

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。

# Haier

**Haier Smart Home Co., Ltd.\***

**海爾智家股份有限公司**

(於中華人民共和國註冊成立之股份有限公司)

股份代號：6690

## 海外監管公告

本公告乃根據《香港聯合交易所有限公司證券上市規則》第13.10B條由海爾智家股份有限公司作出。

以下公告的中文版本已於上海證券交易所網站([www.sse.com.cn](http://www.sse.com.cn))刊登，僅供參閱。

特此公告。

承董事會命  
海爾智家股份有限公司  
董事長  
李華剛

中國青島

2024年3月27日

於本公告日期，本公司執行董事為李華剛先生及宮偉先生；非執行董事為俞漢度先生、李錦芬女士及邵新智女士；及獨立非執行董事為錢大群先生、王克勤先生、李世鵬先生及吳琪先生。

\* 僅供識別

公司代码：600690

公司简称：海尔智家

**海尔智家股份有限公司**  
**2023 年年度报告摘要**

## 第一节 重要提示

- 1 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 [www.sse.com.cn](http://www.sse.com.cn) 网站仔细阅读年度报告全文。
- 2 本公司董事会、监事会及董事、监事、高级管理人员保证年度报告内容的真实性、准确性、完整性，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担个别和连带的法律责任。
- 3 公司全体董事出席董事会会议。
- 4 和信会计师事务所（特殊普通合伙）为本公司出具了标准无保留意见的审计报告。
- 5 **董事会决议通过的本报告期利润分配预案或公积金转增股本预案**

经董事会审议的报告期利润分配预案为：以未来实施分配方案时股权登记日扣除回购专户上已回购股份后的总股本为基数，向全体股东按每10股派发现金股利人民币8.04元（含税），拟派发分红金额7,471,472,992.22元（含税），对应本年度公司现金分红占归属于母公司股东的净利润比例为45.02%。如在本报告披露之日起至实施权益分派股权登记日期间公司总股本发生变动的，公司拟维持分配总额不变，相应调整每股分配比例。

## 第二节 公司基本情况

### 1 公司简介

公司股票简况				
股票种类	股票上市交易所	股票简称	股票代码	变更前股票简称
A股	上海证券交易所	海尔智家	600690	青岛海尔
D股	法兰克福交易所	Haier Smart Home	690D	Qingdao Haier
H股	香港联交所	海尔智家	6690	/

	董事会秘书	证券事务代表	公司秘书（D/H股）	其他
姓名	刘晓梅	刘涛	伍志贤（Trevor）	全球客服热线
联系地址	青岛市海尔路1号海尔科创生态园海尔智家股份有限公司	青岛市海尔路1号海尔科创生态园海尔智家股份有	香港湾仔港湾道25号海港中心19楼	/

	司证券部	限公司证券部	1908 室	
电话	0532-88931670	0532-88931670	+852 2169 0000	4006 999 999
传真	0532-88931689	0532-88931689	+852 2169 0880	/
电子信箱	finance@haier.com	finance@haier.com	ir@haier.hk	/

## 2 报告期公司主要业务简介

### 2023 年行业总结

#### 1、国内市场

2023 年，中国家电行业平稳增长，根据奥维云网（AVC）推总数据，2023 年中国家电市场1（不含 3C）零售额达到 8,498 亿元，同比增长 3.6%。冰箱、洗衣机、空调等传统品类需求平稳，干衣机、洗碗机等普及率较低品类保持较快增长，各子行业表现如下：

**家用空调行业：**受益于持续高温天气、疫情期间积压的装修与安装需求释放，以及行业库存水平低等因素，空调品类增幅引领市场：全年零售量达到 6,085 万套，同比增长 6.5%；零售额达到 2,117 亿元，同比增长 7.5%。

**冰箱行业：**消费者在大容积、健康保鲜和嵌入式的需求持续增长，以及行业相应技术的突破，推动嵌入式冰箱等品类快速增长，均价稳步上行：冰箱行业零售量 3,831 万台，同比增长 1.5%；零售额 1,333 亿元，同比增长 7%。

**洗护行业：**随着消费者对高品质洗护需求的增加，干衣机产品渗透率的增长为行业发展注入活力，拉动洗衣机&干衣机套系组合占比提升，推动洗护行业复苏。2023 年，洗护行业零售额合计 1,062 亿元，同比增长 7.7%。其中：（1）洗衣机行业零售量 4,005 万台，同比增长 3.4%；零售额为 933 亿元，同比增长 5.8%。（2）干衣机行业零售量 217 万台，同比增长 16.4%；零售额达到 129 亿元，同比增长 23.8%。

