

Haier

海爾智家股份有限公司
Haier Smart Home Co., Ltd.

(於中華人民共和國注冊成立的股份有限公司)

A股股份代號：600690 D股股份代號：690D H股股份代號：6690

2024
中期報告



Haier Casarte Leader AQUA GE APPLIANCES CANDY FISHER & PAYKEL



企業簡介

我們是全球大家電行業的領導者。根據歐睿數據顯示，我們的大家電零售量在全球大家電行業連續十五年位列第一。我們擁有全球家電品牌集群，包括海爾、卡薩帝、Leader、GE Appliances、Candy、Fisher & Paykel及AQUA。海爾品牌製冷設備和洗衣設備的零售量在全球大家電品牌中分別連續十六年和十五年蟬聯第一。目前，我們在中國、北美洲、歐洲、南亞和東南亞、澳大利亞和新西蘭、日本、中東和非洲等超過160個國家和地區開展運營。

我們亦是全球智慧家庭解決方案的開拓者。根據歐睿，依託全品類的家電產品優勢，我們是業內首批推出智慧家庭解決方案的家電企業之一，並以海爾智家體驗雲平台為支撐，提供涵蓋不同生活場景的綜合智慧家庭解決方案。我們利用互聯家電產品、海爾智家APP及海爾智家體驗雲平台，與線下的體驗中心和專賣店相結合，為用戶提供不同生活場景的智慧家庭解決方案，滿足用戶美好生活需求。



目錄

公司資料	2
簡明綜合財務報表審閱報告	4
中期簡明綜合：	
損益及其他全面收益表	5
財務狀況表	7
權益變動表	9
現金流量表	11
中期簡明綜合財務報表附註	14
管理層討論與分析	42
企業管治常規	70
權益披露	73
股份計劃	79

公司資料

董事會

執行董事

李華剛先生(董事長兼行政總裁)

宮偉先生

非執行董事

邵新智女士(副董事長)

俞漢度先生

李錦芬女士

獨立非執行董事

錢大群先生

王克勤先生

李世鵬先生

吳琪先生

監事

劉大林先生

于淼先生

劉永飛先生(於2024年6月20日獲委任)

馬穎潔女士(於2024年6月20日退任)

董事會秘書

劉曉梅女士

主要董事會委員會

審計委員會

王克勤先生(委員會主席)

邵新智女士

錢大群先生

俞漢度先生

吳琪先生

薪酬與考核委員會

錢大群先生(委員會主席)

李華剛先生

李世鵬先生

提名委員會

吳琪先生(委員會主席)

李華剛先生

李世鵬先生

戰略委員會

李華剛先生(委員會主席)

宮偉先生

李世鵬先生

吳琪先生

環境、社會與管治委員會

李錦芬女士(委員會主席)

錢大群先生

宮偉先生

公司秘書

伍志賢先生

法律顧問

關於中國法律

中倫律師事務所

關於香港法律

高偉紳律師行

主要往來銀行

中國建設銀行股份有限公司

核數師

和信會計師事務所(特殊普通合夥)

國衛會計師事務所有限公司

財務日誌

六個月中期終結 : 6月30日

財政年度年結 : 12月31日

註冊辦事處及總部

中國山東省

青島市嶗山區

海爾工業園

香港主要營業地點

香港

灣仔港灣道25號

海港中心19樓1908室

電話號碼

+86 (532) 8893 1670

+852 2169 0000

傳真號碼

+86 (532) 8893 1689

+852 2169 0880

H股過戶登記處

卓佳證券登記有限公司

香港

夏慤道16號

遠東金融中心17樓

股份代號

上海證券交易所：600690

法蘭克福證券交易所：690D

香港聯合交易所有限公司：6690

網站

<http://smart-home.haier.com>

簡明綜合 財務報表審閱報告



國衛會計師事務所有限公司
HODGSON IMPEY CHENG LIMITED

致海爾智家股份有限公司

董事會

(於中華人民共和國註冊成立的股份有限公司)

緒言

吾等已審閱載於第5至41頁的海爾智家股份有限公司(「貴公司」)及其附屬公司(統稱「貴集團」)的簡明綜合財務報表，包括於2024年6月30日的簡明綜合財務狀況表，以及截至該日止六個月期間的相關簡明綜合損益及其他全面收益表、簡明綜合權益變動表及簡明綜合現金流量表及簡明綜合財務報表附註。香港聯合交易所有限公司證券上市規則規定，就中期財務資料編製的報告須符合當中有關條文及國際會計準則理事會頒佈的國際會計準則第34號「中期財務報告」(「國際會計準則第34號」)。貴公司董事須對根據國際會計準則第34號編製及呈列該等簡明綜合財務報表負責。吾等的責任是根據吾等的審閱對該等簡明綜合財務報表作出結論，並按照委聘的協定條款僅向作為整體的閣下報告結論，且並無其他目的。吾等不會就本報告的內容向任何其他人士負責或承擔任何責任。

審閱範圍

吾等已根據香港會計師公會頒佈的《香港審閱委聘準則》第2410號「實體的獨立核數師對中期財務資料的審閱」(「香港審閱委聘準則第2410號」)進行審閱。審閱該等簡明綜合財務報表包括主要向負責財務及會計事務的人員作出查詢，並應用分析性及其他審閱程序。審閱範圍遠小於根據香港核數準則進行審核的範圍，故不能令吾等保證將知悉在審核中可能發現的所有重大事項。因此，吾等不會發表審核意見。

結論

按照吾等的審閱，吾等並無發現任何事項，令吾等相信簡明綜合財務報表在各重大方面未有根據國際會計準則第34號編製。

國衛會計師事務所有限公司

執業會計師

邱偉業

執業證書編號：P07849

香港，2024年8月27日

中期簡明 綜合損益及其他全面收益表

截至2024年6月30日止六個月

	附註	截至6月30日止六個月	
		2024年 人民幣百萬元 (未經審核)	2023年 人民幣百萬元 (未經審核) (經重列)
收入	5	135,621	131,616
銷售成本		(94,837)	(92,400)
毛利		40,784	39,216
其他收益淨額	6	1,844	1,690
銷售及分銷開支		(18,688)	(18,769)
行政費用		(11,006)	(11,218)
融資成本	8	(1,217)	(884)
應佔聯營公司利潤及虧損		1,022	1,079
稅前溢利	7	12,739	11,114
所得稅開支	9	(2,132)	(2,070)
期內溢利		10,607	9,044
其他全面(虧損)/收益			
其後期間可能重新分類至損益的項目：			
應佔聯營公司其他全面收益/(虧損)		25	(16)
用於現金流量對沖的對沖工具公允價值變動之 有效部分，稅後		(30)	(196)
換算海外業務之匯兌差額		(202)	312
		(207)	100
其後期間不能重新分類至損益的項目：			
界定利益計劃重新計量導致的變動		(2)	32
指定為以公允價值計量且其變動計入其他全面收益 (「以公允價值計量且其變動計入其他全面收益」)的 股權投資公允價值變動，稅後		(126)	4
		(128)	36
期內其他全面(虧損)/收益，稅後		(335)	136
期內全面收益總額		10,272	9,180

中期簡明綜合損益及其他全面收益表

截至2024年6月30日止六個月

	附註	截至6月30日止六個月	
		2024年 人民幣百萬元 (未經審核)	2023年 人民幣百萬元 (未經審核) (經重列)
應佔期內溢利：			
— 本公司擁有人		10,420	8,963
— 非控股權益		187	81
		10,607	9,044
應佔全面收益總額：			
— 本公司擁有人		10,085	9,117
— 非控股權益		187	63
		10,272	9,180
本公司普通股股東應佔每股盈利			
— 基本(每股人民幣元)	11	1.13	0.96
— 攤薄(每股人民幣元)	11	1.12	0.96

中期簡明 綜合財務狀況表

於2024年6月30日

	附註	2024年 6月30日 人民幣百萬元 (未經審核)	2023年 12月31日 人民幣百萬元 (經審核)
非流動資產			
物業、廠房及設備	13	35,821	35,495
投資物業		80	99
使用權資產		6,728	6,273
商譽		24,342	24,290
其他無形資產		8,902	9,101
於聯營公司的權益		26,038	25,547
指定為以公允價值計量且其變動計入其他全面收益 的股權投資		6,282	6,404
以攤銷成本計量的金融資產		14,830	9,192
長期預付款項		2,082	1,747
遞延稅項資產		1,782	1,806
其他非流動資產		846	805
非流動資產總值		127,733	120,759
流動資產			
存貨	14	39,453	39,524
貿易應收款項及應收票據	15	30,665	28,890
合約資產		301	261
預付款項、按金及其他應收款項		6,692	6,908
以公允價值計量且其變動計入當期損益(「以公允價值 計量且其變動計入當期損益」)的金融資產		1,067	954
以攤銷成本計量的金融資產		1,547	1,530
衍生金融工具		87	68
已抵押存款		369	448
使用用途受限的其他資金		108	61
現金及現金等價物		54,228	53,977
流動資產總值		134,517	132,621
流動負債			
貿易應付款項及應付票據	16	70,589	69,278
其他應付款項及應計項目		33,857	27,368
合約負債		3,256	7,732
計息借款	17	11,898	10,408
租賃負債		1,072	1,040
應納稅款		2,222	1,556
撥備		2,631	2,532
衍生金融工具		192	169
流動負債總額		125,717	120,083

中期簡明綜合財務狀況表

於2024年6月30日

	附註	2024年 6月30日 人民幣百萬元 (未經審核)	2023年 12月31日 人民幣百萬元 (經審核)
流動資產淨值		8,800	12,538
資產總值減流動負債		136,533	133,297
非流動負債			
計息借款	17	18,169	17,988
租賃負債		3,725	3,287
遞延收入		925	948
遞延稅項負債		1,969	2,028
養老金及類似義務撥備		1,055	1,085
撥備		2,005	1,935
其他非流動負債		101	114
非流動負債總額		27,949	27,385
資產淨值		108,584	105,912
權益			
股本	18	9,438	9,438
儲備		96,296	94,076
本公司擁有人應佔權益		105,734	103,514
非控股權益		2,850	2,398
權益總額		108,584	105,912

董事會於2024年8月27日批准及授權發佈簡明綜合財務報表，並由以下代表簽署：

李華剛先生
董事長

宮偉先生
執行董事

隨附的附註為該等簡明綜合財務報表組成部分。

中期簡明 綜合權益變動表

截至2024年6月30日止六個月

本公司擁有人應佔

	儲備										合計 人民幣 百萬元	非控股 權益 人民幣 百萬元	權益總額 人民幣 百萬元			
	已發行 權益 人民幣 百萬元	股本儲備 人民幣 百萬元	股份支付 儲備 人民幣 百萬元	界定利益 計劃儲備的 重新計量 人民幣 百萬元	現金流量 對沖儲備 人民幣 百萬元	按公允 價值計入 其他 全面收益 的儲備 人民幣 百萬元	權益法 投資儲備 人民幣 百萬元	儲備基金 人民幣 百萬元	保留溢利 人民幣 百萬元	換算儲備的 匯兌差額 人民幣 百萬元				其他儲備 人民幣 百萬元	庫存股份 儲備 人民幣 百萬元	儲備總額 人民幣 百萬元
於2023年1月1日(經審核) 共同控制下業務合併的影響 (附註3)	9,447	22,291	1,174	106	5	870	(241)	4,013	57,979	1,248	389	(3,858)	83,976	93,423	1,291	94,714
於2023年1月1日(經重列)	—	30	—	—	—	—	—	—	6	—	—	—	36	36	—	36
期內利潤	9,447	22,321	1,174	106	5	870	(241)	4,013	57,985	1,248	389	(3,858)	84,012	93,459	1,291	94,750
期內其他全面收益/(虧損)	—	—	—	—	—	—	—	—	8,963	—	—	—	8,963	8,963	81	9,044
一 界定利益計劃重新計量導致的變動	—	—	—	32	—	—	—	—	—	—	—	—	32	32	—	32
一 應佔聯營公司其他全面虧損	—	—	—	—	—	—	(16)	—	—	—	—	—	(16)	(16)	—	(16)
一 用於現金流量對沖的對沖工具公允價值變動之有效部分，稅後	—	—	—	—	(193)	—	—	—	—	—	—	—	(193)	(193)	(3)	(196)
一 換算海外業務之匯兌差額	—	—	—	—	—	—	—	—	327	327	—	—	327	327	(15)	312
一 指定為以公允價值計量且其變動計入其他全面收益的 股權投資之公允價值 變動，稅後	—	—	—	—	—	4	—	—	—	—	—	—	4	4	—	4
期內全面收益/(虧損)總額	—	—	—	32	(193)	4	(16)	—	8,963	327	—	—	9,117	9,117	63	9,180
購買庫存股份	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	(897)	(897)	(897)	—	(897)
股份購回及註銷	(9)	(173)	—	—	—	—	—	—	—	—	—	182	9	—	—	—
確認按股份支付結算的權益	—	—	391	—	—	—	—	—	—	—	—	—	391	391	—	391
應付本公司擁有人股息	—	—	—	—	—	—	—	—	(5,298)	—	—	—	(5,298)	(5,298)	—	(5,298)
應付非控股權益的股息	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	(9)	(9)
共同控制下的業務合併	—	(70)	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	(70)	(70)	—	(70)
其他變動	—	(30)	—	—	—	—	—	—	12	—	—	—	(18)	(18)	(32)	(50)
於2023年6月30日(未經審核)	9,438	22,048	1,565	138	(188)	874	(257)	4,013	61,662	1,575	389	(4,573)	87,246	96,684	1,313	97,997

中期簡明綜合權益變動表

截至2024年6月30日止六個月

		本公司擁有人應佔														
		儲備														
	已發行 權益 人民幣 百萬元	股本儲備 人民幣 百萬元	股份支付 儲備 人民幣 百萬元	界定利益 計劃儲備的 重新計量 人民幣 百萬元	現金流量 對沖儲備 人民幣 百萬元	按公允 價值計入 其他 全面收益 的儲備 人民幣 百萬元	權益法 投資儲備 人民幣 百萬元	儲備基金 人民幣 百萬元	保留溢利 人民幣 百萬元	換算儲備的 匯兌差額 人民幣 百萬元	其他儲備 人民幣 百萬元	庫存股份 儲備 人民幣 百萬元	儲備總額 人民幣 百萬元	合計 人民幣 百萬元	非控股 權益 人民幣 百萬元	權益總額 人民幣 百萬元
於2024年1月1日(經審核)																
期內利潤																
期內其他全面(虧損)/收益																
一 界定利益計劃重新計量導致的變動				(2)									(2)			(2)
一 應佔聯營公司其他全面收益																
一 用於現金流量對沖的對沖工具公允價值變動之有效部分(稅後)						24							24			25
一 換算海外業務之匯兌差額																
一 指定為以公允價值計量且其變動計入其他全面收益的股權投資之公允價值變動(稅後)																(30)
期內全面(虧損)/收益總額				(2)	(31)					(200)			(31)	(200)	(2)	(202)
購買庫存股份																
確認按股份支付結算的權益			201									(467)	(467)	(467)		(467)
應付本公司擁有人股息													201	201		201
應付非控股權益的股息																(7,514)
其他變動		(57)													(14)	(14)
於2024年6月30日(未經審核)	9,438	21,912	1,986	144	(124)	1,208	(321)	4,841	71,415	726	10	(5,501)	96,296	105,734	2,850	108,584

中期簡明 綜合現金流量表

截至2024年6月30日止六個月

	附註	截至6月30日止六個月	
		2024年 人民幣百萬元 (未經審核)	2023年 人民幣百萬元 (未經審核) (經重列)
經營活動所得現金流量			
稅前利潤		12,739	11,114
調整項目：			
融資成本	8	1,217	884
利息收入	6	(943)	(645)
應佔聯營公司利潤及虧損		(1,022)	(1,079)
出售非流動資產的虧損淨額	6	10	25
以公允價值計量且其變動計入當期損益的金融資產／ 負債公允價值虧損／(收益)淨額	6	30	(31)
物業、廠房及設備折舊	7	2,376	2,166
使用權資產及投資物業折舊	7	564	599
其他無形資產及其他非流動資產攤銷	7	675	614
過時及滯銷存貨撥備淨額	7	432	500
貿易應收款項及應收票據之預期信貸虧損撥備淨額	7	127	175
預付款項、按金及其他應收款項及長期預付款項 預期信貸虧損撥備淨額	7	211	261
非流動資產及合約資產(撥回減值虧損)／減值 虧損淨額	7	(2)	11
以權益結算以股份為基礎之開支		201	391
營運資金變動前的經營現金流入		16,615	14,985
存貨(增加)／減少		(362)	2,061
貿易應收款項及應收票據、預付款項、按金及 其他應收款項及合約資產增加		(3,617)	(7,213)
貿易應付款項及應付票據、其他應付款項及 應計費用及合約負債減少		(4,072)	(1,427)
其他營運資金變動		(11)	(8)
經營所得現金		8,553	8,398
已收利息		798	411
已付所得稅		(1,533)	(2,019)
經營活動所得現金淨額		7,818	6,790

中期簡明綜合現金流量表

截至2024年6月30日止六個月

	截至6月30日止六個月		
	附註	2024年 人民幣百萬元 (未經審核)	2023年 人民幣百萬元 (未經審核) (經重列)
投資活動所得現金流量			
購買非流動資產付款		(3,892)	(3,728)
出售非流動資產所得款項		8	74
已收聯營公司股息		394	401
出售以攤銷成本計量的金融資產及以公允價值計量 且其變動計入當期損益的金融資產所得款項		9,619	5,124
購買以攤銷成本計量的金融資產及以公允價值計量 且其變動計入當期損益的金融資產付款		(13,608)	(6,297)
從以攤銷成本計量的金融資產及以公允價值計量 且其變動計入當期損益的金融資產的已收利息		84	66
其他投資現金流量		61	27
投資活動所用現金淨額		(7,334)	(4,333)
融資活動所得現金流量			
回購股份		(467)	(897)
借款所得款項		5,932	11,553
償還借款		(4,150)	(10,429)
租賃付款		(597)	(551)
已付利息		(1,160)	(809)
其他融資現金流量		251	(136)
融資活動所用現金淨額		(191)	(1,269)
現金及現金等價物增加淨額		293	1,188
期初現金及現金等價物		53,977	53,392
外幣匯率變動的影響淨額		(42)	482
期末現金及現金等價物		54,228	55,062

中期簡明綜合現金流量表

截至2024年6月30日止六個月

	截至6月30日止六個月		
	附註	2024年 人民幣百萬元 (未經審核)	2023年 人民幣百萬元 (未經審核) (經重列)
現金及現金等價物餘額分析			
非抵押現金及銀行餘額		34,700	23,022
定期存款		19,528	32,040
簡明綜合財務狀況表所載現金及現金等價物		54,228	55,062

中期簡明 綜合財務報表附註

截至2024年6月30日止六個月

1. 有關本集團的一般資料

海爾智家股份有限公司(下稱「**本公司**」)的前身為成立於1984年的青島電冰箱總廠。於1989年，在對青島電冰箱總廠改組的基礎上，以定向募集資金人民幣150百萬元的方式成立股份有限公司。於1993年轉為社會募集公司並向社會公眾額外發行50百萬股股份後，本公司A股於1993年11月在上海證券交易所上市。本公司D股於2018年12月在法蘭克福證券交易所上市，而H股則於2020年12月在香港聯合交易所有限公司上市。

本公司的註冊辦事處地址為山東省青島市嶗山區海爾科創生態園。

本公司董事認為，本公司的最終控股母公司是海爾集團公司(「**海爾集團**」)，於中華人民共和國註冊成立。

中期簡明綜合財務報表以本公司的功能貨幣人民幣(「**人民幣**」)呈列。除另有指明外，所有金額均已約整至最接近的百萬位(「**百萬元**」)。

本報告於2024年8月27日獲董事會批准刊發。

本公司主要從事家電的研發、生產及銷售工作，涉及冰箱／冷櫃、廚電、空調、洗衣設備、水家電及其他智慧家庭業務，以及提供智慧家庭全套化解決方案。

2.1 編製基準

本簡明綜合財務報表已根據國際會計準則理事會(「**國際會計準則理事會**」)發佈的《國際會計準則》第34號(「**國際會計準則**」第34號)「中期財務報告」及《香港聯合交易所有限公司證券上市規則》的適用披露規定編製。

2.2 主要會計政策

本簡明綜合財務報表乃根據歷史成本法編製，惟若干金融工具除外，該等金融工具按公允價值計量(如適用)。

除因本中期期間應用經修訂《國際財務報告準則》(「**國際財務報告準則**」)所產生的新增會計政策，以及應用與本集團相關的若干會計政策外，編製截至2024年6月30日止六個月之簡明綜合財務報表時採用之會計政策及計算方法與本集團截至2023年12月31日止年度之年度財務報表呈列所採用相同。

2.2 主要會計政策(續)

