

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)

二零二四年中期業績公告

海信家電集團股份有限公司（「本公司」）董事會（「董事會」）謹此公佈本公司及其附屬公司（統稱「本集團」）截至2024年6月30日止六個月（「本報告期」）未經審計之中期業績，及2023年同期的比較數字，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。

按照中國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	2024年6月30日 (未經審計)	2024年1月1日 (經審計)
流動資產：			
貨幣資金		5,219,471,325.15	4,939,273,198.62
結算備付金			
拆出資金			
交易性金融資產		13,933,909,217.25	13,192,025,535.87
衍生金融資產			
應收票據		568,011,867.25	741,622,573.50
應收賬款	5	11,309,189,054.02	9,225,321,882.07
應收款項融資		7,803,580,984.75	4,643,427,583.77
預付款項		373,539,317.78	389,066,274.16
應收保費			
應收分保賬款			
應收分保合同準備金			
其他應收款		153,261,651.26	145,804,125.45
其中：應收利息			
應收股利			89,630.21
買入返售金融資產			
存貨		6,651,353,361.18	6,774,603,438.00
其中：數據資源			

合同資產		35,587,091.49	35,878,308.82
持有待售資產			
一年內到期的非流動資產		2,932,812,972.23	3,641,708,361.11
其他流動資產		944,564,884.01	1,411,188,199.90
流動資產合計		49,925,281,726.37	45,139,919,481.27
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		1,874,427,715.29	1,671,365,117.46
其他權益工具投資		42,241,420.23	40,244,766.96
其他非流動金融資產		21,783,603.25	27,197,809.69
投資性房地產		255,894,853.52	177,982,723.30
固定資產		5,483,408,231.10	5,662,912,502.03
在建工程		475,282,487.05	443,523,694.21
生產性生物資產			
油氣資產			
使用權資產		185,583,126.58	169,378,820.87
無形資產		1,307,439,921.13	1,341,855,927.15
其中：數據資源			
開發支出			
其中：數據資源			
商譽		226,408,877.76	226,408,877.76
長期待攤費用		38,208,337.25	40,734,232.78
遞延所得稅資產		1,138,063,576.09	1,125,596,510.74
其他非流動資產		9,747,680,680.19	9,879,375,091.45
非流動資產合計		20,796,422,829.44	20,806,576,074.40
資產總計		70,721,704,555.81	65,946,495,555.67
流動負債：			
短期借款		2,308,121,777.48	2,502,318,314.58
向中央銀行借款			
拆入資金			
交易性金融負債		29,957,785.68	54,355,584.93
衍生金融負債			
應付票據	6	17,490,283,741.47	14,608,429,378.74
應付賬款	7	12,240,835,365.94	12,049,877,232.20
預收款項		3,170,588.32	3,833,256.75
合同負債		1,330,234,950.50	1,440,254,499.57
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		1,095,355,676.00	1,373,816,151.59
應交稅費		529,475,260.43	774,372,089.67
其他應付款		6,253,733,970.04	4,670,674,014.20

其中：應付利息			
應付股利		1,404,749,348.52	70,574,497.68
應付手續費及備金			
應付分保賬款			
持有待售負債			
一年內到期的非流動負債		114,887,076.33	121,677,937.29
其他流動負債		7,873,839,126.85	6,442,483,786.34
流動負債合計		49,269,895,319.04	44,042,092,245.86
非流動負債：			
保險合同準備金			
長期借款		38,147,438.08	42,956,652.46
應付債券			
其中：優先股			
永續債			
租賃負債		179,233,775.57	208,946,083.77
長期應付款			
長期應付職工薪酬		104,309,750.48	105,961,766.83
預計負債		1,203,478,155.64	1,229,967,589.74
遞延收益		150,321,276.96	149,189,343.53
遞延所得稅負債		171,043,556.12	158,435,374.83
其他非流動負債		592,628,428.95	612,887,372.01
非流動負債合計		2,439,162,381.80	2,508,344,183.17
負債合計		51,709,057,700.84	46,550,436,429.03
所有者權益：			
股本		1,387,167,370.00	1,387,935,370.00
其他權益工具			
其中：優先股			
永續債			
資本公積		2,048,439,817.38	2,115,407,718.05
減：庫存股		260,855,550.60	236,626,482.61
其他綜合收益		282,431,575.05	226,997,819.74
專項儲備		13,261,241.79	6,319,636.53
盈餘公積		724,682,309.99	724,682,309.99
一般風險準備			
未分配利潤		9,966,540,148.87	9,355,458,114.25
歸屬於母公司所有者權益合計		14,161,666,912.48	13,580,174,485.95
少數股東權益		4,850,979,942.49	5,815,884,640.69
所有者權益合計		19,012,646,854.97	19,396,059,126.64
負債和所有者權益總計		70,721,704,555.81	65,946,495,555.67

合併利潤表

項 目	附注	2024年1-6月 (未經審計)	2023年1-6月 (未經審計)
一、營業總收入		48,641,673,374.79	42,943,975,619.38
其中：營業收入	8	48,641,673,374.79	42,943,975,619.38
利息收入			
已賺保費			

手續費及傭金收入			
二、營業總成本		46,206,400,614.00	40,473,806,340.24
其中：營業成本	8	38,291,675,401.05	33,698,115,348.34
利息支出			
手續費及傭金支出			
退休金			
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		216,873,476.03	298,912,983.78
銷售費用		4,959,752,440.46	4,492,848,251.67
管理費用		1,199,136,901.69	1,024,738,874.90
研發費用		1,643,979,097.19	1,244,057,032.04
財務費用	9	-105,016,702.42	-284,866,150.49
其中：利息費用	9	69,061,921.52	75,243,787.91
利息收入	9	33,471,921.44	27,834,239.17
加：其他收益		318,536,900.93	197,948,250.99
投資收益（損失以「-」號填列）	10	418,984,235.75	411,026,049.40
其中：對聯營企業和合營企業的投資收益	10	193,121,101.07	186,177,825.35
以攤余成本計量的金融資產終止確 認收益		-470,289.12	5,915,437.05
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）		170,272,953.38	-195,729,875.25
信用減值損失（損失以「-」號填列）		32,676,076.37	-24,090,206.27
資產減值損失（損失以「-」號填列）		-17,846,374.49	-87,590,895.34
資產處置收益（損失以「-」號填列）		857,010.80	5,350,381.51
三、營業利潤（虧損以「-」號填列）		3,358,753,563.53	2,777,082,984.18
加：營業外收入		154,188,740.82	199,368,441.95
減：營業外支出		13,592,692.61	17,782,900.83
四、利潤總額（虧損總額以「-」號填列）		3,499,349,611.74	2,958,668,525.30
減：所得稅費用	11	469,196,871.14	472,191,163.40
五、淨利潤（淨虧損以「-」號填列）		3,030,152,740.60	2,486,477,361.90
（一）按經營持續性分類			
1.持續經營淨利潤（淨虧損以「-」號填列）		3,030,152,740.60	2,486,477,361.90
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		2,015,831,383.14	1,497,562,724.59
2.少數股東損益		1,014,321,357.46	988,914,637.31
六、其他綜合收益的稅後淨額		74,765,838.10	64,434,240.60
歸屬母公司所有者的其他綜合收益的稅後淨額		55,433,755.31	77,006,788.64
（一）不能重分類進損益的其他綜合收益		1,199,128.63	
1.重新計量設定受益計劃變動額		-207,776.74	
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		1,406,905.37	
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		54,234,626.68	77,006,788.64
1.權益法下可轉損益的其他綜合收益		-11,876,110.06	3,979,861.04
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		66,110,736.74	70,623,250.51
7.其他			2,403,677.09
歸屬於少數股東的其他綜合收益的稅後淨額		19,332,082.79	-12,572,548.04
七、綜合收益總額		3,104,918,578.70	2,550,911,602.50
歸屬於母公司所有者的綜合收益總額		2,071,265,138.45	1,574,569,513.23
歸屬於少數股東的綜合收益總額		1,033,653,440.25	976,342,089.27
八、每股收益：			
(一) 基本每股收益	12	1.48	1.09
(二) 稀釋每股收益	12	1.48	1.09