**厨电行业：**受益于疫情期间积压装修需求释放以及结构升级，烟机&灶具&消毒柜的零售额达到 525 亿元，同比增长 5.1%；集成灶受三四级房地产市场下滑拖累，零售额为 249 亿元，同比下降 4.0%；消费者对生活便利性、健康的日益关注驱动洗碗机等品类持续普及，2023 年，洗碗机行业零售额 112 亿元，同比增长 9.6%。

1 注：包含品类冰箱、冷柜、洗衣机、干衣机、空调、厨电（烟灶消）、集成灶、电热水器、燃气热水器、小家电、彩电、洗碗机、微波炉、电烤箱、吸尘器、净化器、净水器、电风扇、电暖器

**热水器行业：**燃气热水器需求占比提升，以及行业能效升级、大容量热水器需求增加等因素的推动，热水器行业平稳增长，2023 年行业零售额达到 505 亿元，同比增长 7.4%；其中，电热水器零售额 233 亿元，同比增长 4.0%；燃气热水器零售额 272 亿元，同比增长 10.4%。

**净水器行业：**受益于线下市场复苏以及末端净饮水品类结构升级带动行业零售额持续增长，净水器行业零售额达到 205 亿元，同比增长 10.7%。

2023 年，居民消费能力与消费意愿处于恢复过程中，由于用户群体在消费能力、消费观念等方面的差异，家电消费呈现出明显的分层趋势。高端家电市场在家电家居一体化、设计美学、智慧便捷、健康功能等方面带来的创新体验驱动下，增长好于行业大盘，占比持续提升。根据 Gfk 2023 年零售监测数据，万元以上冰箱零售额占比 38%，较 2022 年提升 2.9 个百分点；万元以上洗衣机零售额占比 13.8%，较 2022 年提升 0.1 个百分点；8,000 元以上洗碗机零售额占比 42.5%，较 2022 年提升 3.4 个百分点。

渠道触点发展日益呈现多元化态势，新兴渠道抢占更多流量份额，对企业现有的渠道布局与运营模式带来了挑战，同时也在推动企业创新用户运营模式、创造新的发展机遇。随着消费者线上消费习惯的日益成熟、以及线上线下服务一体化水平的不断进步，线上渠道销量占比持续提升。同时，随着线下体验店门店直播等方式的应用，线上线下渠道融合发展，线上的流量优势叠加线下的体验优势成为未来零售发展方向。以抖音、快手、小红书等为代表的短视频/内容分享平台在引流与消费者教育方面扮演着越来越重要的角色，发展迅猛：根据奥维云网零售监测数据，2023 年，在抖音渠道，冰箱、空调零售额分别增长 121%、164%。

2023 年，国内市场大宗原材料价格与 2022 年相比出现明显回落；同时，大白电行业的竞争趋于理性，产品价格相对稳定。在这些因素共同作用下，行业盈利能力有了一定改善。

## 2、海外市场

根据欧睿数据，2023 年全球家电（含核心家电、小家电）零售市场规模达到 5,301.06 亿美元，同比增长 1.5%。其中：核心家电产品零售额达到 2,870.23 亿美元，同比持平；小家电产品零售额达到 2,430.84 亿美元，同比增长 3.3%。发达国家家电市场的需求在疫情期间集中释放，疫情之后消费需求回落。同时，在高利率环境下，房地产贷款利率持续攀升，导致购房意愿下降，进而拖累家电市场的需求。

其中：

（1）美国市场。受高利率影响，新房开工和房屋销售下降，根据 AHAM 数据显示，2023 年核心家电发货量同比持平；行业竞争加剧，行业价格走低。

（2）欧洲市场。根据 Gfk 数据，受高利率以及通胀影响，消费信心低迷，行业销量同比下滑 3.8%。极端高温天气频发以及对能源问题的关注，空调行业优于家电行业整体；用户对健康类、高能效产品需求持续增长。

（3）南亚市场。①印度市场：用户需求分化，中高端市场需求稳定但增速放缓；三四级市场消费能力缓慢恢复，对低能耗、降配产品需求增加；全国连锁渠道快速扩张，电商渠道占比持续提升。家电行业销量增长 4.6%。②巴基斯坦市场：通胀及汇率影响消费者购买力下降，家电行业容量下降 25%，用户对低端经济型产品需求加大。