應用經修訂國際財務報告準則

於本中期期間，本集團已首次應用由國際會計準則理事會頒佈的以下經修訂《國際財務報告準則》，並於2024年1月1日開始的本集團年度期間強制生效，以編製本集團的簡明綜合財務報表：

《國際財務報告準則》第16號(修訂本)	售後回租的租賃負債
《國際會計準則》第1號(修訂本)	流動或非流動負債分類
《國際會計準則》第1號(修訂本)	附有契約條件的非流動負債
《國際會計準則》第7號及《國際財務報告準則》第7號(修訂本)	供應商融資安排

本中期期間應用經修訂《國際財務報告準則》於本期間及先前期間不會對本集團財務狀況及表現及／或該等簡明綜合財務報表所列披露造成重大影響。

3. 就共同控制業務的業務合併使用合併會計法

於2023年12月，本公司附屬公司鄭州海爾新能源科技有限公司(「**新能源科技**」)與海爾集團附屬公司青島海爾產業發展有限公司(「**海爾產業**」)訂立鄭州海永新企業管理有限公司(「**海永新企業**」)股權轉讓協議，據此，新能源科技同意收購及海爾產業同意出售海永新企業100%股權，代價約為人民幣25百萬元。於2023年12月31日，該交易已完成。

由於轉讓協議完成前後，本公司及海永新企業均由海爾集團最終控制，收購海永新企業已使用合併會計原則入賬。

本集團截至2023年6月30日止期間之簡明綜合損益及其他全面收益表、簡明綜合權益變動表及簡明綜合現金流量表包括其時組成本集團的所有公司及海永新企業的業績、權益變動及現金流量，猶如本集團緊隨股權轉讓完成後的企業架構於截至2023年6月30日止期間或自其各自的收購、註冊成立或註冊日期以來(以較短者為準)一直存在。

本集團先前呈報的收入、稅前溢利及本公司擁有人應佔期內溢利、資產淨值、儲備及權益總額並無因共同控制下的業務合併的合併會計法而作出重大調整。

4. 經營分類資料

就分配資源及評估分部表現而向董事(即主要經營決策者「**主要經營決策者**」)所呈報的資料主要針對所交付或提供的產品或服務的類型。

就分部報告而言，該等獨立經營分部已匯總為一個可呈報分部。就管理而言，本集團按其產品及服務設立業務部門。

誠如去年年度財務報表所披露，本集團已更新分部報告，透過合併國內及海外業務，配合本集團全球化家電企業的定位反映其全球化管理目標。本集團管理層已開始根據新架構審視業務資料，我們亦已按照本集團管理和監察分部表現的方式更新分部報告。截至2023年6月30日止六個月的經營分部資料已相應地重新分類。

根據《國際財務報告準則》第8號，本集團的可呈報分部具體如下：

(i) 家庭美食保鮮烹飪解決方案

- 冰箱／冷櫃產品的生產與銷售；
- 廚電產品的生產與銷售；

(ii) 空氣能源解決方案

- 空調產品的生產與銷售；

(iii) 家庭衣物洗護方案

- 洗衣機及乾衣機產品的生產與銷售；

(iv) 全屋用水解決方案

- 熱水器及淨水產品等水家電的生產與銷售；及

(v) 其他業務

- 包括渠道分銷、裝備部品、生活小家電及其他。

除未分配的公司資產(主要包括商譽、於聯營公司的權益以及現金及現金等價物)以外，所有資產均分配至經營分部；及

除未分配的公司負債(主要包括計息借款、其他應付款項及應計費用及遞延稅項負債)以外，所有負債均分配至經營分部。

分部間銷售指分部間提供的產品及服務。分部業績已在分部間成本徵收抵銷後得出。

4. 經營分類資料(續)

以下為本集團按可呈報分部劃分的收入及業績分析：

截至2024年6月30日止六個月

	家庭美食保鮮烹飪解決方案						總計 人民幣百萬元 (未經審核)
	冰箱/冷櫃 業務	廚電業務	空氣能源 解決方案	家庭衣物 洗滌方案	全屋用水 解決方案	其他業務	
	人民幣百萬元 (未經審核)	人民幣百萬元 (未經審核)	人民幣百萬元 (未經審核)	人民幣百萬元 (未經審核)	人民幣百萬元 (未經審核)	人民幣百萬元 (未經審核)	
分部收入							
來自外部客戶的分部收入	41,023	20,228	29,075	29,602	8,011	7,682	135,621
分部間收入	105	47	160	135	95	42,584	43,126
合計	41,128	20,275	29,235	29,737	8,106	50,266	178,747
對賬：							
分部間抵銷							(43,126)
合計							135,621
分部業績	3,539	1,800	1,693	3,090	1,195	64	11,381
對賬：							
分部間業績抵銷							45
							11,426
企業及其他未分配收入及 損益							1,663
企業及其他未分配開支							(155)
融資成本							(1,217)
應佔聯營公司利潤及虧損							1,022
稅前溢利							12,739

中期簡明綜合財務報表附註

截至2024年6月30日止六個月

4. 經營分類資料(續)

截至2023年6月30日止六個月(經重列)

	家庭美食保鮮烹飪解決方案						總計 人民幣百萬元 (未經審核)
	冰箱/冷櫃 業務	廚電業務	空氣能源 解決方案	家庭衣物 洗滌方案	全屋用水 解決方案	其他業務	
	人民幣百萬元 (未經審核)	人民幣百萬元 (未經審核)	人民幣百萬元 (未經審核)	人民幣百萬元 (未經審核)	人民幣百萬元 (未經審核)	人民幣百萬元 (未經審核)	
分部收入							
來自外部客戶的分部收入	40,321	20,187	28,061	28,248	7,548	7,251	131,616
分部間收入	84	19	115	66	59	37,612	37,955
合計	40,405	20,206	28,176	28,314	7,607	44,863	169,571
對賬：							
分部間抵銷							(37,955)
合計							131,616
分部業績	2,955	1,657	1,226	2,557	1,005	40	9,440
對賬：							
分部間業績抵銷							75
企業及其他未分配收入及 損益							9,515
企業及其他未分配開支							1,499
融資成本							(95)
應佔聯營公司利潤及虧損							(884)
應佔聯營公司利潤及虧損							1,079
稅前溢利							11,114

4. 經營分類資料(續)

於2024年6月30日

	家庭美食保鮮烹飪解決方案						總計 人民幣百萬元 (未經審核)
	冰箱/冷櫃 業務 人民幣百萬元 (未經審核)	廚電業務 人民幣百萬元 (未經審核)	空氣能源 解決方案 人民幣百萬元 (未經審核)	家庭衣物 洗滌方案 人民幣百萬元 (未經審核)	全屋用水 解決方案 人民幣百萬元 (未經審核)	其他業務 人民幣百萬元 (未經審核)	
分部資產	52,006	22,655	30,997	32,009	7,476	74,888	220,031
對賬：							
分部資產抵銷							(91,386)
商譽							24,342
於聯營公司的權益							26,038
指定為以公允價值計量且 其變動計入其他全面 收益的股權投資							6,282
遞延稅項資產							1,782
以公允價值計量且其變動 計入當期損益的 金融資產							1,067
以攤銷成本計量的 金融資產							16,377
衍生金融工具							87
已抵押存款							369
使用用途受限的其他資金							108
現金及現金等價物							54,228
預付款項、按金 及其他應收款項							2,925
資產總值							262,250
分部負債	69,941	13,849	25,759	17,757	5,907	68,216	201,429
對賬：							
分部負債抵銷							(91,285)
應納稅款							2,222
其他應付款項及應計費用							8,971
衍生金融工具							192
計息借款							30,067
遞延稅項負債							1,969
其他非流動負債							101
負債總額							153,666

中期簡明綜合財務報表附註

截至2024年6月30日止六個月

4. 經營分類資料(續)

於2023年12月31日

	家庭美食保鮮烹飪解決方案						總計 人民幣百萬元 (經審核)
	冰箱/冷櫃 業務 人民幣百萬元 (經審核)	廚電業務 人民幣百萬元 (經審核)	空氣能源 解決方案 人民幣百萬元 (經審核)	家庭衣物 洗護方案 人民幣百萬元 (經審核)	全屋用水 解決方案 人民幣百萬元 (經審核)	其他業務 人民幣百萬元 (經審核)	
分部資產	46,387	21,182	23,095	31,083	6,974	72,346	201,067
對賬：							
分部資產抵銷							(74,984)
商譽							24,290
於聯營公司的權益							25,547
指定為以公允價值計量且 其變動計入其他全面 收益的股權投資							6,404
遞延稅項資產							1,806
以公允價值計量且其變動 計入當期損益的 金融資產							954
以攤銷成本計量的金融資產							10,722
衍生金融工具							68
已抵押存款							448
使用用途受限的其他資金							61
現金及現金等價物							53,977
預付款項、按金 及其他應收款項							3,020
資產總值							253,380
分部負債	61,738	12,928	22,560	18,456	5,952	67,123	188,757
對賬：							
分部負債抵銷							(74,838)
應納稅款							1,556
其他應付款項及應計費用							1,286
衍生金融工具							169
計息借款							28,396
遞延稅項負債							2,028
其他非流動負債							114
負債總額							147,468

4. 經營分類資料(續)

截至2024年6月30日止六個月

	家庭美食保鮮烹飪解決方案						
	冰箱/冷櫃業務		空氣能源解決方案	家庭衣物洗滌方案	全屋用水解決方案	其他業務	總計
	人民幣百萬元 (未經審核)	人民幣百萬元 (未經審核)	人民幣百萬元 (未經審核)	人民幣百萬元 (未經審核)	人民幣百萬元 (未經審核)	人民幣百萬元 (未經審核)	人民幣百萬元 (未經審核)
其他分部資料：							
產品保修計提	1,124	311	693	855	354	—	3,337
過時及滯銷存貨撥備/(撥備撥回)淨額	155	26	28	136	88	(1)	432
貿易應收款項及應收票據之預期信貸虧損撥備淨額	43	22	5	27	—	30	127
預付款項、按金及其他應收款項以及長期預付款項之預期信貸虧損撥備/(撥回)淨額	142	10	(3)	22	47	(7)	211
出售非流動資產的虧損/(收益)淨額	2	3	2	2	2	(1)	10
折舊及攤銷	960	722	397	877	166	493	3,615

截至2023年6月30日止六個月(經重列)

	家庭美食保鮮烹飪解決方案						
	冰箱/冷櫃業務		空氣能源解決方案	家庭衣物洗滌方案	全屋用水解決方案	其他業務	總計
	人民幣百萬元 (未經審核)	人民幣百萬元 (未經審核)	人民幣百萬元 (未經審核)	人民幣百萬元 (未經審核)	人民幣百萬元 (未經審核)	人民幣百萬元 (未經審核)	人民幣百萬元 (未經審核)
其他分部資料：							
產品保修計提	1,192	264	777	898	390	—	3,521
過時及滯銷存貨撥備/(撥備撥回)淨額	179	(4)	68	145	95	17	500
貿易應收款項及應收票據之預期信貸虧損撥備淨額	30	9	72	24	7	33	175
預付款項、按金及其他應收款項以及長期預付款項之預期信貸虧損撥備/(撥回)淨額	154	10	15	42	43	(3)	261
出售非流動資產的虧損/(收益)淨額	11	15	3	(5)	—	1	25
折舊及攤銷	1,000	704	339	775	155	406	3,379

中期簡明綜合財務報表附註

截至2024年6月30日止六個月

4. 經營分類資料(續)

地域資料

(a) 來自外部客戶的收入

	截至6月30日止六個月	
	2024年 人民幣百萬元 (未經審核)	2023年 人民幣百萬元 (未經審核) (經重列)
中國內地	64,797	63,313
北美	39,079	39,133
歐洲	14,505	13,278
南亞	6,542	5,955
澳大利亞及新西蘭	3,225	2,950
東南亞	3,492	3,107
日本	1,827	1,947
中東及非洲	1,474	1,163
其他國家／地區	680	770
	135,621	131,616

收入資料乃按客戶所在地劃分。

與海外銷售相關的收入應於相應司法管轄區繳納相關稅款(如有)。

(b) 非流動資產

	2024年 6月30日 人民幣百萬元 (未經審核)	2023年 12月31日 人民幣百萬元 (經審核)
	中國內地	22,971
其他國家／地區	31,488	31,152
	54,459	53,520
於聯營公司的權益	26,038	25,547
商譽	24,342	24,290
指定為以公允價值計量且其變動計入其他全面收益的 股權投資	6,282	6,404
按攤銷成本計量之金融資產	14,830	9,192
遞延稅項資產	1,782	1,806
	127,733	120,759

上述非流動資產資料乃按資產所在地劃分，且不包括於聯營公司的權益、商譽、指定為以公允價值計量且其變動計入其他全面收益的股權投資、按攤銷成本計量之金融資產及遞延稅項資產。

4. 經營分類資料(續) 有關主要客戶的資料

於截至2024年及2023年止期間，本集團單一客戶貢獻的收入概無佔本集團總收入的10%或以上。

5. 收入

客戶合約收入分析如下：

	截至6月30日止六個月	
	2024年 人民幣百萬元 (未經審核)	2023年 人民幣百萬元 (未經審核) (經重列)
銷售商品	135,566	131,520
提供勞務	55	96
	135,621	131,616

	截至6月30日止六個月	
	2024年 人民幣百萬元 (未經審核)	2023年 人民幣百萬元 (未經審核) (經重列)
銷售商品		
— 某時間點	135,566	131,520
提供勞務		
— 某時間點	23	35
— 某時間段	32	61
	135,621	131,616

所有收入合同均為期一年或以下。根據《國際財務報告準則》第15號的批准，分配予未履行或部分履行的合約的交易價格不予公開。

有關本集團於《國際財務報告準則》第15號項下履約義務的資料概述如下：

銷售商品

該項履約義務乃通過交付商品履行，而付款一般於自交付起計30至90天內到期支付，惟新客戶通常須提前付款。若干合約向客戶提供退貨權及數量回扣，從而使可變對價受到限制。

提供勞務

該項履約義務乃於提供勞務的某段時間或時間點或於客戶取得獨特服務之控制權時履行，而客戶一般於30至90天內到期支付。勞務合約的期限為一年或以下，或根據發生時間開具賬單。

中期簡明綜合財務報表附註

截至2024年6月30日止六個月

6. 其他收益淨額

其他收益淨額分析如下：

	截至6月30日止六個月	
	2024年 人民幣百萬元 (未經審核)	2023年 人民幣百萬元 (未經審核)
庫存及投資收入：		
來自下列各項的利息收入		
銀行	893	597
理財產品	30	30
其他	20	18
購買付款折扣	62	59
	1,005	704
自供應商收取的補償	24	18
出售非流動資產虧損淨額	(10)	(25)
政府補助(附註)	555	601
以公允價值計量且其變動計入當期損益的金融資產／負債 公允價值(虧損)／收益淨額	(30)	31
外匯收益淨額	263	288
雜項收入	37	73
	1,844	1,690

附註：

本公司附屬公司經營所在中國內地若干地區的投資項目以及本集團技術進步項目已獲得各項政府補助。該等補助概無涉及任何未達成條件或或有事項。

7. 除稅前溢利

本集團除稅前溢利已扣除／(計入)下列各項：

	截至6月30日止六個月	
	2024年 人民幣百萬元 (未經審核)	2023年 人民幣百萬元 (未經審核) (經重列)
已售存貨成本	94,363	91,824
過時及滯銷存貨撥備淨額(附註(a))	432	500
服務成本	42	76
	94,837	92,400
物業、廠房及設備折舊	2,376	2,166
使用權資產及投資物業折舊	564	599
其他無形資產及其他非流動資產攤銷	675	614
貿易應收款項及應收票據之預期信貸虧損撥備淨額 (附註(b))	127	175
預付款項、按金及其他應收款項以及長期預付款項之 預期信貸虧損撥備淨額(附註(b))	211	261
非流動資產及合約資產(撥回減值虧損)／減值虧損淨值 (附註(b))	(2)	11
研發成本	5,089	5,026
產品保修計提	3,337	3,521

附註：

- (a) 期內過時及滯銷存貨計提淨額已列入簡明綜合損益及其他全面收益表「銷售成本」內。
- (b) 已於簡明綜合損益及其他全面收益表列入「行政費用」內。

8. 融資成本

融資成本分析如下：

	截至6月30日止六個月	
	2024年 人民幣百萬元 (未經審核)	2023年 人民幣百萬元 (未經審核)
借貸利息	859	606
租賃負債利息	86	54
其他融資成本	272	224
	1,217	884

9. 所得稅開支

	截至6月30日止六個月	
	2024年 人民幣百萬元 (未經審核)	2023年 人民幣百萬元 (未經審核) (經重列)
即期稅項		
期內支出	2,199	1,879
遞延稅項(收入)/開支	(67)	191
期內稅項支出總額	2,132	2,070

根據《中華人民共和國企業所得稅法》(「《企業所得稅法》」)及《企業所得稅法實施條例》，中國內地附屬公司的稅率為25%。於截至2024年及2023年6月30日止期間，本集團若干中國內地附屬公司獲批為高新技術企業，須按優惠企業所得稅稅率15%納稅。

海外稅項按相關司法權區當前稅率就期內估計應課稅利潤計算。

經合組織支柱二規則範本

經濟合作與發展組織(「經合組織」)於2021年12月公佈支柱二規則範本，規定司法管轄區可頒佈國內稅法(「支柱二立法」)，以全球商定的共同方法實施支柱二規則範本。支柱二立法適用於支柱二規則範本範圍內的跨國集團成員，而本集團屬於該範圍。只要按支柱二規則範本在司法管轄區確定的實際稅率低於15%的最低稅率，就會對在某一司法管轄區產生的利潤徵收附加稅。

9. 所得稅開支(續)

經合組織支柱二規則範本(續)

本集團已根據不同司法管轄區引入的支柱二規則範本檢討其公司架構，並聘請外部稅務專家評估其稅務風險。於2024年6月30日，本集團主要在中國內地經營業務，儘管相關立法尚未實質頒佈或頒佈，但未來可能存在支柱二所得稅風險。倘立法在截至2024年及2023年6月30日止六個月生效，預計本集團的所得稅不會有重大差異。此外，本公司若干附屬公司位於支柱二立法已頒佈或實質頒佈但尚未生效的司法管轄區。截至2024年6月30日止六個月，本集團於該等司法管轄區並無相關即期稅項風險。截至2024年及2023年6月30日止六個月，本集團並無就支柱二所得稅確認任何即期稅項或遞延稅項。

10. 股息

本公司股東於2024年6月20日的股東週年大會上，批准就截至2023年12月31日止年度派發末期股息每10股人民幣8.04元(如本公司日期為2024年7月5日的公告所述，進一步調整至每10股人民幣8.0131元)。末期股息折合約人民幣7,471百萬元，已於2024年8月16日派發給2024年7月19日名列本公司股東名冊的股東。

董事不建議就截至2024年6月30日止六個月派發任何中期股息(截至2023年6月30日止六個月：無)。

11. 本公司普通股股東應佔每股盈利

每股基本盈利之金額乃根據期內本公司擁有人應佔溢利及期內已發行普通股加權平均數計算(經調整以剔除回購的股份)。

每股攤薄盈利之金額乃根據本公司擁有人應佔溢利計算，計算所用之普通股加權平均數乃用於計算每股基本盈利時所用之期內已發行普通股數目，以及假設視作行使或兌換所有潛在攤薄普通股為普通股而無償發行之普通股加權平均數。

每股基本及攤薄盈利按以下各項計算：

	截至6月30日止六個月	
	2024年 人民幣百萬元 (未經審核)	2023年 人民幣百萬元 (未經審核) (經重列)
盈利		
用於計算每股基本盈利之本公司擁有人應佔溢利	10,420	8,963

中期簡明綜合財務報表附註

截至2024年6月30日止六個月

11. 本公司普通股股東應佔每股盈利(續)

每股基本及攤薄盈利按以下各項計算：

	截至6月30日止六個月	
	2024年 (未經審核)	2023年 (未經審核)
股份數目		
用於計算每股基本盈利之普通股加權平均數	9,218,228,718	9,288,914,698
潛在攤薄普通股的影響：		
股份獎勵	61,431,976	58,792,857
股票期權	4,998,590	719,003
用於計算每股攤薄盈利之期內已發行普通股加權平均數	9,284,659,284	9,348,426,558

12. 關聯方交易

(a) 期內，除此等簡明綜合財務報表其他部分詳述之交易外，本集團與本集團之關聯方(及其聯屬公司)曾進行以下重大交易：

關係	交易性質	截至6月30日止六個月	
		2024年 人民幣百萬元 (未經審核)	2023年 人民幣百萬元 (未經審核)
聯營公司	銷售貨品及服務	1,185	1,711
	購買貨品及服務	9,997	7,135
	利息收入	440	354
	服務費	4	8
海爾聯屬公司 (附註)	銷售貨品及服務	764	864
	購買貨品及服務	9,557	9,278
	其他服務費開支	57	49

