证券代码:000921　　证券简称:海信家电　　公告编号:2021-015

# 海信家电集团股份有限公司 2020 年年度报告摘要

## 一、重要提示

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

公司董事会、监事会及董事、监事、高级管理人员保证年度报告内容的真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担个别和连带的法律责任

所有董事均已出席了审议本报告的董事会会议。

非标准审计意见提示

□ 适用 √ 不适用

董事会审议的报告期普通股利润分配预案或公积金转增股本预案

√ 适用 □ 不适用

是否以公积金转增股本

□ 是 √ 否

公司经本次董事会审议通过的普通股利润分配预案为：以 1,362,725,370 为基数，向全体股东每 10 股派发现金红利 3.47 元（含税），不送红股，不以公积金转增股本。

董事会决议通过的本报告期优先股利润分配预案

□ 适用 √ 不适用

## 二、公司基本情况

### 1、公司简介

| 股票简称 | 海信家电 | 股票代码 | 000921 |
|---|---|---|---|
| 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 | | |
| 姓名 | 黄倩梅 | | |
| 办公地址 | 广东省佛山市顺德区容桂街道容港路 8 号 | | |
| 传真 | （0757）28361055 | | |
| 电话 | （0757）28362570 | | |
| 电子信箱 | hxjdzqb@hisense.com | | |

### 2、报告期主要业务或产品简介

公司主营业务涵盖冰箱、中央空调、家用空调、冷柜、洗衣机、商用冷链、厨卫等电器产品的研发、制造和营销，生产基地分布于广东、山东、江苏、浙江、四川等多个省份，产品远销130多个国家。报告期内公司主要业务及经营模式均未发生变化。

冰箱业务：根据中怡康统计数据，2020年度公司旗下“容声冰箱”、“海信冰箱”线上加线下累计零售额市场占有率合计位居行业第二。

空调业务：本公司子公司海信日立在中央空调市场有着强劲的竞争力，旗下 “日立”、“海信”、“约克”品牌多联

机中央空调产品以领先的技术水平和过硬的产品质量享誉市场，是国内多联机中央空调市场领军企业。公司是国内最早致力于变频空调研发、生产和推广普及的企业，拥有海信空调、科龙空调两大知名品牌，公司始终专注于技术创新、产品品质提升和产业的迭代升级，并实现快速转换，深耕细分市场。

## 3、主要会计数据和财务指标

### （1）近三年主要会计数据和财务指标

公司是否需追溯调整或重述以前年度会计数据

□ 是 √ 否

| 项目 | 2020 年 | 2019 年 | 本年比上年增减（%） | 2018 年 |
|---|---|---|---|---|
| 营业收入（元） | 48,392,870,703.11 | 37,453,043,968.74 | 29.21 | 36,019,598,304.79 |
| 归属于上市公司股东的净利润（元） | 1,578,882,732.14 | 1,793,669,013.19 | -11.97 | 1,377,457,177.70 |
| 归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润（元） | 1,096,068,604.60 | 1,226,400,481.95 | -10.63 | 1,161,082,586.93 |
| 经营活动产生的现金流量净额（元） | 5,962,707,809.84 | 2,005,337,052.56 | 197.34 | 1,049,366,564.25 |
| 基本每股收益（元/股） | 1.16 | 1.32 | -12.12 | 1.01 |
| 稀释每股收益（元/股） | 1.16 | 1.32 | -12.12 | 1.01 |
| 加权平均净资产收益率（%） | 16.99 | 22.21 | -5.22 个百分点 | 19.79 |
| 项目 | 2020 年末 | 2019 年末 | 本年末比上年末增减（%） | 2018 年末 |
| 总资产（元） | 41,811,635,813.53 | 33,990,663,543.85 | 23.01 | 21,827,905,038.40 |
| 归属于上市公司股东的净资产（元） | 9,779,115,580.43 | 8,721,593,732.62 | 12.13 | 7,351,824,364.87 |

说明：本公司于 2019 年 9 月 30 日起将海信日立纳入本公司合并报表范围。2019 年利润表及现金流量表明细项目仅包括海信日立 2019 年 10 至 12 月报表数据；海信日立 2019 年 1 至 9 月利润情况，本公司按照权益法核算并列示在“投资收益”项目。若按可比口径，2020 年本公司营业收入同比增长 5.33%，经营活动产生的现金流量净额同比增长 61.70%。

### （2）分季度主要会计数据

单位：元

| 项目 | 第一季度 | 第二季度 | 第三季度 | 第四季度 |
|---|---|---|---|---|
| 营业收入 | 7,585,620,733.19 | 13,501,079,076.08 | 13,779,290,339.14 | 13,526,880,554.70 |
| 归属于上市公司股东的净利润 | 43,550,392.57 | 459,757,122.84 | 498,939,918.50 | 576,635,298.23 |
| 归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润 | -37,404,936.92 | 368,666,303.62 | 432,463,165.96 | 332,344,071.94 |
| 经营活动产生的现金流量净额 | 51,278,516.92 | 2,489,538,426.42 | 1,567,368,742.71 | 1,854,522,123.79 |

