得见效果的改变及玩得起来的互动体验”三大升级让科技更有温度，与用户建立情感共鸣。睡眠静音技术让空调运行声降至 16 分贝，AI 节能算法帮助家庭自动优化能耗，复古设计机身成为小红书家居晒单常客；LT 产品系列搭载国家一级能效标准技术，通过自适应变频技术实现节能与静音平衡，满足家庭全天候使用需求，LF 产品系列特别为母婴家庭研发，获得中国家电研究院“母婴级房间空气调节器”认证，能有效过滤花粉/尘螨等过敏原。这些努力让科龙空调收获了“2024 年中国空调行业创新品牌奖”，并成为“消费者信赖的健康空调品牌”。

③践行国策，织就低碳未来

海信空调始终践行“把国家政策转化为百姓福利”的理念，在响应国家家电焕新补贴政策过程中，7 大系列产品全部完成绿色产品认证，其中璀璨 C300 等 6 款产品同步斩获三星碳标签认证，消费者购买时可叠加享受公司焕新补贴。通过政企双重补贴叠加，空调产品中高端占有率增长 0.6 个百分点。针对下沉市场的换新需求，公司构建了全国旧家电回收网络，持续深化绿色转型与数字化服务升级。

2.冰洗厨业务

（1）冰冷业务

2024 年，公司冰冷业务依托容声与海信双品牌战略，以健康养鲜和真空科技为核心抓手，在家电“国补”政策的助力下，实现量质齐升。根据奥维云网（AVC）全渠道监测数据，2024 全年海信系冰箱零售额同比增长 21%，市占率提升 0.8 个百分点，占有率位居行业第二；中高端零售额同比增长 19.8%；冷柜业务市占率提升 1.1 个百分点。

①容声冰箱，以自然养鲜科技重构家庭储鲜体验

容声冰箱持续深化“养鲜、健康、嵌入式”三大技术方向，通过产品创新与标准引领推动行业升级。

基于 WILL 自然养鲜系统打造的 560WILL 养鲜平嵌冰箱，开创性模拟自然生态存储环境，使果蔬储存 7 天仍保持“鲜如现摘”状态，该产品上市即登行业热销榜，3 周挺进 TOP4 并最终锁定年度 TOP10 席位；爆款产品 506 双净 Pro 平嵌冰箱通过智感双净系统与 IDP 主动除菌技术的协同创新，实现异味渗透难题的精准破解，蝉联线下市场 TOP1 并斩获 2024 年艾普兰金口碑奖。

根据奥维云网（AVC）监测数据，2024 年容声冰箱整体市占率提升 0.7 个点，其中线下中高端+高端市占率同比提升 1 个百分点。公司积极响应国家消费升级政策，创新推出“政府能效补贴+企业套购满减”双补贴模式，用户焕新成本降低 25% 以上。作为行业嵌入式标准的主要制定者，容声冰箱正牵头建立嵌入式家电的安装规范体系，推动家居一体化趋势下的产业升级。

②海信冰箱，真空科技引领高端储鲜革命

海信冰箱在真空保鲜领域实现重大技术突破，2024 年创新研发的真空磁场保鲜技术通过构建恒温低压低氧环境，配合磁场有序化水分子排列，使牛排冷藏 7 天仍保持细胞活性，开创性达成“真空防氧化+磁场抑酶活”双重保鲜机制，有力推动真空保鲜技术创新升级。2024 年第三季度搭载该技术的万元旗舰 565 真空冰箱上市，驱动品牌高端市占率提升 1.6 个百分点。

作为《冰箱用真空保鲜舱》行业标准主导者，海信冰箱构建满足用户全周期体验的智慧储鲜解决方案。璀璨系列一键真空分储，配合主动除菌净味系统，为用户打造 99.99% 抗菌率的安全保鲜环境。2024 年，璀璨 600 真空冰箱斩获艾普兰优秀产品奖。依托纯平全嵌、开门零距的隐形嵌入设计，海信冰箱推动艺术厨房理念落地，回应用户家居空间美学需求。国补期间，公司通过政府能效补贴+企业套购满减双重优惠降低消费者焕新成本，并同步推出“冰箱整机保修 3 年，压缩机与真空泵保修 12 年”售后服务政策，全面提升用户品质焕新体验。