（4）东南亚市场。根据 Gfk 数据，泰国市场受高温天气带动空调销售，空调销量增长超过 20%；冰箱、洗衣机销量小幅下滑。越南市场，全球经济放缓导致期出口需求走弱，叠加行业竞争加剧，行业销量下降 4.5%。印尼市场，2023 年消费水平下降，家电行业销量下降 8.2%。

（5）澳新市场。受累于全球经济放缓和通胀影响，澳大利亚和新西兰家电市场表现不及预期。两个市场均呈现不同程度下降。

（6）日本市场。受通胀、货币贬值等因素影响，白电行业增长乏力，全年冰冷洗行业销量同比下降 5.1%；消费者对大容量、节能等高附加值产品需求增加。

## 2024 年行业展望

### 1、国内市场

目前中国家电行业已经迈入更新需求为主导的新阶段：基于中国家用电器研究院测算数据，2022 年全国空调、冰箱、洗衣机总保有量分别为 7.8 亿台、5.8 亿台、5.5 亿台，庞大的存量替换

市场已然形成。《2024 年政府工作报告》指出，通过鼓励和推动家电的以旧换新激发消费潜力、促进节能降碳、减少超期使用家电产品带来的安全隐患。政府致力于推动家电行业的大规模回收循环利用，加强“换新+回收”物流体系和新模式的发展，以及中央财政和地方政府联动，统筹支持全链条各环节，更多惠及消费者。

目前国内龙头企业致力于提升废旧家电的安全回收、环保处理和资源再利用能力；通过以旧换新服务，不仅能够推动高效、环保产品的市场销售，还能实现金属等可回收材料的循环利用，减少废弃物对环境的影响。国家层面相关政策的出台将进一步形成社会合力，激发升级需求，构建循环经济模式，为行业持续健康发展注入新的活力。

## 2、海外市场

2024 年，发达国家有望进入降息周期，房地产市场有望逐步复苏，带动家电需求增长并为家电产品的出口创造更有利的市场环境。根据欧睿预测，2024 年全球家电（含核心家电、小家电）零售市场规模达到 5,406 亿美元，同比增长 2%。其中：核心家电产品零售额达到 2,925 亿美元，同比增长 1.9%；小家电产品零售额达到 2,482 亿美元，同比增长 2.1%。

随着物联网等技术的不断进步，以及消费者持续提升生活品质的需求，家电行业呈现智能化、高端化的发展趋势，促进家电产品附加值提升。另外，在能源短缺的背景下，用户对高能效产品的偏好不断提升，推动热泵等高效能品类的发展。

自 1984 年成立以来，公司始终致力于成为时代的企业，通过不断推出引领市场的创新产品，持续创新迭代，把握行业机遇。经过 30 多年发展，公司已经成为全球大家电行业的领导者和全球智慧家庭解决方案的引领者。

- 全球大家电行业的领导者：根据权威市场调查机构欧睿国际数据显示，公司连续 15 年蝉联全球大型家用电器品牌零售量第一名。公司拥有全球家电品牌集群，包括海尔、卡萨帝、Leader、GE Appliances、Candy、Fisher&Paykel 及 AQUA。2008 年至 2023 年，海尔品牌冰箱、洗衣机零售量在全球大家电品牌中分别连续 16 年和 15 年蝉联第一。

- 全球智慧家庭解决方案的引领者：根据欧睿数据统计，依托全品类的家电产品优势，公司是业内首批推出智慧家庭解决方案的家电企业之一。三翼鸟持续聚焦“智慧家生活，让家更美好”的使命，围绕设计工具、数字化门店、智家 APP 三大能力升级，坚持为用户提供定制化、专业的智慧家电解决方案。



经过多年发展，公司形成包括美食保鲜烹饪、衣物洗护、空气、水等智慧解决方案，以及其他业务在内的业务布局。

公司在全球市场为用户提供全品类的家电产品，并以家电产品为基础，利用海尔智家APP、三翼鸟APP及线下体验中心提供增值服务，共同形成智慧家庭解决方案，满足用户不同生活场景的需求。按照不同的用户生活场景，智慧家庭业务由家庭美食保鲜烹饪解决方案、家庭衣物洗护方案、空气解决方案（空气网）及家庭用水解决方案（水联网）构成。

- 家庭美食保鲜烹饪解决方案：公司通过全球市场销售、冰箱、冷柜、厨房电器等产品，以及基于智能冰箱、智慧厨电与生态资源，为用户提供一站式智慧厨房场景方案以及智慧烹饪、健康饮食等软硬件结合的生态方案，全面满足用户对智慧便捷、健康、美味体验的需求。

