证券代码：000921　　证券简称：海信科龙　　公告编号：2015-008

海信科龙电器股份有限公司 2014 年年度报告摘要

1、重要提示

本年度报告摘要来自年度报告全文，投资者欲了解详细内容，应当仔细阅读同时刊载于深圳证券交易所网站等中国证监会指定网站上的年度报告全文。

公司简介

股票简称	海信科龙	股票代码	000921
股票上市交易所	深圳证券交易所		
联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表	
姓名	夏峰	黄倩梅	
电话	（0757）28362570	（0757）28362570	
传真	（0757）28361055	（0757）28361055	
电子信箱	kelonsec@hisense.com	kelonsec@hisense.com	

2、主要财务数据和股东变化

（1）主要财务数据

公司是否因会计政策变更及会计差错更正等追溯调整或重述以前年度会计数据

√ 是 □ 否

项目	2014 年	2013 年		本年比上年增减(%)	2012 年	
		调整前	调整后	调整后	调整前	调整后
营业收入（元）	26,534,420,935.55	24,360,021,308.47	24,360,021,308.47	8.93	18,958,915,310.09	18,958,915,310.09
归属于上市公司股东的净利润（元）	672,478,632.35	1,239,005,051.61	1,215,669,602.07	-44.68	717,764,680.40	717,764,680.40
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润（元）	582,931,287.47	1,077,904,382.91	1,077,904,382.91	-45.92	597,180,784.22	597,180,784.22
经营活动产生的现金流量净额（元）	965,990,457.87	218,798,349.53	218,798,349.53	341.50	1,098,192,778.13	1,098,192,778.13
基本每股收益（元/股）	0.50	0.92	0.90	-44.44	0.53	0.53
稀释每股收益（元/股）	0.50	0.92	0.90	-44.44	0.53	0.53
加权平均净资产收益率(%)	21.65	58.16	56.78	-35.13	61.95	61.95
项目	2014 年末	2013 年末		本年末比上年末增减	2012 年末	
		调整前	调整后	调整后	调整前	调整后

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn 中国证监会指定信息披露网站

总资产（元）	13,266,793,963.74	11,964,709,290.58	12,208,030,858.33	8.67%	9,200,334,640.73	9,295,011,411.79
归属于上市公司股东的净资产（元）	3,458,363,028.38	2,748,731,080.83	2,748,731,080.83	25.82%	1,512,042,166.49	1,512,042,166.49

（2）前 10 名普通股股东持股情况表

报告期末普通股股东总数	35,045	年度报告披露日前第 5 个交易日末普通股股东总数	34,604

前 10 名普通股股东持股情况

股东名称	股东性质	持股比例	持股数量	持有有限售条件的股份数量	质押或冻结情况	
					股份状态	数量
青岛海信空调有限公司	国有法人	45.07%	612,316,909	0		
香港中央结算（代理人）有限公司[注]	境外法人	33.80%	459,128,768	0		
中国华融资产管理股份有限公司	国有法人	2.21%	30,000,000	0		
张少武	境内自然人	0.48%	6,500,000	0		
张轶	境内自然人	0.22%	3,044,453	0		
张敬兵	境内自然人	0.20%	2,744,721	0		
新华人寿保险股份有限公司－传统－普通保险产品-018L-CT001 深	其他	0.18%	2,499,903	0		
中国平安人寿保险股份有限公司－分红－银保分红	其他	0.17%	2,308,114	0		
中国平安人寿保险股份有限公司－万能－个险万能	其他	0.13%	1,775,948	0		
中国平安人寿保险股份有限公司－传统－高利率保单产品	其他	0.12%	1,655,600	0		

上述股东关联关系或一致行动的说明	注：香港中央结算（代理人）有限公司持有的股份乃代表多个账户参与者所持有，其中海信（香港）有限公司，本公司控股股东的一致行动人于报告期内增持本公司 H 股股份合计 1086.9 万股，截至报告期末合计持有本公司 H 股股份 6486.9 万股，占本公司股份总数的 4.78%。 以上股东之间，大股东海信空调与香港海信存在关联关系，与其他股东不存在关联关系，也不属于《上市公司收购管理办法》中规定的一致行动人，以及中国平安人寿保险股份有限公司－分红－银保分红、中国平安人寿保险股份有限公司－万能－个险万能以及中国平安人寿保险股份有限公司－传统－高利率保单产品的管理人均为中国平安人寿保险股份有限公司，除上述外，公司概不知悉其他股东间是否存在关联关系或属于《上市公司收购管理办法》规定的一致行动人。
参与融资融券业务股东情况说明（如有）	公司股东张轶先生持有的本公司 3,044,453 股为通过中信建投证券股份有限公司客户信用交易担保证券账户持有。 公司股东张敬兵先生持有的本公司 2,676,321 股为通过广发证券股份有限公司客户信用交易担保证券账户持有。