以上交易乃根據訂約方相互協定之條款及條件進行。

12. 關聯方交易(續)

(a) (續)

於2024年6月30日，本集團的現金及現金等價物、按攤銷成本計量的金融資產、預付款項、按金及其他應收款項以及衍生金融工具包括存放於海爾集團財務有限責任公司的結餘分別為人民幣21,057百萬元、人民幣13,078百萬元、人民幣622百萬元及人民幣2百萬元(2023年12月31日：人民幣26,277百萬元、人民幣7,464百萬元、人民幣602百萬元及人民幣10百萬元)，該公司為本集團的聯營公司，並經中國人民銀行獲批的金融機構。

於2024年6月30日，本集團之預付款項、按金及其他應收款項包括應收海爾聯屬公司款項約人民幣152百萬元(2023年12月31日：人民幣146百萬元)，以及應收聯營公司款項約人民幣37百萬元(2023年12月31日：人民幣23百萬元)。

於2024年6月30日，本集團之其他應付款項及應計項目包括應付海爾聯屬公司款項約人民幣1,561百萬元(2023年12月31日：人民幣1,531百萬元)、應付聯營公司款項約人民幣85百萬元(2023年12月31日：人民幣45百萬元)以及應付控股股東的股息約人民幣2,113百萬元(2023年12月31日：無)。

附註：

海爾聯屬公司包括海爾集團的附屬公司。

(b) 本集團主要管理人員(包括本公司董事、最高行政人員及監事)之薪酬：

	截至6月30日止六個月	
	2024年 人民幣百萬元 (未經審核)	2023年 人民幣百萬元 (未經審核)
短期僱員福利	13,648	7,934
離職後福利	917	890
股份支付	31,682	23,109
已付主要管理人員之薪酬總額	46,247	31,933

13. 物業、廠房及設備

截至2024年6月30日止六個月，本集團購置人民幣3,052百萬元(截至2023年6月30日止六個月：人民幣2,845百萬元)的物業、廠房及設備。本集團出售賬面值為人民幣112百萬元(截至2023年6月30日止六個月：人民幣90百萬元)的物業、廠房及設備，產生出售虧損人民幣5百萬元(截至2023年6月30日止六個月：人民幣34百萬元)。

14. 存貨

	2024年 6月30日 人民幣百萬元 (未經審核)	2023年 12月31日 人民幣百萬元 (經審核)
原材料	5,136	5,665
在產品	117	48
成品	34,200	33,811
	39,453	39,524

15. 貿易應收款項及應收票據

	2024年 6月30日 人民幣百萬元 (未經審核)	2023年 12月31日 人民幣百萬元 (經審核)
貿易應收款項	24,344	21,677
減：預期信貸虧損(「預期信貸虧損」)撥備	(826)	(1,408)
貿易應收款項淨額	23,518	20,269
應收票據	7,152	8,626
減：預期信貸虧損撥備	(5)	(5)
應收票據淨額	7,147	8,621
合計	30,665	28,890

本集團與其客戶之間的貿易條款以信貸為主，惟新客戶例外，通常新客戶須預付款項。信貸期通常為30至90天。各客戶均有信貸上限。本集團致力於嚴謹監控尚未收回應收款以減低信貸風險。逾期結餘由高級管理層定期審閱。鑒於上文所述以及本集團貿易應收款項與眾多不同客戶有關的事實，故並無重大集中的信貸風險。本集團並無就其貿易應收款項結餘持有任何抵押品或其他信貸提升條件。貿易應收款項並不計息。

15. 貿易應收款項及應收票據(續)

於報告期末基於發票日期的貿易應收款項(扣除預期信貸虧損)之賬齡分析如下：

	2024年 6月30日 人民幣百萬元 (未經審核)	2023年 12月31日 人民幣百萬元 (經審核)
一至三個月	21,572	17,882
三個月至一年	1,343	1,805
一至兩年	407	405
兩至三年	138	120
三年以上	58	57
	23,518	20,269

於2024年6月30日，計入本集團之貿易應收款項及應收票據為應收海爾聯屬公司款項約人民幣643百萬元(2023年12月31日：人民幣687百萬元)，以及應收聯營公司款項約人民幣793百萬元(2023年12月31日：人民幣1,241百萬元)。

於2024年6月30日，本集團應收票據約人民幣4,346百萬元(2023年12月31日：人民幣4,357百萬元)已質押作本集團應付票據的抵押。本集團應收票據約人民幣零元(2023年12月31日：人民幣33百萬元)及貿易應收款項約人民幣零百萬元(2023年12月31日：人民幣1百萬元)已質押作本集團貸款的抵押。

16. 貿易應付款項及應付票據

	2024年 6月30日 人民幣百萬元 (未經審核)	2023年 12月31日 人民幣百萬元 (經審核)
貿易應付款項	47,200	47,062
應付票據	23,389	22,216
	70,589	69,278

於報告期末基於發票日期的貿易應付款項及應付票據之賬齡分析如下：

	2024年 6月30日 人民幣百萬元 (未經審核)	2023年 12月31日 人民幣百萬元 (經審核)
一年以內	69,957	68,726
一至兩年	269	279
兩至三年	160	114
三年以上	203	159
	70,589	69,278

貿易應付款項及應付票據不計利息，並一般按介乎30至180天之信貸期償還。

於2024年6月30日，計入本集團之貿易應付款項及應付票據為應付海爾聯屬公司款項約人民幣1,802百萬元(2023年12月31日：人民幣1,847百萬元)，以及應付聯營公司款項約人民幣1,940百萬元(2023年12月31日：人民幣1,457百萬元)。

於2024年6月30日，本集團之應付票據以本集團之銀行存款約人民幣270百萬元(2023年12月31日：人民幣407百萬元)及本集團之應收票據約人民幣4,346百萬元(2023年12月31日：人民幣4,357百萬元)的質押作抵押。

17. 計息借款

計息借款的賬面值分析如下：

	2024年 6月30日 人民幣百萬元 (未經審核)	2023年 12月31日 人民幣百萬元 (經審核)
即期		
銀行貸款 — 無擔保	11,884	10,360
銀行貸款 — 有擔保	14	48
	11,898	10,408
非即期		
銀行貸款 — 無擔保	18,140	17,973
銀行貸款 — 有擔保	29	15
	18,169	17,988
	30,067	28,396
無擔保	30,024	28,333
有擔保	43	63
	30,067	28,396
分析為：		
應償還貸款：		
一年期或即期	11,898	10,408
第二年	15,603	13,014
第三年至第五年(包含首尾兩年)	2,026	4,876
五年以上	540	98
	30,067	28,396

本集團的若干貸款以本集團於2024年6月30日之貿易應收款項及應收票據約人民幣零元(2023年12月31日：人民幣34百萬元)的質押作抵押。

中期簡明綜合財務報表附註

截至2024年6月30日止六個月

18. 股本

於截至2024年6月30日及2023年12月31日止期間，本公司已發行股本的變動如下：

	H股 百萬股	D股 百萬股	A股 百萬股	股份總數 百萬股	股本 人民幣百萬元
於2023年1月1日(經審核)	2,867	271	6,309	9,447	9,447
股份購回及註銷(附註a)	(9)	—	—	(9)	(9)
於2023年12月31日 (經審核)、2024年 1月1日及2024年 6月30日(未經審核)	2,858	271	6,309	9,438	9,438

附註：

- (a) 截至2023年12月31日止年度，本公司按代價約199百萬港元購回合共8,483,600股H股，其後均已註銷。
- (b) 所有已發行股份面值均為人民幣1元。

19. 金融工具分類

各類金融工具之賬面值如下：

金融資產

於2024年6月30日（未經審核）

	以公允價值計量 且其變動計入 當期損益的 金融資產 人民幣百萬元	以公允價值計量 且其變動計入 其他全面收益的 金融資產 人民幣百萬元	指定為對沖工具 之衍生工具 人民幣百萬元	以攤銷成本計量 的金融資產 人民幣百萬元	合計 人民幣百萬元
指定為以公允價值計量且其變動計入 其他全面收益的股權投資	—	6,282	—	—	6,282
貿易應收款項及應收票據	—	—	—	30,665	30,665
計入按金及其他應收款項的金融資產	—	—	—	4,990	4,990
以公允價值計量且其變動計入當期損益 的金融資產	1,067	—	—	—	1,067
以攤銷成本計量的金融資產	—	—	—	16,377	16,377
衍生金融工具	—	—	87	—	87
已抵押存款	—	—	—	369	369
使用用途受限的其他資金	—	—	—	108	108
現金及現金等價物	—	—	—	54,228	54,228
	1,067	6,282	87	106,737	114,173

於2023年12月31日（經審核）

	以公允價值計量 且其變動計入 當期損益的 金融資產 人民幣百萬元	以公允價值計量 且其變動計入 其他全面收益的 金融資產 人民幣百萬元	指定為對沖工具 之衍生工具 人民幣百萬元	以攤銷成本計量 的金融資產 人民幣百萬元	合計 人民幣百萬元
指定為以公允價值計量且其變動計入 其他全面收益的股權投資	—	6,404	—	—	6,404
貿易應收款項及應收票據	—	—	—	28,890	28,890
計入按金及其他應收款項的金融資產	—	—	—	4,914	4,914
以公允價值計量且其變動計入當期損益 的金融資產	954	—	—	—	954
以攤銷成本計量的金融資產	—	—	—	10,722	10,722
衍生金融工具	—	—	68	—	68
已抵押存款	—	—	—	448	448
使用用途受限的其他資金	—	—	—	61	61
現金及現金等價物	—	—	—	53,977	53,977
	954	6,404	68	99,012	106,438

中期簡明綜合財務報表附註

截至2024年6月30日止六個月

19. 金融工具分類(續)

金融負債

於2024年6月30日(未經審核)

	指定為對沖 工具之 衍生工具 人民幣百萬元	以攤銷成本 計量的 金融負債 人民幣百萬元	合計 人民幣百萬元
貿易應付款項及應付票據	—	70,589	70,589
計入其他應付款項及應計費用的 金融負債	—	31,912	31,912
衍生金融工具	192	—	192
計息借款	—	30,067	30,067
其他非流動負債	—	101	101
租賃負債	—	4,797	4,797
	192	137,466	137,658

於2023年12月31日(經審核)

	指定為對沖 工具之 衍生工具 人民幣百萬元	以攤銷成本 計量的 金融負債 人民幣百萬元	合計 人民幣百萬元
貿易應付款項及應付票據	—	69,278	69,278
計入其他應付款項及應計費用的 金融負債	—	25,092	25,092
衍生金融工具	169	—	169
計息借款	—	28,396	28,396
其他非流動負債	—	114	114
租賃負債	—	4,327	4,327
	169	127,207	127,376

20. 金融工具之公允價值及公允價值等級

本集團管理層負責釐定金融工具公允價值計量的政策及程序。於各報告日期，管理層分析金融工具的價值變動並釐定估值中適用的主要參數。估值過程及結果會與管治層每年進行兩次討論，以作出中期及年度財務申報。

下表提供有關按公允價值計量的輸入數據的可觀測程度如何釐定該等金融資產及金融負債之公允價值(特別是所使用的估值技術及輸入數據)，及公允價值計量所劃分之公允價值等級(第一級至第三級)之資料。

- 第一級公允價值計量按活躍市場中可識別資產或負債之未調整報價釐定；
- 第二級公允價值計量為除第一級的報價外，按資產或負債直接(即價格)或間接(即自價格衍生)觀察所得之數據釐定；及
- 第三級公允價值計量按並非根據可觀察市場數據(無法觀察輸入數據)之資產或負債的估值技術計算。

管理層估計按攤銷成本列賬之金融工具之賬面值與其公允價值相若。

管理層已評估，現金及現金等價物、已抵押存款、使用用途受限的其他資金、以攤銷成本計量的若干其他金融資產、貿易應收款項及應收票據、其他應收款項、貿易應付款項及應付票據及其他應付款項之公允價值與該等工具之賬面值相若，主要是因為該等工具於短期內到期。

金融資產及負債之公允價值乃按有關工具在交易雙方在自願而非受脅迫或清盤銷售的情況下進行交易而轉手的金額入賬。下列方法及假設乃用於估計其公允價值：

指定為以公允價值計量且其變動計入其他全面收益之非上市權益投資之公允價值，使用市場估值技術基於並無可觀察之市價或費率支持之假定作出估計。估值要求管理層根據行業及營業地點確定可資比較上市公司(同行)，計算所識別的各可資比較公司的適當價格倍數，例如市盈率及市售率。倍數按可資比較公司的企業價值除以盈利度量計算。出於可資比較公司之間流動性不足及規模差異等考慮，交易倍數隨後基於公司具體的實際情況予以折讓。折讓倍數用於相應非上市權益投資的盈利度量，以計算公允價值。管理層認為，採用估值技術得出，並於簡明綜合財務狀況表列賬的估計公允價值，以及於其他全面收益列賬的公允價值的相關變動乃屬合理，且於報告期末屬最佳值。指定為以公允價值計量且其變動計入其他全面收益的餘下非上市權益投資的公允價值乃按其各自的最新可用的交易價格釐定。

20. 金融工具之公允價值及公允價值等級 (續)

本集團投資非上市投資(即中國內地銀行發行的以公允價值計量且其變動計入當期損益的金融資產包括的指定以公允價值計量且其變動計入其他全面收益的股權投資及理財產品)。本集團通過使用以條款及風險類似的工具的市場利率為基準的貼現現金流量估值模式估計該等非上市投資的公允價值。

應收票據及計息借款的公允價值通過採用條款、信貸風險及剩餘期限相若的工具現時可獲得的貼現率貼現預期未來現金流量計算得出。本集團自身對計息借款的不履約風險被評估為極低。金融工具的賬面值與公允價值合理相若。

下列各表說明本集團金融工具的公允價值計量等級：

按公允價值計量的資產

於2024年6月30日(未經審核)

	第一級 人民幣百萬元	第二級 人民幣百萬元	第三級 人民幣百萬元	合計 人民幣百萬元
指定為以公允價值計量且其變動計入其他全面收益的股權投資	21	—	6,261	6,282
以公允價值計量且其變動計入當期損益的金融資產	365	606	96	1,067
衍生金融工具	—	87	—	87
	386	693	6,357	7,436

於2023年12月31日(經審核)

	第一級 人民幣百萬元	第二級 人民幣百萬元	第三級 人民幣百萬元	合計 人民幣百萬元
指定為以公允價值計量且其變動計入其他全面收益的股權投資	20	—	6,384	6,404
以公允價值計量且其變動計入當期損益的金融資產	370	488	96	954
衍生金融工具	—	68	—	68
	390	556	6,480	7,426

20. 金融工具之公允價值及公允價值等級 (續)

按公允價值計量的負債

於2024年6月30日 (未經審核)

	第一級 人民幣百萬元	第二級 人民幣百萬元	第三級 人民幣百萬元	合計 人民幣百萬元
衍生金融工具	—	192	—	192

於2023年12月31日 (經審核)

	第一級 人民幣百萬元	第二級 人民幣百萬元	第三級 人民幣百萬元	合計 人民幣百萬元
衍生金融工具	—	169	—	169

金融資產	於2024年6月30日 之公允價值 (未經審核)	於2023年12月31日 之公允價值 (經審核)	公允價值 等級	估值技術	範圍	重大不可觀察 輸入數據	公允價值對輸入數據的敏感度
指定為以公允價值計量且其變動計入其他全面收益的股權投資—中國石化銷售股份有限公司	人民幣1,861百萬元	人民幣1,986百萬元	第三級	市場法	2024年6月30日： 38.24-39.01 2023年12月31日： 37.38-38.14	同行的平均市盈率倍數	可資比較公司的平均市盈率倍數增加(減少)1%將導致公允價值增加(減少)2024年6月30日：人民幣18.6百萬元(人民幣18.6百萬元)2023年12月31日：人民幣19.9百萬元(人民幣19.9百萬元)
					2024年6月30日： 24.55%-26.55% 2023年12月31日： 25.23%-27.23%	缺乏市場流通性折讓	缺乏市場流通性增加(減少)1%將導致公允價值減少(增加)2024年6月30日：人民幣25百萬元(人民幣25百萬元)2023年12月31日：人民幣26.9百萬元(人民幣26.9百萬元)
指定為以公允價值計量且其變動計入其他全面收益的股權投資—卡奧斯物聯科技股份有限公司	人民幣2,817百萬元	人民幣2,817百萬元	第三級	市場法	2024年6月30日： 2.93-2.99 2023年12月31日： 2.93-2.99	同行的企業價值對銷售額倍數	可資比較公司的企業價值對銷售額倍數增加(減少)1%將導致公允價值增加(減少)2024年6月30日：人民幣21.3百萬元(人民幣21.3百萬元)2023年12月31日：人民幣21.3百萬元(人民幣21.3百萬元)
					2024年6月30日： 27.46%-29.46% 2023年12月31日： 27.46%-29.46%	缺乏市場流通性折讓	缺乏市場流通性增加(減少)1%將導致公允價值減少(增加)2024年6月30日：人民幣29.4百萬元(人民幣29.4百萬元)2023年12月31日：人民幣29.4百萬元(人民幣29.4百萬元)

中期簡明綜合財務報表附註

截至2024年6月30日止六個月

20. 金融工具之公允價值及公允價值等級(續)

金融資產/金融負債	於2024年6月30日 之公允價值 (未經審核)	於2023年12月31日 之公允價值 (經審核)	公允價值 等級	估值技術
以公允價值計量且其變動計入當期損益的金融資產 — 理財產品	資產 — 人民幣606百萬元	資產 — 人民幣488百萬元	第二級	貼現現金流量
衍生金融工具 — 外匯遠期合同	資產 — 人民幣79百萬元 及負債 — 人民幣192 百萬元	資產 — 人民幣68百萬元 及負債 — 人民幣167 百萬元	第二級	貼現現金流量
衍生金融工具 — 遠期商品合同	資產 — 人民幣8百萬元	負債 — 人民幣2百萬元	第二級	貼現現金流量

第三級公允價值計量之對賬

	指定為以 公允價值計量 且其變動計入 其他全面收益 的股權投資 人民幣百萬元	以公允價值 計量且其變動 計入當期損益 的金融資產 人民幣百萬元	衍生金融工具 人民幣百萬元	合計 人民幣百萬元
於2023年1月1日	4,808	109	(17)	4,900
收益或虧損總額：				
— 計入當期損益	—	(12)	—	(12)
— 計入其他全面收益	547	—	—	547
轉入第三級	1,028	—	—	1,028
添置	24	—	—	24
出售	(23)	(1)	17	(7)
於2023年12月31日及 2024年1月1日(經審核)	6,384	96	—	6,480
虧損總額：				
— 計入其他全面虧損	(141)	—	—	(141)
添置	18	—	—	18
於2024年6月30日(未經審核)	6,261	96	—	6,357

截至2024年6月30日止期間，第一級與第二級之間並無任何轉移。

21. 承擔

本集團於報告期末有下列資本承擔：

	2024年 6月30日 人民幣百萬元 (未經審核)	2023年 12月31日 人民幣百萬元 (經審核)
已訂約但未撥備： 物業、廠房及設備	4,143	3,225

22. 報告期後事項

報告期結束後並無發生任何重大事項。

管理層討論與分析

業務回顧

整體經營情況討論與分析

報告期內，面對不斷變化的外部經營環境，公司深入推進全流程數字化變革，不斷迭代用戶體驗、提升運營效率，持續增強盈利能力。

2024年上半年公司實現收入1,356.21億元，較2023年同期增長3.0%。收入變動原因在於：

國內市場。面對消費者信心持續走弱、白電行業下滑尤其是空調行業零售額下滑14.5%等不利因素，公司通過強化多品牌引領產品陣容、變革新媒體營銷策略等舉措應對挑戰，國內收入增長2.3%。

海外市場。公司上半年海外市場收入增長3.7%。①在歐美等發達國家市場，儘管面臨行業需求被通脹抑制等不利因素，公司通過上市高端引領產品、優化供應鏈佈局、推進組織變革優化運營效率等舉措，持續提升在美國、歐洲、澳新等市場的份額。②在南亞、東南亞、中東非等新興市場，公司深化供應鏈、網絡佈局，通過強化高端陣容提升價格指數，實現快速增長，上半年南亞、東南亞、中東非收入分別增長9.9%、12.4%、26.8%。

2024年上半年，公司實現歸屬於母公司股東的淨利潤104.20億元，較2023年同期增長16.3%。

2024年上半年公司毛利率達到30.1%，較2023年同期提升0.3個百分點。其中，國內市場持續推進採購、研發及製造端數字化變革、構建數字化產銷協同體系，毛利率同比提升；海外市場通過搭建採購數字化平台提升成本競爭力、通過全球供應鏈協同提升產能利用率，毛利率同步提升。