③冷柜业务，场景化创新驱动储鲜体验升级

冷柜业务聚焦风冷无霜及深冷技术，并围绕场景创新构建差异化竞争优势。奥维云网（AVC）监测数据显示，2024 年海信系冷柜整体市占率同比提升 1.1 个点，其中高端市占率同比提升 1.6 个点。

容声冷柜推出鲜魔方系列，集成-40℃深冷速冻与动态除菌技术，通过模块化设计实现空间利用率提升 30%，线上 4 款产品入围行业 TOP20。海信冷柜凭借多年对风冷技术的前瞻性把控，第四代技术突破传统结霜难题，165L 冰柜上扬式、360° 循环风设计实现“3 秒速冻”与“风冷无霜”的体验平衡。

针对高端食材存储需求，海信系冰吧系列创新研发五区独立温控系统，为红酒、雪茄等提供精准存储环境；其深冷速冻技术将食材细胞破损率降至 5% 以下。2024 年海信系冰吧整体市占率同比提升 0.5 个点。

（2）洗衣机业务

持续深耕技术创新，健康洗护再突破，洗衣机业务实现全球出货量中国第三，全球 Top10 品牌增速第一。

基于对消费趋势的精准洞察，海信洗衣机从用户需求出发，在洗净技术上不断创新升级，研发了专利活水洗科技，通过激发水的活力，实现去污力提升 22% 以上，洗净比达到 1.25，树立行业标杆；可实现软化水，去水垢 93% 以上，洗衣不发黄变硬；实时守护用户健康，除真菌率达到 99.99%，深层洁净，洗涤过程对衣物毛屑循环过滤排除，为养宠、有娃及易过敏等人群，提供了细致入微的健康洗护体验。目前搭载海信活水洗技术的产品受到消费者广泛认可，奥维云网数据显示，海信钢琴师 i3 洗衣机成功登顶全国畅销榜单周 TOP1。

此外，为了响应用户对于精细化分区洗护的需求，凭借行业领先的衣物护理技术，海信推出棉花糖系列洗烘套装，搭载护肤级护衣科技、聚好烘高效烘干技术、6D 精准判干技术等，上市后深受消费者喜爱，带动海信干衣机销量实现 3 倍以上增长。

在年轻消费领域，海信洗衣机以复古美学设计与现代科技的融合，打破洗衣机传统边界，推出罗马假日系列产品，以浪漫与自由为灵感，采用无棱角曲面机身，罗马绿配色及莫兰迪渐变釉彩工艺，为年轻用户带来情绪价值与洗衣体验的双向满足。罗马假日系列荣获 2024 国际 CMF 设计奖金奖、2025 CES 创新奖及 AWE 艾普兰设计金奖，广受用户喜爱。

(3) 厨电业务

海信厨电始终以用户的需求为核心打磨产品与服务。在持续深耕技术创新的同时优化消费体验布局，全年厨电业务规模同比增长 72%，为更多家庭带来兼具实用与美感的厨卫解决方案。

从外观设计到功能细节，海信厨卫倾听用户真实使用场景的需求。全年迭代推出 34 款中高端新品，包括烟灶套装、洗碗机、电热、燃热等品类。聚焦现代家庭健康生活需求的 W8、C3 璀璨系列，凭借极简美学设计和人性化交互体验，带动高端套系销量同比激增 110%。线上平台借势国补政策东风优化结构，推动中高端产品销售占比提升至 50%。同时，洗碗机品类实现跨越式发展，依托 UV 水路杀菌、智能投放等 8 项核心技术，全年销售额同比增长 152%，实现全行业第一增速，真正让“解放双手”成为千家万户的生活日常。

3.汽车空调压缩机及综合热管理业务

在全球能源变革与汽车产业智能化转型的浪潮中，三电公司积极推进从压缩机为主的零部件供应商向新能源汽车综合热管理系统供应商的转型，持续为全球车企提供高效节能、智能可靠的热管理解决方案。

