

香港交易及結算所有限公司及香港聯合交易所有限公司對本公告之內容概不負責，對其準確性或完整性亦不發表任何聲明，並明確表示，概不會就本公告全部或任何部份內容而產生或因倚賴該等內容而引致之任何損失承擔任何責任。



**Haier Smart Home Co., Ltd.\***

**海爾智家股份有限公司**

(於中華人民共和國註冊成立之股份有限公司)

股份代號：6690

**截至2025年6月30日止六個月之  
中期業績公告**

**財務摘要**

|                | 截至6月30日止六個月               |                                    | 變動<br>% |
|----------------|---------------------------|------------------------------------|---------|
|                | 2025年<br>人民幣百萬元<br>(未經審核) | 2024年<br>人民幣百萬元<br>(未經審核)<br>(經重列) |         |
| 收入             | 156,469                   | 141,981                            | 10.2    |
| 毛利             | 41,240                    | 37,284                             | 10.6    |
| 經調整經營利潤(定義見下文) | 13,200                    | 11,689                             | 12.9    |
| 期內溢利           | 12,485                    | 10,774                             | 15.9    |
| 應佔：            |                           |                                    |         |
| 本公司股東          | 12,033                    | 10,410                             | 15.6    |
| 非控股權益          | 452                       | 364                                | 24.2    |
|                | <u>12,485</u>             | <u>10,774</u>                      |         |
| 本公司普通股股東應佔每股盈利 |                           |                                    |         |
| 基本             | 人民幣1.30元                  | 人民幣1.13元                           | 15.0    |
| 攤薄             | 人民幣1.29元                  | 人民幣1.12元                           | 15.2    |
| 建議每10股股息       | 人民幣2.69元                  | —                                  |         |

\* 僅供識別

## 中期業績

海爾智家股份有限公司（「本公司」）董事（「董事」）會（「董事會」）謹此公佈本公司及其附屬公司（「本集團」）截至2025年6月30日止六個月之未經審核綜合中期業績，連同2024年同期之比較數字。該等中期簡明綜合財務報表經由本公司核數師國衛會計師事務所有限公司根據香港會計師公會頒佈之香港審閱準則第2410號「由實體的獨立核數師執行中期財務資料審閱」及由本公司審計委員會審閱。

## 中期簡明綜合損益及其他全面收益表

|                             | 附註 | 截至6月30日止六個月               |                                    |
|-----------------------------|----|---------------------------|------------------------------------|
|                             |    | 2025年<br>人民幣百萬元<br>(未經審核) | 2024年<br>人民幣百萬元<br>(未經審核)<br>(經重列) |
| 收入                          | 5  | 156,469                   | 141,981                            |
| 銷售成本                        |    | (115,229)                 | (104,697)                          |
| 毛利                          |    | 41,240                    | 37,284                             |
| 其他收益淨額                      | 6  | 2,889                     | 1,915                              |
| 銷售及分銷開支                     |    | (15,817)                  | (14,518)                           |
| 行政費用                        |    | (12,749)                  | (11,369)                           |
| 融資成本                        | 8  | (1,416)                   | (1,244)                            |
| 應佔聯營公司利潤及虧損                 |    | 850                       | 913                                |
| 稅前溢利                        | 7  | 14,997                    | 12,981                             |
| 所得稅開支                       | 9  | (2,512)                   | (2,207)                            |
| 期內溢利                        |    | 12,485                    | 10,774                             |
| <b>其他全面收益／(虧損)</b>          |    |                           |                                    |
| 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                |    | 31                        | 25                                 |
| 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 |    | (132)                     | (30)                               |
| 換算海外業務之匯兌差額                 |    | 1,712                     | (202)                              |
|                             |    | 1,611                     | (207)                              |

# 中期簡明綜合損益及其他全面收益表(續)

|                                                             |    | 截至6月30日止六個月 |        |
|-------------------------------------------------------------|----|-------------|--------|
|                                                             |    | 2025年       | 2024年  |
|                                                             |    | 附註          | 人民幣百萬元 |
|                                                             |    | (未經審核)      | (未經審核) |
|                                                             |    |             | (經重列)  |
| 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                                             |    | 136         | (2)    |
| 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 |    | (294)       | (126)  |
|                                                             |    | (158)       | (128)  |
| 期內其他全面收益／(虧損)，稅後                                            |    | 1,453       | (335)  |
| 期內全面收益總額                                                    |    | 13,938      | 10,439 |
| 應佔期內溢利：                                                     |    |             |        |
| — 本公司擁有人                                                    |    | 12,033      | 10,410 |
| — 非控股權益                                                     |    | 452         | 364    |
|                                                             |    | 12,485      | 10,774 |
| 應佔全面收益總額：                                                   |    |             |        |
| — 本公司擁有人                                                    |    | 13,489      | 10,075 |
| — 非控股權益                                                     |    | 449         | 364    |
|                                                             |    | 13,938      | 10,439 |
| 本公司普通股股東應佔每股盈利                                              |    |             |        |
| — 基本(每股人民幣元)                                                | 11 | 1.30        | 1.13   |
| — 攤薄(每股人民幣元)                                                | 11 | 1.29        | 1.12   |

## 中期簡明綜合財務狀況表

|                                                     |    | 2025年<br>6月30日<br>附註 人民幣百萬元<br>(未經審核) | 2024年<br>12月31日<br>人民幣百萬元<br>(經重列) |
|-----------------------------------------------------|----|---------------------------------------|------------------------------------|
| <b>非流動資產</b>                                        |    |                                       |                                    |
| 物業、廠房及設備                                            | 12 | 44,824                                | 43,703                             |
| 投資物業                                                |    | 665                                   | 246                                |
| 使用權資產                                               |    | 9,656                                 | 9,127                              |
| 商譽                                                  |    | 27,835                                | 27,384                             |
| 其他無形資產                                              |    | 11,123                                | 10,758                             |
| 於聯營公司的權益                                            |    | 21,414                                | 20,932                             |
| 指定為以公允價值計量且其變動計入其他<br>全面收益的股權投資                     |    | 5,650                                 | 6,074                              |
| 以攤銷成本計量的金融資產                                        |    | 14,730                                | 15,699                             |
| 長期預付款項                                              |    | 1,247                                 | 1,381                              |
| 遞延稅項資產                                              |    | 2,442                                 | 2,477                              |
| 其他非流動資產                                             |    | 839                                   | 841                                |
| 非流動資產總值                                             |    | 140,425                               | 138,622                            |
| <b>流動資產</b>                                         |    |                                       |                                    |
| 存貨                                                  | 13 | 43,520                                | 43,189                             |
| 貿易應收款項及應收票據                                         | 14 | 38,033                                | 38,675                             |
| 以公允價值計量且其變動計入其他全面收益<br>的應收款項                        |    | 1,248                                 | 413                                |
| 合約資產                                                |    | 1,496                                 | 998                                |
| 預付款項、按金及其他應收款項                                      |    | 9,809                                 | 9,931                              |
| 以公允價值計量且其變動計入當期損益<br>(「以公允價值計量且其變動計入當期<br>損益」)的金融資產 |    | 8,815                                 | 1,236                              |
| 以攤銷成本計量的金融資產                                        |    | 2,919                                 | 1,931                              |
| 衍生金融工具                                              |    | 79                                    | 143                                |
| 已抵押存款                                               |    | 769                                   | 533                                |
| 使用用途受限的其他資金                                         |    | 73                                    | 70                                 |
| 現金及現金等價物                                            |    | 54,514                                | 54,995                             |
| 流動資產總值                                              |    | 161,275                               | 152,114                            |

## 中期簡明綜合財務狀況表(續)

|                  |    | 2025年<br>6月30日<br>人民幣百萬元<br>(未經審核) | 2024年<br>12月31日<br>人民幣百萬元<br>(經重列) |
|------------------|----|------------------------------------|------------------------------------|
|                  | 附註 |                                    |                                    |
| <b>流動負債</b>      |    |                                    |                                    |
| 貿易應付款項及應付票據      | 15 | 78,666                             | 75,886                             |
| 其他應付款項及應計項目      |    | 37,801                             | 32,265                             |
| 合約負債             |    | 5,711                              | 10,865                             |
| 計息借款             |    | 23,008                             | 24,127                             |
| 租賃負債             |    | 1,529                              | 1,352                              |
| 應納稅款             |    | 2,207                              | 2,650                              |
| 撥備               |    | 2,634                              | 2,710                              |
| 衍生金融工具           |    | 440                                | 71                                 |
| 流動負債總額           |    | 151,996                            | 149,926                            |
| <b>流動資產淨值</b>    |    | 9,279                              | 2,188                              |
| <b>資產總值減流動負債</b> |    | 149,704                            | 140,810                            |
| <b>非流動負債</b>     |    |                                    |                                    |
| 計息借款             |    | 14,096                             | 9,666                              |
| 租賃負債             |    | 4,916                              | 4,481                              |
| 遞延收入             |    | 1,166                              | 1,081                              |
| 遞延稅項負債           |    | 1,624                              | 1,547                              |
| 養老金及類似義務撥備       |    | 2,660                              | 2,562                              |
| 撥備               |    | 2,404                              | 2,386                              |
| 其他非流動負債          |    | 259                                | 285                                |
| 非流動負債總額          |    | 27,125                             | 22,008                             |
| <b>資產淨值</b>      |    | 122,579                            | 118,802                            |
| <b>權益</b>        |    |                                    |                                    |
| 股本               | 16 | 9,383                              | 9,383                              |
| 儲備               |    | 105,511                            | 102,396                            |
| 本公司擁有人應佔權益       |    | 114,894                            | 111,779                            |
| 非控股權益            |    | 7,685                              | 7,023                              |
| <b>權益總額</b>      |    | 122,579                            | 118,802                            |

## 中期簡明綜合財務報表附註

### 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**」)。

本公告於2025年8月28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 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，該等金融工具按公平值計量（如適用）。

除因應用經修訂《國際財務報告準則會計準則》所產生的新增會計政策，以及應用與本集團在今個中期期間相關的若干會計政策外，編製截至2025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2024年12月31日止年度之年度綜合財務報表呈列所採用相同。

### 應用經修訂《國際財務報告準則會計準則》

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《國際財務報告準則會計準則》，並於2025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：

《國際會計準則》第21號（修訂本）                      缺乏兌換性

本中期期間應用經修訂《國際財務報告準則會計準則》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2025年3月，本公司與海爾集團之附屬公司青島海模智雲科技有限公司（「海模智雲」）簽訂青島海爾模具有限公司（「海爾模具」）股權轉讓協議，據此，本公司同意收購而海模智雲同意出售海爾模具之100%股權，代價約為人民幣78百萬元。於2025年6月30日，該交易已告完成。

由於本公司及海爾模具於轉讓協議完成前後均受海爾集團最終控制，故收購海爾模具乃按合併會計原則入賬。

本集團截至2025年及2024年6月30日止期間的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，已包括本集團及海爾模具當時全部旗下公司的業績、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2025年及2024年6月30日止期間均已存在，或從各自的收購、註冊成立或登記日期已經存在（以較短期間為準）。

本集團於2024年12月31日的簡明綜合財務狀況表乃為呈列本集團及海爾模具的事務而編製，猶如本集團緊隨股權轉讓完成後的企業架構，於2024年12月31日已經存在，且乃按照該日本公司應佔的相應股權及／或可對個別公司行使的控制權而編製。

#### 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」）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。

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：

**(a) 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；

**(b) 空氣能源解決方案**

- 空調產品的生產與銷售；

**(c) 家庭衣物洗護方案**

- 洗衣機及乾衣機產品的生產與銷售；

**(d) 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

**(e) 其他業務**

- 包括渠道分銷、裝備部品、生活小家電、物流服務及其他。



#### 4. 經營分類資料(續)

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。

以下為本集團按可呈報分部劃分的收入及業績分析:

##### 截至2025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<br>業務      | 廚電業務             | 空氣能源<br>解決方案     | 家庭衣物<br>洗滌方案     | 全屋用水<br>解決方案     | 其他業務             | 總計               |
|               | 人民幣百萬元<br>(未經審核) | 人民幣百萬元<br>(未經審核) | 人民幣百萬元<br>(未經審核) | 人民幣百萬元<br>(未經審核) | 人民幣百萬元<br>(未經審核) | 人民幣百萬元<br>(未經審核) | 人民幣百萬元<br>(未經審核) |
| 分部收入          |                  |                  |                  |                  |                  |                  |                  |
| 來自外部客戶的分部收入   | 42,735           | 20,629           | 32,856           | 31,938           | 9,691            | 18,620           | 156,469          |
| 分部間收入         | 118              | 43               | 122              | 67               | 102              | 49,067           | 49,519           |
| 合計            | 42,853           | 20,672           | 32,978           | 32,005           | 9,793            | 67,687           | 205,988          |
| 對賬:           |                  |                  |                  |                  |                  |                  |                  |
| 分部間抵銷         |                  |                  |                  |                  |                  |                  | (49,519)         |
| 合計            |                  |                  |                  |                  |                  |                  | 156,469          |
| 分部業績          | 3,925            | 1,970            | 2,101            | 3,483            | 1,502            | 318              | 13,299           |
| 對賬:           |                  |                  |                  |                  |                  |                  |                  |
| 分部間業績抵銷       |                  |                  |                  |                  |                  |                  | 2                |
| 企業及其他未分配收入及損益 |                  |                  |                  |                  |                  |                  | 13,301           |
| 企業及其他未分配開支    |                  |                  |                  |                  |                  |                  | 2,625            |
| 融資成本          |                  |                  |                  |                  |                  |                  | (363)            |
| 應佔聯營公司利潤及虧損   |                  |                  |                  |                  |                  |                  | (1,416)          |
| 稅前溢利          |                  |                  |                  |                  |                  |                  | 850              |
|               |                  |                  |                  |                  |                  |                  | 14,997           |

#### 4. 經營分類資料(續)

截至2024年6月30日止六個月(經重列)

|               | 家庭美食保鮮烹飪解決方案     |                  | 空氣能源<br>解決方案     | 家庭衣物<br>洗滌方案     | 全屋用水<br>解決方案     | 其他業務             | 總計               |
|---------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
|               | 冰箱／冷櫃<br>業務      | 廚電業務             |                  |                  |                  |                  |                  |
|               | 人民幣百萬元<br>(未經審核) | 人民幣百萬元<br>(未經審核) | 人民幣百萬元<br>(未經審核) | 人民幣百萬元<br>(未經審核) | 人民幣百萬元<br>(未經審核) | 人民幣百萬元<br>(未經審核) | 人民幣百萬元<br>(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            | 14,042           | 141,981          |
| 分部間收入         | 105              | 47               | 160              | 135              | 95               | 45,800           | 46,342           |
| 合計            | <u>41,128</u>    | <u>20,275</u>    | <u>29,235</u>    | <u>29,737</u>    | <u>8,106</u>     | <u>59,842</u>    | <u>188,323</u>   |
| 對賬：           |                  |                  |                  |                  |                  |                  |                  |
| 分部間抵銷         |                  |                  |                  |                  |                  |                  | <u>(46,342)</u>  |
| 合計            |                  |                  |                  |                  |                  |                  | <u>141,981</u>   |
| 分部業績          | 3,588            | 1,807            | 1,733            | 3,119            | 1,204            | 252              | 11,703           |
| 對賬：           |                  |                  |                  |                  |                  |                  |                  |
| 分部間業績抵銷       |                  |                  |                  |                  |                  |                  | <u>45</u>        |
| 企業及其他未分配收入及損益 |                  |                  |                  |                  |                  |                  | 11,748           |
| 企業及其他未分配開支    |                  |                  |                  |                  |                  |                  | 1,733            |
| 融資成本          |                  |                  |                  |                  |                  |                  | (169)            |
| 應佔聯營公司利潤及虧損   |                  |                  |                  |                  |                  |                  | (1,244)          |
|               |                  |                  |                  |                  |                  |                  | <u>913</u>       |
| 稅前溢利          |                  |                  |                  |                  |                  |                  | <u>12,981</u>    |

#### 4. 經營分類資料(續)

於2025年6月30日

|                                 | 家庭美食保鮮烹飪解決方案     |                  |                  |                  |                  |                  |                  |
|---------------------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
|                                 | 冰箱／冷櫃<br>業務      | 廚電業務             | 空氣能源<br>解決方案     | 家庭衣物<br>洗護方案     | 全屋用水<br>解決方案     | 其他業務             | 總計               |
|                                 | 人民幣百萬元<br>(未經審核) | 人民幣百萬元<br>(未經審核) | 人民幣百萬元<br>(未經審核) | 人民幣百萬元<br>(未經審核) | 人民幣百萬元<br>(未經審核) | 人民幣百萬元<br>(未經審核) | 人民幣百萬元<br>(未經審核) |
| 分部資產                            | 53,749           | 24,784           | 45,611           | 39,042           | 15,067           | 102,650          | 280,903          |
| 對賬：                             |                  |                  |                  |                  |                  |                  |                  |
| 分部資產抵銷                          |                  |                  |                  |                  |                  |                  | (122,162)        |
| 商譽                              |                  |                  |                  |                  |                  |                  | 27,835           |
| 於聯營公司的權益                        |                  |                  |                  |                  |                  |                  | 21,414           |
| 指定為以公允價值計量且其變動計入<br>其他全面收益的股權投資 |                  |                  |                  |                  |                  |                  | 5,650            |
| 遞延稅項資產                          |                  |                  |                  |                  |                  |                  | 2,442            |
| 以公允價值計量且其變動計入當期損<br>益的金融資產      |                  |                  |                  |                  |                  |                  | 8,815            |
| 以攤銷成本計量的金融資產                    |                  |                  |                  |                  |                  |                  | 17,649           |
| 衍生金融工具                          |                  |                  |                  |                  |                  |                  | 79               |
| 已抵押存款                           |                  |                  |                  |                  |                  |                  | 769              |
| 使用用途受限的其他資金                     |                  |                  |                  |                  |                  |                  | 73               |
| 現金及現金等價物                        |                  |                  |                  |                  |                  |                  | 54,514           |
| 預付款項、按金及其他應收款項                  |                  |                  |                  |                  |                  |                  | 3,719            |
| 資產總值                            |                  |                  |                  |                  |                  |                  | 301,700          |
| 分部負債                            | 65,316           | 14,013           | 43,247           | 25,411           | 9,047            | 92,078           | 249,112          |
| 對賬：                             |                  |                  |                  |                  |                  |                  |                  |
| 分部負債抵銷                          |                  |                  |                  |                  |                  |                  | (122,022)        |
| 應納稅款                            |                  |                  |                  |                  |                  |                  | 2,207            |
| 其他應付款項及應計費用                     |                  |                  |                  |                  |                  |                  | 10,397           |
| 衍生金融工具                          |                  |                  |                  |                  |                  |                  | 440              |
| 計息借款                            |                  |                  |                  |                  |                  |                  | 37,104           |
| 遞延稅項負債                          |                  |                  |                  |                  |                  |                  | 1,624            |
| 其他非流動負債                         |                  |                  |                  |                  |                  |                  | 259              |
| 負債總額                            |                  |                  |                  |                  |                  |                  | 179,121          |

#### 4. 經營分類資料(續)

於2024年12月31日(經重列)

|                                 | 家庭美食保鮮烹飪解決方案 |        |              |              |              |        |          |
|---------------------------------|--------------|--------|--------------|--------------|--------------|--------|----------|
|                                 | 冰箱／冷櫃<br>業務  | 廚電業務   | 空氣能源<br>解決方案 | 家庭衣物<br>洗護方案 | 全屋用水<br>解決方案 | 其他業務   | 總計       |
|                                 | 人民幣百萬元       | 人民幣百萬元 | 人民幣百萬元       | 人民幣百萬元       | 人民幣百萬元       | 人民幣百萬元 | 人民幣百萬元   |
| 分部資產                            | 50,543       | 21,840 | 32,729       | 37,335       | 11,353       | 98,429 | 252,229  |
| 對賬：                             |              |        |              |              |              |        |          |
| 分部資產抵銷                          |              |        |              |              |              |        | (96,919) |
| 商譽                              |              |        |              |              |              |        | 27,384   |
| 於聯營公司的權益                        |              |        |              |              |              |        | 20,932   |
| 指定為以公允價值計量且其變動計入<br>其他全面收益的股權投資 |              |        |              |              |              |        | 6,074    |
| 遞延稅項資產                          |              |        |              |              |              |        | 2,477    |
| 以公允價值計量且其變動計入當期損<br>益的金融資產      |              |        |              |              |              |        | 1,236    |
| 以攤銷成本計量的金融資產                    |              |        |              |              |              |        | 17,630   |
| 衍生金融工具                          |              |        |              |              |              |        | 143      |
| 已抵押存款                           |              |        |              |              |              |        | 533      |
| 使用用途受限的其他資金                     |              |        |              |              |              |        | 70       |
| 現金及現金等價物                        |              |        |              |              |              |        | 54,995   |
| 預付款項、按金及其他應收款項                  |              |        |              |              |              |        | 3,952    |
| 資產總值                            |              |        |              |              |              |        | 290,736  |
| 分部負債                            | 71,520       | 14,943 | 29,805       | 27,393       | 4,228        | 79,175 | 227,064  |
| 對賬：                             |              |        |              |              |              |        |          |
| 分部負債抵銷                          |              |        |              |              |              |        | (96,780) |
| 應納稅款                            |              |        |              |              |              |        | 2,650    |
| 其他應付款項及應計費用                     |              |        |              |              |              |        | 3,304    |
| 衍生金融工具                          |              |        |              |              |              |        | 71       |
| 計息借款                            |              |        |              |              |              |        | 33,793   |
| 遞延稅項負債                          |              |        |              |              |              |        | 1,547    |
| 其他非流動負債                         |              |        |              |              |              |        | 285      |
| 負債總額                            |              |        |              |              |              |        | 171,934  |

## 5. 收入

客戶合約收入分析如下：

|      | 截至6月30日止六個月               |                                    |
|------|---------------------------|------------------------------------|
|      | 2025年<br>人民幣百萬元<br>(未經審核) | 2024年<br>人民幣百萬元<br>(未經審核)<br>(經重列) |
| 銷售商品 | 150,143                   | 135,622                            |
| 提供勞務 | <u>6,326</u>              | <u>6,359</u>                       |
|      | <u>156,469</u>            | <u>141,981</u>                     |

  

|        | 截至6月30日止六個月               |                                    |
|--------|---------------------------|------------------------------------|
|        | 2025年<br>人民幣百萬元<br>(未經審核) | 2024年<br>人民幣百萬元<br>(未經審核)<br>(經重列) |
| 銷售商品   |                           |                                    |
| — 某時間點 | 150,143                   | 135,622                            |
| 提供勞務   |                           |                                    |
| — 某時間點 | 49                        | 23                                 |
| — 某時間段 | <u>6,277</u>              | <u>6,336</u>                       |
|        | <u>156,469</u>            | <u>141,981</u>                     |

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。

## 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               |                                    |
|--------------------------------------------|---------------------------|------------------------------------|
|                                            | 2025年<br>人民幣百萬元<br>(未經審核) | 2024年<br>人民幣百萬元<br>(未經審核)<br>(經重列) |
| 庫存及投資收入：                                   |                           |                                    |
| 來自下列各項的利息收入                                |                           |                                    |
| 銀行                                         | 900                       | 927                                |
| 理財產品                                       | 45                        | 30                                 |
| 其他                                         | 12                        | 23                                 |
| 採購折價                                       | 102                       | 62                                 |
|                                            | 1,059                     | 1,042                              |
| 自供應商收取的補償                                  | 18                        | 24                                 |
| 出售下列各項的(虧損)/收益                             |                           |                                    |
| — 非流動資產淨值                                  | (21)                      | (9)                                |
| — 以公允價值計量且其變動計入當期損益的金融資產淨值                 | 23                        | —                                  |
| — 聯營公司及附屬公司                                | (4)                       | (15)                               |
| 政府補助                                       | 775                       | 585                                |
| 來自投資物業的租金收入                                | 25                        | 1                                  |
| 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<br>價值收益/(虧損)淨額 | 35                        | (30)                               |
| 外匯收益淨額                                     | 881                       | 263                                |
| 雜項收入                                       | 98                        | 54                                 |
|                                            | 2,889                     | 1,915                              |