2024年上半年公司銷售及分銷費用率13.8%，較2023年同期優化0.5個百分點。國內及海外銷售及分銷費用率優化得益於公司推進數字化變革，在營銷資源配置、物流配送及倉儲運營等方面效率提升。

2024年上半年公司行政費用率8.1%，較2023年同期優化0.4個百分點。國內及海外行政費用率優化得益於應用數字化工具，優化業務流程，提升組織效率。

2024年上半年公司經營活動產生的現金流量淨額為78.18億元，較2023年同期增加人民幣10.28億元，主要系本期經營利潤增加及運營效率提升所致。

一、家庭美食保鮮烹飪解決方案

(一) 製冷產業

2024年上半年，公司持續保持技術引領、加速海外市場高端品牌轉型，提升產品競爭力和市場份額。報告期內，公司製冷業務全球收入達到411.28億元，同比增長1.8%。

在市場份額方面，(1)在中國市場：根據Gfk數據，公司份額持續保持領先地位，2024年上半年公司線下市場零售額份額達到44.1%；線上市場零售額份額達到39%。(2)海外市場：根據Gfk數據，海外市場零售量份額為22.9%，同比增加了0.4個百分點。

研發創新

公司充分利用全球技術平台的優勢，深入推進在家電家居一體化、食材保鮮以及製冰等領域的研發，擴大MSA控氧保鮮等領先技術在產品的應用範圍，為消費者提供高質價比的體驗。上半年，卡薩帝推出了原創產品——平嵌致境套系600/601冰箱，滿足用戶對於家居一體化的需求，推動平嵌冰箱系列上半年銷量同比增長98%。

國內市場

公司聚焦最佳用戶體驗，強化「海爾、卡薩帝、Leader」的多品牌協同：以不同品牌價值主張滿足多元化用戶需求；海爾冰箱專注全空間保鮮科技和智能產品佈局，發佈了全球首創的全空間智慧保鮮艙，集成保鮮科技與智能交互，實現卓越食材保鮮與管理；卡薩帝冰箱引領高端家居一體化，拓展嵌入式產品陣容；Leader冰箱則通過性能和外觀設計吸引年輕用戶，上半年推出小歐包系列冰箱以輕鬆綠的圓潤麵包外觀和抽屜門設計，精準滿足了小清新用戶的需求。

海外市場

公司推出適合本土需求的高端產品，持續推進高端品牌建設。在西歐市場，強化多門大容積產品的領先地位，推動主流對開門品類突破，海爾牌價格指數達到147；在南亞市場，主推符合當地需求的高端本地化產品，銷量同比增長50%；在澳洲市場，實施雙品牌策略，Fisher & Paykel品牌專注超高端家居一體化產品，品牌價格指數高達200；Haier品牌聚焦主流中高端產品，持續引領市場份額並提升價格指數至108。

(二) 廚電產業

2024年上半年，廚電產業通過推進產品平台迭代、豐富套系產品陣容、拓展前置渠道廣度與深度等舉措，實現市場份額提升。報告期內，廚電業務實現全球收入202.75億元，同期增長0.3%。

市場份額方面，(1)中國市場：根據Gfk數據，公司線下市場零售額份額8.6%，同比增加0.2個百分點，排名第三；線上市場零售額份額5.1%，同比增加0.7個百分點。其中卡薩帝烤箱在11,000元以上價位段實現份額第一；(2)海外市場：在美國市場，公司的嵌入式和微波爐品類在行業下行的情況下保持份額持續增長；歐洲市場，在行業下行挑戰下，海爾歐洲核心市場實現逆勢增長，整體份額位居Top 4。

國內市場

公司進一步豐富廚電產品陣容、全面升級產品競爭力：卡薩帝廚電推出全嵌智慧升降油煙機、超薄嵌入燃氣灶和無水鮮蒸控濕嫩烤科技蒸烤箱等產品，解決用戶痛點，實現卡薩帝高端份額提升0.8個百分點。

公司堅持高端前置轉型策略，拓展與櫥櫃商、家裝公司合作廣度與深度。通過內容營銷激發煥新需求、結合小區改造案例提升轉化效率，把握存量產品換新、廚房改造升級等需求，實現國內市場收入逆勢增長。

海外市場

北美市場，通過升級產品平台，成功上市新一代洗碗機，該洗碗機採用不鏽鋼內膽，確保了產品耐用性、高效能，同時提供了優秀清潔和排污性能。其中Café新一代不鏽鋼內膽洗碗機因其極大的靈活性和定製化空間被美國知名建築和室內設計雜誌《建築文摘》評為「2024年度卓越設計獎」。公司推出了新型獨立式烤箱產品，並投資1.18億美元升級生產線，確保新產品的生產與供應。

二、家庭衣物洗護方案

2024年上半年，洗護產業深化「原創科技驅動，全域營銷觸達，全局成本優化」三大核心策略，實現全球收入297.37億元，較2023年同期增長5.0%。市場份額方面，(1)在中國市場：根據Gfk數據，公司份額持續引領行業：在線下市場零售額份額46.5%；線上渠道零售額份額38.1%；高端市場份額保持領先，在10,000元以上份額達到83%；(2)海外市場：根據歐睿數據顯示，在澳大利亞、新西蘭、越南等10個國家實現份額第一。

國內市場

公司不斷滿足消費者對高品質洗護體驗的追求，通過3D多維自動判乾、濕洗、四重淨濾等前沿科技，推出卡薩帝致境系列等引領產品推動產業升級，進一步鞏固領先地位，引領行業趨勢。公司通過多品類成套洗護場景解決方案提升客單價、放大增長空間；通過終端養護空氣洗與養護濕洗的現場體驗，實現更加有效的用戶交互。

面對消費新趨勢，公司積極調整Leader品牌策略，推出符合年輕群體審美的系列產品，實現較快增長；加強新媒體營銷，提升品牌影響力；堅持線下市場零售模式創新與線上抖音、小紅書等電商平台、社交媒體的深度融合和高效傳播，構建全方位的用戶服務體驗，成功吸引年輕消費群體的關注，增強了品牌口碑與用戶忠誠度。

海外市場

公司推出高差異化和高競爭力產品，以及在終端零售市場有效的渠道管理策略，持續提升市場份額。在北美市場，熱泵COMBO洗烘一體機持續熱銷，提升高端佔比；在歐洲市場，上市X11新風系列洗衣機，每2分鐘置換一次筒內空氣，有效防止細菌滋生，能效比歐洲A級能效高50%；在印度市場，堅持中高端產品轉型，積極拓展高端連鎖渠道，持續提升渠道覆蓋率和零售轉化，收入增長超30%。

三、空氣能源解決方案

期內，公司空氣能源解決方案實現收入292.35億元，同比增長3.8%。

(一) 家空業務

2024年上半年，家用空調產業積極佈局全球HVAC領域新品類，不斷深化全球產品、市場、供應鏈競爭力建設，實現全球收入穩健增長。

市場份額方面：(1)在國內市場，根據Gfk數據，公司的櫃掛機品類在線下市場零售額份額17.95%；線上零售額份額10.4%；(2)海外市場，公司在巴基斯坦、馬來西亞市場實現份額第一。

研發創新

報告期內，公司拓展風管機、新風機、家中機等產品品類；加強在空調系統節能、智慧物聯技術的投入。通過數字化轉型與產品平台化策略提升產品品質與成本競爭力：上半年，公司單型號產出提升10%、零部件通用化程度提升5%。隨著鄭州壓縮機合資公司在今年4月正式量產，以及鄭州製造基地、合肥製造基地自製比例持續提升，公司供應鏈縱深佈局得以進一步加強，以提升效率與成本的競爭優勢。

國內市場

我們深化零售轉型，聚焦線上、線下渠道一體化拉通，加強專營渠道以及空白鄉鎮網絡觸點建設，有效提升覆蓋度；實施全域營銷策略，通過強化線下觸點產品演示與體驗能力、線上觸點爆款銷售能力等舉措，提升用戶流量獲取與轉化效率。此外，公司加速Leader品牌在線上渠道發展以更好滿足年輕用戶需求，Leader品牌上半年增幅超40%。

海外市場

得益在產品迭代、專業渠道網絡建設以及南亞、東南亞本土化供應鏈等方面的長期戰略投入，公司抓住發展中國家快速增長與發達國家產品升級的機會，上半年海外收入保持快速增長。報告期內，公司積極拓展業務版圖，通過升級變頻移動式、房車空調、日本分體機等產品，加速佈局中東非與日本市場。

(二) 智慧樓宇產業

智慧樓宇產業通過在佈局壓縮機等核心技術、保持磁氣懸浮領域的領先優勢，提升核心零部件自制能力，深化專業方案與服務能力建設等舉措，提升國內市場與出口市場份額：根據產業在線數據，國內市場份額較去年同期提升1.2個百分點，達到10.5%；出口市場份額較去年同期提升2.8個百分點，達到12.5%。

研發創新

公司通過核心技術突破持續迭代產品平台，引領行業節能、減碳、智慧控制發展趨勢。公司開發500~1,200冷噸氣懸浮無油離心機，補全大冷量陣容，提升市場競爭力；佈局渦旋壓縮機與大型普通離心機壓縮機產品實現核心技術的突破，增強了成本競爭優勢；推出的新一代物聯多聯機，提供全週期智慧物聯的節能舒適解決方案，上半年多聯機產品國內佔比提升帶動盈利能力提升。在歐洲市場，公司推出了採用環保冷媒R290的熱泵產品，以其高達5.5的制熱COP和多重防凍功能，滿足了海外市場對建築節能的需求。

國內市場

公司通過深化市場網絡開發與專業能力建設，挖掘增長空間。我們深化縣域網絡建設，消滅空白網絡，增加成熟網絡佔比；針對地產、地鐵等不同使用場景，成立戰略用戶群組織，深化在訂單獲取、場景方案實施、維保服務等專業能力建設，推動從單一暖通產品向智慧建築綜合解決方案的轉型。報告期內，公司基於全場景方案競爭力中標上海地鐵項目，累計中標金額超2億，領跑軌道交通行業。

海外市場

公司充分發揮無線多聯機、磁氣懸浮產品的領先優勢，通過提供輕商、多聯機、水機、末端、熱泵以及智控等全系列的綜合解決方案，滿足海外不同區域和場景需求、樹立專業品牌形象。公司推進集「用戶體驗、產品展示、員工培訓和產品銷售」於一體的銷售中心建設，提升設計、安裝和服務方面的專業能力和行業口碑。在全球快速發展的數據中心行業，公司在馬來西亞市場中標規模超1.2萬冷噸的數據中心項目，為該數據中心提供風冷磁懸浮的專業解決方案。

四、全屋用水解決方案

報告期內，全屋用水業務實現全球收入81.06億元，同期增長6.6%。

在中國市場，推出了具有護膚功能的卡薩帝水晶膽系列等創新產品，全新雙膽熱水器銷量達2萬台，鞏固了卡薩帝熱水器在5,000-8,000元價格段的市場領導地位。搭載過濾、抑菌、除垢和去氯等功能的海爾小魔盒系列幫助公司在3,000元以上價格段佔據市場首位。

產品升級促進海外收入增長超20%。在馬來西亞，即熱式熱水器銷量超過1萬台，同比增長近5倍；在歐洲，新推出的雙膽電熱水器彌補了公司在熱泵業務的欠缺。此外，公司在開拓阿爾及利亞等新市場上也取得突破性進展。

公司於2024年7月17日與瑞典伊萊克斯集團達成交易，全資收購其子公司Electrolux South Africa Proprietary Limited (簡稱「ESA」)，該子公司在南非從事熱水器業務。此舉是海爾智家開拓非洲市場的重要戰略部署。借助Kwikot品牌在暖通領域的廣泛銷售渠道和服務網絡，海爾將實現產品和供應鏈管理的協同效應，擴大Kwikot品牌的熱水器產品線，並開發太陽能熱水器及淨水器的市場潛力。

五、中國區

報告期內，中國區通過觸點與多品牌的持續創新與變革，把握年輕用戶，換新用戶和前置類用戶的增長機會。

觸點建設方面

線下渠道提升競爭力

通過深化三翼鳥在場景方案企劃、櫃電一體化設計、場景交付等環節的交付標準、實施能力的建設，提升用戶在「場景→設計→交付→服務」的全流程體驗，滿足日益增長的廚房與衛浴改造等煥新需求。

豐富在Shopping mall的觸點佈局，將其打造為集「品牌宣發、形象展示、方案體驗、會員交互、生態共創、流量變現」的中心，提升用戶流量獲取能力。

通過經營戰略地圖數字化工具分析網絡差距，運用小微賦能、強化資源投入以及機制變革等手段，提升在薄弱區域的網絡覆蓋度和終端競爭力。

線上渠道創新模式

通過實施線上POP店雲倉一盤貨、用戶精益運營等策略，實現型號拓展、庫存共享、客戶倉儲物流能力賦能、用戶精準營銷，提升用戶運營和產品週轉效率。得益於上述舉措，618期間，公司線上零售額同比增長17%；零售額份額22.3%，同比提升1.8個百分點。

多品牌運作

公司加速原創技術迭代以擴大卡薩帝品牌領先優勢，實現收入逆勢增長；深化套系產品佈局，通過「星雲」、「致境」等套系引領家電家居一體化趨勢，放大用戶價值，沉澱品牌心智；2024年上半年套系銷售收入同比增長145%。

針對年輕用戶，在線上渠道推出在外觀材質、工業設計引領的自然美學套系，擴大品牌人群覆蓋範圍。

公司通過創新產品策略和營銷策略，把握年輕用戶的需求，實現上半年零售額增長31%。如，在產品策略方面，公司深刻洞察年輕人群生活場景與情感需求，推出元氣空調、雲朵系列洗衣機等爆品；針對時尚出行和品質露營場景，上市「可以玩的小家電」產品。創新營銷策略，一方面積極佈局抖快新賽道，號店播品銷一體化，增幅402%；另一方面結合京東、天貓校園頻道，前置營銷精準觸達年輕人群，增加用戶資產。

六、海外市場

2024年上半年，公司實現收入708.24億元，較2023年同期增長3.7%。

收入增長緣於公司堅持戰略目標定位，通過全球研發資源協同，堅持原創技術引領，加速技術迭代；面對分化的市場需求，不斷豐富產品陣容，在高端產品基礎上，豐富中端主力產品和入門級產品；在傳統優勢品類基礎上，強化暖通、小家電產品陣容，滿足多樣化市場需求；市場方面，加速拓展新興市場渠道建設，提升主流渠道展示形象和轉化效率；強化本土化社交平台形象建設，深化品牌認知；通過組織變革和機制變革，不斷提升本土化市場反應速度；加速「一帶一路」國家供應鏈佈局，持續把握增長機會。

1、北美市場

2024年上半年儘管美國家電市場需求疲軟、行業下降，但公司依然跑贏行業，核心家電整體份額增長且到各家電品類份額均有提升。在北美市場，公司實現收入390.79億元。

公司持續提升高端產品引領性，成功上市帶有易清潔烤盤的新一代烤箱灶系列產品、Café/Profile 新一代不鏽鋼內膽洗碗機系列產品，以及Profile 2.0可咀嚼製冰機等創新產品。Profile智能室內煙燻是行業首款也是唯一一款室內煙燻機，為消費者提供了更新穎、更便捷的方式來體驗煙燻烹飪。該產品榮獲2024年CES最佳產品。

公司持續佈局新渠道，持續投資以加快新產業發展。在2024 AHR展上，公司空氣與水解決方案推出 RealMAX燃氣熱水器新品，和新一代雙熱泵、雙熱回收系統VRF MRV-5H，可為多房間商業空間提供高效性能和頂級舒適度。

報告期內，公司在工程渠道持續保持市場第一；零售渠道在市場下行、競爭壓力大的環境下，抓住重要銷售節點，跑贏行業，也在BrandSource和Nationwide兩大春季銷售展會成為最大贏家。

公司連續第6年獲評IoT Breakthrough「年度智能家電公司」，創新推出多個生態方聯合開發的Eco Balance智慧能源管理方案，為美國淨零家庭提供全屋最優能源智慧管理解決方案。公司第三次獲得最佳職場 (Great Place to Work) 認證，公司成功獲得這一認證，表明已躋身一流企業行列，為員工提供了良好的工作環境。

2、歐洲市場

在歐洲市場，公司實現收入145.05億元，同比增長9.2%；歐洲市場份額提升了0.1個百分點。

在報告期內，公司加速戰略升級，推出多個新產品平台，有望為長期增長提供動力。高端廚電平台計劃推出近150個新品，涵蓋海爾、新Candy及Hoover品牌，提供全方位廚房解決方案。首批新品已在西班牙、法國、意大利和波蘭超150家門店上市。此外，公司還推出了具備A級能效的905法式對開門冰箱系列，同時新Candy系列也已在489家門店上市。

行業領先的滾筒洗衣機已成功進駐全線法國Darty門店，為利潤增長作出了顯著貢獻。同時，公司在西班牙市場推出了高端OLED系列、迷你M95/C900系列產品，以滿足遊戲玩家和體育節目愛好者的特定需求。

在生產方面，土耳其新建的廚電工廠通過協調研發、生產平台和訂單管理，產能持續提升。

3、澳新市場

在澳新市場，公司實現收入32.25億元，同比增長9.3%，其中，互聯產品增長76%，推動澳大利亞市場銷量份額上升了2.8個百分點，零售額份額增長了2.9個百分點，佔據市場領先地位。在新西蘭，海爾和斐雪派克品牌表現優於行業，市場份額提升了0.6個百分點。

公司致力於以先進技術和創新產品滿足消費者需求，例如海爾推出的八星級能效冰箱，直接推動底置製冷冰箱市場份額提升了7.4個百分點；海爾超薄熱泵乾衣機達到七星級能效標準；斐雪派克則推出48英寸自清潔烤箱和電磁爐，以及具備領先能效的7系列和9系列洗碗機。

另一方面，公司通過斐雪派克品牌廣受歡迎的嵌入式冰箱系列，加強了在Winnings等主流渠道的曝光。同時，公司也致力於提升海爾廚電在新西蘭實體店的展示效果。

4、南亞市場

在報告期內，南亞市場整體實現了收入65.42億元，同比增長9.9%。

其中在印度市場，公司收入同比增長超25%。這一成績得益於公司長期以來在印度通過對產品、渠道、售後服務等全價值鏈的深度投入，成功打造了高度本地化的運營平台，樹立了良好的品牌形象。

在產品端，公司充分利用全球領先的技術研發能力，結合對印度市場的深入理解，推出了例如採用無縫焊接技術的對開門冰箱。這一創新產品不僅顯著提升了使用壽命，還深得當地消費者的青睞，市場份額已超過20%。與此同時，海爾不斷提升注塑件等零部件自製率，增強了產品的成本競爭力。

在渠道拓展方面，海爾堅持與渠道夥伴價值共享的原則，堅實推進網絡佈局，以及加強終端運營體系與零售能力的精細化運營，確保了品牌在線上線下的強勁可見度。在線下市場，海爾的實體零售店網絡已覆蓋全國61%的優質區域，並成功拓展至鄉鎮市場，在鄉鎮區域的網絡覆蓋率超過52%；在線上市場，公司積極佈局，確保了品牌在線上線下的同步增長。

售後服務方面，海爾將售後網絡視為提升用戶體驗和保障產品質量的重要舉措。目前，海爾在印度已建立起一支超5,000人的售後服務團隊，確保用戶都能享受到卓越的服務體驗，塑造品牌口碑。

在巴基斯坦市場，公司通過深化渠道體系升級和擴大本土製造能力，保持了良好發展趨勢。公司持續升級專賣店體系，積極拓展大客戶渠道，與可口可樂、聯合利華等企業達成合作。深化本土化供應鏈建設：冰箱二期工廠項目即將竣工，年產能可達30萬台；廚電產品實現了本地化生產，年產能達到10萬台。

5、東南亞市場

期內，東南亞市場實現收入34.92億元，同比增長12.4%。

公司在東南亞市場通過產品結構調整、線下渠道效率提升、社交媒體品牌推廣和當地供應鏈佈局，提升市場份額。產品方面，公司在泰國市場推進健康空調產品從自清潔功能向UV殺菌技術的升級，滿足市場對健康生活的需求，空調增長28%；越南市場推出搭載ABT動態殺菌再到HCS濕區專業保濕的AQUA冰箱；公司推出了Color AI洗衣機等智能差異化產品受到用戶青睞，拉動AQUA洗衣機在越南市場實現近20%份額。

渠道方面，線下渠道通過門店拓展和產品結構轉型，有效提高了零售單價與終端競爭力。如，印尼市場新建AQUA門店展台86家，並首次在印尼第二大渠道CANDI巴厘島門店實現最佳展位，促進提升高端品牌形象；營銷端以用戶為中心，提升用戶體驗。如越南市場採用線上線下融合的營銷策略提供個性定製化營銷服務，佈局當地搜索電商及內容電商，為品牌沉澱了忠實用戶群；加強當地供應鏈佈局。如泰國新空調工廠已於4月動工，本土化生產進一步深化；公司升級越南冰箱工廠，強化對當地市場和周邊相關市場的產能保障能力。