(1) 围绕绿色科技升级效能，实现热管理系统和核心零部件的全面突破

三电公司聚焦新能源汽车用户对安全、效能与舒适的核心诉求，通过绿色科技革新热管理系统与核

心零部件，持续优化出行体验。针对用户对冬季续航衰减的担忧，三电公司自主研发新一代自然冷媒集成单元（CRU），改善冬季续航能力达 25%；创新推出第五代电动压缩机采用模块化设计，运行噪音较行业平均水平降低 20%，以“高效静音”满足用户对驾乘品质的追求。面对极端低温挑战，搭载的厚膜加热技术可在-30℃环境下，同步实现电池包与驾舱快速升温，保障冬季续航稳定性的同时，让用户告别极寒天气下车内升温难的困扰。聚焦紧凑车型空间痛点，三电公司首创分体式双层流空调技术，通过外置风机箱体轻量化设计，释放车内空间达 12%，为都市用户提供越级驾乘体验。

（2）坚定以“客户需求为中心”，全球布局驱动生态共赢

围绕汽车行业“电动化、智能化、网联化、共享化”的新四化特征，三电公司重新梳理客户地图与客户战略，差异化定制市场策略。针对战略型客户，三电公司建立“总部-区域-属地”三级联动机制，通过派驻工程师团队深度嵌入客户研发周期，实现热管理技术联合开发及需求前瞻预判。针对中国的市场高潜客户，依托本土化研发中心与柔性化产线，提供定制化热泵空调系统、智能水加热器等解决方案，2024 年实现中国区配套订单金额同比增长 20.8%。依托日本、中国、欧洲、美国四大“制造基地+研发中心”的全球化布局，建立研产销一体的客户就近供应和服务机制，以快速反应助力合作伙伴抢占市场先机。

4. 璀璨高端化业务

海信璀璨套系坚守至臻品质，将东方美学外观设计和人文关怀科技相结合，专为中国高端家庭提供赏心悦目、从容舒适、融洽和谐的东方雅致生活。璀璨套系构建全屋智慧生活系统，打破封闭独立的空间边界隔阂，使家电、家居、家人无缝连接。2024 年，璀璨高端套系规模同比增长 52%。在以旧换新政策驱动下，更实现规模同比增长 120%，推动行业高端家电渗透率不断提升。渠道建设方面，璀璨持续强化与中央空调专卖店的联动能力，拉动前装市场规模突破。从艺术家、智慧家到以用户为中心的家场景，璀璨成为高端生活方式引领者。

5. 智慧家庭业务

目前，我们已将自研的星海大模型接入 DeepSeek，并推出了海信家电垂类智能体，以用户视角构建“海信全场景 AI 家电解决方案”。通过把大模型与自建的行业领先专家数据库相结合，海信智能体能够深入理解用户需求，主动思考推理，提供专业解决方案并进行精准执行，实现真正的全面、全时管理。

在空气解决方案方面，海信 AI 空气管家可实现“好空气、自动调”，如在看球场景中，球迷说一句“你好哈利，马上点球了，现在有点热”，海信 AI 空气管家即可依据外部环境及看球场景做深入推导分析，开启球迷专属模式，将温度降低至 24℃，并开启新风进行换气，缓解紧张情绪。海信 AI 空气管家还可实现人感控风，当用户靠近空调时自动切换成柔风，避免不适，并在检测无用户时自动进入

节能模式。另外，AI 空气管家还可持续监测房间的空气质量，一旦发现空气质量严重变差，立即主动开启新风模式，并将自动调节新风量净化空气。

在智慧洗护方面，海信 AI 洗护管家可以做到“一呼即应，洗护随心”。针对宠物场景除毛需求，只需要抱怨一句“沙发套两周没洗，全是猫毛”，海信 AI 洗护专家即匹配最强水流，开启除菌除螨模式。针对早晨上班需要西装除皱的需求，只需一句“快点护理好这件西装，半小时后穿”，AI 洗护专家即开启蒸汽柔顺去皱、恒温冷风循环除尘，并自动缩短烘干时长，快速护理好衣物。

在健康保鲜方面，海信 AI 美食管家可以让冰箱食材一目了然，智慧感知食材并提供最优保鲜存储方案。如内置摄像头能识别羊排表面的腌制料，洞察用户快速腌制需求，进而调节温度和真空度，实现最佳腌制程序，并在腌制过程接近尾声时，自动唤醒烤箱进行预热。同时，AI 美食管家“不仅看见新鲜，还能解锁新帮手”，变身智慧营养师。

家电 AI 全场景技术解决方案，不仅响应海信倡导的“将以人为本的科技融入生活，让人们享受每一刻的幸福”，并给出 AI 家电的终极答案：化繁为简，将复杂留给技术，把简单还给生活。