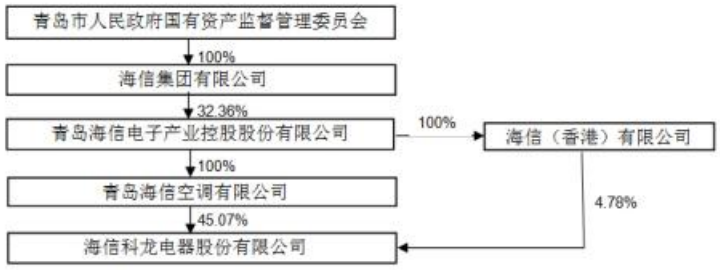
（3）前 10 名优先股股东持股情况表

□ 适用 √ 不适用

公司报告期无优先股股东持股情况。

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn 中国证监会指定信息披露网站

（4）以方框图形式披露公司与实际控制人之间的产权及控制关系



注：青岛海信空调有限公司为青岛海信电子产业控股股份有限公司直接拥有 93.33%及间接拥有 6.67%的公司。

3、管理层讨论与分析

（1）行业概况

报告期内，国内经济增速逐步从高速转向中高速，经济发展下行压力较大，同时受房地产市场持续低迷、前期家电刺激政策透支需求等因素影响，国内市场需求萎缩，增长乏力。根据中怡康统计数据，国内冰箱市场零售量自 2 月起各月份均出现同比下滑，2014 年度冰箱市场零售量同比下滑 9.33%；空调市场则呈现“高开低走”的态势，下半年增幅明显放缓，自 8 月份起出现负增长，2014 年度空调市场零售量同比下滑 1.35%，家电市场告别高增长时代。出口市场方面，受全球经济低迷，需求放缓等因素影响，海外市场需求持续疲弱。根据海关统计数据，2014 年冰冷产品出口量同比增长 8.9%，空调产品出口量同比下滑 2.7%。随着移动互联网技术的迅速发展以及智能家居的兴起，家电行业进一步朝着智能化、艺术化、高端化趋势发展。

（2）公司经营分析

①、整体情况

报告期内，公司坚持“建立产品优势、提升服务质量、变革营销模式、提升系统效率、确保规模与效益”的经营方针，主营业务保持稳健发展，公司实现营业收入 265.34 亿元，同比增长 8.93%，实现主营业务收入 243.71 亿元，同比增长 9.84%；其中冰洗业务收入占主营业务收入 48.68%，同比下降 1.01%；空调业务收入占主营业务收入 46.54%，同比增长 22.84%；内销业务实现主营业务收入 171.79 亿元，同比增长 9.95%，外销业务实现主营业务收入 71.92 亿元，同比增长 9.58%，报告期公司实现归属于上市公司股东的净利润 6.72 亿元；每股收益为 0.50 元，同比下降 44.44%。

报告期内，公司资产负债率降低 3.63 个百分点，公司的财务状况进一步优化。

②、技术立企

报告期内，公司冰箱业务继续坚持以进一步提升产品智能化水平与用户体验为研发方向，重点提升产品“节能”、“保鲜”、“保湿”、“健康”、“远程管理”等方面技术，坚持技术创新与功能升级。在 2014 年 3 月的中国家电博览会上，公司推出了 Nano-fresh 纳米负离子保鲜技术，实现了冰箱产品“保湿与杀菌”两大功能合二为一，并快速推动产品与技术的融合，推出了容声十字对开门冰箱。在 2014 中国冰箱行业高峰论坛上，“容声冰箱”凭借产品保湿、无霜、制冷技术的持续创新，荣获了“2013-2014 年度冰箱行业保湿科技领先品牌”大奖；“海信冰箱”凭借在健康冰箱方面的创新，荣获了“2013-2014 年度冰箱行业健康冰箱领先品牌”大奖。2014 年 9 月，在德国柏林国际消费电子博览会（IFA 展）上，海信“倍多分”十字多开门冰箱凭借差异化技术以及用户需求创新，荣获了“2014 年度技术创新奖”。