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

□ 是 √ 否

## 4、股本及股东情况

### （1）普通股股东和表决权恢复的优先股股东数量及前 10 名股东持股情况表

单位：股

| 报告期末普通股股东总数 | 25,960 | 年度报告披露日前一个月末普通股股东总数 | 26,895 | 报告期末表决权恢复的优先股股东总数 | 0 | 年度报告披露日前一个月末表决权恢复的优先股股东总数 | 0 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|

| 前 10 名股东持股情况 | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 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 | 境内非国有法人 | 37.92% | 516,758,670 | 0 | | |
| 香港中央结算（代理人）有限公司注1 | 境外法人 | 33.58% | 457,662,069 | | | |
| 香港中央结算有限公司注2 | 境外法人 | 5.16% | 70,298,761 | 0 | | |
| 上海高毅资产管理合伙企业(有限合伙)－高毅邻山 1 号远望基金 | 其他 | 2.79% | 38,000,000 | 0 | | |
| 中央汇金资产管理有限责任公司 | 国有法人 | 1.95% | 26,588,700 | 0 | | |
| 上海浦东发展银行股份有限公司－广发高端制造股票型发起式证券投资基金 | 其他 | 0.85% | 11,583,241 | 0 | | |
| 张少武 | 境内自然人 | 0.53% | 7,200,000 | 0 | | |
| 新华人寿保险股份有限公司－分红－个人分红-018L-FH002 深 | 其他 | 0.48% | 6,558,433 | 0 | | |
| 中国工商银行股份有限公司－博时成长优选两年封闭运作灵活配置混合型证券投资基金 | 其他 | 0.46% | 6,218,850 | 0 | | |
| 挪威中央银行－自有资金 | 境外法人 | 0.45% | 6,107,364 | 0 | | |
| 上述股东关联关系或一致行动的说明 | 以上股东之间，青岛海信空调有限公司与海信（香港）有限公司存在关联关系，与其他股东不存在关联关系，也不属于《上市公司收购管理办法》中规定的一致行动人，除上述外，公司概不知悉其他股东间是否存在关联关系或属于《上市公司收购管理办法》规定的一致行动人。 | | | | | |
| 参与融资融券业务股东情况说明(如有) | 无 | | | | | |

注 1：香港中央结算（代理人）有限公司为本公司 H 股非登记股东所持股份的名义持有人，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截至报告期期末合计持有本公司 H 股股份 12,445.20 万股，占本公司股份总数的 9.13%。

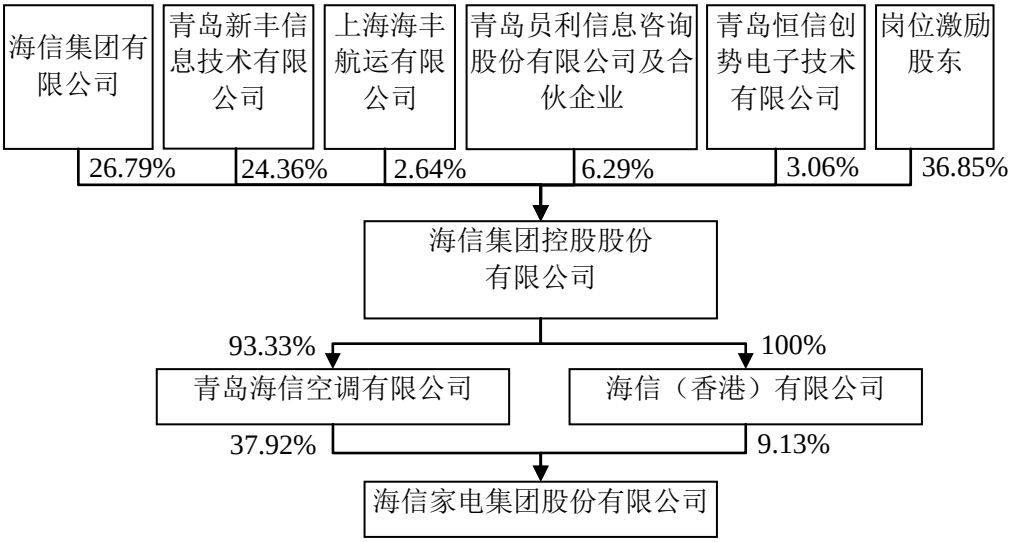
注 2：香港中央结算有限公司为通过深股通持有本公司 A 股股份的非登记股东所持股份的名义持有人，持有的股份乃代表多个账户参与者所持有。