6. 家电海外市场业务

报告期内，公司积极打造海外五大区域引擎，深化本地化建设，发力体育营销，海外自有品牌影响力不断提升。2024 年海外白电收入同比增长 36%，销售结构不断改善，盈利能力不断提升。

（1）欧洲区

期内，海信欧洲区充分利用欧洲杯的契机，通过品牌传播、产品营销以及电商用户运营等方式多领域联动，加大重点市场和 Top 渠道开拓投入，持续推进中高端产品矩阵，驱动家电收入快速增长，各品类市场份额均有所提升。2024 年海信欧洲区白电业务全年收入同比增长 35%。其中，冰箱销售额同比增长 23%，海信系冰箱额占率 10.3%，同比提升 2.3 个点；研发本地化助力家用空调业务收入同比增长 33%，洗衣机补充大容积、高能效产品，打造洗干一体机领先优势，收入同比增长 48%。

（2）美洲区

期内，海信美洲区聚焦中南美市场，提升本地精细化运营能力，重点突破巴西等市场。2024 年，美洲区家电收入同比增长 46.5%，其中，冰箱推进重点渠道管理，收入同比增长 70.7%；家空专注专业渠道开拓，顺利推动北美冷媒切换项目，整体收入同比增长 30%，其中轻商收入同比增长 176%；洗衣机收入同比增长 70%。

（3）中东非区

期内，海信中东非区以体育赛事赞助塑造品牌拉力，聚焦终端 TOP 门店，打造线下品牌高地，品牌力和渠道力持续提升，2024 年收入同比增长 27%。其中，冰箱深化布局旗舰店等高端渠道，收入同比增长 19.7%，高端化比例进一步提升；冰冷产品销量跃居市场第一，其中南非市场海信系冰箱销额占

比达 34.1%，同比增长 7 个点，连续两年位居市场第一；空调专业渠道开拓取得进展，轻商业务带动空调总体收入同比增长 27%；中央空调注重耐高温、抗沙尘的技术应用和研究，收入同比增长 57%；洗衣机收入同比增长 39%。

（4）亚太区

2024 年，海信亚太区实施多维战略布局，通过品牌价值重构与产品技术创新深化区域市场影响力。在澳洲市场重点发力空调、洗衣机及厨房电器三大品类，日本市场提升产品力的同时推进终端体验店网络优化，同时针对新西兰、印度、孟加拉等潜力市场，加大本地化投入。2024 年，亚太区收入同比增长 15%。

（5）东盟区

期内，东盟区立足区域市场痛点，强化核心品类布局，加速连锁网络覆盖，持续优化零售效能。2024 年海信东盟区收入同比增长 32%。空调业务强化专业渠道建设，收入同比增长 45%，专业渠道覆盖率同比提升 10 个点。冰冷业务聚焦结构突破，马来冰箱占有率同比提升 1.63 个点，泰国冰箱占有率同比提升 1.13 个点。洗衣机业务聚焦活水洗系列产品推广，收入同比增长 58.2%，销售结构持续改善。中央空调聚焦专业渠道和水机品类突破，收入同比增长 80%。

7.渠道及服务体系建设

（1）全渠道深化布局，新兴业态驱动高质量增长

2024 年，公司紧抓渠道多元化发展机遇，通过新兴平台拓展、全域营销体系构建及服务场景创新，实现全渠道协同发展。一方面，构建全域直播矩阵，深度渗透抖音、快手等平台，其中抖音新建超 168 个直播间组成全域直播生态，快手建立超级头部主播、垂直类加腰部主播生态，助力 818 周期行业销售额登顶，双十一官旗销售额位列行业第二。另一方面，差异化激活平台势能，其中抖音渠道以体育营销为突破口，通过欧洲杯事件提升品牌声量；快手渠道通过国补资源强化营销，品牌人群显著增长。

（2）前置与自有渠道协同发力，夯实终端服务能力

公司加速前置专业商体系建设，2024 全年渠道规模同比增长 131%，触点数量提升 43%。自有渠道通过“线上引流和线下服务”融合创新，新增社区服务店态，整合便民服务、以旧换新等场景，有效带动销售规模和服务质量。全渠道布局为公司构建了立体化增长引擎，持续巩固行业领先地位。