6、日本市場

期內，日本市場實現收入18.27億元，同比下降6.2%（本幣增長2.4%）。

公司在日本市場推進AQUA與Haier雙品牌運營策略，通過產品升級、渠道拓寬、及營銷創新，加強終端市場競爭力。(1)通過AQUA小體積大容量熱泵滾筒系列化，TX多門/TZ超薄大冰箱迭代，滿足市場對高效能和智能化家電的需求，促進AQUA 500L以上超大冰箱同比增長超30%、熱泵滾筒同比增長125%；Haier牌超窄三門冰箱與變頻洗衣機均實現30%以上高增長；(2)進入空調領域並結合用戶趨勢加快線上佈局，打造新的產業增長點；(3)營銷端通過創新的線上線下活動和多渠道宣傳，提高可見性和用戶轉化率，促進公司當地冰冷產品份額持續保持第一。

7、中東非市場

期內，中東非市場實現收入14.74億元，同比增長26.7%。

報告期內，公司通過本土化製造基地佈局、市場運營體系升級、產業併購等舉措，推動業務進入快速增長軌道。(1)報告期內，公司埃及生態園一期項目投產，實現空調、洗衣機等產品的本土化製造，降低運營成本，加速埃及市場發展同時覆蓋周邊國家市場。(2)公司圍繞品牌升級與產品結構升級，強化終端運營體系與零售能力建設，實現不同國家的品牌形象、用戶體驗的標準化與一致性，提升品牌形象、促進中高端產品銷售佔比。(3)公司宣佈收購伊萊克斯在南非市場的熱水器業務，此次收購完成後將支持在南非市場的太陽能熱水器、淨水器等產業發展的同時，通過Kwikot品牌的渠道優勢還將推動海爾冰箱、洗衣機等其他白色家電產品在南非以及周邊市場的發展。

七、數字化變革

報告期內，公司持續推進全鏈路數字化變革，提升在用戶運營、研發創新、成本費用以及訂單履行等方面競爭力。上半年，公司行政&銷售及分銷行政費用效率優化0.9個百分點。

提升用戶運營競爭力

公司採用人工智能生產內容(AIGC)技術，以提升營銷內容生產的質量和效率；同時，公司利用數字化平台對媒體投放成本進行精細化管理，並通過數據驅動的策略優化，改進投放效果，報告期內國內市場獲客成本優化28%。

公司通過新媒體矩陣賬號的運營、抖音平台資源整合實現營銷全鏈路的數字化升級，增強用戶流量的獲取與轉化能力，上半年數字化零售佔比提升25.7%。

提升產品研發與成本競爭力

公司以產品全生命週期管理為主線，推進用戶需求洞察、產品上下市管理、研發工程、跨域集成等能力建設，有效縮短研發週期並提升用戶體驗。上半年國內市場單型號產出提升7%。

採購降本方面，融合AI技術及OCR技術，自動識別成本核算因子，搭建成本核算模型，實現物料的一鍵比價，公司已經建立100餘種物料的核算比價模型，零部件通用化率提升13%，持續挖掘降本空間。

製造降本方面，公司通過製造環節「人／機／料／法／環」等生產要素的智能調度，實現生產過程的事先精準配置到事中高效運營，提升定單執行準確度，上半年國內供應鏈費率優化0.3%，生產效率提升8%。

提升訂單履行效率

公司通過銷售、供應、生產和物流發運計劃的端到端數據共享，實現了對客戶需求的即時響應，國內市場客戶從下達市場訂單到貨品簽收週期優化12%。

此外，我們升級了訂單智能評審平台，實現了基於全流程成本最優的接單分配，進一步推進全流程降本。

報告期內公司所處行業情況

2024年上半年行業總結

1、國內市場

2024年上半年，房地產行業延續低迷態勢、居民消費者信心不振等因素抑制需求釋放，白電行業承壓。根據奧維雲網推總數據：2024年上半年白電與廚衛產品市場零售額2,905億元，同比下滑6.2%；零售量11,393萬台，同比下滑2.4%。主要子行業表現如下：

(1) 家用空調行業

2024年上半年華東、華南區域持續多雨影響市場需求；2024年一季度行業出貨節奏提前疊加終端需求承壓，導致行業庫存水位抬升，加劇行業競爭。根據奧維雲網推總數據：2024上半年空調市場全渠道銷量3,315萬台，同比下滑11.0%，銷額1,114億元，同比下滑14.5%。低價段機型佔比提升：根據奧維雲網數據，線上1.5匹掛機在2,000元以下銷量佔比達到22.8%，同比提升6.1個百分點；線下1.5匹掛機3,500元以上產品結構佔比從同期的49.6%下滑至41.9%。

隨著消費者日益重視居住環境的空氣質量與家居家電融合體驗，行業逐步從櫃掛產品向集成暖通方案發展，住居融合、家居融合逐步成為趨勢，帶動行業結構升級。

(2) 冰箱行業

隨著煥新需求成為基本盤，市場整體表現平穩。根據奧維雲網推總數據，2024年上半年中國冰箱市場全渠道零售額652億元，同比增長0.4%，零售量1,936萬台，同比增長0.8%。隨著消費者對健康飲食、家居美學的不斷追求，食材保鮮與家居一體化成為行業發展趨勢，嵌入式冰箱增幅持續跑贏行業：2024上半年線上嵌入式冰箱零售量佔比12.4%，同比增長7.1%；線下嵌入式冰箱零售量佔比37.8%，同比增長19.5%。

(3) 洗護行業

隨著生活品質的持續升級，洗乾套裝佔比持續提升，成為行業發展引擎。據奧維雲網推總數據，2024上半年洗護行業零售額494億元，同比增長3.6%；零售量2,029萬台，同比增長6.2%。其中，洗烘套裝保持快速增長，2024年上半年線上洗乾套裝零售額43.4億元，同比增長43.6%，零售量54.1萬台，同比增長64.1%。家電家居一體化趨勢下，洗衣機產品逐步向超薄產品升級，實現更好的家居美學體驗。

(4) 廚電行業

煙機、灶具等傳統廚電品類需求平穩；洗碗機品類持續增長；集成灶產品下滑較大。①奧維雲網推總數據顯示，2024年上半年油煙機零售額為149億元，同比下降0.2%，零售量為868萬台，同比下降3.3%；燃氣灶零售額為84億元，同比增長2.7%，零售量為1,047萬台，同比增長4.8%。②洗碗機市場保持穩健增長，2024年上半年洗碗機行業零售額為58億元，同比增長5.0%，零售量為99萬台，同比增長3.4%。③集成灶產品，2024年上半年行業零售額為111億元，同比下降18.20%，零售量為114萬台，同比下降15.2%。隨著消費者日益追求高品質生活，對廚電產品的質量、設計等要求不斷提高，行業呈現櫃電一體化、智能化、節能環保、健康烹飪等發展趨勢。

(5) 熱水器行業

行業需求量趨於平穩，根據奧維雲網推總數據顯示，2024年上半年電儲水熱水器零售額107億元，同比下降0.8%，零售量826萬台，同比增長1.6%；燃氣熱水器零售額128億元，同比下降1.0%，零售量600萬台，同比增長1.2%。消費者對於熱水器產品的需求在關注產品安全基礎上，升級到外觀、速熱、舒適等；如超薄、雙膽快速加熱功能的電熱水器、智慧恆溫的燃氣熱水器受到消費者認可。

(6) 淨水器行業

隨著消費者對健康飲水的越來越重視，淨水品類被更多消費者認可，保持穩健增長態勢；根據奧維雲網推總數據顯示，2024年上半年水家電產品零售額126億元，同比增長2.3%，零售量1,010萬台，同比增長4.3%。

當下，居民收入預期走低等因素造成消費者購買決策日趨審慎，關注「性價比」和「質價比」成為家電消費的主要特點。隨著90、00後成為家電消費主要群體，相較於其父輩，他們通過新媒體獲取產品信息並進行購買決策；消費者購買行為變化驅動企業在品牌、營銷、產品等方面的持續變革，提升在用戶需求洞察與產品創新能力以把握增長機會。

目前白電行業整體進入更新換代為主的發展階段：首次購買用戶佔比逐步走低，舊居改造等換新帶來的需求增加，消費者通過廚房改造、衛浴改造以提升生活品質的需求不斷上升，打造具備場景設計、施工安裝、服務保養等全流程能力成為能否有效獲取用戶資源、轉化用戶資源的核心能力。

2024年上半年，銅、鋁等大宗原材料價格，以及空調製冷劑價格出現較大漲幅，對行業尤其空調行業盈利能力形成一定影響。

2、海外市場

2024年上半年，海外不同市場需求分化：歐美日等發達國家核心家電市場需求受宏觀經濟影響持續承壓；東南亞、南亞、中東非等新興市場行業保持較快增長。

其中：

北美市場。受二手房及新房銷量下行影響行業需求下降：根據AHAM數據顯示，美國市場核心家電2024年上半年發貨量同比下降2%，發貨額同比下降6%。行業競爭持續激烈。

歐洲市場。高通脹和高利率的累積效應繼續對消費者情緒產生負面影響，家電行業持續低迷，需求轉向性價比。根據Gfk數據，歐洲21國白電行業銷量同比下降0.3%，銷額同比下降1.3%。但由於歐洲市場綠色低碳和能源價格趨勢，高能效產品和暖通業務機會受到關注，行業整合加速。

南亞市場。①印度市場：受益於宏觀經濟增長，家電行業增長7%-8%；其中冰洗行業增長5%-6%，空調行業受益北方高溫天氣，零售增幅超過30%。②巴基斯坦市場：受益經濟增長、人均收入提升影響，上半年家電行業保持增長。

東南亞市場。根據Gfk數據，泰國市場受外商投資及旅遊業復甦的提振，行業整體增長3%左右，受益於高溫天氣，空調品類銷量增長超過20%。越南市場伴隨外資投資家電行業意願增強，家電製造業景氣度回升，家電行業實現雙位數增長。印尼市場穩定的政治經濟環境以及家庭可支配收入增加，促進家電行業增長6%。

澳新市場。受高利率和高通脹影響，消費者追求性價比趨勢明顯增加，根據澳大利亞主流家電零售渠道終端數據顯示，2024年上半年行業銷量同比增長4.6%，銷額同比增長1.7%。

日本市場。受通脹、貨幣貶值、可支配收入下降等因素疊加家電更新週期變長等因素影響，冰冷洗行業量價額齊降，低價競爭持續；消費者對大容量、小體積、節能、智慧等高附加值產品需求增加。

2024年H2行業展望

國內市場

目前中國家電行業已經邁入更新需求為主導的新階段：基於中國家用電器研究院測算數據，2022年全國空調、冰箱、洗衣機總保有量分別為7.8億台、5.8億台、5.5億台，龐大的存量替換市場已然形成。

雖然上半年由於居民對收入增長預期謹慎、消費信心走弱等因素，抑制需求的釋放，行業結構低段位化趨勢明顯。2024年7月15日國家發展改革委、財政部印發《關於加力支持大規模設備更新和消費品以舊換新的若干措施》的通知，隨著上述舉措的落地，有望激發消費者煥新需求、提振消費信心，促進行業發展。

海外市場

2024年下半年，發達國家有望步入降息週期，帶動整個地產市場逐步復甦，有利於前期被抑制的家電需求釋放；家電企業出於對自身經營質量的關注疊加大宗原材料價格持續高位壓力，下半年行業競爭態勢有望趨緩。

新興市場國家，隨著城市化率的增加，帶來家電普及率的提升；以及家電企業加速當地化供應鏈佈局等因素，家電行業有望繼續實現穩健增長。

下半年規劃

2024年下半年，面對行業需求的動態變化與日益激烈的競爭環境，公司將持續致力於用戶體驗的迭代優化與運營效率提升，增強盈利能力，依託在技術、規模、服務方面的領先優勢，通過變革創新以積極應對行業挑戰，堅持發展目標、鞏固長期可持續增長的基礎。

產品創新

我們繼續秉承價值導向，通過整合全球研發與企劃資源，加速技術共享，促進領先技術與創意在更多產品上的快速應用，更好滿足不斷變化的用戶需求。

國內市場

2024下半年結合以舊換新措施的落地，通過營銷及渠道模式創新實現可持續增長。①發揮公司在領先產品陣容、場景方案及專賣店銷售網絡優勢，抓住以舊換新機會，滿足用戶換新需求拉動終端零售增長。②基於用戶消費決策過程的變化，變革營銷內容創作模式、傳播策略，通過新媒體提高快速觸達用戶能力與轉化效率，沉澱品牌價值。③深化以用戶為中心的業務模式轉型，通過建立基於用戶需求的統一高效訂單預測、配送體系與響應體系，提升用戶體驗與客戶滿意度。

海外市場

聚焦盈利能力提升，通過產品不斷升級、加速供應鏈本土化佈局與全流程數字化轉型、深化各平台全球協同等舉措做大價值鏈空間提升盈利能力，促進增長目標的達成。

在美國和澳新市場，公司將通過供應鏈效率提升與產品平台迭代增強盈利能力；在歐洲市場，通過優化組織結構、精簡業務流程，促進品牌轉型等舉措提升競爭力；持續深化南亞、東南亞、中東非等一帶一路國家的本土化佈局，把握人口紅利及滲透率提升的增長機會，成為當地領先品牌。

平台變革

我們將深化生產體系、採購體系、質量體系的數字化變革，提升在設計環節、採購環節、生產環節的精益管理能力，優化全流程成本競爭力。

可能面對的風險

- 1、宏觀經濟增速放緩導致市場需求下降的風險。白色家電產品屬於耐用消費類電器產品，用戶收入水平以及對未來收入增長的預期，將對產品購買意願產生一定影響，如果宏觀經濟增幅放緩導致用戶購買力下降，將對行業增長產生負面影響。另外，房地產市場增幅放緩也將對市場需求產生一定負面影響，間接影響家電產品的終端需求。
- 2、行業競爭加劇導致的價格戰風險。白電行業充分競爭、產品同質化較高，近年來行業集中呈現提升態勢，但個別子行業因供需失衡形成的行業庫存規模增加可能會導致價格戰等風險。此外，由於技術飛速發展、行業人才匱乏、產品壽命週期縮短及易於模仿，越來越難以獲益。新的產品、服務和技術通常伴隨著較高的售價，同時公司不得不在研發上投入更多。公司將積極投入研發，通過持續創新的產品和服務贏得用戶，並樹立持久的品牌影響力。
- 3、原材料價格波動的風險。公司產品及核心零部件主要使用鋼、鋁、銅等金屬原材料，以及塑料、發泡料等大宗原材料，如原材料供應價格持續上漲，將對公司的生產經營構成一定壓力。另外，公司依賴第三方供應商提供關鍵原材料、零部件及製造設備以及OEM供應商，任何供應商的供應中斷或價格大幅上漲均會對公司的業務造成負面影響。公司作為行業領導者，將採取與供應商量價對賭、套期保值等方式，降低原材料波動對經營帶來的風險。

管理層討論與分析

- 4、海外業務運營風險。公司業務全球化穩步發展，已在全球多地建立生產基地、研發中心和營銷中心，海外收入佔比逐年提升。海外市場受當地政治經濟局勢(如發生軍事衝突、戰爭等事件)、法律體系和監管制度影響較多，上述因素發生重大變化，將對公司當地運營形成一定風險。公司已積極採取各種措施，以減輕有關影響，包括積極與供應商及經銷商合作；提高生產效率，以抵消對公司整體銷售成本的有關影響；及可能將公司的供應資源擴展至其他國家；採取措施確保人員與資產安全等。
- 5、匯率波動風險。隨著公司全球佈局的深入，公司產品進出口涉及美元、歐元、日元等外幣的匯兌，如果相關幣種匯率波動，將對公司財務狀況產生一定影響，增加財務成本。此外，公司的綜合財務報表以人民幣計值，而附屬公司的財務報表則以該實體經營所在的主要經濟環境的貨幣計量和呈報，因此亦面臨貨幣兌換的風險。對此，公司運用對沖工具來降低匯率波動風險。
- 6、政策變動風險。家電行業與消費品市場、房地產市場密切相關，宏觀經濟政策、消費投資政策、房地產政策以及相關的法律法規的變動，都將對產品的經銷商需求造成影響，進而影響公司產品銷售。公司會密切關注政策及法律法規的變動，並對市場變動作出預測，以保證公司進一步發展。
- 7、信貸風險。公司可能無法向經銷商悉數收回貿易應收款項，或者經銷商不能按時結算公司的貿易應收款項，那麼公司的業務、財務狀況及經營業績可能會受到不利影響。對此風險，公司會根據經銷商信貸記錄及其交易金額，靈活地為若干經銷商提供30日至90日的信貸期。
- 8、存貨風險。由於公司不能總是準確地預測各種趨勢和事件，並始終保持足夠的存貨水平。因此，可能會出現存貨過剩的情況，此時公司可能會被迫提供折扣或進行促銷以處理滯銷的存貨，另一方面，存貨不足的情況也會出現，這時可能會導致公司損失銷售機會。但是公司會管理存貨並根據市場情況作出調整，同時也會定期評估存貨減值。

備註：除另有指明外，業務回顧章節所列之金額均為人民幣

財務回顧

於2024年上半年本集團收入為約人民幣135,621百萬元，較2023年上半年之人民幣131,616百萬元（經重列）上升3.0%。

本公司股東應佔溢利為人民幣10,420百萬元，較2023年上半年之約人民幣8,963百萬元（經重列）增長16.3%。

1. 收入及溢利分析

項目	截至6月30日止六個月		變動 %
	2024年 人民幣百萬元 (未經審核)	2023年 人民幣百萬元 (未經審核) (經重列)	
收入			
家庭美食保鮮烹飪解決方案			
— 冰箱／冷櫃	41,128	40,405	1.8
— 廚電	20,275	20,206	0.3
空氣能源解決方案	29,235	28,176	3.8
家庭衣物洗滌方案	29,737	28,314	5.0
全屋用水解決方案	8,106	7,607	6.6
其他業務	50,266	44,863	12.0
分部間抵銷	(43,126)	(37,955)	13.6
合併收入	135,621	131,616	3.0
經調整經營利潤*	11,375	9,577	18.8
本公司股東應佔溢利	10,420	8,963	16.3
本公司普通股股東應佔每股盈利			
基本			
— 來自期內溢利	人民幣1.13元	人民幣0.96元	17.7
攤薄			
— 來自期內溢利	人民幣1.12元	人民幣0.96元	16.7

* 經調整經營利潤定義為除稅前溢利扣除銀行利息收入、匯兌損益、其他財務資產投資回報、政府獎勵、融資成本及應佔聯營公司損益。

下表概述按地理位置劃分的於所示期內我們的收入(計入其他業務收入及分部間抵銷)：

	截至6月30日止六個月		變動 %
	2024年 人民幣百萬元 (未經審核)	2023年 人民幣百萬元 (未經審核) (經重列)	
中國	64,797	63,313	2.3
其他國家／地區	70,824	68,303	3.7
合計	135,621	131,616	3.0

於2024年6月30日，本集團境外資產為人民幣124,138百萬元，佔總資產的比例為47.3%。於2024年上半年，本集團境外資產營業收入及經營利潤分別為人民幣70,824百萬元及人民幣4,081百萬元。

於2024年上半年，本集團的收入由2023年上半年約人民幣131,616百萬元(經重列)上升3.0%至人民幣135,621百萬元。(1)國內市場，面對消費者信心持續走弱、白電行業下滑尤其是空調行業零售額下滑14.5%等不利因素，本集團通過強化多品牌引領產品陣容、變革新媒體營銷策略等舉措應對挑戰，國內收入增長2.3%。(2)海外市場，本集團上半年海外市場收入增長3.7%。①面對歐美等發達國家因通貨膨脹帶來的需求被抑制等不利因素，本集團通過上市高端引領產品、優化供應鏈佈局、推進組織變革優化運營效率等舉措，持續提升在美國、歐洲、澳新等市場的份額。②本集團深化在南亞、東南亞、中東非等快速增長區域的供應鏈、網絡佈局，通過強化高端產品陣容提升價格指數，實現快速增長，上半年南亞、東南亞、中東非收入分別增長9.9%、12.4%、26.8%。

(1) 家庭美食保鮮烹飪解決方案

冰箱／冷櫃收入由2023年上半年之約人民幣40,405百萬元(經重列)增加1.8%至2024年上半年之約人民幣41,128百萬元。本集團冰箱／冷櫃產業持續保持技術引領、加速海外市場高端品牌轉型，提升產品競爭力和市場份額。

廚電收入由2023年上半年之約人民幣20,206百萬元(經重列)增加0.3%至2024年上半年之約人民幣20,275百萬元。廚電產業通過推進產品平台迭代、豐富套系產品陣容、拓展前置渠道廣度與深度等舉措，實現市場份額提升。