附注：

1. 一般資料：

本公司於1992年12月16日在中華人民共和國(「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2024年6月30日，本公司股本總數1,387,167,370股，本公司註冊資本為人民幣1,387,167,370.00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37.25%，仍為本公司的控股股東。

於2024年6月30日，本公司全體董事認為，海信集團（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

2024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2023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	22,767,026,154.35	14,692,881,715.23	6,073,543,391.54		43,533,451,261.12
二、分部間交易收入	193,504.41	13,004,095.96	1,769,758,421.25	-1,782,956,021.62	
三、對聯營和合營企業的投資收益	3,958,717.11	3,958,717.11	185,203,666.85		193,121,101.07
四、折舊和攤銷	237,791,517.26	160,789,230.00	211,199,219.95		609,779,967.21

五、公允價值變動收益	13,052,908.28	82,229,386.18	74,990,658.92		170,272,953.38
六、信用及資產減值損失	-2,888,857.17	-2,917,190.98	20,635,750.03		14,829,701.88
七、利潤總額（虧損總額）	2,977,933,739.18	492,984,027.31	28,431,845.25		3,499,349,611.74
八、資產總額	45,165,383,637.71	50,443,490,241.26	15,894,819,637.51	-40,781,988,960.67	70,721,704,555.81
九、負債總額	29,423,311,157.53	40,168,420,871.26	11,353,809,230.87	-29,236,483,558.82	51,709,057,700.84
十、長期股權投資以外的其他非流動資產增加額	-186,465,840.53	-4,597,587.19	-22,152,415.07		-213,215,842.79

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	21,160,441,372.37	11,586,519,085.22	5,956,146,418.22		38,703,106,875.81
二、分部間交易收入	97,548.68	5,806,128.29	1,448,667,404.15	-1,454,571,081.12	
三、對聯營和合營企業的投資收益	3,019,376.84	3,019,376.84	180,139,071.67		186,177,825.35
四、折舊和攤銷	245,865,896.35	171,793,222.13	208,931,342.39		626,590,460.87
五、公允價值變動收益	-117,439.59	29,692,409.18	-225,304,844.84		-195,729,875.25
六、信用及資產減值損失	-33,380,608.40	-7,139,811.20	-71,160,682.01		-111,681,101.61
七、利潤總額（虧損總額）	2,539,543,248.77	400,129,695.46	18,995,581.07		2,958,668,525.30
八、資產總額	40,417,588,553.10	33,853,598,305.57	15,953,974,664.30	-26,310,598,173.86	63,914,563,349.11
九、負債總額	27,285,453,453.73	23,034,742,422.57	11,808,128,692.40	-15,229,017,555.93	46,899,307,012.77
十、長期股權投資以外的其他非流動資產增加額	24,802,259.21	14,268,316.65	90,642,584.36		129,713,160.22

(2) 地區資料

單位：人民幣元

地區	2024年1-6月	2023年1-6月
境內交易收入	25,328,122,655.20	24,466,006,890.61
境外交易收入	18,205,328,605.92	14,237,099,985.20
合計	43,533,451,261.12	38,703,106,875.81
地區	2024年6月30日	2024年1月1日
境內非流動資產	16,876,415,138.64	16,928,683,438.39
境外非流動資產	3,920,007,690.80	3,877,892,636.01
合計	20,796,422,829.44	20,806,576,074.40

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	2024年6月30日	2024年1月1日
三個月以內	10,491,965,313.38	8,330,628,047.85
三個月至六個月	367,968,183.05	433,307,441.27
六個月至一年	244,840,364.36	246,354,515.38
一年以上	517,264,432.51	527,815,292.00
合 計	11,622,038,293.30	9,538,105,296.50
減：應收賬款壞賬準備	312,849,239.28	312,783,414.43
賬面價值	11,309,189,054.02	9,225,321,882.07

6. 應付票據

單位：人民幣元

項 目	2024年6月30日	2024年1月1日
銀行承兌匯票	11,224,490,932.57	9,101,350,361.29
商業承兌匯票	6,265,792,808.90	5,507,079,017.45
合 計	17,490,283,741.47	14,608,429,378.74

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	2024年6月30日	2024年1月1日
1年以內	12,202,968,998.18	12,007,211,767.15
1年以上	37,866,367.76	42,665,465.05
合 計	12,240,835,365.94	12,049,877,232.20

8. 營業收入和營業成本

單位：人民幣元

項 目	2024年1-6月	2023年1-6月
主營業務收入	43,533,451,261.12	38,703,106,875.81
其他業務收入	5,108,222,113.67	4,240,868,743.57
合 計	48,641,673,374.79	42,943,975,619.38
項 目	2024年1-6月	2023年1-6月

主營業務成本	33,423,079,419.82	29,688,988,010.28
其他業務成本	4,868,595,981.23	4,009,127,338.06
合 計	38,291,675,401.05	33,698,115,348.34

9. 財務費用

單位：人民幣元

項 目	2024年1-6月	2023年1-6月
利息支出	69,061,921.52	75,243,787.91
減：利息收入	33,471,921.44	27,834,239.17
加：匯兌損失	-147,627,102.88	-339,059,620.75
其他支出	7,020,400.38	6,783,921.52
合 計	-105,016,702.42	-284,866,150.49

10. 投資收益

(1) 投資收益明細情況

單位：人民幣元

項 目	2024年1-6月	2023年1-6月
權益法核算的長期股權投資收益	193,121,101.07	186,177,825.35
處置交易性金融資產取得的投資收益	50,168,458.36	84,368,124.31
定期存款利息收入	175,521,060.15	139,858,586.05
其他	173,616.17	621,513.69
合 計	418,984,235.75	411,026,049.40