## 7. 除稅前溢利

本集團除稅前溢利已扣除／(抵免) 下列各項：

| 截至6月30日止六個月                           |        |        |
|---------------------------------------|--------|--------|
|                                       | 2025年  | 2024年  |
|                                       | 人民幣百萬元 | 人民幣百萬元 |
|                                       | (未經審核) | (未經審核) |
|                                       |        | (經重列)  |
| 物業、廠房及設備折舊                            | 2,664  | 2,520  |
| 使用權資產及投資物業折舊                          | 819    | 777    |
| 其他無形資產及其他非流動資產攤銷                      | 704    | 686    |
| 過時及滯銷存貨撥備淨額                           | 465    | 428    |
| 非流動資產及合約資產撥回減值虧損                      | —      | (2)    |
| 貿易應收款項及應收票據預期信貸虧損撥備淨額                 | 55     | 136    |
| 預付款項、按金及其他應收款項以及長期預付款項之<br>預期信貸虧損撥備淨額 | 296    | 214    |

## 8. 融資成本

來自持續經營業務的融資成本分析如下：

| 截至6月30日止六個月 |        |        |
|-------------|--------|--------|
|             | 2025年  | 2024年  |
|             | 人民幣百萬元 | 人民幣百萬元 |
|             | (未經審核) | (未經審核) |
|             |        | (經重列)  |
| 借貸利息        | 902    | 875    |
| 租賃負債利息      | 177    | 96     |
| 其他融資成本      | 337    | 273    |
|             | 1,416  | 1,244  |

## 9. 所得稅開支

|             | 截至6月30日止六個月               |                                    |
|-------------|---------------------------|------------------------------------|
|             | 2025年<br>人民幣百萬元<br>(未經審核) | 2024年<br>人民幣百萬元<br>(未經審核)<br>(經重列) |
| 即期稅項        |                           |                                    |
| 期內支出        | 2,259                     | 2,273                              |
| 遞延稅項開支／(收入) | <u>253</u>                | <u>(66)</u>                        |
| 期內稅項支出總額    | <u><u>2,512</u></u>       | <u><u>2,207</u></u>                |

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2025年及2024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。

## 10. 股息

本公司股東於2025年5月28日的股東週年大會上，批准就截至2024年12月31日止年度派發末期股息每10股人民幣9.65元(如本公司日期為2025年6月20日的公告所述，進一步調整至每10股人民幣9.6504元)。末期股息折合約人民幣8,997百萬元，已於2025年7月25日派發給2025年7月4日名列本公司股東名冊的股東。

於本中期期末後，董事會建議就截至2025年6月30日止六個月派發中期股息每10股為現金人民幣2.69元(含稅)，合共約人民幣25.07億元(截至2024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普通股股東應佔溢利及期內已發行普通股加權平均數計算(經調整後不包括回購股份)。

每股攤薄盈利之金額乃根據本公司普通股股東應佔溢利計算，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。



## 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 |        |
|--|-------------|--------|
|  | 2025年       | 2024年  |
|  | 人民幣百萬元      | 人民幣百萬元 |
|  | (未經審核)      | (未經審核) |
|  |             | (經重列)  |

### 盈利

|                            |               |               |
|----------------------------|---------------|---------------|
| 用於計算每股基本及攤薄盈利之本公司普通股股東應佔溢利 | <u>12,033</u> | <u>10,410</u> |
|----------------------------|---------------|---------------|

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 |        |
|--|-------------|--------|
|  | 2025年       | 2024年  |
|  | (未經審核)      | (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      | 9,226,833,196        | 9,218,228,718        |
| 潛在攤薄普通股的影响：              |                      |                      |
| 股份獎勵                     | 68,210,943           | 61,431,976           |
| 購股權                      | <u>2,237,780</u>     | <u>4,998,590</u>     |
| 用於計算每股攤薄盈利之期內已發行普通股加權平均數 | <u>9,297,281,919</u> | <u>9,284,659,284</u> |

## 12. 物業、廠房及設備

截至2025年6月30日止六個月，本集團購置人民幣3,224百萬元(截至2024年6月30日止六個月：人民幣3,055百萬元(經重列))的物業、廠房及設備。

## 13. 存貨

|     | 2025年<br>6月30日<br>人民幣百萬元<br>(未經審核) | 2024年<br>12月31日<br>人民幣百萬元<br>(經重列) |
|-----|------------------------------------|------------------------------------|
| 原材料 | 6,445                              | 6,670                              |
| 在產品 | 428                                | 388                                |
| 成品  | 36,647                             | 36,131                             |
|     | <u>43,520</u>                      | <u>43,189</u>                      |

## 14. 貿易應收款項及應收票據

|                      | 2025年<br>6月30日<br>人民幣百萬元<br>(未經審核) | 2024年<br>12月31日<br>人民幣百萬元<br>(經重列) |
|----------------------|------------------------------------|------------------------------------|
| 貿易應收款項               | 32,243                             | 27,564                             |
| 減：預期信貸虧損(「預期信貸虧損」)撥備 | <u>(1,118)</u>                     | <u>(1,069)</u>                     |
| 貿易應收款項淨額             | <u>31,125</u>                      | <u>26,495</u>                      |
| 應收票據                 | 6,909                              | 12,181                             |
| 減：預期信貸虧損撥備           | <u>(1)</u>                         | <u>(1)</u>                         |
| 應收票據淨額               | <u>6,908</u>                       | <u>12,180</u>                      |
| 合計                   | <u>38,033</u>                      | <u>38,675</u>                      |

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。

#### 14. 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：

|        | 2025年<br>6月30日<br>人民幣百萬元<br>(未經審核) | 2024年<br>12月31日<br>人民幣百萬元<br>(經重列) |
|--------|------------------------------------|------------------------------------|
| 一至三個月  | 28,502                             | 24,434                             |
| 三個月至一年 | 2,414                              | 1,801                              |
| 一至兩年   | 658                                | 689                                |
| 兩至三年   | 359                                | 388                                |
| 三年以上   | 310                                | 252                                |
|        | <u>32,243</u>                      | <u>27,564</u>                      |

#### 15. 貿易應付款項及應付票據

|        | 2025年<br>6月30日<br>人民幣百萬元<br>(未經審核) | 2024年<br>12月31日<br>人民幣百萬元<br>(經重列) |
|--------|------------------------------------|------------------------------------|
| 貿易應付款項 | 53,258                             | 54,666                             |
| 應付票據   | <u>25,408</u>                      | <u>21,220</u>                      |
|        | <u>78,666</u>                      | <u>75,886</u>                      |

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：

|      | 2025年<br>6月30日<br>人民幣百萬元<br>(未經審核) | 2024年<br>12月31日<br>人民幣百萬元<br>(經重列) |
|------|------------------------------------|------------------------------------|
| 一年以內 | 77,857                             | 74,993                             |
| 一至兩年 | 354                                | 523                                |
| 兩至三年 | 170                                | 135                                |
| 三年以上 | <u>285</u>                         | <u>235</u>                         |
|      | <u>78,666</u>                      | <u>75,886</u>                      |

貿易應付款項及應付票據不計利息，並一般按介乎30至270天之信貸期償還。

## 16. 股本

於截至2025年6月30日及2024年12月31日止期間，本公司已發行股本的變動如下：

|                                                      | H股<br>百萬股    | D股<br>百萬股  | A股<br>百萬股    | 股份總數<br>百萬股  | 股本<br>人民幣百萬元 |
|------------------------------------------------------|--------------|------------|--------------|--------------|--------------|
| 於2024年1月1日(經審核)                                      | 2,858        | 271        | 6,309        | 9,438        | 9,438        |
| 股份購回及註銷(附註a)                                         | (1)          | —          | —            | (1)          | (1)          |
| 庫存股註銷(附註b)                                           | —            | —          | (54)         | (54)         | (54)         |
| 於2024年12月31日(經審核)、<br>2025年1月1日及<br>2025年6月30日(未經審核) | <u>2,857</u> | <u>271</u> | <u>6,255</u> | <u>9,383</u> | <u>9,383</u> |

附註：

- (a) 截至2024年12月31日止年度，本公司按代價約27百萬港元購回合共1,150,000股H股，其後均已註銷。
- (b) 截至2024年12月31日止年度，本公司於A股中註銷合共54,051,559股庫存股。
- (c) 所有已發行股份面值均為人民幣1元。

## 業務回顧

### 2025年上半年行業總結

#### 1、國內市場

受益於家電以舊換新政策在全國範圍內深化落地，家電市場消費潛力持續釋放：根據奧維雲網(AVC)全渠道推總數據，2025年上半年國內家電市場(不含3C產品)零售額達4,537億元，同比增長9.2%。各子行業表現如下：

##### 家用空調行業

2025年入夏後全國氣溫整體較往年同期偏高、以及每戶家庭享受補貼套數從2024年一套增加至2025年三套等因素拉動市場需求：據奧維雲網(AVC)推總數據顯示，2025年上半年家用空調行業零售量為3,845萬套，同比增長15.6%；零售額規模達1,263億元，同比增長12.4%。

隨著生活品質的不斷提升，健康舒適成為行業升級主線，搭載多出風口、舒適風、新風、除菌功能的機型逐漸成為線下市場主力產品，線下渠道新風空調櫃掛機滲透率近10%；同時洗空氣等專業健康風空調正在市場嶄露頭角。「大風量」、「超高APF值」成為重要關注指標：2025年上半年一級能效機型銷額佔比在線上市場高達98%，在線下市場超過95%。

##### 制冷行業

2025年上半年，中國冰箱行業在以舊換新政策推動下維持平穩增長。根據奧維雲網數據顯示，1-6月冰箱行業零售額為672.8億元，同比增長3.5%；零售量為1,988.9萬台，同比增長2.7%。產品結構持續升級，法式冰箱、十字門冰箱持續替代傳統門型，線上市場份額合計超60%、線下接近80%。平嵌冰箱快速普及，2025年上半年零售份額提升至52.1%。

##### 洗護行業

洗護品類憑藉剛需持續釋放與乾衣機、迷你洗以及衣物護理機等品質消費需求的逐步崛起，市場穩健發展。尤其是分區洗產品迭代升級和Leader三桶「懶人洗」產品形態革命性創新，展現出結構升級的活力，激發了用戶需求的釋放，促進行業快速增長。據奧維雲網推總數據，2025上半年洗護行業零售額476億元，同比增長11.5%；零售量2,103萬台，同比增長10.1%。乾衣機行業零售額76億元，同比增長13.7%；零售量139萬台，同比增長16.3%。

## 廚電行業

2025年上半年，在「國補」政策持續推動下，中國廚電行業保持穩健增長。奧維雲網(AVC)數據顯示，廚衛市場零售額同比增長3.9%，零售量同比增長5.4%。其中，以洗碗機、嵌入式微蒸烤為代表的「品需型廚電」表現突出，受政策擴容與產品結構升級雙重驅動，零售額同比增長6.1%，而集成灶受制於消費疲軟與房地產下滑，零售額同比大幅下降27.6%。

行業發展呈現如下趨勢：一是產品「更大」，如18套洗碗機、70L+蒸烤箱成為主流；二是功能「更專業」，集成一體與垂直深耕並行；三是效率「更高」，覆蓋洗、烹、消、排等全鏈路場景提效；四是設計「更好看」，美學與情緒價值成為新驅動。