(2) 空氣能源解決方案

空調收入由2023年上半年之約人民幣28,176百萬元(經重列)增加3.8%至2024年上半年之約人民幣29,235百萬元。其中，家用空調產業積極佈局全球HVAC領域新品類，不斷深化全球產品、市場、供應鏈競爭力建設，實現全球收入穩健增長。智慧樓宇產業通過在佈局壓縮機等核心技術、保持磁氣懸浮領域的領先優勢，提升核心零部件自制能力，深化專業方案與服務能力建設等舉措，提升國內市場與出口市場份額。

(3) 家庭衣物洗護方案

洗衣機收入由2023年上半年之約人民幣28,314百萬元(經重列)增加5.0%至2024年上半年之約人民幣29,737百萬元。洗衣機產業深化「原創科技驅動，全域營銷觸達，全局成本優化」三大核心策略，提升市場份額。

(4) 全屋用水解決方案

水家電收入由2023年上半年之約人民幣7,607百萬元(經重列)增加6.6%至2024年上半年之約人民幣8,106百萬元。在中國市場，推出了具有護膚功能的卡薩帝水晶膽系列等創新產品，全新雙膽熱水器銷量達2萬台鞏固了卡薩帝熱水器在5,000-8,000元價格段的熱水器市場領導地位。搭載過濾、抑菌、除垢和去氯等功能的海爾小魔盒系列幫助公司在3,000元以上價格段佔據市場首位。

本公司股東應佔溢利

於2024年上半年，本公司擁有人應佔溢利為約人民幣10,420百萬元，較2023年上半年之約人民幣8,963百萬元(經重列)增長16.3%。

經調整經營利潤

經調整經營利潤定義為除稅前溢利扣除銀行利息收入、匯兌損益、其他財務資產投資回報、政府獎勵、出售附屬公司虧損、融資成本及應佔聯營公司損益。

經調整經營利潤用作評估本集團核心業務的業績，其為非《國際財務報告準則》規定的衡量方法。這項衡量方法能反映因已變現的資本收益/(虧損)、衍生金融工具公平值變動、處置經營業務收益/(虧損)及就其他重大非經常性或特殊項目的淨影響而未能反映的趨勢，為投資者瞭解本集團持續營運表現提供有價值的信息。

於2024年上半年，本集團經調整經營利潤為人民幣11,375百萬元，較2023年上半年之人民幣9,577百萬元(經重列)增長18.8%。經調整經營利潤的提升主要受惠於本集團各產業分部於全球市場利潤的增長。

下表載列本集團截至2024年及2023年6月30日止六個月經調整經營利潤與根據《國際財務報告準則》編製除稅前溢利之間的調節：

	截至6月30日止六個月	
	2024年 人民幣百萬元 (未經審核)	2023年 人民幣百萬元 (未經審核) (經重列)
除稅前溢利	12,739	11,114
調整：		
銀行利息收入	(893)	(597)
匯兌收益	(263)	(288)
政府獎勵	(374)	(409)
其他財務資產投資回報	(33)	(48)
出售附屬公司虧損	4	—
融資成本	1,217	884
應佔聯營公司損益	(1,022)	(1,079)
經調整經營利潤	11,375	9,577

毛利率

2024年上半年本集團毛利率為30.1%，較同期增加0.3個百分點。國內市場持續推進採購、研發及製造端數字化變革、構建數字化產銷協同體系，毛利率同比提升；海外市場通過搭建採購數字化平台提升成本競爭力、通過全球供應鏈協同提升產能利用率，毛利率同步提升。

銷售及分銷費用

本集團之銷售及分銷費用佔該業務收入比率為13.8%，較2023年同期優化0.5個百分點。國內及海外銷售及分銷費用佔該業務收入比率優化得益於本集團推進數字化變革，在營銷資源配置、物流配送及倉儲運營等方面效率提升。

行政費用

本集團之行政費用佔該業務收入比率為8.1%，較同期優化0.4個百分點。國內及海外行政費用佔該業務收入比率優化得益於數字化工具應用，優化業務流程，提升組織效率。

2. 財務狀況

項目	2024年6月30日 人民幣百萬元 (未經審核)	2023年12月31日 人民幣百萬元 (經審核)
非流動資產	127,733	120,759
流動資產	134,517	132,621
流動負債	125,717	120,083
非流動負債	27,949	27,385
資產淨值	108,584	105,912

現金及現金等值項目和其他財務資產中的理財產品

於2024年6月30日，本集團之現金及現金等值項目和其他財務資產中的理財產品總餘額從2023年12月31日之人民幣55,995百萬元增加0.7%至2024年6月30日之人民幣56,381百萬元。

項目	2024年6月30日 人民幣百萬元 (未經審核)	2023年12月31日 人民幣百萬元 (經審核)
現金及現金等值項目	54,228	53,977
其他財務資產中的理財產品 — 流動部分	2,153	2,018
合計	56,381	55,995

資產淨值

本集團之資產淨值從2023年12月31日之人民幣105,912百萬元增加2.5%至2024年6月30日之人民幣108,584百萬元。

營運資金

應收賬款及票據周轉天數

本集團於2024年上半年之應收賬款及票據周轉天數為41天，較2023年年末增加3天，系本期銷售收入增加所致。

存貨周轉天數

本集團於2024年上半年之存貨周轉天數為79天，較2023年年末優化3天，系有效管控存貨、優化庫存所致。

應付賬款及票據周轉天數

本集團於2024年上半年之應付賬款及應付票據週轉天數為139天，較2023年年末增加1天。

3. 現金流變動分析

項目	註釋	截至6月30日止六個月	
		2024年 人民幣百萬元 (未經審核)	2023年 人民幣百萬元 (未經審核) (經重列)
期初之現金流量表中 所列之現金及現金等值 項目		53,977	53,392
經營活動之現金流量淨額	(a)	7,818	6,790
投資活動之現金流量淨額	(b)	(7,334)	(4,333)
融資活動之現金流量淨額	(c)	(191)	(1,269)
匯率變動影響淨額		(42)	482
期末之現金流量表中 所列之現金及現金等值 項目		54,228	55,062

(a) 2024年上半年，本集團經營活動產生的現金流入淨額為人民幣7,818百萬元，較2023年同期增加人民幣1,028百萬元，主要係本期經營利潤增加及運營效率提升所致。

(b) 2024年上半年投資活動之現金流出淨額為人民幣7,334百萬元，詳情如下：

項目	截至6月30日止六個月	
	2024年 人民幣百萬元 (未經審核)	2023年 人民幣百萬元 (未經審核)
購買非流動資產的付款	(3,892)	(3,728)
購買理財產品	(3,989)	(1,173)
處置固定資產及租賃土地收到現金	8	74
收取聯營公司分紅	394	401
收取理財產品利息	84	66
其他投資活動之現金流淨流入	61	27
投資活動之現金流量淨額	(7,334)	(4,333)

- (c) 2024年上半年融資活動之現金流出淨額為人民幣191百萬元，而去年同期則錄得現金流出淨額為人民幣1,269百萬元，詳情如下：

項目	截至6月30日止六個月	
	2024年 人民幣百萬元 (未經審核)	2023年 人民幣百萬元 (未經審核)
借款所得	5,932	11,553
償還借款	(4,150)	(10,429)
回購股票	(467)	(897)
已付利息	(1,160)	(809)
租賃支出	(597)	(551)
其他融資活動之現金流淨流入／(流出)	251	(136)
融資活動之現金流量淨額	(191)	(1,269)

流動資金及財務資源

本集團著重現金流管理，且財政及流動資金狀況穩健，於2024年6月30日之流動比率為1.07（2023年12月31日：1.10）。

項目	2024年6月30日 人民幣百萬元 (未經審核)	2023年12月31日 人民幣百萬元 (經審核)
現金及現金等值項目	54,228	53,977
其他財務資產中的理財產品	2,153	2,018
	56,381	55,995
減：		
計息借款	(30,067)	(28,396)
現金及現金等值項目和其他財務資產中的理財產品結餘淨額	26,314	27,599

於2024年6月30日，其他財務資產中的理財產品為人民幣2,153百萬元（2023年12月31日：人民幣2,018百萬元），較2023年年末上升6.7%。

於2024年6月30日，約70%的現金及現金等值項目及其他財務資產中的理財產品結餘以人民幣計值，而餘下30%則以歐元、港元、美元、紐西蘭元、印度盧比及其他貨幣計值。

管理層討論與分析

於2024年6月30日，約40%及23%的計息借款結餘分別以美元及歐元計值，餘下37%則以人民幣及其他貨幣計值。以浮息及定息計息的借款分別為人民幣284.25億元及人民幣16.42億元。

於2024年6月30日，本集團之現金及現金等值項目和其他財務資產中的理財產品結餘淨額為人民幣56,381百萬元(2023年12月31日：人民幣55,995百萬元)，較2023年年末結餘上升0.7%。

於2024年上半年，現金及現金等值項目和其他財務資產的理財產品回報為人民幣923百萬元，較2023年上半年之人民幣627百萬元上升47.2%。

本集團將在2024年運營活動中繼續維持穩定之流動資金用以確保未來一年運營資金需求，及用以超級工廠等建設，並且在未來戰略性投資機會出現時，在財務上具備靈活性。

重大投資或資本資產的未來計劃

於2024年6月30日，本集團並無就重大投資或資本資產簽立任何協議，亦無有關重大投資或資本資產的任何其他計劃。儘管如此，倘未來出現任何潛在投資機會，本公司將進行可行性研究及編製實施計劃，以考慮其是否對本公司及股東整體有利。投資資金將通過公司自有或外部資金和債權融資等方式解決。

報告期間的重大投資、附屬公司、聯營公司及合營公司的重大收購及出售

於2024年6月30日，本集團並無持有任何重大投資。於截至2024年6月30日止六個月，本集團並無作出任何重大投資，附屬公司、聯營公司及合營公司的重大收購或出售。

配售股份的所得款項用途

本公司於2022年1月11日與一名配售代理就根據一般授權，配售本公司新H股訂立配售協議。本公司通過配售及動用所得款項淨額，擬進一步加強其財務狀況，主要用於支持海外業務擴張及ESG相關領域的投資。於2022年1月21日，股份配售已告完成。每股面值人民幣1.00元的累計41,413,600股H股已配售予5名承配人，彼等及其最終實益擁有人為獨立第三方且與本公司及／或其關連人士概無關連。每股H股配售價為28.00港元(而H股於2022年1月11日的每股收市價為32.70港元)。按估算費用而得出的每股H股淨價為27.77港元。

來自配售的所得款項總額及所得款項淨額將分別為約1,159.58百萬港元及約1,149.98百萬港元。配售的所得款項淨額將用於以下用途：(i)70%用於海外工業園產能擴建；(ii)15%用於ESG(環境、社會及管治)相關領域的投資；(iii)10%用於海外工業園數碼化及擴建升級；及(iv)5%用於海外渠道擴建與推廣。上述用途與本公司先前披露的所得款項計劃用途一致。

茲提述本公司日期為2024年8月27日的公告。為了滿足利益相關方對本集團作為負責任企業的ESG要求和期望，也為了更好的體現本集團在商業之上的價值，本集團ESG相關工作正處於將公司戰略以及運營管理相結合的內部升級階段，相關ESG項目正處於籌備啟動階段，鑒於以上考量，未動用所得款項淨額的預期時間期限已延長至2026年12月31日，資金實際使用情況將需看專案具體實施進展情況。

截至2024年6月30日止六個月已動用所得款項淨額的詳細明細及說明載列如下：

	於2024年 1月1日 未動用所得 款項淨額 百萬港元	截至2024年 6月30日 止六個月 已動用所得款 項淨額之金額 百萬港元	於2024年 6月30日 未動用所得 款項淨額 百萬港元
海外工業園產能建設	—	—	—
ESG(環境、社會及管治)相關領域的投資	172.50	—	172.50
海外工業園信息化升級	—	—	—
海外渠道建設與推廣	—	—	—
	172.5	—	172.50

資本性支出

本公司不定期評估本集團各產業分部的資本性支出及投資。報告期內資本性支出為人民幣3,892百萬元(2023年上半年：人民幣3,728百萬元)，其中國內人民幣2,063百萬元、海外人民幣1,829百萬元，主要用於廠房及設備建設、房產租賃開支、信息化建設等。

負債資本比率

於2024年6月30日，本集團之負債資本比率(定義為按借貸總額(包括計息借款及租賃負債)除以本集團淨資產)為32.1%(2023年12月31日：30.9%)，上升1.2個百分點，主要是由於報告期內更多利用優惠貸款所致。

庫務政策

本集團採取審慎現金管理及風險監控。由於本集團的業務遍及全球，我們的經營業績受到基於交易和換算基礎的匯率變動影響。

本集團主要面臨報告貨幣人民幣兌美元的匯率變動影響，其次是人民幣兌歐元及人民幣兌日元匯率變動的影響。匯率波動之所以會產生換算影響，是因為本集團附屬公司的財務業績乃以其經營所在主要經濟環境的貨幣(其功能貨幣)計量。因此，本集團全球各地附屬公司的經營業績乃以人民幣之外的貨幣計量，而後再換算為人民幣，以供列報於我們綜合財務報表的財務業績中。因此，適用的外匯匯率波動可能增加或減少我們非人民幣資產、負債、收入和成本的人民幣價值，即使其當地貨幣價值並無變動。

當本集團的附屬公司以其功能貨幣之外的其他貨幣訂立買賣交易時，就會產生匯率波動的交易影響。我們通過採購、製造及銷售本地化開展大部分海外業務，這使我們有優勢以相同貨幣在當地市場價值鏈中匹配成本和收入，從而為若干交易風險提供自然對沖。本集團還使用遠期外匯合約以減輕其交易匯率風險。

資本承擔

於2024年6月30日，本集團之已訂約但未撥備之資本承擔為人民幣4,143百萬元(2023年12月31日：人民幣3,225百萬元)，主要涉及本集團境內外工廠建設項目。

資產押記

於2024年6月30日，本集團並無質押任何應收賬款及應收票據作為本集團獲授若干銀行借款的質押品(2023年12月31日：人民幣34百萬元)。

此外，於2024年6月30日，本集團若干應付票據以本集團之銀行存款人民幣270百萬元(2023年12月31日：人民幣407百萬元)及本集團之應收票據人民幣4,346百萬元(2023年12月31日：人民幣4,357百萬元)作抵押。

或然負債

於2024年6月30日，本集團均無任何重大或然負債。

與僱員之關係及薪酬政策

本集團深明僱員為寶貴資產，確保僱員薪金待遇具有競爭力，僱員一般獲發定額月薪，另加按表現酌情發放之花紅、購股權及股份獎勵計劃，而薪酬通常每年進行檢討，此外，本集團已建立完善的僱員培訓及晉陞機制讓僱員不斷自我提升。

本集團之僱員總數由2023年12月31日的112,458人減少2.3%至2024年6月30日的109,925人。

購買、贖回或出售本公司上市證券

回購A股

於截至2024年6月30日止六個月，本公司於上海證券交易所回購其部分A股普通股。該等交易的詳情概要如下：

月份	回購A股數量	每股價格		已付總價 人民幣百萬元
		最高 人民幣	最低 人民幣	
2024年1月	5,406,200	22.74	21.15	118.07
2024年2月	10,536,828	24.15	22.28	247.72
2024年3月	4,139,014	24.96	23.78	100.78
	20,082,042			466.57

報告期內回購本公司A股由董事根據於2023年4月27日通過的有關回購A股的董事會決議案而進行。已回購A股將用於本公司的股份激勵計劃。

截至2024年6月30日，本公司合計持有145,238,037股A股庫存股。於2024年7月，31,266,608股A股庫存股已轉讓至本公司2024年A股核心員工持股計劃，其餘54,051,559股A股庫存股將按照本公司2023年年度股東大會的決議而注銷，59,919,870股A股庫存股將用於其他股權激勵計劃。

除上文所披露者，本公司及其任何附屬公司於截至2024年6月30日止六個月並無購買、贖回或出售本公司任何上市證券(包括出售庫存股份)。

股息

董事不建議就截至2024年6月30日止六個月派發任何中期股息(截至2023年6月30日止六個月：無)。

企業管治常規

遵守上市規則之企業管治常規守則

本公司於2024年1月1日至2024年6月30日期間一直遵守聯交所證券上市規則(「**上市規則**」)附錄C1第二部份所載之企業管治守則(「**守則**」)的守則條文，惟下列偏離情況除外：

董事長及行政總裁(「**行政總裁**」)

根據守則條文第C.2.1條，董事長與行政總裁的角色應有所區分，不應由同一人擔任。自2022年6月28日起，執行董事李華剛先生(「**李先生**」)就任本公司董事長一職，亦兼為本公司行政總裁。李先生由2019年4月開始出任本公司行政總裁，而當梁海山先生於2022年6月28日退任本公司董事長時，李先生自該日起擔任本公司董事長。

董事會一直有檢討董事長與行政總裁職責分離的安排。經評估本公司狀況後，並已考慮李先生的經驗及過往工作表現，董事會認為，由李先生兼任本公司董事長與行政總裁，對本集團而言屬恰當並符合集團最佳利益，因為此舉有利於本集團政策保持延續性以及業務營運可維持平穩，同時有助提升本公司策略的有效制訂和執行，讓本集團有效迅速把握業務機遇。在董事會內，非執行董事佔大多數，彼等定期每季開會審視本集團的營運並商議其他影響本集團業務的重大事務。

據此，董事會相信，此項安排對董事會與本公司管理層之間的權力及權限平衡，不會帶來負面影響。另外，透過董事會及其獨立非執行董事的持續監督，權力繼續得到互相制衡，因此，股東的利益仍然可以獲得充份而公平的反映。

董事及監事進行證券交易之標準守則

本公司已採納一套董事及監事進行證券交易之行為守則，該守則之條款不低於上市規則附錄C3所載上市發行人董事進行證券交易的標準守則(「**標準守則**」)所規定的標準。經本公司作出特定查詢後，本公司全體董事及監事已確認彼等已於截至2024年6月30日止六個月期間內一直遵守標準守則所載之規定標準。

根據上市規則第13.51B(1)條作出之董事、監事及行政總裁資料變更

茲提述本公司日期為2024年5月29日的通函及本公司日期為2024年4月29日的公告，內容有關建議選舉本公司監事（「監事」）。自2024年6月20日舉行的本公司2023年度股東週年大會（「2023年股東週年大會」）結束時起，馬穎潔女士退任監事，而劉永飛先生獲委任為監事。

茲亦提述本公司日期為2024年5月29日的通函。經本公司股東於2023年股東週年大會上授權，董事會將非執行董事的津貼由稅前人民幣32萬元／年調整如下：

非執行董事薪酬包括固定薪酬、職務薪酬及浮動津貼三部分：

- i) 固定薪酬：稅前人民幣36萬元／年。
- ii) 職務薪酬：視非執行董事出任專門委員會情況而定，專門委員會主任委員為每人每年3萬元（稅前），專門委員會委員為每人每年2萬元（稅前）；倘彼出任多個委員會主任或委員，則可累計計算，並根據年度履職考核情況予以支付。
- iii) 浮動津貼：非執行董事現場參加股東大會、董事會、專門委員會、調研等方面的津貼，標準為人民幣5,000元／人／天。此外，非執行董事出席公司董事會和股東大會的差旅費以及按《公司章程》行使職權所需費用，可在公司據實報銷。

與海爾集團公司及其子公司具有勞動合同關係的非執行董事不在本公司領取董事薪酬。

除上文所披露者外，於報告期內及截至本報告日期，並無遵照上市規則第13.51B(1)條須予披露的董事、監事及行政總裁資料變動。

審計委員會

本公司已成立審計委員會，由本公司兩名非執行董事及三名獨立非執行董事組成。審計委員會已與管理層檢討本集團所採用之會計原則及慣例，並討論財務報告事項包括審閱本集團截至2024年6月30日止六個月之未經審核簡明綜合中期財務資料，及與內部審計部討論內部審計和監控及風險管理事項，並無異議。

致謝

最後，本人謹藉此機會感謝全體董事及員工於期內之竭誠服務、貢獻及支持。

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8月27日

權益披露

董事、監事及行政總裁於股份及相關股份之權益及淡倉

於2024年6月30日，董事、監事及行政總裁於本公司或其相聯法團（定義見證券及期貨條例（「證券及期貨條例」）第XV部）之股本及相關股份（「股份」）中，擁有記錄於本公司根據證券及期貨條例第352條規定須存置之登記冊中之權益及淡倉，或根據證券及期貨條例第XV部第7及8分部或根據上市發行人董事進行證券交易的標準守則須知會本公司及香港聯交所之權益及淡倉如下：