(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	2024年1-6月	2023年1-6月
海信金隆控股	8,961,872.90	9,068,096.27
海信營銷管理	7,917,434.22	6,038,753.68
海信國際營銷	54,505,100.11	45,071,171.84
海信環亞控股	-1,817,799.54	
智能電子	304,210.56	
三電公司之聯營企業	123,250,282.82	125,999,803.56
合 計	193,121,101.07	186,177,825.35

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	2024年1-6月	2023年1-6月
當期所得稅費用	455,348,121.56	473,636,708.09
其中：中國企業所得稅	414,684,537.71	448,544,068.44
香港利得稅		
遞延所得稅費用	13,848,749.58	-1,445,544.69
合計	469,196,871.14	472,191,163.40

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	2024年1-6月
利潤總額	3,499,349,611.74
按法定（或適用）稅率計算的所得稅費用	874,837,402.94
某些子公司適用不同稅率的影響	-222,210,271.15
調整以前期間當期所得稅的調整	2,063,761.27
非應稅收入的影響	-17,467,704.56
不可抵扣的成本、費用和損失的影響	20,519,857.53
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	-148,526,269.61
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	65,612,509.41
研發費用等加計扣除的影響	-122,542,472.21
其他	16,910,057.52
所得稅費用	469,196,871.14

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（2023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（2023 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（2023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	2024年1-6月	2023年1-6月
歸屬於母公司普通股股東的合併淨利潤	2,015,831,383.14	1,497,562,724.59
本公司發行在外普通股的加權平均數	1,340,098,389.50	1,355,416,658.00
基本每股收益	1.48	1.09

(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 2024 年 6 月 24 日舉行的股東周年大會已批准宣派並支付截至 2023 年 12 月 31 日止年度末期股息每 10 股人民幣 10.13 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 14 億元。

董事會建議不向股東派發本報告期之中期股息。於去年同期亦沒有派發中期股息。

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，2024年上半年中央空調整體市場容量同比下滑5%。市場遇冷條件下，品牌集中度凸顯。多聯機作為中央空調市場權重產品，行業占比近50%，正逐步從增量擴張，轉向存量提升的更新時代。

傳統工業及公建領域維持較穩健需求，以往熱度較高的新型細分市場熱度減弱，但特色酒店、民宿、餐飲等產業的熱力不斷湧現。隨着國家《推動大規模設備更新和消費品以舊換新的行動方案》的發布和逐漸落地，聚焦節能改造項目的工程領域將成為中央空調未來新的發展機遇。

家裝零售市場受房地產市場疲軟及需求減弱影響，規模同比下滑8.5%，但消費分級的趨勢下，改善型市場的需求依然旺盛，並持續向「健康、舒適、節能、智能」的方向迭代升級。兩聯供成為行業中增長最快的產品，增長率達4%，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

根據奧維雲網全渠道推總數據，2024年上半年空調市場零售量同比下降10.8%，零售額同比下降13.7%。

在空調市場整體回調情況下，家用空調產品圍繞消費者需求的多元化與精細化，產

品升級與技術革新不斷取得突破，在細分市場呈現積極增長態勢。鑒於消費者對室內空氣新鮮度及增氧功能需求的顯著提升，新風空調市場實現逆勢增長。根據奧維雲網監測數據，線下新風空調零售額滲透率已達到8.6%，同比增長0.6%。

2. 國內冰洗廚市場概況

(1) 國內冰箱市場

根據奧維雲網全渠道推總數據，2024年上半年國內冰箱市場零售量同比提升0.8%，零售額同比提升0.4%。

從整體趨勢來看，冰箱市場大盤逐月收緊，需求承壓、規模降速，大容積段的用戶需求回落，各渠道高性價比產品更受消費者青睞。在煥新場景驅動下，嵌入式冰箱需求仍不斷提升，線下零售量滲透率由2021年的9.5%提升至2024年的37.8%。從渠道角度來看，冰箱線上新渠道目前處於高速增長期，抖音電商冰箱零售額同比增長52.5%，線上線下市場走勢進一步分化，平臺聚焦開發新型營銷方式實現引流轉化，雙線渠道進一步融合發展仍有空間。

(2) 國內洗衣機市場

根據奧維雲網全渠道推總數據，2024年上半年洗衣機市場零售量同比增長6.2%，零售額同比增長3.8%。

2024年上半年，洗衣機產業復蘇速度高於其他家電品類，線上市場發展迅猛，成為洗衣機產業規模增長的主力；而在乾衣機方面，線上線下市場均繼續保持穩健增長，態勢較樂觀。

(3) 國內廚電市場

根據奧維雲網全渠道推總數據，2024年上半年廚衛大電零售量同比增長0.5%，零售額同比下滑2.3%。

剛需廚衛品類（煙機、灶具、電熱、燃熱）受地產行業影響表現疲軟，品需廚衛品類（洗碗機、消毒櫃、淨水器）則呈現出整體平穩增長的態勢，其中洗碗機領跑品需類產品增長，零售額同比增長5.0%。隨著廚衛產品的滲透率逐步靠近白電品類，產品創新與技術升級成為廚衛市場的競爭方向。家電知名品牌有望憑藉在白電產品端的綜合資源和優勢，協同廚衛領域迅速發展。

3. 汽車空調壓縮機及綜合熱管理市場概況

根據全國乘用車市場信息聯席會數據，2024年上半年全球汽車銷量達到4,390萬台，同比增長3.46%，其中新能源乘用車銷量717萬台，同比增長21%。期內，中國新能源乘用車銷量同比增長33%，支撐全球新能源汽車延續強勁發展態勢。

新能源汽車市場的快速增長推動行業向電動化、智能化、網聯化、共用化加速轉型，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熱管理領域市場空間快速打開。在全球環保政策趨嚴背景下，市場對搭載更環保、更高能

效冷媒的綜合熱管理系統、壓縮機等零部件的需求快速增長。

4. 智慧家庭市場概況

大數據、人工智能等新技術不斷催生新的消費場景，家電智能化升級有望成為家電消費市場新的增長點，為智能家電的細分市場帶來活力。據GfK零售監測數據，2024年上半年智能大家電、智能廚衛大電和智能環境電器的零售額分別同比增長5.3%、4.8%和15.7%。各主要細分市場的智能家電占比較去年同期均有所提升，特別是大家電中的智能產品占比已達50%以上。伴隨著消費者對於節能環保、安全健康、智能控制等方面的需求升級，智慧家庭市場空間有望持續擴大。

5. 家電海外市場概況

根據產業在線數據，2024年上半年，冰箱行業出口量同比增長23%，洗衣機行業出口量同比增長22%，空調行業出口量同比增長30%。歐美成熟市場家電產品更新換代和高端化升級的需求不斷提升，拉美、東盟區等新興市場人口基數大，經濟發展潛力巨大，家電產品的普及率和市場需求不斷增長。需求復蘇疊加同期低基數等因素影響下，上半年家電行業各品類的海外表現不俗。雖然地緣政治風險、航運費價格上漲等對家電行業出海帶來不確定性，但是成熟市場需求穩健、新興經濟體家電滲透率持續提升等因素仍不斷助推家電行業外銷增長，並加速全球化佈局。