### （2）公司优先股股东总数及前 10 名优先股股东持股情况表

□ 适用 √ 不适用

公司报告期无优先股股东持股情况。

**（3）以方框图形式披露公司与实际控制人之间的产权及控制关系**




注：由于四舍五入的原因，上图中分项之和与合计项之间可能存在尾数差异。

## 5、公司债券情况

公司是否存在公开发行并在证券交易所上市，且在年度报告批准报出日未到期或到期未能全额兑付的公司债券
否

# 三、经营情况讨论与分析

## 1、报告期经营情况简介

**（1）行业概况**

**冰箱市场**：2020年冰箱市场呈现低开高走态势，受疫情影响，市场规模于2020年一季度同比大幅下降，随后逐步恢复。根据中怡康推总数据，2020年度，冰箱内销市场零售额同比下降3.3%。分产品结构看，线上、线下市场均向大容积趋势倾斜，多门、对开门等多温区产品增长突出，根据中怡康监测数据，2020年内销冰箱线下市场，多门冰箱零售额占比同比提升6.7个百分点，内销冰箱线上市场，多门冰箱零售额占比同比提升4.1个百分点。从技术发展趋势看，随着消费者对健康、智能化以及高品质生活的追求，冰箱产品朝着科技保鲜、除菌、净味、食材健康智能管理、家居互联的技术方向发展。

**空调市场**：根据艾肯空调制冷网发布的《2020年度中国中央空调市场报告》，2020年度国内中央空调市场整体容量仍然维持在1000亿元以上的规模，同比下降1.0%。分渠道看：家装零售市场规模在2020年连续第二年出现下滑，是导致2020年中央空调整体市场下滑的原因之一；工程项目市场逆势增长，医疗、轨道交通、数据中心等细分市场持续增长，精装修楼盘配套市场成为2020年工程项目市场增长的最大贡献者。分产品类别看，多联机依然是中央空调市场中最受关注、占比最大的产品类别。得益于工程项目市场的增长，多联机产品2020年市场规模同比增长2%，占中央空调整体市场的49.5%，份额稳定。从技术发展趋势看，中央空调产业继续朝着节能环保、舒适健康、智能化等技术方向发展。国内家用空调市场形势依然严峻，市场规模同比大幅下滑。根据中怡康推总数据，2020年度，家用空调内销市场零售额同比下降22.0%。从产品结构看，新能效加速产业升级，低能效产品退出，健康类空调产品热度提升，新风空调保持逆势增长。从技术发展趋势看，随着新能效标准的正式实施以及消费者对舒适、健康、绿色、智能等需求的日益追求，家用空调产品围绕“空气质量提升”、“新风”、“杀菌”等用户痛点方向发展。

**（2）公司经营分析**

面对突发疫情影响以及家电行业需求不振，公司积极应对，坚持以用户为中心，精准定位用户需求，通过技术和产品创新、大力推广中高端产品等方式，确保经营稳定。报告期内，公司实现营业收入483.93亿元，同比增长29.21%。分产品看，冰洗业务实现主营业务收入187.09亿元，同比增长16.00%；空调业务实现主营业务收入233.86亿元，同比增长42.87%；分境内外收入看，内销业务实现主营业务收入292.05亿元，同比增长28.59%；外销业务实现主营业务收入146.39亿元，同比增长27.47%。公司实现归属于上市公司股东的净利润15.79亿元，同比下降11.97%，主要受家用空调经营亏损影响。每股收益为1.16元。公司持续紧抓资金管理，经营活动产生的现金流量净额为59.63亿元，同比增长197.34%。