於本公司股份的好倉：

姓名	職位	持有的 股份類別	持有的 股份數目	權益性質	於相關類別 股份中的概約 持股百分比*	於本公司 總股本中的概約 持股百分比*
李華剛先生	董事長、執行董事兼行政 總裁	A股	919,710	實益擁有人	0.0146%	0.0097%
		H股	812,145	實益擁有人	0.0284%	0.0086%
宮偉先生	執行董事、副總裁兼財務 總監	A股	2,004,724	實益擁有人	0.0318%	0.0212%
邵新智女士	董事會副董事長、非執行 董事	H股	1,045,056	實益擁有人	0.0366%	0.0111%
俞漢度先生	非執行董事	H股	810,000	實益擁有人	0.0283%	0.0086%
李錦芬女士	非執行董事	H股	355,200	實益擁有人	0.0124%	0.0038%
劉大林先生	監事會主席	A股	36,676	實益擁有人	0.0006%	0.0004%
		H股	21,355	實益擁有人	0.0007%	0.0002%
于焱先生	監事	A股	6,436	實益擁有人	0.0001%	0.0001%

* 百分比乃根據本公司於2024年6月30日之股本合共9,438,114,893股（包括6,308,552,654股A股、271,013,973股D股及2,858,548,266股H股，分別約佔本公司總股本的66.84%、2.87%及30.29%）計算得出。

董事、監事及行政總裁於股份及相關股份之權益及淡倉 (續)**於本公司股份的好倉：(續)**

除上述外，以下董事、監事及行政總裁亦為本公司A股核心員工持股計劃及H股核心員工持股計劃的被授予人士：

姓名	職位	股份類別	員工持股計劃的發行在外股份數目 (授出年份)	於相關類別股份中的概約持股百分比*	於本公司總股本中的概約持股百分比*
李華剛先生	董事長、執行董事 兼行政總裁	A股	125,104 (2022年)	0.0020%	0.0013%
			212,811 (2023年)	0.0034%	0.0023%
		H股	140,292 (2022年)	0.0049%	0.0015%
			219,537 (2023年)	0.0077%	0.0023%
			181,121 (已歸屬)	0.0063%	0.0019%
宮偉先生	執行董事、副總裁 兼財務總監	A股	67,193 (2022年)	0.0011%	0.0007%
			104,907 (2023年)	0.0017%	0.0011%
		H股	75,351 (2022年)	0.0026%	0.0008%
			108,223 (2023年)	0.0038%	0.0011%
			106,712 (已歸屬)	0.0037%	0.0011%
邵新智女士	董事會副董事長、 非執行董事	A股	104,907 (2023年)	0.0017%	0.0011%
		H股	108,223 (2023年)	0.0038%	0.0011%
劉大林先生	監事會主席	A股	29,634 (2022年)	0.0005%	0.0003%
			49,956 (2023年)	0.0008%	0.0005%
于淼先生	監事	A股	5,032 (2022年)	0.0001%	0.0001%
			16,652 (2023年)	0.0003%	0.0002%

* 百分比乃根據本公司於2024年6月30日之股本合共9,438,114,893股(包括6,308,552,654股A股、271,013,973股D股及2,858,548,266股H股，分別約佔本公司總股本的66.84%、2.87%及30.29%)計算得出。

董事、監事及行政總裁於股份及相關股份之權益及淡倉 (續)**於本公司股份的好倉：(續)**

本公司於2022年1月11日與配售代理訂立配售協議，根據一般授權配售本公司的新H股。合共41,413,600股H股已配售予五名承配人，彼等及其最終實益擁有人均獨立於本公司及／或其關連人士的獨立第三方，且與彼等概無關連。配售價為每股H股28.00港元。本公司下列董事及監事已通過信託及資產管理計劃，間接投資其中一名承配人Golden Sunflower發行的結構性票據。於2024年6月30日，彼等剩餘出資的詳情如下：

姓名	職位	注資金額 (百萬港元)	配售H股 股份相關數目	於相關類別 股份中的概約 持股百分比*	於本公司 總股本中的概約 持股百分比*
李華剛先生	董事長、執行董事 兼行政總裁	7.34	262,122	0.0092%	0.0028%
宮偉先生	執行董事、副總裁兼 財務總監	3.67	131,061	0.0046%	0.0014%
邵新智女士	董事會副董事長、 非執行董事	7.34	262,122	0.0092%	0.0028%
劉大林先生	監事	2.44	87,314	0.0031%	0.0009%

* 百分比乃根據本公司於2024年6月30日之股本合共9,438,114,893股(包括6,308,552,654股A股、271,013,973股D股及2,858,548,266股H股，分別約佔本公司總股本的66.84%、2.87%及30.29%)計算得出。

董事、監事及行政總裁於股份及相關股份之權益及淡倉 (續)
根據股票期權於本公司相關股份的好倉：

姓名	職位	股份類別	已授出 但尚未行使 的股票期權 數目	股票期權 獲行使後 於相關類別 股份中的概約 持股百分比*	股票期權 獲行使後 於本公司總 股本中的概約 持股百分比*
李華剛先生	董事長、執行董事 兼行政總裁	A股	365,576	0.0058%	0.0039%
宮偉先生	執行董事、副總裁 兼財務總監	A股	182,788	0.0029%	0.0019%

附註：上述各A股股票期權用於認購一股的行使價為人民幣25.63元。行使期間自2022年9月15日至2027年9月15日。

* 百分比乃根據本公司於2024年6月30日之股本合共9,438,114,893股(包括6,308,552,654股A股、271,013,973股D股及2,858,548,266股H股，分別約佔本公司總股本的66.84%、2.87%及30.29%)計算得出。

除上文所披露者外，於2024年6月30日，概無董事、監事及行政總裁於本公司或其相聯法團(定義見證券及期貨條例第XV部)之股份或相關股份中，擁有記錄於本公司根據證券及期貨條例第352條規定須存置之登記冊中之任何權益或淡倉，或根據證券及期貨條例第XV部第7及8分部或根據上市發行人董事進行證券交易的標準守則須知會本公司及香港聯交所之任何權益或淡倉。

主要股東於股份及相關股份之權益

於2024年6月30日，以下擁有本公司已發行股本5%或以上權益之股東記錄於本公司根據證券及期貨條例第336條規定須存置之主要股東名冊：

好倉：

股東名稱	持有的 股份類別	持有的 股份數目	權益性質	於相關 類別股份中的 概約持股 百分比*	於本公司 總股本中的 概約持股 百分比*
海爾集團公司 ^{附註1至4}	A股	2,637,339,206	實益擁有人 受控法團權益 通過投票權委託安排持有的 權益	41.81%	27.94%
	H股	538,560,000	受控法團權益	18.84%	5.71%
	D股	58,135,194	受控法團權益	21.45%	0.62%
海爾卡奧斯股份有限 公司 ^{附註1及2}	A股	1,258,684,824	實益擁有人	19.95%	13.34%
HCH (HK) Investment Management Co., Limited ^{附註3}	H股	538,560,000	實益擁有人	18.84%	5.71%
Haier International Co., Limited ^{附註4}	D股	58,135,194	實益擁有人	21.45%	0.62%
其他H股類別股東 ^{附註5}					
其他D股類別股東 ^{附註6}					

* 百分比乃根據本公司於2024年6月30日之股本合共9,438,114,893股(包括6,308,552,654股A股、271,013,973股D股及2,858,548,266股H股，分別約佔本公司總股本的66.84%、2.87%及30.29%)計算得出。

主要股東於股份及相關股份之權益 (續)

好倉：(續)

附註：

1. 海爾集團公司直接持有1,072,610,764股A股。此外，海爾集團公司(i)通過其附屬公司之一海爾卡奧斯股份有限公司(前稱為海爾電器國際有限公司)間接擁有或控制1,258,684,824股A股；(ii)通過其附屬公司之一青島海爾創業投資諮詢有限公司間接擁有或控制172,252,560股A股；及(iii)通過海爾集團公司的一致行動方青島海創智管理諮詢企業(有限合夥)間接擁有或控制133,791,058股A股。
2. 海爾集團公司持有海爾卡奧斯股份有限公司(前稱為海爾電器國際有限公司)51.20%的已發行股份，並有權通過一份不可撤銷的投票權委託安排行使海爾卡奧斯股份有限公司餘下48.80%的投票權。
3. HCH (HK) Investment Management Co., Limited (「**HCH (HK)**」) 持有538,560,000股H股。海爾集團公司控制HCH (HK)100%的投票權，因此被視作於HCH (HK)持有的538,560,000股H股中擁有權益。
4. Haier International Co., Limited為海爾集團公司的全資附屬公司，因此，海爾集團公司被視作於Haier International Co., Limited持有的58,135,194股D股中擁有權益。
5. 摩根大通集團持有242,716,349股H股，約佔H股總數的8.49%；BlackRock, Inc.持有163,549,891股H股，約佔H股總數的5.72%。
6. 絲路基金有限責任公司持有54,007,663股D股，約佔D股總數的19.93%。

淡倉及可供借出的股票：

摩根大通集團的淡倉為15,827,285股H股，約佔H股總數的0.55%及有36,366,390股H股可供借出，約佔H股總數的1.27%。BlackRock, Inc.的淡倉為284,800股H股，約佔H股總數的0.01%。

除上文披露者外，於2024年6月30日，概無權益載列於上文「董事、監事及行政總裁於股份及相關股份之權益及淡倉」一節之本公司董事、監事及行政總裁以外之人士於本公司股份或相關股份中擁有根據證券及期貨條例第336條規定須予記錄之登記權益或淡倉。

股份計劃

股份獎勵計劃

推出新一階段A股及H股核心員工持股計劃及H股受限制股份獎勵計劃

於2021年6月25日舉行的2020年股東週年大會（「**2020年股東週年大會**」）上，本公司採納A股核心員工持股計劃（2021年–2025年）、H股核心員工持股計劃（2021年–2025年）及H股受限制股份單位計劃。

預期本集團常居中國內地境內的相關員工將主要由A股核心員工持股計劃及H股核心員工持股計劃覆蓋，而本公司常居中國內地境外的相關員工將主要由受限制股份單位計劃覆蓋。A股及H股核心員工持股計劃及受限制股份單位計劃的計劃股份由本公司現有股份提供。

A股及H股核心員工持股計劃及受限制股份單位計劃旨在為本公司中層及高級管理層和核心員工提供激勵，以本集團兩至三年溢利目標及業務單位與個人表現目標作為主要考核基準。參與者無需就A股及H股核心員工持股計劃及受限制股份獎勵計劃授出的股份支付任何代價，此符合股份獎勵計劃為吸引及挽留董事及僱員提供服務之目的。

根據於2020年股東週年大會上尋求的授權，董事會全權酌情確定後續各期參與A股核心員工持股計劃及H股核心員工持股計劃的員工名單和分配。該決定乃按A股核心員工持股計劃及H股核心員工持股計劃的規定、員工變動情況、考核情況，並獲授權進行調整。此外，董事會或授權人士可根據受限制股份單位計劃規則，不時選擇任何合資格人士作為選定持有人。

A股核心員工持股計劃及H股核心員工持股計劃

員工持股計劃的目的為以「人單合一」驅動員工創業創新；完善公司治理機制，創造股東價值；及吸引人才，創新本公司薪酬管理體系。

員工持股計劃的參與人是本公司董事（獨立董事除外）、監事及高級管理人員、本公司及附屬公司核心技術（業務）人員。

股份計劃

經股東大會授權，2021年至2025年期間，董事會有權按實際需要決定設立若干期獨立存續的員工持股計劃。各期員工持股計劃存續期不超過五年，自本公司公佈各年度最後一筆標的股票登記至該年度員工持股計劃時起計算。存續期滿後，該員工持股計劃終止，也可經董事會審議通過後並經股東大會授權延長。

各年的員工持股計劃相互獨立，但已設立並存續的各期員工持股計劃(包括A股核心員工持股計劃及H股核心員工持股計劃)所持有的股份總數不得超過本公司股本總額的10%，單個員工所持的存續員工持股計劃份額所對應的股份總數不得超過本公司股本總額的1%。

期內，為進一步完善公司治理機制，創造股東價值，推進公司物聯網智慧家庭生態品牌戰略的全面實施，經公司2023年股東週年大會授權，本公司於2024年4月29日召開的第十一屆董事會第十次會議審議推出了本公司2024年度A股核心員工持股計劃及本公司2024年度H股核心員工持股計劃。

A股核心員工持股計劃(2022年)

2022年員工持股計劃的參與人共計不超過2,250人，參與2022年員工持股計劃的資金總額為人民幣680百萬元。11名人士包括董事、監事及高級管理人員，合共持有人民幣21.96百萬元，佔2022年員工持股計劃的3.2%，本公司及子公司核心技術(業務)人員2,239名，合共持有人民幣658.04百萬元，佔2022年員工持股計劃的96.8%。

2022年員工持股計劃股票來源為回購本公司 A股股票。2022年員工持股計劃自公司披露完成從公司回購專用證券帳戶受讓回購的標的股票的公告之日起設立12個月的鎖定期。

於2022年7月21日，於「海爾智家股份有限公司回購專用證券賬戶」內其中的26,814,055股(每股平均買入成本為人民幣25.33元)已非交易過戶至「海爾智家股份有限公司 — A股核心員工持股計劃(2022年)」專戶。鎖定期為2022年7月22日至2023年7月21日。

鎖定期結束後基於公司的業績考核制度對參與人進行考核，考核期為兩年，2022年員工持股計劃鎖定期滿後對應的標的股票按照40%、60%分兩期歸屬至持有人，具體歸屬時間在鎖定期結束後，由管理委員會確定。

A股核心員工持股計劃(2023年)

2023年員工持股計劃的參與人員共計不超過2,400人。參與2023年員工持股計劃的資金總額為人民幣565.50百萬元。董事、監事及高級管理人員14名，合共持有人民幣31.42百萬元，佔本期員工持股計劃的5.6%。本公司及子公司核心技術(業務)人員2,386名，合共持有人民幣534.08百萬元，佔本期員工持股計劃的94.4%。

本期員工持股計劃股票來源為本公司回購專用賬戶回購的股票。2023年員工持股計劃自公司披露完成從公司回購專用證券帳戶受讓回購的標的股票的公告之日起設立12個月的鎖定期。

於2023年7月17日，於「海爾智家股份有限公司回購專用證券賬戶」內其中的25,117,000股(每股平均買入成本為人民幣22.49元)已非交易過戶至「海爾智家股份有限公司 — A股核心員工持股計劃(2023年)」專戶。鎖定期為2023年7月19日至2024年7月18日。

2023年員工持股計劃的鎖定期結束後，對應的標的股票分兩期歸屬至持有人(分別按照40%、60%)，具體歸屬時間在鎖定期結束後，由管理委員會確定。

股份計劃

下表披露期內A股核心員工持股計劃的變動：

參與人姓名或類別	於2024年 1月1日	期內授出	期內歸屬 (附註)	期內註銷	期內失效	於2024年 6月30日	授出A股核心員工 持股計劃日期	A股核心員工 持股計劃歸屬期
董事								
李華剛先生	30,037	—	—	30,037	—	—	30/07/2021	30/07/2021–30/07/2023
	125,104	—	—	—	—	125,104	10/08/2022	10/08/2022–30/07/2024
	212,811	—	—	—	—	212,811	28/07/2023	28/07/2023–30/07/2025
	367,952	—	—	30,037	—	337,915		
宮偉先生	18,195	—	—	18,195	—	—	30/07/2021	30/07/2021–30/07/2023
	67,193	—	—	—	—	67,193	10/08/2022	10/08/2022–30/07/2024
	104,907	—	—	—	—	104,907	28/07/2023	28/07/2023–30/07/2025
	190,295	—	—	18,195	—	172,100		
邵新智女士	104,907	—	—	—	—	104,907	28/07/2023	28/07/2023–30/07/2025
小計	663,154	—	—	48,232	—	614,922		
監事								
劉大林先生	6,500	—	—	6,500	—	—	30/07/2021	30/07/2021–30/07/2023
	29,634	—	—	—	—	29,634	10/08/2022	10/08/2022–30/07/2024
	49,956	—	—	—	—	49,956	28/07/2023	28/07/2023–30/07/2025
	86,090	—	—	6,500	—	79,590		
馬穎潔女士	1,468	—	—	1,468	—	—	30/07/2021	30/07/2021–30/07/2023
	6,278	—	—	—	—	6,278	10/08/2022	10/08/2022–30/07/2024
	12,655	—	—	—	—	12,655	28/07/2023	28/07/2023–30/07/2025
	20,401	—	—	1,468	—	18,933		
于淼先生	1,461	—	—	1,461	—	—	30/07/2021	30/07/2021–30/07/2023
	5,032	—	—	—	—	5,032	10/08/2022	10/08/2022–30/07/2024
	16,652	—	—	—	—	16,652	28/07/2023	28/07/2023–30/07/2025
	23,145	—	—	1,461	—	21,684		
小計	129,636	—	—	9,429	—	120,207		
其他僱員								
總計	20,299,368	—	—	—	—	20,299,368	10/08/2022	10/08/2022–30/07/2024
	24,615,112	—	—	—	—	24,615,112	28/07/2023	28/07/2023–30/07/2025
	44,914,480	—	—	—	—	44,914,480		
合計	45,707,270	—	—	57,661	—	45,649,609		

上述已註銷股份的購買價為每股人民幣27.79元。

各A股核心員工持股計劃的授予權限僅於該特定年度有效及生效，因此於本中期報告日期，該等A股核心員工持股計劃並無剩餘年期。於2024年1月1日及2024年6月30日，A股核心員工持股計劃（自2021年至2023年）項下可供授出的股份獎勵數目為零。

A股核心員工持股計劃的攤薄影響載於財務報表附註11。

附註：

1. A股核心員工持股計劃及H股核心員工持股計劃(2022年)(「**2022年員工持股計劃**」)項目下的考核指標如下：
 - a. 2022年員工持股計劃下持有人系公司董事長、總裁及公司平台人員的，其考核指標及歸屬條件為：管委會考核該等持有人2022年度結果為達標且2022年度公司經審計的歸母淨利潤較2021年歸母淨利潤增長超過15%（含15%），則將其名下2022年員工持股計劃有關股份權益的40%全部歸屬於持有人；如果增長幅度在12%（含12%）-15%，由管委會決定歸屬的比例並報公司薪酬與考核委員會同意後進行歸屬；如果增長低於12%（不含12%），則2022年度考核對應部分不歸屬。管委會考核該等持有人2023年度結果為達標且2023年度公司經審計的歸母淨利潤較2021年歸母淨利潤年複合增長率超過15%（含15%），則將其名下2022年員工持股計劃有關股份權益的60%全部歸屬於持有人；如果年複合增長率幅度在12%（含12%）-15%，由管委會決定歸屬的比例並報公司薪酬與考核委員會同意後進行歸屬；如果增長低於12%（不含12%），則2023年度考核對應部分不歸屬。「歸母淨利潤」：(1)2021年歸母淨利潤係指2021年度審計報告審計數據，為人民幣130.67億元；(2)2022年和2023年歸母淨利潤是指從經審計歸母淨利潤剔除當年度重大資產出售／收購（如有）形成的一次性損益影響後的歸母淨利潤。（其中重大資產出售、收購的標準參照《上海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》等的相關規定，定義為：(1)單一項目交易金額佔上市公司最近一期經審計的歸母淨資產的5%（含5%）以上的重大資產出售與收購，或(2)單一交易產生的淨利潤、收購標的淨利潤佔上市公司最近一期經審計的歸母淨利潤的5%以上的資產。）
 - b. 2022年員工持股計劃下的除上述a項外的持有人，經管委會考核，在2022年度和2023年度考核結果達標分別歸屬2022年員工持股計劃有關股份權益的40%及60%。

股份計劃

2. A股核心員工持股計劃及H股核心員工持股計劃(2023年)(「**2023年員工持股計劃**」)項目下的考核指標如下：

- a. 2023年員工持股計劃下持有人系公司董事、總裁、監事及公司平台人員的，其2023年度及2024年度考核規則按照扣非歸母淨利潤複合增長率的完成率與淨資產收益率完成率加權平均計算(以下簡稱「**綜合完成率**」)。具體考核目標及規則如下：

	扣非歸母淨利潤	淨資產收益率(註)
2023年度業績考核指標	2023年度經審計的扣非歸母淨利潤較2022年度扣非歸母淨利潤增長率不低於15%(含)	2023年度經審計的淨資產收益率(ROE)不低於16.8%(含)
2024年度業績考核指標	2024年度經審計的扣非歸母淨利潤較2022年度扣非歸母淨利潤複合增長率不低於15%(含)	2024年度經審計的淨資產收益率(ROE)不低於16.8%(含)
考核權重	50%	50%

註：淨資產收益率(ROE)指加權平均淨資產收益率。若在2023年員工持股計劃的有效期內公司實施公開發行或向特定對象發行股票等資本市場融資可能對公司淨資產及淨資產收益率帶來影響的行為，則在計算各考核年度的歸屬於上市公司股東的淨資產收益率時應剔除該等行為所帶來的影響，並相應調整各年度考核條件中有關淨資產收益率的考核指標，調整方案視具體情況由薪酬與考核委員會審議並提交董事會審議通過後實施。