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

公司緊隨國家「雙碳」戰略導向，以用戶需求為中心，依託持續的技術革新不斷推出市場領先產品，引領中央空調業務在家裝、工裝市場及新興產業的綠色轉型與發展。期內，中央空調業務實現淨利潤同比增長超 10%，在多聯機市場以超過 20%的份額穩居行業領頭羊地位。

① 家裝業務領域，公司深耕「健康、智能、節能」領域，為用戶提供高品質的空氣體驗方案。

期內，公司始終堅持以用戶為中心、精準洞察用戶對健康、智能、節能及場景化產品的需求，不斷深耕產品的升級創新。公司豐富 5G 智慧型中央空調產品陣容，實現 5G 系列產品銷量同比增長兩位數以上，在艾肯網智慧型 5G 家用中央空調領域消費者調查中，海信中央空調以 22.03%的占比位居國產品牌第一。同時，公司不斷創新兩聯供產品品類，深度融合中央空調與中央熱水系統，創新氟水雙效合一的高端產品，日立上市智享系列整體式天氟熱水產品，滿足家庭冷暖與熱水的雙重需求，給用戶提供全屋高品質空氣解決方案。約克 VRF 全面推進高端突破，發力下沉渠道市場，推出性能和功能雙升級的 YES-will 系列產品，為用戶提供高品質高性價比的冷暖解決方案，約克 VRF 家裝整體規模增長 20%以上。

公司推動家電渠道的深度融合與流量資源的全面共享，現已成功入駐超過 400 多家

中國區全品類專賣店，實現收入占比超 10%。面對存量市場的競爭態勢及以舊換新政策的利好，公司迅速響應，啟動了「以舊換新，風範鉅惠」營銷活動，華東、華中等區域已實現銷售突破。在房產仲介等領域佈局上，公司積極突破和打樣落地，拓展存量用戶信息渠道，實現群體存量用戶合作簽單從 0 到千萬的突破。此外，公司營銷創新不斷加速，深耕裝企設計師渠道，匠心打造敦煌「碳」夢者等海信設計師 IP 活動，深化與全國設計師的交流合作，覆蓋兩百餘城市，共促設計領域新飛躍。

同時，公司緊跟行業動態，引領行業邁向集空調、地暖、淨化、新風於一體的綜合系統解決方案新紀元。鑒於消費者對套系化、一站式服務需求的日益增長，公司率先推出國產首款整體式 5G 天氣地水產品，創新性融合空調、地暖、新風與加濕系統，打造 Thinkair 全屋一體式、主動管理系統，實現家居環境的全方位升級，新品預熱階段，單月即獲超百位用戶預定。

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。

公司全新一代商用多聯機 M3 系列試點 IPMS 上市流程，憑藉全溫域運行，在陰涼庫、配電室、工藝深度除濕等場景中實現預售突破。

公司積極響應國家碳中和政策，光合系列、全效直驅系列商用多聯機在廣州大學城、番禺汙水處理廠、大灣區儲能工業園區等示範項目中落地。日立新一代水源多聯機上市，在 IPLV(C)最高 10.1、變水流量控制方面引領行業，三項核心技術鑒定為國際領先，在水源多聯機市場佔有率超過 50%。升級後的防腐型、淨化型 AHU 產品及四管制冷暖熱回收多聯機產品拓展了工業廠房、藥物乾燥、新能源車間等工業領域，助力工農生產領域實現大幅增長。約克新一代 aqua+水源多聯機創新利用智能變流量、天氣地水兩聯供、100% 冷凝熱回收三大核心技術，廣泛應用於超高層建築、數據中心、廠房、水機改造類市場，上市前已預售達到一定規模。

順應更新改造市場發展，公司通過將高效設備、系統優化、低碳諮詢以及後期運營相結合，以設施綜合改造為特色，通過需求優化、效率提升、減少能源浪費、管理改善構建一站式更新改造方案，上半年已簽約舊改項目超 350 個。針對更換異品牌室外機保留室內機的客戶，推出控制盒及閥盒，降低室內施工難度的同時降低客戶改造成本，實現建築節能減碳、助力客戶降本增效。

③ 新產業領域，公司節能低碳整體解決方案助力第二曲線高速增長。

公司 ECO-B 智慧樓宇與能源管理系統在 2024 年中國製冷展上榮膺「創新產品」獎，其搭載的暖通空調節能算法可實現節能 30% 以上，高效機房 COP 可達 5.0 以上。在家庭能源管理方向，公司推出 Hi-Power 系列能源產品，與熱泵、家電產品組成套細化系統，在節能、安裝和維護便利性優勢明顯。同時，海信智慧樓宇與智能建築頭部企業達成戰略合作，雙方將進一步在智慧樓宇方向鞏固和拓寬業務。

水機業務板塊，海信新一代磁懸浮無油變頻離心式冷水機組上市，單機容量拓展至 2300RT，憑藉出色的全負荷高效運行性能、全溫闊寬範圍製冷能力、智能化的運行策略、便捷省心的無油維護等特點，目前已服務工礦廠房、產業園區、政府公建、

數據中心等領域數百家客戶。

熱泵新風業務板塊，公司借助紅焰雙高效產品上市，憑藉低溫強勁制熱、製冷制熱雙一級能效優勢產品優勢，全力拓展戶水市場，實現戶水板塊業務將近倍增。公司推出日立全屋全感 2.0 版智慧空氣定制系統和智墅全感智慧空氣定制水系統，不斷滿足用戶消費升級的需求，上半年實現近 20% 的增長。約克 VRF 持續完善產品矩陣，全力打造行業陣容最全、產品競爭力最強的氟水兩聯供和三聯供的熱泵產品體系，上半年實現超 10% 的增長。同時，約克 VRF 上市 YES-fairy 系列雙 DC 全熱交換新風換氣機和高效中央加濕模塊，新風類產品出貨額同比增長 90%。

(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。根據奧維雲網監測數據，2024年上半年公司家用空調零售額同比增長0.3%，高於行業推總零售額14個百分點。

① 海信空調融合智能、健康、舒適技術，持續深入體育營銷，為用戶提供全場景主動智能空氣解決方案。

2024 年上半年，海信空調以「新風空調，海信領航」為主線，深度融合智能、健康、舒適技術，通過聚焦五維空氣管家、新風增氧等核心功能點，打造全時全域智慧空氣中樞管家，為用戶提供全場景主動智能空氣解決方案。海信空調持續深耕新風品類賽道，通過體育營銷及電競營銷，以「信就是冠軍」為主題，開展歐洲杯權益激活、奧運會陳夢權益激活、電競 KPL 狼隊奪冠權益激活等活動，打造冠軍產品璀璨 C3，開展 AWE 冠軍產品發佈，深化產業的「新風」品類認知。根據奧維雲網監測數據，璀璨 C310 在新風櫃機細分市場中獨佔鰲頭，位居 TOP1，此外線下新風市場 TOP10 產品中，海信空調獨佔 7 席，包括璀璨 C320、璀璨 C310、小氧吧 X5 以及 X600、X628 等熱銷機型。報告期內，海信新風空調線下市場佔有率攀升至 45.3%，持續領跑行業，充分展示了海信空調在新風領域的強大實力和用戶的認可度。