## 熱水器行業

儲水式電熱水器和燃氣式熱水器市場的規模增長略有承壓，根據奧維雲網推總數據顯示，2025年上半年儲水式電熱水器零售額106億元，同比下降1.0%，零售量813萬台，同比下降1.6%；燃氣熱水器零售額131億元，同比增長2.3%，零售量605萬台，同比增長0.7%。

但消費者普遍對一級能效產品、健康用水產品如內膽材質創新產品、礦物養膚產品需求持續提升；大容量、高端化產品亦是行業發展重要趨勢，其中電熱市場在超導、變相儲能上的研發帶來大水量和高端化產品的飛躍；燃熱市場在外觀、速熱、舒適等產品的需求廣泛受到消費者認可。

## 行業趨勢

家電行業保持穩健增長並持續進行產品升級，消費需求在高端和高性價比之間兩極分化，中端市場承壓。以抖音、小紅書為代表的多元化渠道以及信息透明化，加速了企業從渠道驅動(B2B)向直達用戶(D2C)模式轉型。健康意識提升推動了專業化需求，美妝冰箱、餐邊櫃冰箱、分區洗洗衣機、廚房空調等細分品類不斷涌現。內容電商和專業測評正在影響消費者決策，而價格趨同使得單純依靠低價獲客愈發困難，終端零售能力面臨更大考驗。短視頻和直播成為關鍵觸點，內容營銷、社交傳播和跨品牌合作成為新的增長驅動。隨著年輕一代成為主流消費群體，對情緒價值的需求明顯提升，企業通過強化品牌建設、拓展新媒體運營以及推出引領趨勢的創新產品來提升轉化效率並實現可持續增長。

## 2. 海外市場

2025年上半年，海外家電市場分化明顯：發達國家受高利率、高通脹等影響，需求低迷但局部回穩；新興市場部分保持增長。美國加征關稅加速全球供應鏈調整，「近岸外包」趨勢推動企業在消費地周邊佈局產能。

**北美市場：**家電行業持續承壓，受高利率、高通脹及房地產低迷影響，需求疲軟。上半年大家電出貨量同比下降0.8%，出貨額微增0.5%。

**歐洲市場：**2025年上半年，歐洲家電市場緩慢復甦，根據GfK數據，歐洲4國（意大利、英國、法國、西班牙）白電行業銷量1,740萬台，同比上升2.0%，銷額77億歐元，同比上升0.4%；平均單價443歐元，同比下降7.1歐元。

**南亞市場：**印度家電市場整體增長約2.4%，但4-5月受氣溫和降雨影響，空調、冰箱零售短期下滑。巴基斯坦市場強勁反彈，銷量增長25%，高能效產品滲透率顯著提升，變頻冰箱佔比達75%，變頻空調達94%。

**東南亞市場：**市場整體承壓，主流國家普遍下滑。菲律賓市場銷量和銷售額同比微增，表現穩定；泰國、印尼、馬來西亞分別下滑7.4%、6.6%、6%；越南市場銷量降幅近10%，主要受高溫不及預期、消費力不足等因素影響。

**中東非市場：**家電市場整體保持增長趨勢。區域市場中，埃及市場零售額達23億美元，同比增長3%；海灣國家市場規模18億美元，同比增長9%；沙特市場達30億美元，但受需求波動影響，零售額同比下降3%。

**澳新市場：**(1)澳大利亞在高利率和通脹回升背景下，消費趨於理性，行業價格競爭激烈，銷量小幅增長0.8%，銷額下降2.0%。澳元匯率波動和生活成本上升促使企業調價，消費者更關注性價比。(2)新西蘭經濟低速增長，通脹仍高，壓制非剛需消費，但高能效產品需求提升，傳統渠道穩定，新興零售商帶來增量競爭，市場呈現分化趨勢。

**日本市場：**冰冷洗行業銷量同比下降1.4%，銷額下降1.3%。其中冰箱銷量同比下降2.5%，洗衣機下降0.9%，冷櫃逆勢增長2.6%。受人口減少、老齡化加劇影響，市場偏好向高附加值、便捷易用產品轉變；同時實際工資持續下滑、物價上漲壓縮消費能力，家電需求整體承壓。

## **2025年行業下半年展望**

### **1、中國市場**

冰箱、空調、洗衣機、廚電及熱水器等家電產品已經成為人類現代生活必不可少的一部分，涵蓋飲食、洗護、住居、洗浴等基礎生活場景。高質量家電產品有助於提升生活品質。隨著AI技術發展、家電家居一體化趨勢，家電產品與日常生活更加深度融合。

目前中國已經成為家電消費大國，存量基數大：根據奧維雲網推總數據，2024年中國家電大盤（不含3C）總需求64,720萬台，其中彩電、空調、冰箱（冷櫃）、洗衣機（乾衣機）、廚衛大電合計27,982萬台；平均每年每個家庭大型家電購置量約0.6台、對應消費支出約1,827元。隨著家電品類拓展、高端化與智能化的不斷升級，戶均消費支出有望持續提升，行業具備穩健增長潛力。

### **2、海外市場**

2025年下半年，海外家電市場呈現發達國家穩中求質、新興市場持續擴容的結構性趨勢。在高利率與通脹壓力下，發達國家市場需求修復緩慢，但節能、智能、高端產品持續獲得青睞，線上渠道加速發展，同時需應對以美加征關稅為代表的成本上行挑戰。新興市場則繼續受益於城鎮化、人口紅利與消費升級，家電滲透率繼續提升，智能與綠色家電需求增長顯著。



## 2025年上半年整體經營情況討論與分析

報告期內，面對外部環境日益波動的挑戰，公司深化業務模式與組織機制變革，全面擁抱數字化與AI技術，通過全鏈路應用AI工具推進流程提效與平台升級，鍛造經營韌性，實現響應速度、用戶體驗與運營效率、成本競爭力的全面提升，持續增強盈利能力。

2025年上半年公司實現收入1,564.69億元，較2024年同期增長10.2%。收入變動原因在於：

- (1) **國內市場**。公司上半年國內市場收入增長8.8%。面對持續加劇的市場競爭，公司發揮在研發、製造、配送與服務的全鏈路優勢，聚焦用戶創造價值，推出海爾麥浪冰箱、Leader懶人洗三筒洗衣機等引領行業趨勢的現象級產品；實施數字庫存、數字營銷等變革項目，持續拓展觸點、加速產品週轉，強化用戶流量的精準觸達與轉化；深化多品牌戰略協同，發揮品牌合力，卡薩帝品牌收入增長超過20%；Leader品牌收入增長超過15%。
- (2) **海外市場**。公司上半年海外市場收入增長11.7%。①報告期內，公司深化升級海外高端創牌模式，以國家為經營單元聚焦引領市場地位的達成，通過深化產業與市場小微的高效協同，加速本土化引領產品的迭代速度與終端零售模式的轉型。推進營銷、物流、服務、數字化平台能力建設，賦能國家小微終端致勝。2025年上半年公司美國、歐洲白電與暖通業務持續跑贏行業。新興市場高速增長：南亞增長32%；東南亞增長18%；中東非增長66%。②CCR業務、Kwikot業務整合穩步推進，經營態勢良好，在產品協同、市場拓展、技術開發等領域取得積極進展，為未來持續增長奠定堅實基礎。

2025年上半年，公司實現歸屬於母公司股東的淨利潤120.33億元，較2024年同期增長15.6%。

- (1) 2025年上半年公司毛利率達到26.4%，較2024年同期提升0.1個百分點。其中，國內市場聚焦極致成本，圍繞「低成本、高效率」，構建成本競爭力目標到全流程落地體系，毛利率同比提升；海外市場堅定高端品牌戰略，提升高端體驗，強化全球供應鏈協同持續優化製造效率，通過搭建採購數字化平台提升成本競爭力，持續搭建全業務場景跨境物流平台，毛利率同比提升。
- (2) 2025年上半年公司銷售及分銷費用率10.1%，較2024年同期優化0.1個百分點。國內市場推進數字化變革，在營銷資源配置、物流配送及倉儲運營等方面效率提升，銷售及分銷費用率同比優化；海外市場推進終端零售創新、整合全球資源，提升運營效率，銷售及分銷費用率同比優化。
- (3) 2025年上半年公司管理費用率8.1%，較同期增加0.1個百分點。

2025年上半年公司經營活動產生的現金流量淨額為111.39億元，較2024年同期增加人民幣27.15億元，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

2025年上半年，公司製冷產業實現全球收入428.53億元，同比增長4.2%。海外業務新興市場保持強勁增長，東南亞和南亞收入同比增長超25%。在市場份額方面，根據GfK零售監測數據，公司中國線下零售額份額達到46.4%，同比提升2.3個百分點；線上份額為39.4%，同比提升0.4個百分點。

## 中國市場

公司持續與用戶深度交互，圍繞「健康保鮮、平嵌一體化設計、智能化場景、綠色節能」等方向不斷升級用戶體驗，推出多款市場熱銷產品。在高端市場，卡薩帝的致境系列冰箱，搭載原創平嵌、MSA氮氧智控保鮮、底置循環風幕等原創技術，滿足用戶極致家居一體的高端體驗，實現銷量32萬台，同比增長100%，帶動卡薩帝冰箱在線下市場2萬以上價位段份額佔比超70%，同時線上市場高端快速佈局，市場份額提升1.7個百分點。在中高端市場，海爾「和悅」和「麥浪」系列全空間保鮮、超薄零嵌產品，通過升級健康保鮮體驗和靈活儲物佈局，帶動上半年銷量突破35萬台，累計銷量突破150萬台，同比增長300%以上，其中「和悅625」連續蟬聯行業單品銷量冠軍。在入門市場，Leader品牌憑藉大容量、節能、低噪等優勢突圍，「悅己」系列冰箱通過獨特幸運角設計和594mm專業超薄零嵌技術，滿足用戶高質價比需求，實現2,999–4,999元價位段市場份額提升3個百分點。

## 海外市場

公司針對不同地區的氣候條件、供電穩定性和空間限制，開展差異化、本地化產品設計。在南亞，結合當地素食主義、大家庭及集中採購等生活方式，推出大容量多門T門LUMIÈRE系列，滿足對大冷藏空間和分類存儲的升級需求，並在高溫、高濕及供電不穩定環境下顯著提升製冷穩定性與能效表現，帶動區域零售量份額提升0.9個百分點，收入同比增長27%，其中在巴基斯坦保持零售量第一的領先地位，其餘主要市場亦實現零售量和收入的雙位數增長。在東南亞，針對濕熱氣候和大量飲用冰水的消費習慣，推出智慧製冰與SPACE FIT系列冰箱，在外觀上契合當地家裝風格，同時升級保鮮性能與能效等級，以滿足不斷增長的中高端消費需求，使區域整體市場份額躍居行業第一，並在越南、泰國等多個市場保持第一增速，區域零售量份額達到17%，同比提升3個百分點。

在技術與產品儲備方面，公司推出了「AI之眼」食品識別系統（基於500萬級圖像數據集訓練，擁有上百項專利，可識別200餘種食材並支持食品移動追蹤）、高定平嵌安裝技術（可定製面板、六向調節、液壓自調平、30分鐘安裝）以及升級的「AI氮氧智控保鮮」技術，這些技術已在下半年新高端機型上實現量產，有望進一步提升萬元以上價位段市場份額，並持續改善高端毛利率。

## (二) 廚電產業

公司廚電產業在2025年上半年實現全球收入206.72億元，同比增長2.0%，全球銷量超800萬台。在市場份額方面，根據GfK數據，公司中國線下零售額份額達到9.2%，同比提升1.8個百分點；線上份額為6.7%，同比提升0.5個百分點。

### 中國市場

面對房地產市場低迷，公司聚焦「以舊換新」和改善型消費需求，推出獨創恒風量靜音煙機（滿足開放式廚房低噪需求）、自適應灶具（可根據炊具及烹飪方式自動調節火力）、節省空間的蒸烤一體機，並引入AI Vision食材識別及智慧升降煙機功能。通過與大型整裝公司合作，將全套嵌入式廚房方案納入整裝套餐，並在重點城市開展社區改造活動，加速在存量市場的滲透，帶動卡薩帝廚電收入同比增長40%以上，繼續保持萬元以上市場的領先地位。