- 家庭衣物洗护方案：海尔洗衣机坚持原创科技，直面用户的家庭生活场景，解决痛点创造新的体验和价值，公司推出的洗衣机、干衣机、洗干护一体机、衣物护理机、晾衣机等产品，实现从单品到成套解决方案再到衣物洗护全流程服务的迭代升级。如中子和美洗衣机实现洗干护三合一，精华洗洗衣机通过洗涤剂速溶预混和高压直喷，生成三倍浓度精华液直接快速浸润衣物，解决了用户洗衣等待时间长，不能彻底洗净难题。

- 空气解决方案（空气网）：

家用空调：公司通过在全球市场销售家用空调、新风系统等产品 and 设计、安装、服务的全周期解决方案，其中具有互联功能的产品通过智慧系统能够形成如多屋空调联动、空净联动、智慧感知、适配送风、空气质量检测、智慧杀菌除菌等全空间、全场景的智慧空气解决方案，全面满足家庭、出行等各类用户对空气温度、湿度、洁净度、清新度等健康、舒适体验的需求。



智慧楼宇：基于国家“双碳”战略目标，致力于成为高效可持续绿色智慧建筑引领者。打造楼宇智控、楼宇环境、楼宇能源、楼宇集成等业务板块，为政府公建、商业、轨道、学校、医院等行业用户，提供科技+体验+空间有机融合的绿色智慧建筑解决方案。

- 家庭用水解决方案（水联网）：公司通过在全球市场为用户提供电热水器、燃气热水器、太阳能热水器、空气能热泵热水器、POE净水器、POU净水器、软水处理设备等产品，其中具有互联功能的产品能够形成包括热净联动、采暖联动等家庭用水解决方案，全面满足用户净水、软水及热水等用水需求。

公司在北美洲、欧洲、南亚、东南亚、澳大利亚和新西兰、日本、中东和非洲等超过200个国家和地区为用户制造和销售全品类的家电产品及增值服务。

在海外市场，公司基于各市场当地消费需求，生产及销售自有品牌的家电产品。公司已具有超过20年的海外运营经验。公司也通过收购海外品牌，进一步扩大海外业务布局。公司于2015年收购了海尔集团公司海外白色家电业务（其中包括收购的日本三洋电机公司的日本及东南亚白色家电业务），于2016年收购美国通用电气公司的家电业务，于2018年收购Fisher&Paykel公司，并于2019年收购Candy公司。自主发展的业务与收购的业务协同促进了公司海外业务的发展。

目前公司海外业务已经进入良性发展期，成功实现了多品牌、跨产品、跨区域的全球化布局。根据欧睿数据统计，2023年公司在全球主要区域大家电市场（零售量）份额如下：在亚洲市场零售量排名第一，市场份额26%；在美洲排名第二，市场份额15.8%；在澳大利亚及新西兰排名第一，市场份额14.6%；在欧洲排名第四，市场份额8.8%。

## 其他业务

基于公司已建立的智慧家庭业务，公司还发展了小家电、清洁机器人、渠道分销及其他业务。其中，小家电业务主要为本公司设计、委托第三方代工生产并以本公司品牌销售的小家电产品，以丰富智慧家庭解决方案的产品布局。渠道分销业务主要为利用本公司的渠道网络，为海尔集团或第三方品牌的彩电、消费电子类产品提供分销服务。

期内，公司再次入选《财富》杂志世界 500 强；再次入选《财富》杂志 2023 年全球最受赞赏公司，是家电家居领域欧亚唯一入选的公司，也是除美国本土之外的唯一入选企业；同时，再次入选 BrandZ™ 2023 最具价值全球品牌 100 强，成为全球唯一入选的物联网生态品牌。

同时，公司再次上榜《财富》中国 ESG 影响力榜单及《福布斯》2023 全球最佳雇主榜，公

司 ESG 工作获得外部评级机构肯定，MSCI（明晟）评级 A 级处国内家电行业领先水平；海尔智家成功入选恒生指数三大 ESG 指数，包括恒指 ESG 增强指数、恒指 ESG 增强精选指数及恒生国指 ESG 增强指数。

