

海尔智家股份有限公司投资者关系活动记录表

投资者关系活动类别	<input type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input checked="" type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 路演活动 <input type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 其他（参加上市公司投资者网上集体接待日活动）
参与单位名称及人员姓名	线上参与海尔智家 2025 年第三季度业绩说明会活动的全体投资者。
时间	2025 年 12 月 8 日 16:00-17:00
地点及会议召开方式	上证路演中心 https://roadshow.sseinfo.com/home 网络文字互动
上市公司接待人员姓名	董事长 总裁：李华刚先生 独立董事：李世鹏先生、吴琪先生 首席财务官 副总裁：孙佳程先生 董事会秘书：刘晓梅女士 投资者关系总监 证券事务代表：刘涛先生
投资者关系活动主要内容介绍	<p>1、公司近年分红率保持，但在股价波动背景下，是否有调整分红比例或回购计划的考量？如何通过市值管理举措（如股东增持、股权激励）增强投资者信心？</p> <p>答：海尔智家始终高度重视全体股东利益，致力于通过多种方式为股东创造价值。公司通过稳定分红与股东共享经营成果，自上市以来，公司累计分红约 462 亿元，分红比例为 36.09%，其中 2024 年度分红比例提升到 48%，根据公司分红规划，2025-2026 年度分红预计提升到 50%。未来，公司将继续优化股东回报方式，提升公司治理水平，确保股东权益得到充分保护。</p> <p>海尔智家始终致力于通过稳健的经营业绩与透明的股东回报，夯实市值基础，传递长期价值信心。1. 以“提质增效”为核心，夯实价值根本。公司已将市值管理纳入常态化制度，其核心在于持续提升经营质量，重点聚焦于深化数字化转型、加强海外创牌升级，优化全球运营效率、以及全球供应链布局，提升公司业务长期竞争力，为市值的长期健康增长提供坚实基础。2. 以股东回报为桥梁，传递明确信心。公司通过稳定增长的现金分红和股份回购计划，建立可预期的回报机制，以实际行动直接传递对公司前景的信心。3. 以激励与沟通为纽带，凝聚发展合力。通过股权激励深度绑定核心团队利益，驱动其服务公司长期战略。同时，公司加强中小投资者关系沟通，稳定市场预期，促进价值发现。</p> <p>2、公司提出“双碳”目标，但财报中 ESG 相关指标（如碳排放强度、可再生能源使用率）披露不足。未来是否会设定更具约束力的量化目标，并定期披露进展？是否计划引入第三方认证提升可信度？</p> <p>答：公司遵循联交所、GRI、SASB 等多重国内外标准定期发</p>

	<p>布独立的《可持续发展报告》（ESG 报告），报告已包含“量化”原则及关键绩效指标的计量说明。同时，公司已在不同区域及维度设定了具体的量化环境目标，整体以 2024 年为基准年，到 2030 年实现国内范围一、二温室气体排放强度降低 10%；区域以澳新（斐雪派克）为例，力争到 2030 年实现每台家电碳排放量较基准下降 50%，2050 年下降 90%。未来，公司将持续优化量化指标披露，并适时引入第三方认证。</p> <p>3、卡萨帝品牌 Q3 营收占比较高，但增速放缓。在消费升级趋势下，公司如何进一步提升高端产品的市场渗透率？是否计划通过技术创新（如 AI 家电）、用户体验升级或生态服务拓展来巩固高端市场优势？</p> <p>答：2025 年 1-9 月，卡萨帝收入保持了良好增长态势，同比增长 18%。2026 年，公司将主要通过如下举措推动业务发展：第一，在产品品类方面。冰箱、滚筒、干衣机、热水器等优势产业通过产品创新实现全面引领。加速家庭中央空调、净水机、厨电等潜力品类的发展，持续提升份额。强化在套系产品竞争力，放大用户价值。第二，在渠道方面，通过数字营销、产品拓展等推进线上业务发展；在线下市场，通过城市体验中心、旗舰店布局，提升品牌形象和用户体验，扩大在高端用户群的口碑。第三，在服务端，公司会全面升级七星级服务，推进服务体验的迭代引领。</p> <p>4、国内家电市场增长放缓，格力、美的等头部企业加速智能化布局。海尔智家如何通过差异化竞争（如场景化解决方案、生态品牌战略）保持市场份额？未来三年在智能家居生态领域的投入规划是什么？</p> <p>答：AI 技术在家电产品的应用将持续提升人类生活品质，通过新供给创造新需求、激发行业增长潜力。公司将立足坚实的家电科技基础与全套系产品优势，通过 AI 技术的应用和数字研发平台，重新定义智慧生活方式，为用户带来舒适、便捷的“无人家务”的生活体验。2025 年 3 月，公司推出了全球首个智慧家庭全场景决策型 AI 引擎，上市搭载该技术平台的 AI 之眼套系产品，让家电具备“感知、决策、执行”的能力，给消费者带来全新的体验。如，AI 冰箱搭载智慧管夹，能够“看”到并记录食材的存放时间，提醒用户食材的保质期和食用顺序。AI 洗衣机配备“AI 之眼”，能够识别衣物数量和类型，自动调整洗衣程序，避免串色风险，并提醒用户遗漏的小件衣物。AI 烟机：能够识别锅具状态，自动调整火力，避免溢锅，提升烹饪安全性和体验。AI 烤箱：自动识别食材种类和规格，匹配最佳烤制温度和时长，用户只需一键或一句话即可完成烹饪。未来，公司将推进产品全面网器化，让更多家电成为智慧场景的互联节点；持续升级 AIoT 平台能力，强化场景方案的主动服务和个性化水平；构建开放的生态体系，携手合作伙伴共同为用户创造价值。公司将坚持场景化和生态品牌战略，致力于通过不断提升智慧家庭方案竞争力打造美好生活体验、增强用户粘性，</p>
--	--