### 海外市場

公司根據廚房空間、烹飪習慣及能效標準實施本地化策略。在北美，儘管2025年上半年新屋開工放緩且促銷活動加劇，公司依託本地製造能力確保穩定交付。推出的Profile智能嵌入式微蒸烤一體機及AJEX獨立式電磁烤箱灶，成功在包括The Home Depot在內的北美主要零售渠道獲得4,000個核心陳列位，大幅提升產品曝光與消費者觸達率。在東南亞，面向小戶型推出緊湊高效的廚房套系，使菲律賓市場份額進入前三。在南亞，巴基斯坦廚電銷售額同比增長23%，繼續保持高端嵌入式市場的領先地位。在中東非市場，高端嵌入式套系佔比接近翻番增長。

## 二、家庭衣物洗護方案

2025年上半年，洗護產業通過深化「全棧科技創新，全域營銷觸達，全局成本優化」三大核心策略，實現全球收入320.05億元，較2024年同期增長7.6%。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46.4%，同比提升1.5pct；線上渠道零售額份額38.8%，同比提升0.9pct；(2)海外市場：根據歐睿數據顯示，在澳大利亞、新西蘭、意大利、西班牙、巴基斯坦、越南等國家實現份額第一。

## 中國市場

公司洗衣機產業致力於為用戶提供卓越的洗烘一體體驗，通過產品創新和技術迭代，不斷引領洗衣機行業的升級。針對用戶對洗烘一體、高效烘乾、大容量需求，推出卡薩帝攪光pro洗烘套產品，該產品採用變頻電機，可全時1：1正反轉，防纏繞更透干；具備養護濕洗功能，可洗羊毛等珍貴面料；可洗烘聯動，洗滌結束前15分鐘，乾衣機自動選擇程序並開始預熱，提升洗烘效率；580mm超薄機身，實現與櫃體平嵌。卡薩帝洗衣機憑藉12kg以上大容量機型及熱泵洗烘一體機實現收入增長超過30%，帶動15,000元以上價位段市場份額實現絕對引領，超過90%。

公司推出搭載AI之眼的卡薩帝中子·融朗洗烘護一體機，通過AI精控科技，能精準掌控進水高度和濕洗劑的配比，提升洗護效果；AI智慧眼能夠有效避免衣物被夾、小件漏取等日常洗衣問題，並且能檢測洗滌泡沫殘留，自動指揮機器進行二次漂洗，用戶無需再手動操作。目前該產品上市僅2個月，助力20,000元以上價位段份額佔比突破95%。

面對用戶分區洗的品質消費需求，公司Leader品牌推出「懶人洗衣機」分區洗護新品，引領業內產品迭代升級。其一體式三滾筒獨立水路設計，可同步分區洗護；通過鋼骨一體化結構和三直驅電機協同，攻克多桶運轉振動難題確保穩定性。該款洗衣機因精準滿足年輕消費群體需求，成為行業現象級產品。

隨著消費者線上購物滲透率持續提升，公司洗衣機產業加強主流電商平台資源投入，優化店鋪頁面設計以打造沉浸式購物體驗；抓住社交電商興起契機，在抖音、快手、小紅書等社交平台建立官方渠道賬號，創作有趣、實用的短視頻內容，展示產品功能、使用場景等，吸引用戶關注與互動。2025年上半年，洗衣機產業電商渠道銷售額佔國內全渠道比例超過40%。

## 海外市場

公司推出高差異化和高競爭力產品，以及產業深入到國家終端零售市場的管理策略，促市場份額提升。在歐洲市場推出的超薄嵌入式滾筒洗衣機，以0.8米機身深度適配高端廚房設計。在新興市場，堅持高端創牌，推動產品結構由雙桶向滾筒轉型，同時以X系列、L+等差異化產品尋找增量空間。報告期內，南亞市場、中東非市場收入增長均超過40%；東南亞收入增長超過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329.78億元，同比增長12.8%。

### (一) 家用空調產業

在產品競爭力持續提升，國內市場POP渠道觸點拓展與電商平台競爭力突破，以及海外市場全鏈路競爭力強化等驅動下，2025上半年，家用空調產業收入增長超10%。市場份額表現：(1)國內市場，根據GfK監測，2025年上半年公司空調線下零售額份額19.7%，同比提升1.17個百分點；線上零售額份額11.3%，同比提升0.9個百分點。(2)海外市場，根據GfK數據，在意大利ITS渠道份額與西班牙零售份額雙居第一；埃及市場躍居行業前三。巴基斯坦市場份額達到45%，位居行業第一。



聚焦高能效、健康舒適等需求趨勢，深化創新引領；同時依託在壓縮機與電腦板等核心零部件自製以及供應鏈提效等舉措提升成本競爭力，強化終端競爭優勢。(1)公司推出的海爾淨省電系列空調以APF值6.12為核心優勢，結合AI智慧節能科技，實現製冷模式下日均耗電僅2度，配合雙極離子殺菌與自清潔技術保障出風潔淨，上半年銷量達100萬套；618期間躋身電商平台銷量TOP10榜單。(2)海爾聰明風系列空調搭載創新萊諾三角形導風技術，通過機械臂精準控制導板角度，徹底解決用戶直吹痛點，上市半年銷量突破41萬套，帶動3,000元以上高端空調銷量同比增長超140%。

## 中國市場

公司通過數字庫存模式與營銷模式變革有效提升POP渠道與電商渠道競爭力，帶動業務快速發展。(1)POP渠道端：助力客戶建立「全域庫存共享、線上爆款線下賣」的輕資產運營模式，加速觸點拓展、提升終端零售效率。2025年上半年POP渠道零售額增長超過100%、客戶庫存週轉效率提升30%以上。(2)電商渠道端：通過建立從「品牌聲量→用戶流量→產品銷量」全鏈路轉化體系，以及行業能效引領的產品陣容，提升運營效率，上半年電商渠道收入增長近50%。其中在抖音、快手等新興內容電商渠道份額上升迅速，同比提升均在5個百分點以上。

## 海外市場

公司深化多品牌協同、拓展方案性產品與供應鏈本土化佈局，收入同比增長超15%。

歐洲市場依託「海爾+Candy+HEC」的多品牌組合策略，持續提升渠道滲透率與用戶群覆蓋廣度。根據GfK數據，在意大利的ITS渠道，海爾空調銷量份額達到20.8%，位居行業第一；在西班牙零售渠道份額8.7%，位居行業第一。公司加速方案型產品佈局，推出的海爾SENSE系列產品榮獲德國紅點設計大獎。

新興市場聚焦海爾品牌的全鏈路能力建設，創造最佳用戶體驗，沉澱市場口碑。

①埃及市場針對當地市場高溫氣候、高電費等痛點，在行業首發R32單冷變頻空調，發揮本土工廠敏捷供應優勢、強化品牌店建設，驅動市場份額躍升至16%，躋身行業前三；②在巴基斯坦市場，推出的光伏空調可實現零耗電下高溫製冷，用戶兩年即可收回購買成本。在當地，公司份額提升2個百分點至45%。

## (二) 智慧樓宇產業

2025年上半年，公司深化磁氣懸浮等核心技術佈局，在國內市場加速推進創新產品與解決方案落地，在海外市場不斷完善本土化運營體系與專業能力建設，實現持續健康發展。公司國內外市場份額不斷擴大：根據產業在線報告，2025年1~6月，公司中央空調國內市場份額同比提升0.4個百分點，達到10.5%，位居行業前三；出口市場份額同比提升0.7個百分點，達到16.2%，位居行業前二。



公司持續聚焦磁氣懸浮、AI、高效節能等核心技術研發，以突破性創新迭代產品性能與用戶體驗，打造行業標準，鞏固市場領導地位。(1)基於公司20餘年在磁懸浮、氣懸浮領域深厚的技術沉澱，公司牽頭制定了我國磁氣懸浮中央空調行業的首個國家標準——《無油懸浮離心式冷水(熱泵)機組》國家標準，填補了技術標準空白，更以高能效門檻推動全行業綠色轉型。(2)報告期內，公司研發的靜壓氣懸浮技術填補大冷量磁氣懸浮技術的國內空白，搭載該技術的600RT氣懸浮離心機，實現無油運行與超長壽命設計、能效提升50%，為數據中心、大型醫院等高冷量、可靠性要求高的場景提供綠色高效解決方案。深化AI技術與硬件的融合創新，賦能多聯機實現單模塊48HP組合192HP，行業最大單機容量，節能30%，設備用量減少10%，該成果獲中國製冷展「創新產品獎」。

在鹽城西伏河綠色低碳科創園項目中，海爾智慧樓宇通過物聯多聯機和HCM03本地集控系統，實現了園區12棟建築的集中管理和智慧運維，每年節省近100萬度電。

## 中國市場

公司通過深耕網絡、提升專業能力、豐富品牌佈局等舉措，夯實持續長期發展基礎。(1)深耕本土網絡，提升響應效能。公司推進區域市場的深度運營實現觸點的精準覆蓋，強化本地化服務能力和市場響應速度，區域網絡覆蓋率提升至78%，平均服務響應時間縮短至24小時。(2)強化專業能力，保障用戶體驗。聚焦一線團隊專業能力建設，通過體系化培訓與標準化流程優化，全面提升銷售諮詢、安裝實施及售後服務全鏈條的專業水平，25年H1完成超12,000人次專項培訓，超一天未閉環的工單為0.97%。(3)引入PROFROID品牌，佈局高端市場。

報告期內，公司戰略性地將CCR旗下全球CO<sub>2</sub>製冷劑應用及暖通製冷領導品牌—PROFROID正式引入中國市場。PROFROID將融合CCR在CO<sub>2</sub>應用的領先專利技術與海爾暖通的核⼼技術優勢，依據國內「雙碳」戰略政策，逐步推出R410a/R32/R290/R740(CO<sub>2</sub>)為冷媒的低GWP、⾼效穩定且技術領先的暖通製冷解決方案，推進在⾼端市場的發展。

#### 海外市場

聚焦提升產品方案、專業渠道及供應鏈的本土化競爭力構建，驅動業務快速增長。(1)打造差異化競爭力產品方案。公司深度整合國內外產品平台，系統性優化成本結構；通過深度洞察本土化需求，為當地市場量身打造兼具成本競爭力與⾼度適配性的綜合解決方案，如適合廳堂場景的中東非櫃機與國內平台打通，部件通用性提升15%以上，整體成本降低6%。(2)實施到國家維度的精耕細作。推進市場分級策略：在成熟市場持續鞏固專業優勢並擴大份額領先地位，以第一市場份額為目標佈局，在品類，區域，渠道等維度進行突破；在薄弱市場加速渠道覆蓋，實現覆蓋率與市場份額的跨越式突破。報告期內，公司在歐洲市場通過併購匈牙利頭部暖通渠道KLIMA KFT，構建輻射中東歐的深度渠道網絡與專業方案能力，加速在該區域發展進程。

#### 四、全屋用水解決方案

報告期內，水產業通過「產品技術創新、深化細分市場觸達，成本引領」的核⼼策略，實現全球收入97.93億元，較2024年同期增長20.8%。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31.4%，同比提升2.4pct；線上渠道零售額份額43.0%，同比提升0.8pct；(2)海外市場：得益於產品差異化創新和銷售渠道加速拓展，海外熱水器業務銷售收入整體實現翻番增長。

## 中國市場

針對用戶對健康水質的需求升級，電熱水器為解決鎂棒加熱影響水質問題推出了無鎂棒方案產品；燃氣熱水器為解決行業冷凝水外排難題推出全新卡薩帝無界系列熱水器，其採用航天級霧化科技，實現冷凝水100%外排。該產品上市1個月銷量即突破1萬台。水產業同步聚焦從單品到整體解決方案的升級，帶來產品結構升級。其中，卡薩帝品牌的熱水器和淨水產品收入增速均保持20%以上，採暖爐收入同比增長達32%。