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。

科龍空調緊跟年輕用戶自如自在的家居生活需求，致力打造年輕化高價值品牌，相繼推出 16 分貝輕音睡眠空調小耳朵 LZ、AI 高效省電 LT 等臥室空調產品，在靜音、光感、省電、製冷、制熱、溫感、風感等多個維度進行技術升級，為用戶打造更加舒適的睡眠環境。此外，科龍空調通過借助新青年音樂節 IP、聚焦抖音等平臺，實現品牌的強曝光，24 年上半年科龍空調品牌聲量同比提升 71.66%，互動量同比提升 339.6%。

2. 冰洗廚業務

(1) 冰箱業務

公司持續技術創新，為用戶帶來更貼合生活品質需求的產品體驗。2024年上半年，根據奧維雲網全渠道監測數據，冰箱零售額同比增長3.6%，市場佔有率提升0.4個百

分點。

① 容聲冰箱養鮮升級，再掀美居一體新風潮，持續守護用戶品質健康生活。

在用戶需求向家電家居化演進的過程中，容聲WILL系列高端再度發力，推出560WILL養鮮平嵌冰箱，升級WILL自然養鮮系統，打造果蔬生長莊園。憑藉整機60CM超薄平嵌及時尚、雅致、高級感的家居風格，560WILL冰箱上市3周便躋身行業TOP4，將線下容聲冰箱TOP10陣營擴充至3位。此外，506雙淨Pro平嵌冰箱憑藉60CM超薄平嵌與智感雙淨系統持續獲得市場高度認可，斬獲2024年「艾普蘭金口碑獎」，在2024年上半年繼續領跑線下冰箱行業TOP1，延續2023年下半年TOP1態勢。容聲冰箱通過開展560WILL養鮮冰箱、517IDP雙淨冰箱等新品上市巡展活動，讓用戶第一時間沉浸體驗產品品質和養鮮實力，持續為新品加熱。根據奧維雲網數據，2024年上半年容聲中高端+高端冰箱產品市場份額為10.7%，同比提升1.1個百分點。容聲冰箱作為行業養鮮標準制定者、健康冰箱標準制定者及嵌入式標準制定者，推動著冰箱行業不斷邁向新階段、新征程。

② 海信冰箱以真空科技鏈接品質，為用戶打造獨特的空間藝術和整套的墅智生活。

海信冰箱以璀璨真空冰箱為起點，制定「真空保鮮」標準，構建整套智慧烹飪場景，其中璀璨509真空冰箱搭載的真空魔方PRO實現了真空靈動分儲，為用戶帶來精細化收納的自由體驗，上市後第4周即問鼎行業第一。璀璨600真空冰箱實現冰箱開門零距離，真正做到了60CM純平全嵌，榮獲2024年艾普蘭優秀產品獎。璀璨503真空冰箱則利用真空冰溫科技有效減緩食材氧化，同時應用全空間離子主動除菌淨味，實現3分鐘高效除菌，15分鐘急速淨味，除菌率高達99.9%。歐洲杯期間，海信冰箱推出「海信真空冰箱 真空才是真保鮮」圍擋，圍繞歐洲杯等體育營銷活動打造冠軍產品璀璨600真空冰箱、海信500真空冰箱，提升海信真空冰箱的認知度，持續為產品加熱。根據奧維雲網的數據，2024年上半年海信高端冰箱產品市場份額同比提升0.2個百分點，其中線下璀璨系列收入同比增長81%。

③ 發力新興渠道，賦能零售新格局。

冰箱板塊聚焦開拓新的業務領域及銷售渠道，借助新平臺對線上和線下的產品結構及營銷模式進行創新改革。公司在積極擴大品牌自營矩陣號聲量、進行直播內容創新的同時，通過開展抖音本地生活，將線上流量與線下門店零售相結合，圍繞用戶的日常生活和多種消費服務場景，帶動門店客流和產品銷量，二季度通過抖音本地生活實現銷量提升338%。

(2) 洗衣機業務

洗衣機業務不斷創新洗護科技與產品體驗，2024年上半年實現主營業務收入增長49.8%。

報告期內，洗衣機業務聚焦活水洗科技，在健康洗護領域不斷升級，優化產品結構，提升用戶體驗，活水洗明星產品L3沖榜國內行業TOP2。

海信洗衣機創新推出新一代洗烘一體機鋼琴師H8，實現了對真菌、細菌、病毒99.99%滅殺，更達到1.259的超高洗淨比，滿足了用戶對衣物洗滌更加潔淨、健康的需求，同時，在衣物護理烘乾方面，鋼琴師H8創新將乾衣機的護理原理運用到洗烘一體機上，最快15分鐘即可還原衣物本身柔軟度與蓬鬆度，為用戶提供了衣服洗護的高品質需求。此外，海信洗衣機在衣物護理領域不斷升級，主導起草了「衣物護理評價技術規範」國家標準。在2024年度中國家電及消費電子博覽會上，海信洗衣機為年輕用戶需求定制的高顏值系列產品「羅馬假日」憑藉其與眾不同的高顏值設計，榮獲「2024AWE艾普蘭設計獎」，得到行業及用戶的廣泛認可。

(3) 廚電業務

廚電業務明確雙渠道發展策略，升級產品品質和技術，滿足用戶一體化家裝需求。

在行業環境增長乏力的情況下，公司憑藉海信自有渠道穩健發展的優勢，明確廚電業務專業渠道和家電渠道協同發展策略，通過緊抓產品質量和網絡效率，升級產品品質和技術，支撐廚電業務保持了高增長的發展態勢，線上收入同比增長 40%，整體收入規模同比增長 85%。同時，公司不斷完善中高端產品結構，在產品和研發端充分融合了歐洲 Gorenje 公司的技術，推出 C3、W8 等多個璀璨套系產品，滿足用戶一體化家裝需求，線上中高端收入占比提升至 50%。

3. 汽車空調壓縮機及綜合熱管理業務

三電公司積極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型，公司產品研發不斷取得新突破，經營情況持續改善。

(1) 產品力提升方面，公司順應節能減排趨勢，熱管理系統和核心零部件的產品力不斷突破升級。

三電公司集中力量突破了新一代自然冷媒 CO2 直接式和 R290 間接式綜合熱管理系統，實現在下一代熱管理系統領先，應用熱泵技術、二次循環水路、廢熱回收技術，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。同時，間接式熱管理系統結合不同客戶的需求，實現製冷回路高度集成化、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。

