

证券代码：000921

证券简称：海信家电

海信家电集团股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2024-001

投资者关系活动类别	<input checked="" type="checkbox"/> 机构调研 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 其他	<input checked="" type="checkbox"/> 分析师会议 <input checked="" type="checkbox"/> 业绩说明会 <input checked="" type="checkbox"/> 路演活动 <input checked="" type="checkbox"/> 投资者日
参与单位名称及人员姓名	投资者日、机构调研、路演参会机构为南方基金、银华基金、淳厚基金、澄金资产、富国基金、荷宝基金、永赢基金、海富通基金、睿远基金、广发基金、平安养老、国海富兰克林、中欧基金、嘉实基金、国泰基金、农银汇理基金、汇添富基金、淡水泉基金、华宝基金、博时基金、碧云资本、泰信基金、太保资产、长城基金、和谐汇一、平安资管、兴业基金、华安基金、运舟资本、正心谷基金、大成基金、金鹰基金、星石投资、信达澳亚、鑫元基金、兴证资管、瓴仁投资、泰康基金、value partners、长信基金、宏利基金、阳光资管、华泰柏瑞基金、西部利得、东方证券资管、财通资管、金鼎资本、源乐晟资产、惠升基金、光大保德信、浦银安盛、天风资管、聚鸣资产、广发资管、华富基金、泓德基金、敦和资管、上银基金、中再资产、太平养老、君合资本、东吴基金、浙商基金、新华资产、中信证券、中金公司、中信建投、华泰证券、国联证券、天风证券、广发证券、国投证券、兴业证券、高盛、UBS、招商证券、海通证券、浙商证券、国信证券、华创证券、长江证券、国盛证券、华安证券、申万宏源、中泰证券、信达证券、华西证券、华福证券、方正证券、西南证券、首创证券、民生证券、东北证券、太平洋证券、国金证券、东方证券等。	
时间	2024年5月22日至2024年6月28日	
地点	投资者日、机构调研：青岛 分析师会议：现场调研、电话会议等	

<p>上市公司 接待人员 姓名</p>	<p>公司管理层</p>
<p>投资者关 系活动主 要内容介 绍</p>	<p>一、2023 年主要业绩的情况。</p> <p>答：2023 年，面对全球经济环境的复杂多变和家电行业的激烈竞争，公司坚持以市场为导向，以用户为中心，全球 56,000 余名员工同心协力，攻坚克难，实现了营收和利润的持续强劲增长，收入同比增长 15.5%，归母净利润大幅增长 97.7%，业绩持续领跑行业，国内外市场份额再创新高。</p> <p>面对复杂的经济环境，海信家电聚焦长期能力建设，致力于组织架构优化和人才策略完善。公司深度把握智能化、套系化、场景化的市场需求，持续推进“智慧新生活”战略落地。打造多元品牌矩阵，聚焦家居场景化布局。强化自有品牌建设，致力于拓展海外市场并打造多元化业务版图。</p> <p>二、分板块 2023 年的表现？</p> <p>中央空调业务：积极响应国家“双碳”政策，以用户需求为中心，通过技术创新不断推出行业领先产品，引领中央空调业务在家装市场、工装市场、新产业领域发展。2023 年，中央空调业务实现主营业务收入同比增长 9.3%，利润总额同比增长 20.5%，多联机市场份额达到 20%以上，保持行业领先地位。</p> <p>家用空调业务：家用空调业务将“打造空调为室内空气中枢管家，改善人居环境，幸福亿万家庭”作为新使命，聚焦海信、科龙两大品牌的技术和产品升级。根据奥维云网（AVC）全渠道推总数据，2023 年公司家用空调线上和线下零售额分别同比增长 41.4%和 14.3%，分别高于行业增幅 26 个点和 10 个点。</p> <p>冰洗厨业务：冰箱业务不断优化并提升用户与家庭的场景化体验。2023 年，冰箱业务取得了显著成绩，实现主营业务收入增长 18.7%。根据奥维云网（AVC）全渠道推总数据，期内零售额同比增长 17.8%，市占率提升 1.6 个百分点。</p> <p>洗衣机业务首创活水洗科技，不断创新洗护科技与产品体验，2023 年实现主营业务收入增长 53.6%。</p>

厨电业务将家电设计与家居美学融为一体，实现厨房全流程烹饪联动，2023 年厨电规模同比增长 66%。

三电业务：三电公司结合自身的优势及海信系的协同资源优势，持续推进从压缩机为主的零部件供应商向新能源汽车综合热管理系统供应商的转变。报告期内，汽车空调压缩机及综合热管理板块实现收入 90.5 亿元。