## 海外市場

加強區域產品差異化創新，其中北美市場上市混水閥熱泵產品，憑藉1234YF環保冷媒高能效、高性能、低噪音、低碳排放優勢引領行業，實現熱水器業務整體收入增長超過40%。澳洲市場上市熱泵熱水330L產品，憑藉速熱、大水量、節能、靜音的優勢，驅動熱水器業務整體收入增長超過50%。為加強產業對新興市場終端零售市場的反應能力，公司搭建東南亞、中東非等區域專業駐外團隊，加速海外市場拓展，驅動東南亞市場熱水器收入增長超過80%。得益於南非Kwikot熱水器業務的收購以及阿聯酋市場開拓，中東非市場熱水器業務實現快速突破。

## 五、中國區

**報告期內，公司深化數字庫存、數字營銷的模式變革，強化多品牌戰略協同優勢，通過構建全域數字化運營體系優化運營效率、提升客戶體驗與用戶體驗。**

### 數字庫存變革助力客戶輕資產運營，優化供應鏈效率

公司通過POP渠道數字庫存共享與專賣店統倉TC模式，降低了客戶的資金及倉儲壓力，推動零售能力提升。上半年POP渠道新增客戶超100家，暢銷型號銷售佔比提升6個百分點；專賣店統倉直配送到用戶的訂單佔比由29%提升至55%，上線客戶零售規模增長22%。物流和服務能力同步升級。24/48小時配送覆蓋區縣新增298個；12小時配送覆蓋區縣增加30個，送裝一體服務商覆蓋達到99.9%。同時，公司通過線上與線下庫存共享和AI訂單預測優化布貨，顯著提升產品週轉效率，其中空調品類的庫存週轉天數優化17%。

### 數字營銷：強化用戶觸達與轉化效率、提升品牌聲量

依託自研數字營銷大模型，公司實現了用戶流量的高效觸達、轉化和沉澱。1-6月共獲取商機52.64萬條，轉化零售14.9億；通過構建CTC（內容直達用戶）、OTO（直播導流到店）、OMO（公域引流私域）模式，強化流量獲取與轉化能力，打通用戶變現全鏈路。抖音A3深度興趣用戶同比增長52%，小紅書用戶主動搜索同比增長26%，逐步建立品牌聲量護城河。同時，公司建立KOL-KOE-KOS三級傳播矩陣，並上線紅書達人智選AI工具，使賬號運營效率提升15%，優質內容曝光量同比提升16%。

### 強化多品牌協同，擴大人群覆蓋，鞏固高端市場領先地位

卡薩帝聚焦核心價位段爆款與套系化方案，深化新媒體運營及數字化門店體系升級。2025年上半年收入同比增長超20%，市場份額達12.3%，同比提升0.9個百分點(GfK)。通過強化新媒體聲量佈局與線上產品，流量獲取效率與轉化率提升，線上渠道銷售佔比提升。

海爾品牌以AI for Home為主線，推進年輕化、全球化和科技化升級。上半年零售額增幅18%，會員突破1.3億。針對年輕消費群體推出的小紅花套系，半年零售量突破120萬台；麥浪套系面向中產用戶，提供AI健康與智慧體驗。同時，公司在一二級市場新建了166家體驗中心與旗艦店，提升了終端展示與購物體驗。

Leader聚焦年輕消費群體，圍繞個性化、美學和效率需求推出「三筒懶人洗衣機」等創新產品，為用戶塑造差異化品牌心智。2025年上半年收入增長超過15%。

斐雪派克以「奢適人生」定位超高端市場，推出11系新產品，採用具備頂奢美學的3毫米無縫嵌入和全嵌隱藏式設計，獲得用戶認可。同期新增17家體驗中心，進一步強化品牌佈局。

三翼鳥聚焦智慧家庭戰略，推出暖通、廚房、陽台一體化方案。暖通依託AI空氣大模型實現自感知、自判斷、自調節，提升全季候智慧運行能力；與博洛尼合作開發的成套廚電方案：致境max套系、指揮家PRO套系、鑑賞家套系，強化定製與成套銷售。在AI應用方面，公司推出基於Uhome大模型的「小優智能體」，推進了AI保鮮、AI空氣等垂直模型在冰箱、空調產品上的落地，讓產品更懂用戶需求；智家APP月活突破1,100萬，同比增幅35%。

## 六、海外市場

2025年上半年，公司海外市場實現收入790.79億元，同比增長11.66%。我們通過全球研發協同強化技術優勢，加快創新步伐，持續提升產品競爭力。在市場端，公司拓展暖通和小家電新品類，豐富中端與入門產品陣容，並在新興市場加快渠道建設，同時提升主流渠道的展示和轉化效率。在全球佈局方面，公司深化本土化運營、提升組織反應速度，並加快「一帶一路」沿線國家的供應鏈建設，把握新的增長機遇。

### 北美市場

報告期內，北美地區銷售收入保持增長，其中高端品牌實現兩位數增長。

公司持續擴展行業領先的家電解決方案組合，通過創新技術幫助用戶簡化日常任務。CAFÉ智能嵌入式四門法式冰箱配備雙出水自動充水壺，將無縫嵌入式外觀與櫥櫃和台面完美融合，打造簡潔設計，提供無與倫比的風格和功能。GE Profile推出的ENERGY STAR® 30英吋智能嵌入式電磁對流灶，讓創新電磁烹飪技術走進更多家庭。該電磁灶以更親民的價格，為消費者帶來電磁技術的高速、精準、快速響應、易清潔表面和高能效優勢。同時，公司擴充房間空調產品組合，在夏季來臨之際為GE Profile™和GE®品牌推出一系列高性能新品。空氣能源和水產業通過全新GE Profile™ GEOSPRING™智能混合熱泵熱水器持續革新住宅熱水器解決方案，該產品採用先進熱泵技術，能效比標準電熱水器高4.7倍，比其他熱泵熱水器節能20%，並被Green Builder Media評選為年度可持續產品。

### 歐洲市場

2025上半年，公司實現銷售收入179.95億元，同比增長24.06%。

報告期內，Candy品牌以富前瞻性的態度慶祝80週年，其頂尖創新產品包括突破性設計的全新洗衣機，為衣物護理提供最大的靈活性，以及Pro Dry 700烘乾機的主動香氛系統，通過過濾器內置香片散發淡雅香氣。在廚房領域，創新技術成為核心亮點，Candy烤箱憑藉其免預熱和FullMenu功能脫穎而出。在製冷領域，Panorama照明和Circle Fresh技術已擴展至嵌入式產品系列。Fresco冰箱推出了現代色彩款式。I-Master Series 7系列的電熱水壺、烤麵包機和攪拌機榮獲iF設計獎。5月，Candy Bake 800烤箱、Candy Fresco 500冰箱、Hoover HF2吸塵器，以及海爾 I-Master Series7小廚電產品系列，均榮獲享有盛譽的紅點獎。這些獲獎產品均誕生於米蘭體驗設計中心，這一創意中心於2020年底開設，旨在將設計、互聯和用戶體驗融合到家電解決方案開發。

海爾與ATP巡迴賽和法國網球聯合會(FFT)的合作協議始於2023年，涵蓋了世界上一些最重要的賽事，如法國網球公開賽、馬德里大師賽、漢堡公開賽、滙豐錦標賽、安特衛普歐洲公開賽、巴黎大師賽等。今年法國網球公開賽期間，公司獲得了超過30億次的媒體曝光。



報告期內，公司積極推進CCR併購後的整合和總部協同工作，保持業務穩定增長。(1)併購後整合效果初顯，公司總部與CCR在研發、技術、採購和品牌拓展方面均有協同項目落地，例如下半年上市的第四代CDU；同時組織機構變革與小微機制融合進一步激發團隊積極性；(2)歐洲核心業務重回增長區間，在穩定高端核心客戶的同時，進一步開拓食品零售的客戶群體，加大區域性客戶開發力度；(3)亞太區業務保持高速增長，工業應用場景進一步拓展，尤其是生物製藥、食品加工、專業冷庫等領域；(4)北美地區聚焦加速拓展當地頭部商超的工業設備市場。

### 南亞市場

期內，南亞市場實現收入86.66億元，同比增長32.47%。

### 印度市場

期內，印度市場維持高速增長趨勢，收入同比增幅超20%。這一成果得益於基於用戶需求的深刻洞察和產品差異化競爭力的提升。針對印度家庭對能耗關注和素食冷藏存儲需求提升，上市變溫對開門冰箱，節能的同時83%空間可作為冷藏室，還能通過變溫功能存儲更多食物，實現空間高效利用；上市的Gravity系列變頻空調，是印度首款具有織物外觀的AI自學習空調。該系列空調融合了智能製冷技術與織物外觀，有晨霧色、月石灰、午夜夢境等七種顏色可選，在提供高效製冷的同時，還能為現代家居增添高檔質感。強化零售體系建設以及門店產出效率，成效顯著：在保持線上渠道高速增長的同時，全面強化全國連鎖渠道和線下傳統渠道的有效拓展，渠道覆蓋率達到65%。

## 巴基斯坦

公司通過本土化產品創新迭代、觸點升級和門店效率提升、聚焦全流程成本競爭力加速自製供應鏈建設，拉動高端份額和價格指數持續提升，實現收入增長超40%，市場份額持續提升，領先地位進一步強化。

## 澳新市場

報告期內，銷售收入增長1.01%至32.58億元。

增長得益於產品升級戰略和解決方案組合，如：海爾W790冰箱，具備行業領先的5.5/5星級能效，採用7：3冷藏冷凍分區設計，配備Humidity Zone™保濕抽屜和獨立儲物格，提供更靈活的新鮮食品存儲；海爾H500-H600烤箱，配備蒸汽輔助功能和AI智能助手；X11洗衣機，行業首款「透氣」產品，採用風巡航科技解決細菌滋生問題；X11烘乾機，配備雙引擎熱泵技術和3D立體烘乾技術，防止衣物纏繞。FPA升級嵌入式產品，包括Columns系列冰箱和90釐米烤箱，同時加大設計交互方面的投入，並強化社交媒體佈局。公司還完成了119項成本優化舉措，提升貨運和倉儲運營效率，將預測準確率提高至60%，庫存週轉天數從71天縮短至63天。

## 東南亞市場

期內，東南亞市場為公司實現收41.30億元，同比增長18.27%。各區域份額提升明顯，其中泰國市場白電零售量份額提升4.1個百分點至14.5%，白電份額保持第一；越南市場白電零售量份額提升2.2個百分點至14.9%；馬來市場白電份額提升到TOP3。



產品方面，各區域聚焦提升差異化產品競爭力：泰國首次上市智慧語音控制空調，通過語音控制開關機，溫度調節，風量調節等功能，上市3個月銷售超千台；越南市場正式發佈海爾牌洗衣機，上市三款高差異化高端新品：L+高效熱泵洗烘一體機、中子洗烘護一體機、搭載風巡航科技的X系列洗衣機，驅動當地洗衣機銷量份額達到21%，同比提升1.7個百分點；印尼針對食材分儲以及冷飲需求，推出大容量雙門冰箱，雙獨立變溫室，且配有雙收納盒以及水壺取水配置，差異化競爭力顯著。

供應鏈方面，公司繼續升級本地化供應鏈能力以夯實競爭力，泰國持續推進空調新工廠建設，優化供應鏈週期，降低成本；印尼聚焦提升供應鏈製造效率，縮短生產週期；實施工廠直髮配送模式，減少物流成本，提升配送效率。