應用高效渦旋型線、自適應背壓調節等技術，開發了新一代電動壓縮機平臺，兼容 R1234yf、CO2 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。

創新使用膜加熱等技術，拓寬 ECH 產品線，適應不同工作溫區閾值。同時在輕量化和低流動阻力方面具備較強的技術優勢，能有效保障電池超低溫環境下的正常工作狀態及駕乘人員的舒適性體驗。拓展使用分體式雙層流 HVAC，提高用戶使用舒適性，降低排放能耗損失。

(2) 內部提效方面，多措並舉，推進採購、製造、管理等全鏈條效率改善。

期內，三電公司全面開展上下游戰略合作，優化外部供應鏈效率；深化三電製造效率體系管理，改善製造效率與人員效率，上半年工時損失絕對值同比改善 2.3%，UPPH 同比改善 5.3%，單台製造費用同比改善 4.4%；嚴抓資金管理，改善資金使用效率，上半年應收賬款周轉改善 10%，存貨資金周轉改善 12%；盈利能力不斷改善，上半年毛利率同比提升 2.5 個點。

4. 璀璨高端化業務

海信璀璨套系堅守至臻品質，滿足高端用戶從審美到智慧體驗的需求升級，承襲東方美學、創新人本科技，打造全品類、全場景、全智能家電套系。2024 年上半年，璀璨高端套系產品實現收入同比增長 48%，新增場景化體驗專區 383 個，推進璀璨套系進駐海信日立專賣店。產品不斷擴容迭代，其中璀璨 C310 新風櫃機穩居細分市場 TOP1，璀璨 509 冰箱首銷期登頂行業 TOP1。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。

5. 智慧家庭業務

作為海信智慧家庭業務的智慧中樞，海信愛家平臺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，創新性推出空氣解決方案、健康保鮮方案、智慧洗護方案等，為用戶創造一站式高品質智慧生活體驗。

在空氣解決方案方面，圍繞用戶居家動線，升級除醛、居家、睡眠、兒童、寵物五大場景，烘房除醛甲醛增釋率 99%，巴馬空氣除菌率達 99%。在健康保鮮方面，圍繞用戶烹飪動線，升級存儲、預處理、組菜、清潔場景解決方案，提供上千種食材存儲方案、智慧菜譜、雲菜譜。在智慧洗護方面，圍繞家庭差異化需求，創新私人定制場景，覆蓋用戶 9 大高頻洗滌需求，可智能生成上百個專屬程序方案。在用戶服務方面，覆蓋用戶購買、物流、安裝各環節全流程，構建分級分類的消息通知體系，不斷提升客戶滿意度與忠誠度。得益於場景方案的不斷升級、家電智能化水平的提升，上半年海信愛家平臺月活用戶數同比提升 65%，家電智能化體驗 NPS 同比提升 14%。

6. 家電海外市場業務

報告期內，面對嚴峻複雜的宏觀形勢，公司積極打造海外五大區域引擎，深化本地化建設，發力體育營銷，海外自有品牌影響力不斷提升，2024 年上半年海外白電業務實現收入 147.8 億元，同比增長 36.91%。

(1) 歐洲區

期內，歐洲區充分利用歐洲杯的契機，通過品牌傳播、產品營銷以及電商用戶運營等方式多領域聯動，驅動收入快速增長；通過提前產品佈局和營銷規劃，搶佔零售連鎖渠道先機，組織一系列線上線下聯動配合的營銷活動，拉動各品類規模增長；組織媒體活動，利用媒體的廣泛影響力為海信品牌和產品背書，策劃一系列豐富的

KOL 合作內容增強品牌和產品的曝光；同時，配合電商團隊的用戶運營，有效提升了品牌曝光度，促進銷量增長。

此外歐洲區發揮全品類優勢，以冰箱優勢帶動洗衣機、洗碗機業務，做好產品套系化，上半年實現收入同比增長 14%。其中，冰箱銷售額同比增長 16.9%，額占率同比提升 1.4 個點，商冷銷售額增長近三倍；家空啟動歐洲研發中心，快速捕捉市場變化，收入同比增長 26.8%，輕商業務收入同比增長 17.8%；洗衣機收入同比增長 21.3%；央空收入同比增長 9.4%，其中西班牙市場收入增速超 65%。

(2) 美洲區

期內，美洲區利用墨西哥蒙特雷工廠佈局優勢，補足美系產品陣容，聚焦中南美市場，加速渠道拓展。2024 年上半年，美洲區收入同比增長 40%。其中，冰箱收入同比增長 97.3%，冷櫃收入同比增長 92%，商冷收入增長近六倍；家空專注專業渠道開拓，順利推動北美切換 454B、R32 冷媒項目，美洲輕商收入同比增長 161%；洗衣機收入同比增長 97%；央空針對美洲市場推出具備 AHRI 行業權威認證的 575V/60Hz 商用多聯機產品，憑藉強勁的低溫制熱性能，有效滿足北美市場需求，美國辦事處規模倍增。

(3) 中東非區

中東非區以體育賽事贊助塑造品牌拉力，佔領用戶心智，聚焦終端 TOP 門店，打造線下品牌高地，形成銷量拉力。2024 年上半年，中東非區收入同比增長 27%。其中，冰箱收入同比增長 22.6%，額占率提升 0.9 個點，冷櫃收入同比增長 46.8%；家空收入同比增長 20.9%，輕商收入同比增長 31.5%；洗衣機收入同比增長 39%；央空收入同比增長 89%。

(4) 亞太區

期內，亞太市場不斷升級品牌與產品結構，澳洲市場積極拓展空調、洗衣機、廚電新品類，同時捕捉新西蘭、印度、孟巴等市場增長機遇。2024 年上半年，亞太區收入同比增長 18.9%。其中，家空輕商收入同比增長 27%，日本家空收入同比增長 22.6%；洗衣機收入同比增長 18.37%。

(5) 東盟區

期內，東盟區針對當地用戶痛點，聚焦於打造重點品類陣容，快速拓展連鎖渠道，不斷提升零售效率。2024 年上半年，東盟區收入同比增長 39.46%，其中自主品牌收入同比增長 64.37%，自有品牌收入占比 74.31%，占比提升 11.26 個點。冰箱業務聚焦打造「全空間淨化」系列產品，系列產品收入內占比從無提升至 22%，整體收入同比增長 32%，馬來冰箱佔有率同比提升 2.9 個點，泰國冰箱佔有率同比提升 1.4 個點；洗衣機業務聚焦活水洗系列產品推廣，收入內占比從 17% 提升至 34%，整體收入實現同比增長 78%；家用空調深耕專業渠道和傳統渠道，空調收入同比增長 60.28%，其中品牌業務占比達到 78.7%，占比提升 7 個點；央空業務收入同比增長 194%。