三、公司 2024 年延续 2023 年亮眼表现，2024 年 Q1 利润大幅增长的主要原因？

首先公司产品力明显提升，明确产品策略打法和品牌定位，新风空调、全嵌冰箱等中高端产品占比提升，产品结构持续改善。

其次渠道基础不断夯实，挖掘规模增长空间，自有渠道及下沉渠道拓展顺利，渠道结构不断改善，单品效率提升，下沉渠道对盈利产生正贡献。

最后深挖降本增效空间，供应链效率持续优化，产品平台和 SKU 持续缩减，人均单小时标准产量持续改善，制造效率和管理效率不断提升，端到端降本取得成效。

四、公司目前是否出台以旧换新相应的政策，对政策的拉动作用有何预期。

您好，根据国务院最新的政策指引，我们目前在全国范围内全力推进“绿色星球焕新计划”，不设品牌限制和总预算限制，对全屋家电和厨电产品进行以旧换新消费补贴，融合线上线下渠道 1 万多名服务工程师，提供“送新、拆旧、装新、守旧”一站式服务。平均补贴力度约为成交金额的 10%，最高补贴 2000 元，任意品牌的空调、冰箱、冷柜、洗衣机、厨电、电视都在范围内。

目前家电行业更新需求巨大，按照中国家用电器研究院测算的空调、冰箱 2022 年仅理论报废量已达 5085 万台和 4673 万台，其余品类也存在巨大的焕新潜力，预计以旧换新政策将撬动更多的更新需求。

五、大宗原材料成本尤其是铜价上涨，对公司业绩有多大影响？公司有何措施应对。

今年有色金属尤其是铜、铝的上涨，对公司经营带来一定影响。公司

大宗团队持续跟踪大宗商品价格变化，一方面，在一季度对铜管、铝箔、压机等紧缺物料提前备料。另一方面公司持续提升内部运营效率，改善销售结构、渠道结构，大宗原材料价格波动对利润端影响整体可控。

六、去年开始欧美成熟市场进入阶段性补库的周期，如何看待冰洗和家空后续外销的需求？近两年公司外销表现亮眼，公司未来外销收入增速有何预期？

您好，海信的海外市场收入的区域分布来看，欧美市场等成熟市场占比超过一半，此外中东非东盟区等一带一路沿线国家占比超过 30%，亚太区域收入占比不到 20%。

从不同区域来看，欧美成熟市场除去从去年的补库周期之外，公司自主品牌收入增速明显跑赢行业，冰箱在英国、捷克等国家份额明显提升，洗衣机业务外销收入快速增长，此外海信品牌价格指数逐年提升。中东非、东盟区等新兴市场国家增速快于欧美成熟市场，主要是需求拉动，尤其是东盟区去年试点效果很好，2023 年东盟区收入同比增长超过 20%，其中海信品牌收入增长超过 70%。

展望后续的外销增长的动能，首先欧美成熟市场借助体育营销不断提升品牌认知度，坚定不移发力自主品牌，完善海外研产销本地化水平，加速产品迭代速度提升产品力，实现欧洲大区和美洲大区收入稳健增长。新兴市场国家如中东非和东盟区等市场稳固优势市场地位，同时积极拓展其他高潜力地区，提升自主品牌占比，实现收入持续快速增长。

七、公司现金流较为充沛，未来如何提升资金使用效率？

您好，公司未来将从以下几个方面提升资金使用效率：

首先，在分红方面：将根据公司营运情况、现金流、市场情况制定合理且有竞争力的分红比例。

其次，在回购方面：契合上市公司股权激励的常态化实施进行股份回购。

第三，在资本开支方面：公司会有一些新的国内外资本开支计划等。

第四，在资本运作方面，公司会适当考虑产业链上下游机会。

八、请问公司智慧楼宇业务目前发展情况如何，有哪些应用场景，未

来有何规划。

您好，海信日立目前正在从中央空调设备供应商向中央空调+智慧楼宇+能源一体化解决方案商转变，目前智慧楼宇业务可以为客户提供从机电设备（如中央空调）、楼控设备（如控制器、传感器），到软件和运维服务的一整套系统服务方案，应用场景包括办公楼宇、工厂、医院、校园、农业、旧建筑节能改造等细分领域。目前智慧楼宇业务在工厂、办公园区、医院、轨交等行业均已落地样板项目，如为上海世博园的办公、商业和酒店业态提供智慧楼宇高效控制方案、为齐鲁医院青岛院区二期提供全院智慧管理方案等。通过不断完善产品和解决方案，智慧楼宇业务将为中央空调规模增长贡献新的增长极。

九、看到友商也在布局综合热管理系统，三电在压缩机及综合热管理系统相较于竞争对手有何优势？

在产品竞争力方面，三电较国内竞争对手有一定优势。三电公司推出以 CO2 和 R290 为冷媒的新综合热管理系统，构建直接式和间接式两套综合热管理系统（ITMS）解决方案，其中三电 ITMS2.0 直接式系统可提升 30%续航里程、ITMS3.0 可提升 40%续航里程。在压缩机方面：三电压机全球市场份额第二，电动压机全球市场份额第三，在新一代电动压缩机平台上，实现兼容 CO2 和 R290 等不同冷媒，在高压化、小型化、低振动噪音、高能效方面实现行业领先。除此之外，如小型化、快速加热等特点的全新第三代 800V 水加热器、在行业内首先推出小型化中置式双层流 HVAC 等方面均有较强的产品竞争力。