### 中東非市場

期內，中東非市場實現收入24.40億元，同比增長65.54%。

報告期內，公司進一步完善本土化製造基地佈局，通過重點區域合作夥伴和渠道體系改革等舉措，推動業務保持快速增長。(1)公司埃及生態園一期項目已實現空調、洗衣機和電視等產品的本土化製造，二期冰箱等其他品類產線正在建設中，行業領先的本地化率能夠保障在埃及市場具備成本優勢，並計劃出口至中東北非等周邊國家市場；(2)公司收購併整合伊萊克斯在南非市場的熱水器業務後，一方面利用公司全球網絡幫助提升Kwikot熱水器產品的採購、研發、製造等環節，另一方面積極利用Kwikot品牌的渠道優勢和物流網絡拓展海爾品牌淨水器、冰箱、洗衣機等白色家電產品在南非以及周邊市場的發展；(3)公司進一步優化沙特和海灣地區的渠道激勵機制，並推進數字化轉型，提升渠道的人員銷售積極性和整體效率；(4)此外，公司在重點區域繼續推動品牌與產品結構升級，提高中高端產品銷售佔比，打造更高端的品牌定位和更統一的品牌形象。

## 日本市場

報告期內，公司實現銷售收入19.58億元，同比增長7.17%，在冰箱領域以14.8%的銷量份額位居市場第二位，在冷櫃領域以40.4%的份額排名第一，在洗衣機領域則以18.0%的份額位居第二。

公司推出了一系列創新產品，包括AQUA NewDelie和Freezia冰箱系列；在10公斤容量範圍內排名第一的新型熱泵洗衣機，助力整體市場份額提升1.2個百分點；以及具備自清潔、WIFI控制和AI節能功能的海爾MX高端空調產品。公司繼續與品牌代言人羽生結弦合作，在多個平台開展多項營銷活動，以獲得最大關注度。

## 七、數字化變革

報告期內，公司全面推進AI在全流程的應用，打造「數據驅動 — 智能決策 — 閉環優化」的運營體系，提升產品創新、成本控制、和運營效率競爭力。

**在產品創新方面**，公司建立AI驅動的需求洞察體系，構建全域數據標準化平台，部署智能分析模型識別用戶需求、挖掘新機會。並通過智能決策模型優化產品佈局，上半年SKU組合效率提升13%。

**在成本端**，公司推進全鏈數字化重構。(1)研發端，構建數字化BOM體系，統一物料生命週期管理、建立智能核算模型，2025年上半年實現設計成本降低5.98%、物料號精簡18%。(2)採購端，打造透明化數字平台，加速優質供應商引入與創新方案落地，供應商引入週期效率提升28%，新技術方案降本潛在價值突破十億元。在海外市場，以泰國基地為試點，實現供應商、物料、訂單及運營的端到端數字化管理，業務效率提升20%，上半年整體協同價值超4,000萬美元。

**在供應鏈與物流端**，公司構建覆蓋預測、排產、庫存和訂單運營的全流程數字化體系。2025年上半年國內製造基地日產量提升14%，主計劃準確率同比提升9.7個百分點，排產效率從2小時縮短至0.5小時；訂單響應週期縮短至8.9天。物流方面，依託AI實現倉儲調度、智能派車和多用戶服務助手升級，物流費率下降0.5%，人效提升11%，原材料VMI單台成本優化14%，零售物流妥投率提升5.35%。

## 下半年規劃

展望2025年下半年，面對行業需求與競爭環境的不斷變化，公司將積極擁抱變革，通過體系化創新驅動公司穩健增長，加速市場份額拓展、鞏固全球市場引領地位。

在國內市場，公司將持續深化數字庫存、數字營銷變革，擴大變革效果，實現市場的持續引領。深化多品牌戰略協同，卡薩帝品牌聚焦品牌調性升級、產品創新迭代、服務體驗優化和客戶價值共創等強化核心競爭力，以保持良好發展態勢，鞏固高端引領優勢。

在海外市場，公司將聚焦戰略升級與效能提升，推動全球業務持續突破。聚焦全球創牌體系持續升級，以強化本土化能力為核心，深化產業全流程在各市場的精耕細作。重點推進從ToB到ToC的轉型，通過優化客戶體驗與用戶體驗，進一步拓展市場空間。運營層面，著力推進質量、物流、服務、客服、數字化等平台的全球化拉通，以全流程競爭力賦能終端。通過打通各環節壁壘，實現降本提效，確保資源高效調配與市場響應速度，為海外業務的穩健增長注入強勁動力。

## 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。
- 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等影響較多，上述因素髮生重大變化，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。
- 5、 關稅增加風險。美國及其他主要經濟體可能實施的關稅政策，將對全球家電企業的供應鏈構成衝擊。關稅增加將推高出口成本，削弱利潤空間，還可能導致目標市場消費需求疲軟，加劇市場競爭。關稅政策的不確定性可能迫使家電企業重新審視供應鏈戰略與佈局，增加運營複雜性和管理成本。公司將積極發揮海外本土化供應鏈優勢，通過進一步優化供應鏈管理、提升生產靈活性及增強區域化生產能力，應對關稅增加可能帶來的衝擊。
- 6、 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。

- 7、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。
- 8、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。
- 9、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。
- 10、資本開支風險。全球經濟增速放緩以及消費需求預期下滑的宏觀環境背景下，市場需求可能無法及時吸納現有產能，導致行業整體產能利用率下降，影響企業盈利能力與資產回報率。公司需積極應對宏觀環境變化，加強對市場需求趨勢的預判，優化產能佈局，提高現有產能利用效率，以緩解宏觀環境變化帶來的資本開支風險。

## 財務回顧

於2025年上半年本集團收入為約人民幣156,469百萬元，較2024年上半年之人民幣141,981百萬元(經重列)上升10.2%。

本公司股東應佔溢利為人民幣12,033百萬元，較2024年上半年之約人民幣10,410百萬元(經重列)增長15.6%。

## 1. 收入及溢利分析

| 項目             | 截至6月30日止六個月               |                                    | 變動<br>% |
|----------------|---------------------------|------------------------------------|---------|
|                | 2025年<br>人民幣百萬元<br>(未經審核) | 2024年<br>人民幣百萬元<br>(未經審核)<br>(經重列) |         |
| <b>收入</b>      |                           |                                    |         |
| 家庭美食保鮮烹飪解決方案   | 138,301                   | 128,481                            | 7.6     |
| — 冰箱／冷櫃        | 42,853                    | 41,128                             | 4.2     |
| — 廚電           | 20,672                    | 20,275                             | 2.0     |
| 空氣能源解決方案       | 32,978                    | 29,235                             | 12.8    |
| 家庭衣物洗護方案       | 32,005                    | 29,737                             | 7.6     |
| 全屋用水解決方案       | 9,793                     | 8,106                              | 20.8    |
| 其他業務           | 67,687                    | 59,842                             | 13.1    |
| 分部間抵銷          | <u>(49,519)</u>           | <u>(46,342)</u>                    | 6.9     |
| 合併收入           | 156,469                   | 141,981                            | 10.2    |
| 經調整經營利潤*       | 13,200                    | 11,689                             | 12.9    |
| 本公司股東應佔溢利      | 12,033                    | 10,410                             | 15.6    |
| 本公司普通股股東應佔每股盈利 |                           |                                    |         |
| 基本             |                           |                                    |         |
| — 來自期內溢利       | <u>人民幣1.30元</u>           | <u>人民幣1.13元</u>                    | 15.0    |
| 攤薄             |                           |                                    |         |
| — 來自期內溢利       | <u>人民幣1.29元</u>           | <u>人民幣1.12元</u>                    | 15.2    |

\* 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<br>% |
|---------|---------------------------|------------------------------------|---------|
|         | 2025年<br>人民幣百萬元<br>(未經審核) | 2024年<br>人民幣百萬元<br>(未經審核)<br>(經重列) |         |
| 中國      | 77,390                    | 71,157                             | 8.8     |
| 其他國家／地區 | 79,079                    | 70,824                             | 11.7    |
| 合計      | 156,469                   | 141,981                            | 10.2    |

於2025年6月30日，本集團境外資產為人民幣148,128百萬元，佔總資產的比例為49.1%。於2025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79,079百萬元及人民幣4,721百萬元。

於2025年上半年，本集團的收入由2024年上半年約人民幣141,981百萬元（經重列）上升10.2%至人民幣156,469百萬元。(1)國內市場，本集團上半年國內市場收入增長8.8%。①面對持續加劇的市場競爭，公司發揮在研發、製造、配送與服務的全鏈路優勢，聚焦用戶創造價值，推出海爾麥浪冰箱、Leader懶人洗三筒洗衣機等引領行業趨勢的現象級產品；②實施數字庫存、數字營銷等變革項目，持續拓展觸點、加速產品週轉，強化用戶流量的精準觸達與轉化；③深化多品牌戰略協同，發揮品牌合力，卡薩帝品牌收入增長超過20%；Leader品牌收入增長超過15%。(2)海外市場，本集團上半年海外市場收入增長11.7%。①本集團深化升級海外高端創牌模式，以國家為經營單元聚焦引領市場地位的達成，通過深化產業與市場小微的高效協同，加速本土化引領產品的迭代速度與終端零售模式的轉型。推進營銷、物流、服務、數字化平台能力建設，賦能國家小微終端致勝。2025年上半年公司美國、歐洲白電與

暖通業務持續跑贏行業。新興市場高速增長：南亞增長32%；東南亞增長18%；中東非增長66%。②CCR業務、Kwikot業務整合穩步推進，經營態勢良好，在產品協同、市場拓展、技術開發等領域取得積極進展，為未來持續增長奠定堅實基礎。

### **(1) 家庭美食保鮮烹飪解決方案**

冰箱／冷櫃收入由2024年上半年之約人民幣41,128百萬元增加4.2%至2025年上半年之約人民幣42,853百萬元。冰箱／冷櫃產業收入提升主要得益於，①中國市場以「大容量、平嵌一體化設計、健康保鮮、節能、低噪」為核心需求驅動，升級產品組合；②海外市場，針對不同地區的氣候、供電穩定性和空間限制進行本地化產品設計。

廚電收入由2024年上半年之約人民幣20,275百萬元增加2.0%至2025年上半年之約人民幣20,672百萬元。廚電產業收入提升主要得益於，①在中國市場聚焦「以舊換新」和改善型消費需求；②海外市場實施本地化策略。

### **(2) 空氣能源解決方案**

空調收入由2024年上半年之約人民幣29,235百萬元增加12.8%至2025年上半年之約人民幣32,978百萬元。其中，家用空調產業持續提升產品競爭力、拓展國內市場渠道及強化海外市場全鏈路競爭力，實現全球收入穩健增長。智慧樓宇產業深化磁氣懸浮等核心技術佈局，在國內市場加速推進創新產品與解決方案落地，在海外市場不斷完善本土化運營體系與專業能力建設，實現持續健康發展。

### **(3) 家庭衣物洗護方案**

洗衣機收入由2024年上半年之約人民幣29,737百萬元增加7.6%至2025年上半年之約人民幣32,005百萬元。洗衣機產業通過深化「全棧科技創新，全域營銷觸達，全局成本優化」三大核心策略，實現收入增長。



#### **(4) 全屋用水解決方案**

水家電收入由2024年上半年之約人民幣8,106百萬元增加20.8%至2025年上半年之約人民幣9,793百萬元。水家電產業通過產品技術創新、深化細分市場觸達，成本引領核心策略，提升市場份額。

#### **本公司股東應佔溢利**

於2025年上半年，本公司擁有人應佔溢利為約人民幣12,033百萬元，較2024年上半年之約人民幣10,410百萬元(經重列)增長15.6%。

#### **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2025年上半年，本集團經調整經營利潤為人民幣13,200百萬元，較2024年上半年之人民幣11,689百萬元(經重列)增長12.9%。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2025年及2024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   |               |
|------------|---------------|---------------|
|            | 2025年         | 2024年         |
|            | 人民幣百萬元        | 人民幣百萬元        |
|            | (未經審核)        | (未經審核)        |
|            |               | (經重列)         |
| 除稅前溢利      | 14,997        | 12,981        |
| 調整：        |               |               |
| 銀行利息收入     | (900)         | (927)         |
| 匯兌收益       | (881)         | (263)         |
| 政府獎勵       | (511)         | (404)         |
| 其他財務資產投資回報 | (71)          | (33)          |
| 出售附屬公司虧損   | —             | 4             |
| 融資成本       | 1,416         | 1,244         |
| 應佔聯營公司損益   | (850)         | (913)         |
| 經調整經營利潤    | <u>13,200</u> | <u>11,689</u> |