7. 渠道及服務體系建設

(1) 持續優化渠道佈局，充分發揮多品類融和優勢。

2024 年上半年，公司自有渠道加速專賣店佈局，快速推進多品類融合，海信專賣店引入中央空調、開放容冰品類進駐、提升廚電覆蓋度，上半年專賣店規模實現同比增長 18%。前置渠道加速構建合作矩陣，深挖裝企及定制櫃類渠道拓展，2024 年上半年收入同比增長 306%，前置觸點數量同比增加 73%。下沉渠道持續拓展網絡，上半年新增網點 3,408 家，天貓優品渠道收入同比增長 20.1%。品銷合一，新興渠道大力建設人群資產，2024 年上半年抖音渠道收入同比增長 27.9%。

(2) 深化數字化變革，深挖精細化運營改善空間。

聚焦核心獲客場景，加強用戶運營能力建設，借助數字化工具提升全運營鏈路效率。持續圍繞「潛客拉新-會員促活-商機轉化」做增量，建設私域用戶運營方法論，實現用戶體量和質量雙提升。2024 年上半年，會員銷售額同比提升 7%。

8. 打造全球化智慧型供應鏈，數智驅動賦能精益製造體系建設。

公司不斷夯實供應鏈管理，拉通內部資源共享，共享供方比例提升至 28.9%；推進通用品類整合集采，上半年完成 9 個品類的整合，通用品類成本競爭力不斷提升；推動國內供方出海配套與海外物料國產化進程，實現全品類交貨週期縮短 5.6%，有效提升供應效率。

公司持續推進精益體系建設，踐行以智能化為引領的先進製造，上半年公司 UPPH 同比提升 12.3%。通過新技術的試點及成熟技術的推廣降低企業運營成本，上半年實現自動化替代 1,700 餘人。拉通價值鏈各環節，實現單台人工費同比改善 11.0%。智能製造方面，海信日立黃島工廠率先規劃打造燈塔工廠，打造焊接自動化、空中物流等 40 多個行業先進場景，20 多項技術行業首創，此外上半年公司還新增 6 家國家智能製造成熟度三級認證工廠，智能製造水平快速提升。

9. 資金安全管理

公司秉承「長期主義」和「穩健經營」的理念，始終將資金安全放在首位，資金管理常抓不懈，追求健康、高效發展。

在當前日趨嚴峻的經濟形勢下，市場競爭加劇，需求不確定性增強，對整個供應鏈效率提出了極大的挑戰。公司以數字化轉型為契機，堅持以“效率”為牽引，持續優化產供銷協同，按品類、系列等維度細化安全庫存管控標準；同時建立全鏈路庫存監控體系，分環節分渠道確定庫存覆蓋天數標準，動態調整排產，避免渠道庫存嚴重積壓。2024 年上半年，公司存貨周轉天數同比改善 6.5%。

在海內外客戶信用風險增加的情況下，公司一方面加嚴內部信用管理規範，按客戶分級分類進行授信管理，動態監控客戶信用狀況；另一方面積極運用保險手段，增加保險覆蓋，規避和轉移風險。

10. 下半年展望

公司將堅持長期主義，以客戶和用戶為中心，聚焦效率提升和結構改善，通過以下舉措，不斷提高經營質量：

- (1) 完善海外五大區建設，全力發展海外市場：打造全球化人才供應鏈，推進海外研發中心、生產基地與當地業務中心的融合建設，提升海外產品力和訂單交付能力，實現海外業務高速增長；
- (2) 聚焦結構改善，堅持長期能力建設：打通研發到營銷的產品全生命週期流程，強化用戶思維，在產品規劃、研發環節提升高端產品規劃占比和產品競爭力，在營銷環節通過營銷和終端場景化提升品牌影響力，加大璀璨等高端品類資源投入，實現銷售結構持續改善；
- (3) 拉通跨品類資源，夯實研發能力：搭建跨品類的產品仿真平臺體系，推進產品研發模塊化、設計平臺化和內外銷產品平臺共用等，提升研發效率；
- (4) 強化供應鏈管理，深挖採購提效空間：繼續推進各產品線物料的通用化，實現共用物料的跨品線集中採購降本，整合優化供應商，提升供應鏈質量和成本競爭力；
- (5) 推動多品類渠道協同，提升營銷能力：推進營銷端各渠道融合，發揮海信日立中央空調在地產、裝修公司等前裝市場的渠道流量信息優勢，帶動冰箱、洗衣機、廚電等品類快速增長，同時自有渠道引入央空、容冰等品類，加速全品類專賣店建設，提高營銷效率；
- (6) 踐行先進製造戰略，完善精益生產體系：圍繞數字化、智能化、信息化轉型，建設精益製造體系，提升各工廠精益能力成熟度。對標行業先進，提升製造自動化水平，推進設備聯網化，實現數據驅動運營，提升製造效率；
- (7) 加強 ESG 能力建設，進一步提升可持續發展水平：發佈家電集團雙碳規劃白皮書和內部 ESG 管理標準手冊，完善風險管理機制，落地製造節能、產品綠色設計、綠色供應鏈等減碳項目。

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	48,641,673,374.79	42,943,975,619.38	13.27
歸屬於上市公司股東的淨利潤	2,015,831,383.14	1,497,562,724.59	34.61
歸屬於上市公司股東的扣除非經常性損益的淨利潤	1,703,110,186.47	1,263,227,367.15	34.82
經營活動產生的現金流量淨額	2,099,973,482.47	3,812,044,169.34	-44.91
基本每股收益 (元/股)	1.48	1.09	35.78

稀釋每股收益（元/股）	1.48	1.09	35.78
加權平均淨資產收益率（%）	14.00	12.28	上升 1.72 個百分點
項 目	本報告期末	上年度末	本報告期末比上年 度末增減（%）
總資產	70,721,704,555.81	65,946,495,555.67	7.24
歸屬於上市公司股東的淨資產	14,161,666,912.48	13,580,174,485.95	4.28

（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）	-188,908.54	
計入當期損益的政府補助（與企業業務密切相關，按照國家統一標準定額或定量享受的政府補助除外）	114,199,094.86	
委託他人投資或管理資產的損益	147,523,809.07	
債務重組損益	6,522,207.73	
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、衍生金融資產、交易性金融負債、衍生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、衍生金融資產、交易性金融負債、衍生金融負債和其他債權投資取得投資收益	67,039,300.20	
除上述各項之外的其他營業外收入和支出	62,164,212.50	
減：所得稅影響額	38,550,258.11	
少數股東權益影響額（稅後）	45,988,261.04	
合計	312,721,196.67	