各业务主要工作情况如下：

**①、冰洗业务**

报告期内，市场规模承压叠加大宗原材料价格上涨导致生产成本持续走高，冰箱制造企业面临着严峻的经营压力。面对不利环境，公司积极调整营销策略，聚焦营销能力提升，坚定不移狠抓销售结构改善，实现高端产品的快速突破，确保规模与效益双增长。主要工作如下：**（a）不断推出高质量新品，保持产品高竞争力：**公司深挖用户需求，并以此为导向加大高端差异化技术预研与储备，快速转化，先后推出“真空保鲜科技+全空间离子除菌净味”的真空系列产品以及搭载RFID（(无线射频识别）技术的全空间识别食材管理系列产品，从“鲜度、温度、湿度、速度、净度”五大维度打造保鲜科技，实现产品竞争力及差异化不断加强。报告期内，公司冰箱产品先后荣获“2020中国冰箱行业真空保鲜创新产品奖”、“年度产品创新成果奖”等系列奖项。根据中怡康数据显示，2020年公司冰箱产品中高端零售额占有率同比提升2.9个百分点。洗衣机产品方面:作为中国洗衣机行业首个蒸烫洗团体标准的牵头制定者和标准起草组组长单位,公司契合当下消费者的新洗护诉求，继续以“蒸烫洗”作为重点技术方向，推出蒸烫洗系列高端产品，主打衣物的健康除菌和免熨护理。凭借出色的产品表现，公司洗衣机产品荣获“2020德国iF设计大奖 ”等系列奖项。**（b）大力发展出口业务：**公司积极响应出口市场需求，快速反应，提效增产，优化出口交付流程，确保海外订单及时交付，出口规模实现大幅增长。**（c）加大品牌推广，提高品牌声量：**公司以“聚焦产品做品牌，集中资源做重点”的品牌推广策略，积极创新推广传播模式，通过与知名艺人合作、登录热门综艺平台等，迅速扩大品牌声量。海信真空冰箱独家冠名央视《越战越勇》，登陆央视《品牌行动》，赞助《拜托了冰箱第六季》；容声冰箱以WILL冰鲜箱为载体，携手湖南卫视《中餐厅》，成为节目官方使用产品。

**②、空调业务**

报告期内，在中央空调行业整体规模同比下滑的情况下，公司中央空调业务通过聚焦技术升级，坚持高质量的好产品战略以及提升营销能力等措施，实现逆势增长，规模、利润及市场占有率稳步提升。主要工作如下：**（a）以技术引领市场，坚持高质量的好产品战略：**在首推行业首款5G中央空调后，公司再次引领行业技术升级，发布首款运用PLC技术的场景中央空调，海信Ai家系列产品创新结合5G物联网技术与PLC技术，高效稳定地统一控制家居智能微场景，通电即联网，在不需要重新布线的基础上即可实现智能家居场景的无限拓展。契合绿色、健康的消费升级新风口，公司依托预研技术储备，并实现技术的快速转化落地，率先推出搭载净化、杀菌功能产品，在2020年度“11.28全民空净节”中，海信5G荣耀家中央空调荣获空净行业至高荣誉——“南山奖”，成为中央空调行业第一个也是唯一获此殊荣的产品。**（b）主动布局市场渠道，聚焦新形势下的营销机会:**面对2020年不利的行业形势和疫情形势，公司深入研究疫情影响下的用户需求，精准制定营销推广方案以及服务计划，提升产品销售能力，助力规模与市场占有率的稳步提升。家用空调业务则坚持高端战略，主打价值营销，围绕用户需求，全年坚持“开机三分钟，满屋是新风”的新风空调推广主线，有效占领细分市场，提升新风细分领域占有率。根据奥维云网零售监测数据，2020年，海信新风空调产品线上零售额份额位居行业第二，海信新风空调产品线下零售额份额位居行业第三。海信新风空调凭借出色的表现，通过了严苛的检测，成为全球首款通过JQA（日本质量保证协会）认证的新风空调产品。**（c）大力发展出口业务：**面对内销市场的不利局面，公司多举并行，积极开拓出口业务，调整出口策略，聚焦重点市场，规划差异化产品，持续提升出口规模。

**2、报告期内主营业务是否存在重大变化**

□ 是 √ 否

**3、占公司主营业务收入或主营业务利润 10%以上的产品情况**

√ 适用 □ 不适用

单位：元

| 项目 | 主营业务收入 | 主营业务成本 | 毛利率（%） | 主营业务收入比上年同期增减（%） | 主营业务成本比上年同期增减（%） | 毛利率比上年同期增减（百分点） |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 冰洗 | 18,709,002,118.33 | 14,685,528,054.98 | 21.51 | 16.00 | 19.40 | -2.23 |
| 空调 | 23,386,192,179.17 | 16,382,597,669.13 | 29.95 | 42.87 | 29.14 | 7.45 |
| 其他 | 1,749,450,605.45 | 1,383,745,081.33 | 20.90 | 2.91 | 0.09 | 2.23 |

**4、是否存在需要特别关注的经营季节性或周期性特征**

□ 是 √ 否

**5、报告期内营业收入、营业成本、归属于上市公司普通股股东的净利润总额或者构成较前一报告期发生重大变化的说明**

□ 适用 √ 不适用

**6、面临退市情况**

□ 适用 √ 不适用

**7、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

公司报告期无会计政策、会计估计和核算方法发生变化的情况。

**（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

新增合并的子公司：青岛古洛尼电器股份有限公司、海信（山东）厨卫有限公司、海信（香港）美洲家电制造有限公司、海信蒙特雷家电制造有限公司、海信蒙特雷物业管理有限公司。

不再纳入合并范围的子公司：广东华傲电子有限公司。

**海信家电集团股份有限公司**

**董事长：汤业国**

**2021 年 3 月 30 日**