### 毛利率

2025年上半年本集團毛利率為26.4%，較2024年同期增加0.1個百分點。其中，國內市場聚焦極致成本，圍繞「低成本、高效率」，構建成本競爭力目標到全流程落地體系，毛利率同比提升；海外市場堅定高端品牌戰略，提升高端體驗，強化全球供應鏈協同持續優化製造效率，通過搭建採購數字化平台提升成本競爭力，持續搭建全業務場景跨境物流平台，毛利率同比提升。

### 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10.1%，較2024年同期優化0.1個百分點。其中，國內市場推進數字化變革，在營銷資源配置、物流配送及倉儲運營等方面效率提升，銷售及分銷費用佔該業務收入比率同比優化；海外市場推進終端零售創新、整合全球資源，提升運營效率，銷售及分銷費用佔該業務收入比率同比優化。

## 行政費用

本集團之行政費用佔該業務收入比率為8.1%，較2024年同期增加0.1個百分點。

## 2. 財務狀況

| 項目    | 2025年<br>6月30日<br>人民幣百萬元<br>(未經審核) | 2024年<br>12月31日<br>人民幣百萬元<br>(經重列) |
|-------|------------------------------------|------------------------------------|
| 非流動資產 | 140,425                            | 138,622                            |
| 流動資產  | 161,275                            | 152,114                            |
| 流動負債  | 151,996                            | 149,926                            |
| 非流動負債 | 27,125                             | 22,008                             |
| 資產淨值  | 122,579                            | 118,802                            |

### 現金及現金等值項目和其他財務資產中的理財產品

於2025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2024年12月31日之人民幣55,741百萬元(經重列)增加12.7%至2025年6月30日之人民幣62,831百萬元。

| 項目                     | 2025年<br>6月30日<br>人民幣百萬元<br>(未經審核) | 2024年<br>12月31日<br>人民幣百萬元<br>(經重列) |
|------------------------|------------------------------------|------------------------------------|
| 現金及現金等值項目              | 54,514                             | 54,995                             |
| 其他財務資產中的理財產品<br>— 流動部分 | 8,317                              | 746                                |
| 合計                     | 62,831                             | 55,741                             |

### 資產淨值

本集團之資產淨值從2024年12月31日之人民幣118,802百萬元(經重列)增加3.2%至2025年6月30日之人民幣122,579百萬元。

## 營運資金

### 應收賬款及票據週轉天數

本集團於2025年上半年之應收賬款及票據週轉天數為47天，較2024年年末增加2天，系本期銷售收入增加所致。

### 存貨週轉天數

本集團於2025年上半年之存貨週轉天數為72天，與2024年年末持平。

### 應付賬款及票據週轉天數

本集團於2025年上半年之應付賬款及應付票據週轉天數為129天，較2024年年末減少0.7天。

## 3. 現金流變動分析

### 項目

截至6月30日止六個月

|                       |     | 2025年    | 2024年   |
|-----------------------|-----|----------|---------|
|                       | 註釋  | 人民幣百萬元   | 人民幣百萬元  |
|                       |     | (未經審核)   | (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 |     | 54,995   | 56,715  |
| 經營活動之現金流量淨額           | (a) | 11,139   | 8,424   |
| 投資活動之現金流量淨額           | (b) | (10,021) | (9,192) |
| 融資活動之現金流量淨額           | (c) | (2,065)  | (503)   |
| 匯率變動影響淨額              |     | 466      | (42)    |
| 期末之現金流量表中所列之現金及現金等值項目 |     | 54,514   | 55,402  |

- (a) 2025年上半年，本集團經營活動產生的現金流入淨額為人民幣11,139百萬元，較2024年同期增加人民幣2,715百萬元，主要系報告期內經營利潤增加及運營效率提升所致。

(b) 2025年上半年投資活動之現金流出淨額為人民幣10,021百萬元，詳情如下：

| 項目                        | 截至6月30日止六個月               |                                    |
|---------------------------|---------------------------|------------------------------------|
|                           | 2025年<br>人民幣百萬元<br>(未經審核) | 2024年<br>人民幣百萬元<br>(未經審核)<br>(經重列) |
| 購買非流動資產的付款                | (3,763)                   | (4,204)                            |
| 購買理財產品                    | (6,956)                   | (5,536)                            |
| 收購附屬公司之付款及出售附屬公司之<br>所得款項 | 131                       | —                                  |
| 處置固定資產及租賃土地收到現金           | 17                        | 9                                  |
| 收取聯營公司分紅                  | 398                       | 394                                |
| 收取理財產品利息                  | 48                        | 84                                 |
| 其他投資活動之現金流淨流入             | <u>104</u>                | <u>61</u>                          |
| 投資活動之現金流量淨額               | <u>(10,021)</u>           | <u>(9,192)</u>                     |

(c) 2025年上半年融資活動之現金流出淨額為人民幣2,065百萬元，而去年同期則錄得現金流出淨額為人民幣503百萬元，詳情如下：

| 項目            | 截至6月30日止六個月               |                                    |
|---------------|---------------------------|------------------------------------|
|               | 2025年<br>人民幣百萬元<br>(未經審核) | 2024年<br>人民幣百萬元<br>(未經審核)<br>(經重列) |
| 借款所得          | 13,818                    | 6,238                              |
| 償還借款          | (14,320)                  | (4,633)                            |
| 回購股票          | (856)                     | (467)                              |
| 已付利息          | (1,244)                   | (1,177)                            |
| 租賃支出          | (813)                     | (815)                              |
| 支付簽出認沽期權負債    | (2,155)                   | —                                  |
| 發行中期票據之所得款項   | 3,500                     | —                                  |
| 其他融資活動之現金流淨流入 | <u>5</u>                  | <u>351</u>                         |
| 融資活動之現金流量淨額   | <u>(2,065)</u>            | <u>(503)</u>                       |

## 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2025年6月30日之流動比率為1.1 (2024年12月31日：1.0)。

| 項目                             | 2025年<br>6月30日<br>人民幣百萬元<br>(未經審核) | 2024年<br>12月31日<br>人民幣百萬元<br>(經重列) |
|--------------------------------|------------------------------------|------------------------------------|
| 現金及現金等值項目                      | 54,514                             | 54,995                             |
| 其他財務資產中的理財產品                   | 8,317                              | 746                                |
|                                | 62,831                             | 55,741                             |
| 減：                             |                                    |                                    |
| 計息借款                           | (37,104)                           | (33,793)                           |
| 現金及現金等值項目和其他財務資產中的<br>理財產品結餘淨額 | 25,727                             | 21,948                             |

於2025年6月30日，其他財務資產中的理財產品為人民幣8,317百萬元 (2024年12月31日：人民幣746百萬元)，較2024年年末上升1,015%。

於2025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25,727百萬元 (2024年12月31日：人民幣21,948百萬元 (經重列))，較2024年年末結餘上升17.2%。

於2025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945百萬元，較2024年上半年之人民幣957百萬元 (經重列) 減少1.3%。

本集團將在2025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

於本公告日期，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。

## 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3,763百萬元(2024年上半年：人民幣4,204百萬元(經重列))，其中國內為人民幣1,755百萬元、海外為人民幣2,008百萬元，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2025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35.5%(2024年12月31日：33.4%)，上升2.1個百分點，主要是由於報告期內發行中期票據所致。

## 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2025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5,657百萬元(2024年12月31日：人民幣5,920百萬元(經重列))，主要涉及本集團境內外工廠建設項目。

### 資產押記

於2025年6月30日，本集團賬面淨值人民幣 68百萬元的一部分貿易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(2024年12月31日：人民幣47百萬元)。

於2025年6月30日，本集團賬面淨值人民幣32百萬元(2024年12月31日：人民幣零元)的若干物業、廠房及設備和賬面淨值人民幣97百萬元(2024年12月31日：人民幣97百萬元)的其他無形資產，分別作為本集團獲授若干銀行借款的質押品。

此外，於2025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723百萬元(2024年12月31日：人民幣484百萬元)及本集團之應收票據人民幣2,343百萬元(2024年12月31日：人民幣5,068百萬元)作質押。

### 或然負債

於2025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、購股權及股份激勵計劃，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2024年12月31日的122,733人減少2.9%至2025年6月30日的119,133人。

## 購買、贖回或出售本公司上市證券

### 回購A股

於截至2025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<br>人民幣<br>百萬元 |
|---------|-------------------|-----------|-----------|--------------------|
|         |                   | 最高<br>人民幣 | 最低<br>人民幣 |                    |
| 2025年4月 | 6,071,800         | 25.29     | 23.60     | 148.79             |
| 2025年5月 | 6,364,200         | 26.30     | 25.07     | 163.59             |
| 2025年6月 | <u>19,394,800</u> | 25.28     | 24.30     | <u>481.97</u>      |
|         | <u>31,830,800</u> |           |           | <u>794.35</u>      |

報告期內回購本公司A股由董事根據於2025年3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。

於2025年6月，31,481,400股A股庫存股已轉讓至本公司2025年A股核心員工持股計劃。截至2025年6月30日，本公司共持有60,269,270股A股庫存股並將用於其他股份激勵計劃。

除上文所披露者，本公司及其任何附屬公司於截至2025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）。

除上文所披露者外，本公司於2025年6月30日並無持有任何庫存股份。

## 股息

本公司董事建議以現金派發截至2025年6月30日止六個月的中期股息每10股人民幣2.69元(含稅)(截至2024年6月30日止六個月：無)，根據當前已發行股本(扣除已回購但未註銷的股份)合共約人民幣25.07億元，中期股息佔本公司擁有人應佔溢利約20.83%。在實施權益分派的股權登記日前公司總股本發生變動的，擬維持分配總額不變，相應調整每股分配比例。

該中期股息分派建議應在本公司2025年第一次臨時股東大會上考慮及批准及預期中期股息將於2025年第一次臨時股東大會後兩個月內派發予股東。

D股及H股的股息應以外幣支付。根據本公司的公司章程，適用匯率應為緊接宣佈股息前一周中國人民銀行所公告將人民幣兌換為外幣的平均匯率(中間價)。

2025年第一次臨時股東大會通知將適時發佈，屆時將公佈本公司召開2025年第一次臨時股東大會日期及相關的暫停辦理H股股份過戶登記安排，以及中期股息的暫停辦理H股股份過戶登記安排。

## 遵守上市規則之企業管治常規

本公司於2025年1月1日至2025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2025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。

### **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2025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。

### **報告期後事項**

根據本公司於2025年8月28日舉行的第十二屆董事會第二次會議，本期的利潤分配預案以股權登記日扣除回購專戶上已回購股份後的總股本為基準，本公司向全體股東按每10股派發現金股息人民幣2.69元（含稅）。

除上文所披露者外，於報告期末後並無發生任何重大事項。

## 於聯交所及本公司網站刊載中期業績

本公司的2025年中期業績公告於聯交所披露易網站<http://www.hkexnews.hk>及本公司網站<http://smart-home.haier.com>刊載。本公司2025年中期報告將於適當時候在本公司網站及聯交所披露易網站可供瀏覽。上文所載2025年中期財務資料並不構成本集團截至2025年6月30日止六個月之法定財務報表，其資料則摘錄自即將載於本公司的2025年中期報告內截至2025年6月30日止六個月的財務資料。

## 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  
2025年8月28日

於本公告日期，本公司執行董事為李華剛先生及Kevin Nolan先生；非執行董事為宮偉先生、俞漢度先生、錢大群先生及李少華先生；獨立非執行董事為王克勤先生、李世鵬先生、吳琪先生及汪華先生；及職工董事為孫丹鳳女士。

\* 僅供識別