（3）全域用户运营体系升级与数字化体验价值重构

公司以数据驱动和场景融合重塑用户体验，通过整合全域用户资产、构建用户动态标签体系，实现跨品牌精准识别与分层运营，有效提升复购率。同时，同步打造“爱家会员”平台，贯通购买、物流、安装全链路，实现订单全流程可视化、报装报修响应提速至 2 小时，累计主动服务 113 万次；依托智能家电销量增长的势能，联动“产品+服务+数据”价值闭环，实现从单点交易向用户全生命周期运营的

跨越，带动爱家 APP 月活同比激增 65%、智能化体验 NPS 提升 14%。

8. 打造全球化智慧型供应链，数智驱动赋能精益制造

公司积极打造高效、敏捷、透明、可持续的全球化供应链体系。首先，深度优化品类管理，推进区域整合采购，持续提升供方结构。其次，推进国内优质供方出海配套、提升海外属地化资源供应，形成有层次的海外供应体系。再次，健全海外供应链的风险防范机制，同步实现核心物料双轨备份。最后，积极提升供应链履约能力，核心订单履约周期持续优化 25.8%、订单保障率同比提升 7.5%。

凭借灯塔工厂的标杆引领作用，公司持续推进以智能化为核心的先进制造战略。期内，海信日立多联机工厂正式通过 WEF 认证，成为全球首座多联机灯塔工厂，创新打造 40 多个行业先进场景，产品开发速度提高 37%，UPPH（每工时产出）同比提升 14.9%。同时，积极复用先进经验，全球工厂的绩效和整体运营能力不断提升。此外，公司新增“国家级智能制造能力成熟度三级”工厂 11 座，提升基于数据驱动的质量预防、预警和质控能力，实现生产过程的智能化、自动化和柔性化。

3、主要会计数据和财务指标

(1) 近三年主要会计数据和财务指标

公司是否需追溯调整或重述以前年度会计数据

是 否

追溯调整或重述原因

财政部于 2024 年 12 月 6 日颁布了《企业会计准则解释第 18 号》，规范了关于不属于单项履约义务的保证类质量保证会计处理，本公司据此对期初数据做出相应调整，但如下财务指标不受影响。

项目	2024 年	2023 年	本年比上年增减 (%)	2022 年
营业收入（元）	92,745,611,109.52	85,600,189,224.06	8.35	74,115,151,039.29
归属于上市公司股东的净利润（元）	3,347,881,773.89	2,837,322,754.58	17.99	1,434,968,215.84
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润（元）	2,605,848,900.08	2,355,069,261.87	10.65	905,567,200.78
经营活动产生的现金流量净额（元）	5,132,164,941.24	10,611,857,591.35	-51.64	4,032,382,602.38
基本每股收益（元/股）	2.46	2.08	18.27	1.05
稀释每股收益（元/股）	2.46	2.08	18.27	1.05
加权平均净资产收益率（%）	23.27	22.64	上升 0.63 个百分点	13.13
项目	2024 年末	2023 年末	本年末比上年末增减 (%)	2022 年末

总资产（元）	69,701,939,817.33	65,946,495,555.67	5.69	55,375,868,443.33
归属于上市公司股东的净资产（元）	15,455,626,606.63	13,580,174,485.95	13.81	11,518,373,442.25

（2）分季度主要会计数据

单位：元

	第一季度	第二季度	第三季度	第四季度
营业收入	23,486,119,294.48	25,155,554,080.31	21,937,415,143.08	22,166,522,591.65
归属于上市公司股东的净利润	981,246,783.99	1,034,584,599.15	777,159,401.39	554,890,989.36
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	837,889,225.17	865,220,961.30	586,117,603.68	316,621,109.93
经营活动产生的现金流量净额	156,049,168.70	1,943,924,313.77	3,107,616,661.22	-75,425,202.45