除此之外，在客户资源方面，三电不断稳固传统客户信心，同时积极拓展新能源业务客户。近一年来，三电在全球重点客户端取得历史性的突破，在欧洲区成功获得了战略级客户在热管理核心零部件的 HVAC 和 ECH 业务，在日本区获得了重点客户的 ECH 业务，在中国区获得重点空调箱业务，热管理系统核心配件业务签单总额同比增长 200%以上。

十、东盟区现在运行的情况如何？

您好，东盟区 2023 年试点效果不俗，2023 年实现收入同比增长超过 20%，其中海信品牌收入增长超过 70%。

十一、赞助欧洲杯对公司的外销拉动力如何？持续力如何？

投资者您好，2024 德国欧洲杯是海信第三次赞助欧洲顶级体育赛事，借力体育营销，公司海外品牌影响力、自主品牌占比、销售结构持续改善，成功地将品牌与顶级赛事相结合，向全球消费者传递了品牌魅力，成为国产品牌在海外市场的一张金色名片。后续公司将持续发力体育营销，加速渠道布局，积极强化海外本地化建设，持续推进研产销协同，不断提升品牌在全球市场的知名度和影响力，谢谢！

十二、请问公司 2023 年的整体业绩表现如何？与上一年度相比，有哪些显著的增长或下滑？在当前家电市场竞争激烈的环境下，海信家电是如何保持和提升市场份额的？公司未来的业务策略和发展规划是怎样的？是否有新的增长点或市场拓展计划？公司在 2023 年的以及 2024 年研发投入情况如何？有哪些重要的研发成果或产品创新？

投资者您好，2023 年，是海信家电发展历程中极不平凡的一年。面对全球经济环境的复杂多变和家电行业的激烈竞争，公司坚持以市场为导向，以用户为中心，通过不断提升产品结构，加强供应链、制造、研发和营销效率，实现了营收和利润的持续强劲增长，收入同比增长 15.5%，归母净利润大幅增长 97.7%，业绩持续领跑行业，国内外市场份额再创新高。

未来，公司将不断完善长效机制，提升组织效能。同时，坚持以用户为中心，打造“人本科技”与“至臻品质”品牌定位，持续提升品牌与营销能力。另外，我们将围绕产品、客户和用户三条主线深化数字化转型，持续夯实数字化研发、营销和运营能力。最后，我们将升级全球各区域中心，构建欧洲、美洲、东盟、中东非、亚太五大海外区域中心，持续推进海外市场的本地化运营。

十三、2023 年年报中提及公司墨西哥蒙特雷家电产业园已经投产，请公司具体论述墨西哥蒙特雷家电产业园目前的生产经营状况。

投资者您好，公司积极强化海外本地化建设，持续推进研产销协同。位于墨西哥蒙特雷的智能家电产业园冰箱、厨卫产品已进入量产阶段，为海信进一步开拓北美市场、加速海外产业布局提供了有力支撑。2023 年，墨西哥蒙特雷家电产业园实现多个型号投产，冰箱产线效率大幅提升，厨

电产线同比改善 16.3%。

十四、根据三电公司官网对其 2024 年的盈利预测，三电公司预计 2024 年亏损 16 亿日元。请公司论述整合三电资源，优化三电业务的进展，并就三电公司 24 年 1-6 月的经营状况进行分析。

投资者您好，三电公司结合自身的优势及海信系的协同资源优势，持续推进从压缩机为主的零部件供应商向新能源汽车综合热管理系统供应商的转变。2023 年，汽车空调压缩机及综合热管理板块实现收入 90.5 亿元。2024 年，三电公司将在系统层面，围绕绿色升级，实现热管理系统和核心零部件的全面突破。市场层面，坚定“客户需求为中心”，充分发挥全球协同机制。与此同时，继续稳固战略客户合作信心，深化全球客户发展战略落地，加强与全球重点客户尤其是欧、美、中三大区域客户对热管理系统及核心配件产品的推广，积极从汽车零部件供应商转型为新能源汽车热管理系统解决方案供应商。

十五、根据 2024 年 1 月发布的 A 股员工持股计划，2024-2026 年归属于上市公司股东的净利润较 2022 年增长率需要有较大幅度的增长，请问在家电行业内销承压，原材料价格上涨的情况下，股权激励的目标是否过高？

投资者您好，公司于 2024 年 1 月推出第二期 A 股员工持股计划，并推出有相对竞争力的增长目标，从而更好的激励管理层和骨干员工向高目标挑战，达成经营计划。谢谢。

十六、今年 3 月以来，铜、铝等原材料价格快速上涨，请问公司毛利率会受到多大程度的冲击？公司是否进行原材料套保等措施缓解原材料价格上涨的影响？

投资者您好，公司针对年初至今价格增长较快的战略物资进行了相应储备，通过锁价等措施进行相对风险控制，同时通过进一步供应链和制造效率的优化，产品结构的提升对冲大宗原材料上涨风险，取得了较好的进展。

其次，本次分析师会议中，公司参与人员与投资者进行了充分的交流与沟通，严格按照有关制度规定，没有出现未公开重大信息泄露等情况。

附件清单 (如有)	无。
日期	2024年6月