报告期内，公司空调业务继续深化智能化与差异化产品战略，通过技术创新、功能升级以及外观设计创新优化等措施，建立产品优势，提升产品竞争力。2014 年 2 月，在世界创新论坛(World Innovation Forum)上，海信智能空调凭借自主研发的全球首款互联网智能空调荣获了全球荣誉领域独特而重要的奖项——“金袋鼠世界创新奖”。在 2014 中国空调行业高峰

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn 中国证监会指定信息披露网站

论坛上，“海信空调”凭借优秀的技术和产品以及良好的市场反应，荣获 2014 年冷冻年度空调行业“智能领先品牌”、“智能之星”、“变频领军产品”等大奖；“科龙空调”荣获 2014 冷冻年度空调行业“节能领先品牌”奖项。2014 年 8 月，“海信空调”推出了行业领先的智能空气解决方案“会呼吸的家”，通过云平台、物联网技术，实现了空调、空气净化器等家电的协同工作，为消费者提供完善的家庭空气解决方案；并同时完成了行业首创 360 度“炫转”艺术化柜机的开发，丰富高端空调产品平台。2014 年 10 月，在 2014 年（第七届）中国空调产业年会上，“海信空调”凭借在智能产品先进的技术实力和用户体验上的创新，荣获“智能创新”、“最佳智能体验产品”两项智能大奖。

③、冰洗业务

报告期内，公司冰洗业务积极落实高端产品战略，优化产品结构，推出了海信倍多分十字对开门冰箱、容声食尚派十字对开门冰箱等高端新品，进一步丰富高端产品阵容。根据中怡康统计数据，2014 年公司多门冰箱零售量市场占有率比 2013 年提升了 2.75 个百分点。但受 2014 年国内冰箱行业零售量市场整体呈负增长态势的影响，公司冰洗业务规模出现下降，且毛利率同比下降 1.25 个百分点，同时，公司为应对市场竞争加大了产品推广投入，销售费用率进一步上涨，冰洗业务的盈利能力下降。出口方面，公司积极开拓海外市场，全面推进海外市场销售，弥补国内业务规模不足，根据海关统计数据，2014 年公司冰洗产品出口量同比增长 16.6%，高于行业 8.9%的平均增长水平。

④、空调业务

报告期内，公司空调业务坚持朝着“节能、变频、健康、个性化、智能化”的产品发展方向，聚焦“精品”战略。“科龙空调”推出了外观独特，性能优异的“江南风”系列艺术化产品，“海信空调”推出了“苹果云 A8L”系列智能空调，实现“苹果派”系列外观的工艺精品化升级；坚持“提升服务质量”的经营方针，服务 NPS 值（净推荐值）稳步提升，优质的售后服务加上产品竞争力的提升，助推公司空调业务规模的稳步提升。根据中怡康统计数据，在空调行业零售量市场同比下滑 1.35%的情况下，2014 年“海信”、“科龙”两个品牌的空调产品零售量分别同比增长 11.8%和 0.78%，均高于空调行业整体增幅，公司空调产品零售量市场占有率比 2014 年度提升 0.66 个百分点。出口方面，公司积极开拓海外市场，拓展出口规模，根据海关统计数据，在空调行业出口量同比下滑 2.7%的情况下，2014 年公司空调产品出口量同比增长 2.8%。同时随着空调产品结构的改善，以及提效与降成本工作持续落实，空调产品毛利率同比提升 1.67 个百分点，空调产业盈利能力进一步提升。

（3）展望

展望 2015 年，国内经济下行压力仍然存在，经济增长动力偏软，房地产市场持续低迷仍将导致国内市场需求不足，且空调行业自 2015 年冷冻年度开盘以来，行业库存处于高位，价格战一触即发，空调产业面临较为严峻的经营形势；同时，世界经济仍处于国际金融危机后的深度调整期，总体复苏疲弱态势预计持续，且全球性汇率波动加大，尤其是近期出现欧元汇率出现大幅贬值情况，使出口面临的风险急剧增加，公司预计将面临较大的经营压力。但同时我们看到，2015 年作为全面完成“十二五”规划的收官之年，国内经济提质增效升级的发展目标、“新型城镇化”政策的进一步推进、区域性经济发展政策的完善、公积金制度调整等，以及国际市场上，美国等发达国家经济继续复苏，将拉动家电产品国内刚需以及出口贸易需求，为企业发展带来积极的影响。