	<p>从而在市场中保持领先地位。</p> <p>5、公司与关联方（如海尔集团旗下公司）存在采购、租赁等交易，独立董事如何评估交易公允性？是否有定期审计机制？</p> <p>答：公司关联交易定价以《产品及物料采购框架协议》项下的相关定价为例，关联方销售产品和物料的定价应由双方根据不逊于独立第三方向本公司提供的条款，按公平原则磋商。于厘定现行市场价格时，在有提供相同或类似质量产品和物料的独立第三方的前提下，本公司将收集及审查至少两个其他独立第三方就相同或类似质量产品提供的报价，以进行比较；无提供相同或类似质量产品和物料的独立第三方的，本公司将参考关联方为其他独立第三方提供相同或类似质量产品提供的费用及条款、产品和物料成本、评估价值、市场价格等因素进行比较确定，以确保定价的公允性。具体内容可参考公司续签关联交易框架协议的公告等相关内容。独立董事确保关联交易的公允性的方式，举例如下：（1）事前审查与认可。在交易提交董事会审议前，通过独董专门会议等机制，审核关联交易的详细资料，包括交易双方基本信息、交易内容、定价依据等，对关联交易的必要性、定价政策、交易目的、对于公司及股东的影响等进行严格审查。若发现交易存在利益输送风险或定价不合理，有权要求调整或终止交易。（2）聘请中介机构独立核查。通过聘请独立财务顾问、评估机构、审计机构等专业机构，对交易的公允性进行评估。通过第三方机构对日常关联交易必要性及定价机制进行评估、对偶发性关联交易交易标的进行估值，确保交易价格符合市场水平，避免关联方利用信息不对称操纵价格。（3）监督决策程序。关联交易均经过独董专门会议、审计委员会、董事会或股东会（若需）的审核，在董事会/股东会审议关联交易时，独立董事需确保关联董事/股东回避表决，保证决策过程的独立性和公正性。同时，对交易的审议程序是否符合法律法规和公司章程进行监督，防止程序违规。（4）持续监督与信息披露。偶发性关联交易执行过程中，独立董事持续关注交易进展，确保交易条款得到严格执行，若发现交易存在异常或未按约定履行，及时要求公司说明情况并采取纠正措施；对于日常关联交易，定期核查实际发生情况，确保具体执行情况与当时审议内容不存在差异。督促上市公司及时、准确地披露关联交易信息，保障股东的知情权。</p> <p>6、公司近年收购了三翼鸟、斐雪派克等品牌，未来是否有新的并购方向（如机器人、AI 技术公司）？如何筛选标的并评估协同效应？</p> <p>答：2018 年，公司完成对 Fisher & Paykel 的全面收购；2020 年 9 月，公司推出场景品牌——三翼鸟。投资并购是推动公司业务发展的重要手段，未来公司将聚焦主业的全球竞争力，通过投资助力业务发展。未来，公司将通过投资合作方式深化在中东非、拉美等新兴市场的布局；推进大暖通业务在产业链和全球市场的布局。在机器人与 AI 技术等领域，公司将整合</p>
--	--