（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

項 目	本報告期	上年同期	同比增 減（%）	變動原因
營業收入	48,641,673,374.79	42,943,975,619.38	13.27	無重大變動
營業成本	38,291,675,401.05	33,698,115,348.34	13.63	無重大變動
銷售費用	4,959,752,440.46	4,492,848,251.67	10.39	無重大變動
管理費用	1,199,136,901.69	1,024,738,874.90	17.02	無重大變動
財務費用	-105,016,702.42	-284,866,150.49	不適用	主要系外匯評估匯兌收益減少所致
所得稅費用	469,196,871.14	472,191,163.40	-0.63	無重大變動
研發費用	1,643,979,097.19	1,244,057,032.04	32.15	主要系研發投入增加所致
經營活動產生的現金流量淨額	2,099,973,482.47	3,812,044,169.34	-44.91	主要系均衡生產儲備增加，以及支付的績效獎金等增長所致
投資活動產生的現金流量淨額	493,052,678.68	-4,588,662,285.55	不適用	主要系理財產品到期增加所致
籌資活動產生的現	-2,612,982,815.10	944,935,699.25	-376.52	主要系子公司償還借款、回

金流量淨額				購股票、分紅增加等所致
現金及現金等價物淨增加額	-127,424,266.33	138,885,445.53	-191.75	主要系經營活動和籌資活動的現金流量淨額減少所致

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	43,533,451,261.12	33,423,079,419.82	23.22	12.48	12.58	-0.07
分產品						
暖通空調	22,767,026,154.35	16,144,839,288.88	29.09	7.59	7.48	0.08
冰洗	14,692,881,715.23	12,138,574,879.46	17.38	26.81	27.91	-0.71
其他主營	6,073,543,391.54	5,139,665,251.48	15.38	1.97	-0.73	2.31
境內						
境內	25,328,122,655.20	17,243,837,527.05	31.92	3.52	2.34	0.79
境外						
境外	18,205,328,605.92	16,179,241,892.77	11.13	27.87	26.01	1.32

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

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	逾期未收回的金額
銀行理財產品	自有資金	1,392,361.77	1,376,728.02	0.00
合 計		1,392,361.77	1,376,728.02	0.00

報告期內，本公司不存在單項金額重大或高風險委託理財，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) 主要子公司、參股公司情況

單位：人民幣萬元

公司名稱	公司類型	主要產品或服務	註冊資本	總資產	淨資產	營業收入	營業利潤	淨利潤
海信日立	子公司	生產及銷售中央空調	15,000 萬美元	2,331,935.64	812,212.49	1,133,786.76	230,487.01	195,725.19

四、本集團面臨的風險及應對措施

本集團面臨的主要風險如下：

(一) 宏觀經濟波動風險：若宏觀經濟增長放緩，消費動力可能減弱，從而影響家電產品的消費需求。

(二) 成本上升的風險：若原材料價格持續波動，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，可能對公司盈利能力產生不利影響。

(三) 貿易保護主義帶來的市場風險：如部分國家和地區通過提高關稅、強制認證等手段保護自身經濟利益，將導致企業運營成本增加，影響企業出口業務的競爭力及盈利能力。

(四) 匯率波動風險：若匯率大幅波動，對公司海外業務的盈利能力將產生影響。

面對企業經營風險，公司將積極應對考驗，通過洞察用戶需求，夯實研發能力、降本提效、聚焦長期建設等方式進一步提升企業經營質量。①以用戶為中心，調研關注需求，解決用戶痛點。②夯實研發能力，強化關鍵技術研究，提升技術創新能力。③優化銷售結構、加強成本費用管控，緩解成本上漲壓力。④加強客戶信用風險管理，加速存貨資金周轉，提升資金運營效率；⑤踐行先進製造，聚焦長期能力建設，構築企業持續增長能力，確保公司健康、穩定、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

審計委員會與管理層審閱了本集團採用的會計原則和實務，並討論了審計、內部控制、風險管理制度和財務報告事宜，包括本集團於本報告期內的未經審計中期業績，雙方並無異議。

資產負債率

於2024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73.12% (2023年6月30日：73.38%)。

董事、監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」)作為本公司董事及監事證券交易的守則。經向董事及監事作出特定查詢後，所有董事及監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

2024年7月24日，本公司披露《關於回購公司A股股份完成暨股份變動的公告》，公司於2024年1月17日至2024年7月23日期間，通過股份回購專用證券帳戶以集中競價交易方式回購公司股份13,915,968股，占本公司當時總股本1.00%，最高成交價為27.00元/股，最低成交價為23.33元/股，成交總金額343,418,332.75元(不含交易費用)。

除上文所披露的情況外，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	採購	產成品	參考市場價協議定價	18,543.58	0.40
海信集團	採購	材料	參考市場價協議定價	114,689.63	2.48
海信集團	接受勞務	接受勞務	參考市場價協議定價	85,523.48	1.85
海信集團	銷售	產成品	參考市場價協議定價	1,443,073.03	29.67
海信集團	銷售	材料	參考市場價協議定價	68,949.54	1.42
海信集團	銷售	模具	市場定價	2,721.07	0.06
海信集團	提供勞務	提供勞務	參考市場價協議定價	4,317.87	0.09
江森日立	採購	產品	參考市場價協議定價	56,435.97	1.22
華域三電	採購	產品	參考市場價協議定價	20,446.55	0.44
江森日立	銷售	產品	參考市場價協議定價	19,054.3	0.39
華域三電	銷售	產品	參考市場價協議定價	51,833.97	1.07

截止本報告期末，本公司在海信財務的存款餘額為人民幣141.75億元，利息收入人民幣1.86億元，實際貸款餘額人民幣0.2億元，確認的貸款利息為人民幣46.70萬元，電子財務公司承兌匯票餘額人民幣18.47億元，開立電子財務公司承兌匯票手續費人民幣84.48萬元，辦理票據貼現服務的貼現利息實際履行人民幣6.84萬元，提供結售匯服務實際履行851.63萬美元，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22.79萬元。

本報告期內董事、監事及高級管理人員資料變動

姓名	擔任的職務	類型	日期	原因
朱聃	執行董事	被選舉	2024年06月24日	2023年度股東周年大會當選執行董事。
鮑一	職工監事	被選舉	2024年06月24日	第六屆職工代表大會第九次會議當選職工代表監事。
蔡榮星	獨立非執行董事	被選舉	2024年06月24日	2023年度股東周年大會當選獨立非執行董事。
夏章抓	執行董事	任期滿離任	2024年06月24日	因工作調整，不再擔任執行董事職務。
鐘耕深	獨立非執行董事	任期滿離任	2024年06月24日	因擔任獨立非執行董事屆滿六年，不再擔任獨立非執行董事職務。
尹志新	職工監事	任期滿離任	2024年06月24日	因工作調整，不再擔任職工監事職務。

除上述披露外，概無有關本公司董事、監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2024年6月24日舉行的2023年股東周年大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2024年6月3日的公告及通函。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。

本報告期後事項

本報告期期後無重大事件發生。

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。

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）
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主板上市
董事	指	本公司董事
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，由海信集團間接控制，於本公告日期持有本公司已發行股份約 37.28%
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，為海信集團的附屬公司
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	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
華域三電	指	華域三電汽車空調有限公司
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，為海信視像的全資附屬公司
江森日立	指	江森自控日立空調集團（英國）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
監事		本公司監事

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8月30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、高玉玲女士及朱聘先生；而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。