2015 年，公司将贯彻落实“建立产品优势、提高营销能力、提升服务质量、提高系统效率、确保规模与效益”的经营方针，迎难而上，积极整合资源，抓住产业升级、技术产品创新的发展机遇，全力以赴做好以下工作，力争实现公司规模、效益和市场占有率的稳步提升：

①、贯彻以用户为中心、为用户提供满意产品的理念，持续提升产品竞争力，建立产品优势。有针对性地丰富产品系列，补充完善各销售渠道对应产品，构建全品类竞争优势；创新关键技术，通过持续的技术创新保持产品核心竞争力的领先；继续提高产品精细化水平，强化产品质量改进；坚持高端产品战略、差异化产品战略以及精品战略，加大对高端产品开发投入，丰富高端产品阵容，实现公司产品向智能化、艺术化、高端化方向转变。同时，通过技术创新、与供方合作创新、以及加强采购管理等措施，深入挖掘产品降成本空间，提升产品毛利率，确保产品成本优势。

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn 中国证监会指定信息披露网站

②、提高营销能力。根据移动互联网带来的营销模式的变化，提升产品规划能力和推广能力；紧抓电商等新兴渠道高速成长的机会，提升品牌线上知名度与美誉度，提升运营能力；持续推进三四级市场渠道建设工作，提升网络质量、提高单店产出，力争实现渠道数量和质量的同步增长；加强销售费用的投入产出预算分析和管理，降低无效和低效费用投入，降低销售费用率；强化中高端产品的推广，提升重点产品市场占有率从而带动整体市场份额的提升。国际市场方面要加快品牌业务的发展，通过突破重点市场提升海外市场业务规模和品牌占有率。

③、以“用户满意”为根本出发点，深化 NPS 管理，提升服务质量。提高服务商与销售网络的匹配度，提高服务商规模；优化服务网络，提高服务工作标准，建立核心形象服务商，提高市场品牌口碑；通过实现全过程监控，提高登门及时性。

④、持续开展提效工作。通过优化流程、提升自动化和工艺水平、加快生产节拍，提升制造效率；通过优化流程及组织架构方式，实现职能整合，利用信息化手段，提升工作效率，继续改善人才结构，提升员工能力，从而提升管理效率；搭建营销提效组织，通过变革营销模式、提升营销能力等措施提升规模，从而提升营销效率。

⑤、加强资金管理，严控资金风险。加强应收款管理，压缩存货占用，严控资金、费用管理，加速资金周转；加强汇率管理，防范汇率风险。

4、涉及财务报告的相关事项

（1）与上年度财务报告相比，会计政策、会计估计和核算方法发生变化的情况说明

√ 适用 □ 不适用

会计政策变更

2014年初，财政部分别以财会[2014]6号、7号、8号、10号、11号、14号及16号发布了《企业会计准则第39号——公允价值计量》、《企业会计准则第30号——财务报表列报（2014年修订）》、《企业会计准则第9号——职工薪酬（2014年修订）》、《企业会计准则第33号——合并财务报表（2014年修订）》、《企业会计准则第40号——合营安排》、《企业会计准则第2号——长期股权投资（2014年修订）》及《企业会计准则第41号——在其他主体中权益的披露》，要求自2014年7月1日起在所有执行企业会计准则的企业范围内施行，鼓励在境外上市的企业提前执行。同时，财政部以财会[2014]23号发布了《企业会计准则第37号——金融工具列报（2014年修订）》（以下简称“金融工具列报准则”），要求在2014年年度及以后期间的财务报告中按照该准则的要求对金融工具进行列报。

本公司业已在2013年度财务报表中开始执行除“长期股权投资、在其他主体中权益的披露、金融工具列报”以外的5项新颁布或修订的企业会计准则，在编制2014年年度财务报告时开始执行“长期股权投资、在其他主体中权益的披露、金融工具列报”准则，并根据各准则衔接要求进行了调整，对可比期间财务报表项目及金额的影响如下：