	<p>内外部资源，通过自主研发、战略合作以及投资并购等方式布局；同时积极评估在算法、硬件或产品端掌握前沿技术的投资机会。在协同方面，公司将引入总部先进的产品研发能力、服务&物流&供应链&数字化等平台能力、四网合一模式，以及人单合一的经营理念，全面加强被投企业在各个价值链环节的竞争力。</p> <p>7、经营活动现金流净额同比下降，主要受海外业务账期延长影响。针对海外市场的信用风险，采取了哪些措施（如信用保险、本地化融资）？未来是否调整海外客户的信用政策？</p> <p>答：公司 2025 年 1-9 月经营活动产生的现金流量净额为 174.91 亿元，同比增长 26%。针对信用风险，公司构建全球化信用风险管理体系，通过引入外部信用数据与内部经营数据建立分析模型，实现事前防范有风险客户、事中滚动评估动态监控，对应收账款分级管理。公司整体信用政策保持平稳，对于高风险国别实施谨慎性原则。</p> <p>8、海尔智家 PE 估值低于行业平均水平，如何看待市场对公司全球化风险的担忧？未来将通过哪些举措（如业绩指引、并购预期）改善投资者预期？</p> <p>答：根据 wind 统计，在 A 股主要 6 家白电公司中，公司市盈率（TTM）居于第二位。受益于全球经济发展与居民生活水平提高等因素，全球白电行业呈现稳健增长特点。根据欧睿国际数据，全球大家电零售量/额总规模 2023 年为 7.1 亿台/3764 亿美元，预计 2028 年达到 7.8 亿台/4250 亿美元，零售量复合年增长率（CAGR）为 1.8%，零售额 CAGR 为 2.5%。目前，中国白电龙头企业在技术创新体系、供应链体系、组织效率等方面形成全球领先优势，在全球市场具备较大份额提升与盈利能力提升的空间。2025 年公司在国内市场加速推进数字库存、数字营销等变革，提升公司运营效率、加速触点拓展、提升用户触达与转化能力。在海外市场，聚焦以国家为作战单元的本土化建设，深入推进“四网合一”（物流网、信息网、服务网和营销网）的体系建设，提升本地市场响应速度与服务体验，增强客户粘性与用户体验，持续获取份额；推进全球供应链的多元均衡布局，构建更有韧性的供应网络。上述变革将持续提升公司竞争力，打造业务持续增长的基础。在现金分红方面，公司持续提升现金分红比例，2024 年度分红比例提升到 48%；根据公司分红规划，2025-2026 年度分红预计提升到 50%。2025 年公司首次实施中期分红。股票市场短期是投票器、长期是称重机。今年受关税战、国补退坡担忧影响，白电行业表现弱于大盘。随着公司竞争力的持续提升以及在业绩端的兑现，将有助于价值的合理回归。</p> <p>9、在机构投资者调研中，哪些问题被频繁提及（如海外市场风险、利润率下滑）？公司如何针对性地优化沟通材料，提升透明度？</p> <p>答：今年投资者重点关注关税影响以及公司应对策略、新兴市</p>
--	---

	<p>场业务发展、海外市场中长期份额提升与盈利能力优化策略等。针对投资者关注，公司在定期报告中就海外市场的转型变革进展、业务表现等进行了阐述，为投资者了解提供了更多信息。如在应对关税冲击方面：公司北美本土化产能布局与供应链协同优化缓冲影响。北美市场保持增长韧性，依托本地工厂提效与区域产能扩充，提升本地供给比例。在新兴市场增长方面，公司在南亚、东南亚、中东非等新兴市场保持快速增长态势，2025 年前三季度收入增速分别超 25%、超 15%、超 60%。公司持续推进本土化研发、生产与销售体系，深化对当地需求的洞察，推动品牌与产品结构适配，实现份额持续扩张。在海外中长期竞争力提升方面：公司坚持“高端品牌战略与全球数字化变革”。一方面，在通过深刻市场洞察与引领技术创新，通过提升高端产品占比提升品牌影响力，推动产品结构升级；另一方面，全面落地“四网合一”（物流网、信息网、服务网、营销网）体系，搭建全球采购数字化平台，强化成本控制与运营效率。同时，通过多品牌矩阵覆盖不同市场层级，实现全球化协同。</p> <p>10、公司股权激励考核指标包括营收增长、ROE 等，但近年 ROE 波动较大。作为独立董事，是否认为考核指标需进一步优化（如加入 ESG、创新投入等长期指标）？</p> <p>答：根据数据显示，海尔智家近三年加权平均净资产收益率（ROE 加权）分别为：2024 年 17.70%，2023 年 16.85%，2022 年 16.81%，总体保持稳健提升状态。公司始终关注激励体系的科学性与长期导向。现行考核指标有效驱动了公司规模增长与资本效率，符合股东核心利益。同时，公司也会持续评估优化方案，具体调整还需综合战略重点、行业实践及可衡量性审慎论证，以更全面匹配公司全球化、高端化、智慧化战略，确保激励真正服务于公司可持续发展和全体股东长远利益。</p> <p>11、海外营收占比较高，汇率波动对公司利润影响显著。目前的外汇套期保值策略是什么？是否计划扩大对冲比例或采用更多金融工具规避风险？</p> <p>答：当前宏观环境复杂多变，公司高度重视外汇风险管理。公司已发布海尔智家外汇衍生品交易业务管理制度、关于开展外汇衍生品业务的公告等制度文件，明确了外汇风险管理的原则和底线。实操中，公司构建了具备较强专业能力的团队，严格依据相关制度要求，在董事会审批的授权金额内执行外汇衍生品交易。同时，公司对主要的敞口币种设定了预警线，当此币种出现大幅波动时会及时审视对应的对冲策略及业务措施，以应对外汇风险。</p> <p>12、Q3 销售费用率同比上升，而原材料成本占比较大，受大宗商品价格上涨影响显著。公司如何通过供应链优化（如长期锁价协议、替代材料研发）或生产效率提升（如智能制造）对冲成本压力？</p> <p>答：根据公司披露的 2025 年三季度报告，2025 年 1~9 月公司</p>
--	---