綜合完成率 = 50% * 扣非歸母淨利潤複合增長率完成率 + 50% * 淨資產收益率完成率

其中：

扣非歸母淨利潤複合增長率完成率 = 該年度經審計的扣非歸母淨利潤較2022年度扣非歸母淨利潤複合增長率 / 15%

淨資產收益率完成率 = 該年度經審計的淨資產收益率 / 16.8%

(1) 2023年度考核標準與歸屬

管委會考核該等持有人2023年度結果為達標且2023年度綜合完成率超過1(含1)，則將其名下本期員工持股計劃標的股票權益的40%歸屬於持有人。

若綜合完成率在0.8(含0.8)至1，則：①若扣非歸母淨利潤複合增長率與淨資產收益率兩項考核指標的完成率均超過0.8(含)，由管委會決定歸屬的比例並報薪酬與考核委員會同意後進行歸屬；②若扣非歸母淨利潤複合增長率與淨資產收益率任一考核指標的完成率低於0.8(不含0.8)，則薪酬與考核委員會決定歸屬的比例並報董事會同意後進行歸屬。

若綜合完成率低於0.8(不含0.8)，則其名下本期員工持股計劃標的股票權益的40%不歸屬。

(2) 2024年度考核標準與歸屬

管委會考核該等持有人2024年度結果為達標且2024年度綜合完成率超過1(含1)，則將其名下本期員工持股計劃標的股票權益的60%歸屬於持有人。

若綜合完成率在0.8(含0.8)至1，則：①若扣非歸母淨利潤複合增長率與淨資產收益率兩項考核指標的完成率均超過0.8(含)，由管委會決定歸屬的比例並報薪酬與考核委員會同意後進行歸屬；②若扣非歸母淨利潤複合增長率與淨資產收益率任一考核指標的完成率低於0.8(不含0.8)，則薪酬與考核委員會決定歸屬的比例並報董事會同意後進行歸屬。

如果綜合完成率低於0.8(不含0.8)，則其名下本期員工持股計劃標的股票權益的60%不歸屬。

- b. 2023年員工持股計劃除上述第a項外的持有人，經管委會考核，在2023年度和2024年度考核結果達標分別歸屬2023年員工持股計劃有關股份權益的40%及60%。

H股核心員工持股計劃(2022年)

2022年員工持股計劃的參與對象包括公司董事(獨立董事除外)、高級管理人員、公司及子公司核心技術(業務)人員,共計33人,參與2022年員工持股計劃的資金總額為人民幣60百萬元。其中董事及高級管理人員8名,合共持有人民幣20.53百萬元,佔2022年員工持股計劃的34.2%,本公司其他核心管理人員25名,合共持有人民幣39.47百萬元,佔2022年員工持股計劃的65.8%。

2022年員工持股計劃股票來源為通過滬港股票市場交易互通機制在二級市場購買並持有本公司H股股票。本公司已委託資管公司通過港股通在二級市場累計買入本公司H股股票2,653,200股,成交均價為25.663港元/股,成交金額約為68百萬港元。鎖定期為12個月,自本公司公告最後一筆購買之標的股票登記至2022年員工持股計劃時起計算。

鎖定期結束後基於本公司的業績考核制度對2022年員工持股計劃持有人進行考核,考核期為兩年,計劃股票於考核後按照40%、60%分兩期歸屬至持有人。

具體歸屬時間在鎖定期結束後,由管理委員會確定。歸屬H股後,經歸屬H股將由資產管理公司適時出售以向參與人支付現金。

H股核心員工持股計劃(2023年)

2023年員工持股計劃的參與對象包括公司董事(獨立董事除外)、高級管理人員、公司及子公司核心技術(業務)人員,共計34人。董事及高級管理人員11名,合共持有人民幣33.19百萬元,佔2023年員工持股計劃的47.1%,本公司其他核心管理人員23名,合共持有人民幣37.31百萬元,佔2023年員工持股計劃的52.9%。

2023年員工持股計劃的資金來源為公司提取的激勵基金,額度為人民幣70.50百萬元。2023年員工持股計劃股票來源為通過滬港股票市場交易互通機制在二級市場購買並持有本公司H股股票。

鎖定期為12個月,自公司公告最後一筆購買之標的股票登記至2023年員工持股計劃時起計算。

本公司已委託資管公司通過港股通在二級市場累計買入本公司H股股票3,230,400股,成交均價為23.62港元/股,成交金額約為76.3百萬港元。鎖定期為自2023年7月26日至2024年7月25日。

考核期為兩年,2023年員工持股計劃鎖定期滿後對應的標的股票按照40%、60%分兩期歸屬至持有人,具體歸屬時間在鎖定期結束後,由管理委員會確定。

歸屬H股後，持有人委託管理委員會在2023年員工持股計劃的存續期內出售為本期員工持股計劃的標的股票，以支付現金。

下表披露期內H股核心員工持股計劃的變動：

參與人姓名或類別	於2024年 1月1日	期內授出	期內歸屬 (附註)	期內註銷	期內失效	於2024年 6月30日	授出H股核心員工 持股計劃日期	H股核心員工 持股計劃歸屬期
董事								
李華剛先生	32,554	—	—	32,554	—	—	30/07/2021	30/07/2021–30/07/2023
	140,292	—	—	—	—	140,292	10/08/2022	10/08/2022–30/07/2024
	219,537	—	—	—	—	219,537	28/07/2023	28/07/2023–30/07/2025
	392,383	—	—	32,554	—	359,829		
宮偉先生	21,136	—	—	21,136	—	—	30/07/2021	30/07/2021–30/07/2023
	75,351	—	—	—	—	75,351	10/08/2022	10/08/2022–30/07/2024
	108,223	—	—	—	—	108,223	28/07/2023	28/07/2023–30/07/2025
	204,710	—	—	21,136	—	183,574		
邵新智女士	108,223	—	—	—	—	108,223	28/07/2023	28/07/2023–30/07/2025
小計	705,316	—	—	53,690	—	651,626		
其他僱員								
總計	1,802,441	—	—	—	—	1,802,441	10/08/2022	10/08/2022–30/07/2024
	2,794,417	—	—	—	—	2,794,417	28/07/2023	28/07/2023–30/07/2025
	4,596,858	—	—	—	—	4,596,858		
合計	5,302,174	—	—	53,690	—	5,248,484		

上述被註銷股份的購買價為每股28.268港元。

各H股核心員工持股計劃的授予權限僅於該特定年度有效及生效，因此於本中期報告日期，該等H股核心員工持股計劃並無剩餘年期。於2024年1月1日及2024年6月30日，H股核心員工持股計劃(自2021年至2023年)項下可供授出的股份獎勵數目為零。

H股核心員工持股計劃的攤薄影響載於財務報表附註11。

附註：

H股核心員工持股計劃的考核指標與A股核心員工持股計劃的考核指標相同。請參閱上文披露A股核心員工持股計劃變動的表格的附註。

H股受限制股份單位計劃(2021年、2022年、2023年及2024年)

受限制股份單位計劃的目的為激發合資格人士的積極性，鼓勵彼等創新，以創造價值、提高利潤、實現競爭目標，並最終為股東帶來最大的回報；促進本公司的戰略發展及實現本公司的目標；優化本集團僱員的薪酬架構；吸引、激勵及挽留本集團有能力的核心人才，以促進本集團未來的業務發展及擴張。

可參與受限制股份單位計劃的合資格人士包括任何個人，即董事會或其授權人士全權酌情認為對本集團發展有重大貢獻或將有重大貢獻的僱員、董事、監事、高級管理層、本集團任何成員公司的主要營運團隊成員。

在受限制股份單位計劃規則的規限下，本公司及／或授權人士可不時以書面形式指示受託人於聯交所認購或收購H股，及根據受限制股份單位計劃規則及信託契據的條款及條件並在其規限下，為選定持有人的利益以信託方式持有H股。

董事會或授權人士可在獎勵期限內，在滿足獎勵的條款及條件以及董事會或授權人士不時釐定的績效目標的情況下，向選定持有人授予獎勵。

董事會不得再作出任何會導致授予的H股總數超過相關授予日期已發行H股總數百分之一(1%)的授予。根據受限制股份單位計劃授予選定持有人的未歸屬受限制股份單位總數不得超過有關授出日期已發行H股總數的百分之零點一(0.1%)。

受限制股份單位計劃下授出的獎勵的歸屬須待有關業務單位的條件及有關選定持有人的個人表現目標及獎勵函所載任何其他適用歸屬條件獲達成後，方可作實。

考核期一般為受限制股份單位計劃歸屬期滿後兩年(對應的標的股票按照40%、60%分兩期歸屬至持有人)或三年(所有對應的標的股票一期歸屬至持有人)。具體歸屬時間在歸屬期結束後，由管理委員會確定。

根據H股受限制股份單位計劃(2021年)的安排，本公司委託獨立信託機構在二級市場購買本公司合共4,538,400股H股，平均價格為27.32港元及總交易金額約為124百萬港元。

2021年，合共4,438,027股本公司H股受限制股份獲授予本公司僱員(彼等並非本公司董事、最高行政人員及監事)，並獲彼等接納，彼等於本公司整體表現及發展擔當重要角色。

根據H股受限制股份單位計劃(2022年)的安排，本公司委託獨立信託機構在二級市場購買本公司合共5,783,600股H股，平均價格為26.63港元及總交易金額約為154百萬港元。

於2022年，合共5,636,959股本公司H股受限制股份單位獲授予本公司員工(彼等並非本公司董事、最高行政人員及監事)，並獲彼等接納，彼等於本公司整體表現及發展擔當重要角色。

根據H股受限制股份單位計劃(2023年)的安排，本公司委託獨立信託機構在二級市場購買本公司合共5,456,000股H股，平均價格為23.70港元及總交易金額約為129百萬港元。

於2023年，合共6,158,959股本公司H股受限制股份獲受予本公司僱員(彼等並非本公司董事、最高行政人員及監事)，並獲彼等接納，彼等於本公司整體表現及發展擔當重要角色。

於報告期內，合共4,258,615股本公司H股受限制股份單位獲授予本公司員工(彼等並非本公司董事、最高行政人員及監事)，並獲彼等接納，彼等於本公司整體表現及發展擔當重要角色。

下表披露本公司H股受限制股份單位於期內的變動：

參與人姓名或類別	H股受限制股份單位數目					於2024年6月30日	授出受限制股份單位日期	受限制股份單位歸屬期間
	於2024年1月1日	期內授出	期內歸屬	期內註銷	期內失效			
非董事僱員								
總計	3,129,861	—	1,909,432	486,329	262,296	471,804	30/7/2021, 1/9/2021, 15/12/2021	30/7/2021- 1/8/2024, 1/9/2021- 1/8/2024, 15/12/2021- 1/8/2024
總計	4,864,026	—	49,626	12,640	470,974	4,330,786	25/5/2022, 23/6/2022, 9/9/2022	25/5/2022- 15/3/2024, 23/6/2022- 1/7/2025, 9/9/2022- 1/7/2025
總計	6,091,662	—	—	—	524,162	5,567,500	23/06/2023, 1/11/2023	23/6/2023- 1/7/2026, 1/11/2023- 1/7/2026
總計	—	4,258,615	—	—	—	4,258,615	24/6/2024	24/6/2024- 1/7/2027
	14,085,549	4,258,615	1,959,058	498,969	1,257,432	14,628,705		

本公司H股緊接受限制股份單位授出日期(2024年6月24日)的收市價為每股27.55港元。於2024年6月24日授出的受限制股份單位的公允價值為119百萬港元。

股份緊接H股受限制股份單位的歸屬日期的加權平均收市價為每股24.55港元。

上述被註銷股份的購買價分別為每股27.32港元及26.63港元。

股份計劃

各H股受限制股份單位計劃的授予權限僅於該特定年度有效及生效，因此於本中期報告日期，該等H股受限制股份單位計劃並無剩餘年期。於2024年1月1日及2024年6月30日，H股受限制股份單位計劃項下可供授出的股份獎勵數目為零。

H股受限制股份單位的攤薄影響載於財務報表附註11。

A股股票期權計劃

A股股票期權激勵計劃的參與人不包括本公司獨立董事、監事及單獨或合計持有公司5%或以上股份的股東或實際控制人及其配偶、父母、子女。

任何參與人通過在有效期的A股股票期權激勵計劃獲授的本公司股份總數均未超過本公司股份總數的1%。本公司全部有效的股票期權激勵計劃所涉及的標的股票總數不超過於股東大會提出獎勵計劃當日本公司股份總數的10%。A股股票期權激勵計劃的計劃股份來源為發行新股份。

2021年A股股票期權激勵計劃

在2021年9月15日舉行臨時股東大會上，本公司採納2021年A股股票期權激勵計劃（「**2021年A股股票期權激勵計劃**」）。該計劃是在本公司A股和H股核心員工持股計劃和限制性股票單位計劃的基礎上，進一步提升僱員激勵的額外措施。

為推動本公司達成更長遠目標，進一步改善高端場景化為主的品牌和智能家居的業務發展，本公司推出A股股票期權激勵計劃，對考核期為五或六年、盈利目標高於A股和H股核心員工持股計劃的核心管理層成員提供激勵。

A股股票期權激勵計劃的參與人為對本公司整體業績和長期發展具有重要作用的核心管理人員，具體包括本公司董事及高級管理人員、本公司產業總經理及部門經理。

通過2021年A股股票期權激勵計劃，本公司已決議向參與人授予51,000,000份股票期權。其中首次授予46,000,000份，預留5,000,000份。

於2021年，在2021年9月15日，本公司首次向400名參與人（包括本公司董事）授予46,000,000份A股股票期權。於2021年12月15日，本公司根據2021年A股股票期權激勵計劃向18名參與人授予4,525,214份保留股票期權。不會再授出A股股票期權激勵計劃之下的其餘保留股票期權。

2022年A股股票期權激勵計劃

在2022年6月28日舉行的股東週年大會上，本公司採納2022年A股股票期權激勵計劃（「2022年A股股票期權激勵計劃」）。

隨著本公司從「高端品牌」到「場景品牌」到「生態品牌」升級的物聯網引爆引領，本公司需長遠佈局規劃來保障戰略成果的實現，也需要完善與之匹配的長期激勵計劃。為此，本激勵計劃引導核心科技人才及業務團隊不斷創業創新，通過制定長周期的業績增長指標充分發揮和調動激勵對象的積極性，激勵其為用戶創造最佳體驗，實現跨越周期的業務發展。

本次激勵工具週期對標未來四年的發展，有利於驅動激勵對象承接公司的長期發展戰略目標，進一步推動業務協同整合、提升運營效率、實現行業引領。

參與人是對公司整體業績和長期發展具有重要作用的核心人員（不含公司現任董事及高級管理人員），包括公司業務主管、核心技術人員及業務骨幹。

通過2022年A股股票期權激勵計劃，本公司已決議向參與人授予104,756,896份A股股票期權。於2022年6月28日，本公司向1,834名參與人授予104,756,896份A股股票期權。

下表披露期內本公司尚未行使A股股票期權的變動：

參與人姓名或類別	A股股票期權數目						授出股票期權日期(附註1)	股票期權的行使期	每股股票期權的行使價(附註2)人民幣
	於2024年1月1日	期內授出	期內行使	期內註銷(附註3)	期內失效	於2024年6月30日			
執行董事									
李華剛先生	548,364	—	—	182,788	—	365,576	15/09/2021	15/09/2022至15/09/2027	25.63
宮偉先生	274,182	—	—	91,394	—	182,788	15/09/2021	15/09/2022至15/09/2027	25.63
其他僱員									
總計	26,318,610	—	—	8,161,578	1,833,876	16,323,156	15/09/2021	15/09/2022至15/09/2027	25.63
總計	2,084,955	—	—	594,985	300,000	1,189,970	15/12/2021	15/12/2022至15/12/2027	25.63
總計	76,821,909	—	—	24,405,183	3,606,360	48,810,366	28/06/2022	28/06/2023至28/06/2027	23.86
	106,048,020	—	—	33,435,928	5,740,236	66,871,856			

股份計劃

根據A股股票期權計劃，參與者申請或接納股票期權時並無應付代價。各A股股票期權計劃的授予權限僅於該特定年度有效及生效，因此於本中期報告日期，該等A股股票期權計劃並無剩餘年期。於2024年1月1日及2024年6月30日，A股股票期權計劃項下可供授出之股票期權數目為零。

2021年授予的股票期權的行使安排：

行使安排	歸屬期	可行使的 股票期權佔授予的 股票期權的比例	行使期	業績考核目標
第一次行權	由授予日期起至授予日期起12個月屆滿	20%	由授予日期起12個月屆滿後的第一個交易日至授予日期起24個月屆滿後的最後交易日	2021年度公司的歸母淨利潤較2020年的經調整歸母淨利潤增長率達到或超過30%
第二次行權	由授予日期起至授予日期起24個月屆滿	20%	由授予日期起24個月屆滿後的第一個交易日至授予日期起36個月屆滿後的最後交易日	2022年度公司的歸母淨利潤較2021年的歸母淨利潤增長率達到或超過15%
第三次行權	由授予日期起至授予日期起36個月屆滿	20%	由授予日期起36個月屆滿後的第一個交易日至授予日期起48個月屆滿後的最後交易日	2023年度公司的歸母淨利潤較2021年的歸母淨利潤年複合增長率達到或超過15%
第四次行權	由授予日期起至授予日期起48個月屆滿	20%	由授予日期起48個月屆滿後的第一個交易日至授予日期起60個月屆滿後的最後交易日	2024年度公司的歸母淨利潤較2021年的歸母淨利潤年複合增長率達到或超過15%
第五次行權	由授予日期起至授予日期起60個月屆滿	20%	由授予日期起60個月屆滿後的第一個交易日至授予日期起72個月屆滿後的最後交易日	2025年度公司的歸母淨利潤較2021年的歸母淨利潤年複合增長率達到或超過15%

2022年授予的股票期權的行使安排：

行使安排	歸屬期	可行使的 股票期權佔授予的 股票期權的比例	行使期	業績考核目標
第一次行權	由授予日期起至授予日期起12個月屆滿	25%	由授予日期起12個月屆滿後的第一個交易日至授予日期起24個月屆滿後的最後交易日	2022年度公司的歸母淨利潤較2021年的歸母淨利潤增長率達到或超過15%
第二次行權	由授予日期起至授予日期起24個月屆滿	25%	由授予日期起24個月屆滿後的第一個交易日至授予日期起36個月屆滿後的最後交易日	2023年度公司的歸母淨利潤較2021年的歸母淨利潤年複合增長率達到或超過15%
第三次行權	由授予日期起至授予日期起36個月屆滿	25%	由授予日期起36個月屆滿後的第一個交易日至授予日期起48個月屆滿後的最後交易日	2024年度公司的歸母淨利潤較2021年的歸母淨利潤年複合增長率達到或超過15%
第四次行權	由授予日期起至授予日期起48個月屆滿	25%	由授予日期起48個月屆滿後的第一個交易日至授予日期起60個月屆滿後的最後交易日	2025年度公司的歸母淨利潤較2021年的歸母淨利潤年複合增長率達到或超過15%

附註：

1. 於2021年授出的股票期權的有效期限最長為72個月，由授出日期起至所有授予參與人的股票期權全部行使或註銷日期為止。根據激勵計劃授予的股票期權自授予日期起的12個月期限屆滿後，在行使條件的規限下，參與人可分五個年度階段行使股票期權，每次行使20%的已授予股票期權。股票期權的歸屬期是由授予日期起至各自的歸屬日期。

於2022年授出的股票期權的有效期限最長為60個月，由授出日期起至所有授予參與人的股票期權全部行使或註銷日期為止。根據激勵計劃授予的股票期權自授予日期起的12個月期限屆滿後，在行使條件的規限下，參與人可分四個年度階段行使股票期權，每次行使25%的已授予股票期權。股票期權的歸屬期是由授予日期起至各自的歸屬日期。

2. 授出股票期權的行使價不低於股份賬面值，亦不低於以下各項之較高者：(1) A股於公佈A股股票期權激勵計劃前一個交易日的平均交易價；及(2) A股於公佈A股股份期權激勵計劃前最後20個交易日的平均交易價。根據A股股票期權激勵計劃的條文，如有任何股息分派、資本化發行、紅股發行、股份拆細或合併以及供股的情況下，股票期權的數量和行使價格可予調整。
3. 所有於相關計劃到期前沒收的期權將會被當成失效期權，其將不會重新計入相關計劃下可供發行的股份數目。已註銷股票期權的行使價為人民幣25.63元及人民幣23.86元。

股份計劃

截至2024年6月30日止六個月，根據本公司所有計劃授出的A股股票期權及獎勵可能發行的A股數量佔期內已發行A股(不包括庫存股份)加權平均股份數量的0%。

有關股票期權的攤薄影響的詳情，載於財務報表附註11。