准则名称	会计政策变更的内容及其对本公司的影响说明	对2014年1月1日/2013年度相关财务报表项目的影响金额	
		项目名称	影响金额 增加+/减少-
《企业会计准则第2号——长期股权投资（2014年修订）》	根据《企业会计准则第2号——长期股权投资（2014年修订）》的规定，对被投资单位不具有控制、共同控制或重大影响，并且在活跃市场中没有报价、公允价值不能可靠计量的“长期股权投资”，并入《企业会计准则—金融工具确认与计量》，本公司原在长期股权投资核算的投资400万元转至可供出售金融资产列报	可供出售金融资产	+4,000,000.00
		长期股权投资	-4,000,000.00
	根据《企业会计准则第2号——长期股权投资（2014年修订）》的规定，修订后的长期股权投资准则规定了权益法下被投资单位除净损益、其他综合收益和利润分配以外的其他所有者权益变动的会计处理方法	其他综合收益	+23,335,449.54
		投资收益	-23,335,449.54
《企业会计准则第30号—财	根据《企业会计准则第30号—财务报表列报（2014年修订）》及应用指南的相关规定	其他综合收益	+17,014,908.31
		资本公积	-6,246,753.49

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn 中国证监会指定信息披露网站

务报表列报（2014年修订）》		外币报表折算差额	-10,768,154.82
		递延收益	+56,011,769.90
		其他非流动负债	-56,011,769.90
		其他流动资产	+243,321,567.75
		应交税费	+243,321,567.75

《企业会计准则第 2 号——长期股权投资》：

执行《企业会计准则第 2 号——长期股权投资（2014 年修订）》之前，本公司对被投资单位不具有共同控制或重大影响，并且在活跃市场中没有报价、公允价值不能可靠计量的股权投资，作为长期股权投资并采用成本法进行核算。执行《企业会计准则第 2 号——长期股权投资（2014 年修订）》后，本公司将对被投资单位不具有共同控制或重大影响，并且在活跃市场中没有报价、公允价值不能可靠计量的股权投资作为可供出售金融资产核算。本公司采用追溯调整法对上述会计政策变更进行会计处理。

执行《企业会计准则第 2 号——长期股权投资（2014 年修订）》之前，本公司对合营和联营企业因接受其他股东单方面增资而导致本公司所占股权比例稀释但所享有权益份额增加，且仍对其保持共同控制或重大影响的情形，在权益法核算时，视同部分处置该合营或联营企业股权，按新的持股比例确认归属于本公司的被投资单位增发股份导致的净资产增加份额，与应结转持股比例下降部分的长期股权投资账面价值之间的差额计入当期损益。执行《企业会计准则第 2 号——长期股权投资（2014 年修订）》之后，本公司在权益法核算时，对于此类情形，将本公司在被投资企业净资产中所享有权益份额的增加额计入资本公积，该部分资本公积可在后续处置该联营、合营企业股权时按比例或者全部转入处置当期的投资收益。本公司采用追溯调整法对上述会计政策变更进行会计处理。

《企业会计准则第 41 号——在其他主体中权益的披露》：

《企业会计准则第 41 号——在其他主体中权益的披露》适用于企业在子公司、合营安排、联营和未纳入合并财务报表范围的结构化主体中权益的披露。采用《企业会计准则第 41 号—在其他主体中权益的披露》将导致企业在财务报表附注中作出更广泛的披露。本财务报表已按该准则的规定进行披露，并对可比年度财务报表的附注进行了相应调整。

《企业会计准则第 37 号——金融工具列报》：

《企业会计准则第 37 号——金融工具列报（2014 年修订）》增加了有关抵销的规定和披露要求，增加了金融资产转移的披露要求，修改了金融资产和金融负债到期期限分析的披露要求。本财务报表已按该准则进行列报，并对可比年度财务报表附注的披露进行了相应调整。

（2）报告期内发生重大会计差错更正需追溯重述的情况说明

□ 适用 √ 不适用

公司报告期无重大会计差错更正需追溯重述的情况。

（3）与上年度财务报告相比，合并报表范围发生变化的情况说明

√ 适用 □ 不适用

报告期公司合并报表范围变化情况如下：

报告期内，公司新成立子公司海信（广东）空调有限公司、海信（广东）模塑有限公司，并于本报告期纳入合并范围。

（4）董事会、监事会对会计师事务所本报告期“非标准审计报告”的说明

□ 适用 √ 不适用

海信科龙电器股份有限公司董事会

2015年3月26日

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn 中国证监会指定信息披露网站