### 3 公司主要会计数据和财务指标

#### 3.1 近 3 年的主要会计数据和财务指标

单位：元 币种：人民币

主要会计数据	2023年	2022年		本期比上年同期增减 (%)	2021年
		调整后	调整前		
营业收入	261,427,783,050.10	243,578,924,958.47	243,513,563,670.73	7.33	227,105,817,641.69
归属于上市公司股东的净利润	16,596,615,045.87	14,712,054,763.24	14,710,923,491.99	12.81	13,078,840,517.10
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	15,824,164,161.43	13,962,931,853.78	13,962,931,853.78	13.33	11,831,272,558.29
经营活动产生的现金流量净额	25,262,376,228.30	20,256,557,145.86	20,153,505,783.35	24.71	23,235,380,690.95
	2023年末	2022年末		本期末比上年同期末增减 (%)	2021年末
		调整后	调整前		
归属于上市公司股东的净资产	103,514,153,535.04	93,459,437,602.44	93,422,647,664.43	10.76	79,985,092,528.06
总资产	253,379,859,977.97	236,017,821,177.50	235,842,254,826.77	7.36	217,741,133,577.31

#### 3.2 报告期分季度的主要会计数据

单位：元 币种：人民币

	第一季度 (1-3 月份)	第二季度 (4-6 月份)	第三季度 (7-9 月份)	第四季度 (10-12 月份)
营业收入	65,066,477,648.79	66,560,103,857.77	67,030,721,048.16	62,770,480,495.38
归属于上市公司股东的净利润	3,971,103,084.94	4,992,772,914.90	4,185,343,372.78	3,447,395,673.25
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润	3,699,833,649.61	4,904,144,114.97	4,116,766,925.02	3,103,419,471.83
经营活动产生的现金流量净额	1,354,792,344.20	5,435,738,118.34	6,412,585,338.25	12,059,260,427.51

季度数据与已披露定期报告数据差异说明

适用 不适用

#### 4 股东情况

##### 4.1 报告期末及年报披露前一个月末的普通股股东总数、表决权恢复的优先股股东总数和持有特别表决权股份的股东总数及前 10 名股东情况

单位：股

截至报告期末普通股股东总数（户）					158,300		
年度报告披露日前上一月末的普通股股东总数（户）					130,921		
前 10 名股东持股情况							
股东名称 （全称）	报告期内增 减	期末持股数 量	比例 （%）	持有 有限 售条 件的 股份 数量	质押、标记或冻 结情况		股东 性质
					股份 状态	数量	
HKSCC NOMINEES LIMITED	-9,009,310	2,230,825,242	23.64		未知		未知
海尔卡奥斯股份有限公司		1,258,684,824	13.34		无		境内 非国 有法 人
海尔集团公司		1,072,610,764	11.36		无		境内 非国 有法 人
香港中央结算有限公司	-112,719,932	593,802,929	6.29		无		未知
HCH (HK) INVESTMENT MANAGEMENT CO., LIMITED		538,560,000	5.71		无		境外 法人
中国证券金融股份有限公司		182,592,654	1.93		无		未知
青岛海尔创业投资咨询有限公司		172,252,560	1.83		无		境内 非国 有法 人
青岛海创智管理咨询企业（有限合伙）	13,168,642	133,791,058	1.42		无		境内 非国 有法

							人
ALIBABA INVESTMENT LIMITED		83,823,993	0.89		无		境外法人
全国社保基金一一三组合	45,931,264	64,298,139	0.68		无		未知
上述股东关联关系或一致行动的说明	(1)海尔卡奥斯股份有限公司是海尔集团公司的控股子公司，海尔集团公司对其持股 51.20%。青岛海尔创业投资咨询有限公司、HCH (HK) INVESTMENT MANAGEMENT CO., LIMITED、青岛海创智管理咨询企业（有限合伙）为海尔集团公司的一致行动人；（2）公司未知其他股东有关联关系。						
表决权恢复的优先股股东及持股数量的说明	不适用						

#### 4.2 公司与控股股东之间的产权及控制关系的方框图

适用 不适用



#### 4.3 公司与实际控制人之间的产权及控制关系的方框图

适用 不适用



#### 4.4 报告期末公司优先股股东总数及前 10 名股东情况

适用 不适用

#### 5 公司债券情况

适用 不适用

### 第三节 重要事项

1 公司应当根据重要性原则，披露报告期内公司经营情况的重大变化，以及报告期内发生的对公司经营情况有重大影响和预计未来会有重大影响的事项。

参见本章节“一、经营情况讨论与分析”、“三、报告期内公司从事的业务情况”的相关表述。

2 公司年度报告披露后存在退市风险警示或终止上市情形的，应当披露导致退市风险警示或终止上市情形的原因。

适用 不适用