上述财务指标或其加总数是否与公司已披露季度报告、半年度报告相关财务指标存在重大差异

是 否

4、股本及股东情况

（1）普通股股东和表决权恢复的优先股股东数量及前 10 名股东持股情况表

单位：股

报告期末普通股股东总数	35,702	年度报告披露日前上一月末普通股股东总数	37,677	报告期末表决权恢复的优先股股东总数（如有）（参见注 8）	0	年度报告披露日前上一月末表决权恢复的优先股股东总数（如有）（参见注 8）	0
持股 5% 以上的股东或前 10 名股东持股情况							
股东名称	股东性质	持股比例	报告期末持股数量	报告期内增减变动情况	持有有限售条件的股份数量	持有无限售条件的股份数量	质押、标记或冻结情况 股份状态 数量
青岛海信空调有限公司	境内非国有法人	37.28%	516,758,670	-		516,758,670	
香港中央结算（代理人）有限公司 ^{注 1}	境外法人	33.11%	458,962,527	57,860		458,962,527	
香港中央结算有限公司 ^{注 2}	境外法人	2.86%	39,609,769	-32,813,308		39,609,769	
全国社保基金一零一组合	其他	0.98%	13,590,932	2,196,800		13,590,932	
海信家电集团股份有限公司—2024 年 A 股员工持股计划	其他	0.95%	13,180,050	13,180,050		13,180,050	
中国工商银行—南方绩优成长股票型证券投资基金	其他	0.56%	7,789,701	602,550		7,789,701	
海信家电集团股份有限公司—2022 年 A 股员工持股计划	其他	0.54%	7,478,140	-3,331,860		7,478,140	
全国社保基金一零三组合	其他	0.51%	7,000,000	500,000		7,000,000	
中国农业银行股份有限公司—中证 500 交易型开放式指数证券投资基金	其他	0.47%	6,501,113	6,501,113		6,501,113	
兴业银行股份有限公司—南方兴润价	其他	0.46%	6,325,052	1,292,801		6,325,052	

值一年持有期混合型证券投资基金							
上述股东关联关系或一致行动的说明	以上股东之间，青岛海信空调有限公司与海信（香港）有限公司存在关联关系，与其他股东不存在关联关系，也不属于《上市公司收购管理办法》中规定的一致行动人，除上述外，公司概不知悉其他股东间是否存在关联关系或属于《上市公司收购管理办法》规定的一致行动人。						
参与融资融券业务股东情况说明（如有）	无						

持股 5% 以上股东、前 10 名股东及前 10 名无限售流通股股东参与转融通业务出借股份情况

适用 不适用

前 10 名股东及前 10 名无限售流通股股东因转融通出借/归还原因导致较上期发生变化

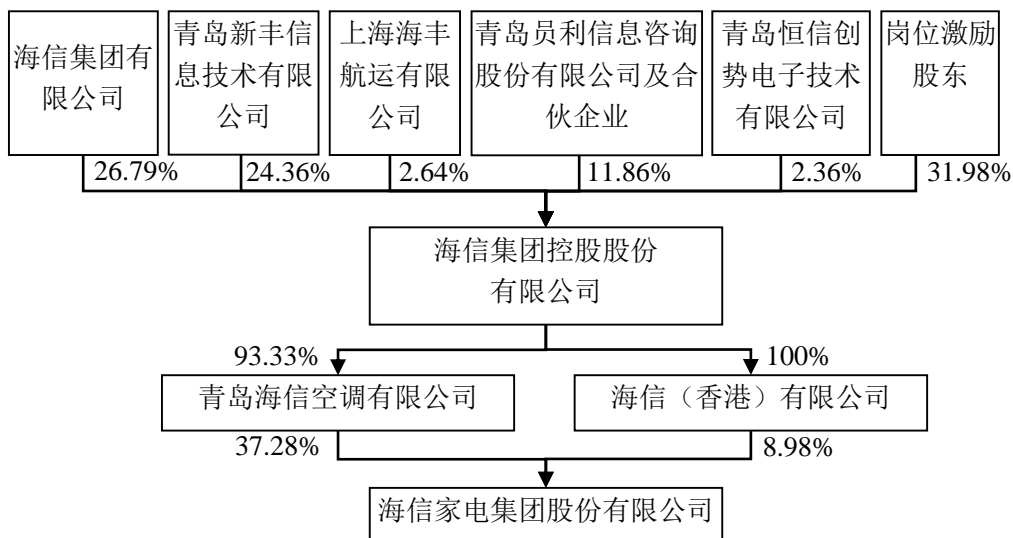
适用 不适用

(2) 公司优先股股东总数及前 10 名优先股股东持股情况表

适用 不适用

公司报告期无优先股股东持股情况。

(3) 以方框图形式披露公司与实际控制人之间的产权及控制关系



5、在年度报告批准报出日存续的债券情况

适用 不适用

三、重要事项

无