	<p>销售费用率为 10.62%，同比下降 0.1 个百分点。目前铜铝等大宗材料价格出现一定涨幅，钢板等材料相对平稳。在提升成本竞争方面，公司将通过如下举措：在产品端，公司将依托全球的原创科技与精益智造等体系，通过与用户共创与深度洞察，推出 leader 懒人洗三桶洗衣机等高差异化、高体验、高辨识度的爆款产品。通过聚焦 sku 与平台化，提升成本竞争力，2025 年 1-9 月，公司国内单型号收入提升 15.6%。在设计端，通过拥抱三新技术提升成本竞争力。在采购端，坚持开放合作的原则，积极引入全球一流的供应商参与市场竞争。通过构建公开、透明、竞争性的体系优化合作关系。鼓励头部企业参与到产品设计、工艺优化和材料替代等环节，共同寻找创新解决方案，在保障了产品质量和交付稳定性的前提下，降低采购成本和生产成本。通过与头部商建立长期战略合作关系、设立联合实验室等方式持续迭代优化成本。在制造端持续提升专业能力，提升生产效率；持续推进电脑板、压机等核心部件的自制水平，降低生产成本。</p> <p>13、在智能家居行业技术迭代加速的背景下，独立董事如何看待公司在研发投入与短期利润之间的平衡策略？是否建议调整资本开支优先级（如优先投入 AIoT 核心技术）？</p> <p>（1）答：2025 年 1-9 月公司经营活动产生的现金流净额为 175 亿元，同比增长 26%。公司以持续且健康的经营性净现金流覆盖资本支出，净现金较为充裕，保持了良好的资产负债率和报表弹性。公司在稳健的财务管理下有效支撑公司发展所需的产能扩张和技术投入。</p> <p>14、公司对国内国补政策未来退出后有什么准备？公司在北美市场受关税和通胀销售影响情况？</p> <p>答：大家电产品刚需属性较强，具有良好的韧性。2026 年，公司在产品端将推进聚焦提升型号效率；发挥智家在中低品牌布局的优势，强化套系产品在家居家电一体化设计、智慧互联等方面的体验竞争力，提升用户价值，提升品牌声量。在运营端，深化数字库存变革，提升在仓储配送、产品周转等方面的竞争力；深耕触点，通过城市体验中心与城市体验店提升用户体验。公司北美业务通过上市创新引领产品、强化本土化布局与供应链协同等措施，保持业务韧性。</p> <p>15、请问公司商誉一直在增长，而且数额巨大，公司会否考虑减少商誉？</p> <p>答：公司商誉主要来自于公司的战略性收购项目，如收购 GEA/FPA/Candy/CCR 等，商誉已分配到相关的资产组中，公司每年定期聘请外部评估师进行减值测试，对可能出现风险的商誉进行了压力测试，目前未显示减值迹象。</p> <p>16、公司近年来在党建方面做了哪些工作？举例说明我们如何以高质量党建引领高质量发展？</p> <p>答：2025 年以来，中国共产党海尔智家股份有限公司委员会（以下简称“智家党委”）在海尔集团公司党委统一领导下，全面学</p>
--	--

	习贯彻落实党的二十届三中、四中全会精神，以及关于党的建设、党的自我革命的重要思想，贯彻落实党的八项规定的精神，认真落实市委组织部有关工作要求，推动智家党建工作与三级品牌落地升级、数字化转型、零售变革等战略深度融合，以党建强基铸魂，领航智家实现高基数下的稳健增长，同时为人民群众提供更加美好的智慧家庭全场景解决方案。 海尔智家成就的取得离不开党建引领。2025 年，智家党委继续探索“党支部建在项目上”模式，在重大项目推进中，党员带头冲锋，聚焦极致体验、极致成本、极致速度目标要求，带领团队迎难而上，主动变革，不断突破。
日期	2025 年 12 月 8 日