

公司代码：600690

公司简称：海尔智家

海尔智家股份有限公司
2021 年第一季度报告正文

一、重要提示

- 1.1 公司董事会、监事会及董事、监事、高级管理人员保证季度报告内容的真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并承担个别和连带的法律责任。
- 1.2 公司全体董事出席董事会审议季度报告。
- 1.3 公司负责人梁海山、主管会计工作负责人宫伟及会计机构负责人（会计主管人员）应珂保证季度报告中财务报表的真实、准确、完整。
- 1.4 本公司第一季度报告未经审计。

二、公司主要财务数据和股东变化

2.1 主要财务数据

单位：元 币种：人民币

	本报告期末	上年度末	本报告期末比上年度末增减(%)
总资产	205,542,336,997.99	203,459,495,879.65	1.02
归属于上市公司股东的净资产	75,000,476,951.99	66,816,422,614.55	12.25
	年初至报告期末	年初至上年报告期末	比上年同期增减(%)
经营活动产生的现金流量净额	2,863,386,935.66	-5,787,626,102.33	149.47
	年初至报告期末	年初至上年报告期末	比上年同期增减(%)
营业收入	54,773,701,753.64	43,141,448,203.28	26.96
归属于上市公司股东的净利润	3,053,933,589.63	1,070,333,404.45	185.33
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	2,823,027,182.06	943,123,999.14	199.33
加权平均净资产收益率(%)	4.38	2.22	增加 2.16 个百分点
基本每股收益(元/股)	0.333	0.163	104.29
稀释每股收益(元/股)	0.326	0.163	100.00

非经常性损益项目和金额

√适用 □不适用

单位：元 币种：人民币

项目	本期金额
非流动资产处置损益	-11,607,188.24
计入当期损益的政府补助，但与公司正常经营业务密切相关，符合国家政策规定、按照一定标准定额或定量持续享受的政府补助除外	184,949,066.19
除同公司正常经营业务相关的有效套期保值业务外，持有交易性金融资产、衍生金融资产、交易性金融负债、衍生金融负债产生的公允价值变动损益，以及处置交易性金融资产、衍生金融资产、交易性金融负债、衍生金融负债和其他债权投资取得的投资收益	89,043,055.23
除上述各项之外的其他营业外收入和支出	14,038,712.23
少数股东权益影响额（税后）	-3,920,027.41
所得税影响额	-41,597,210.43
合计	230,906,407.57

报告期内，公司加速物联网智慧家庭战略落地，聚焦高端品牌、场景品牌、生态品牌建设，持续扩大在高端成套与智慧家庭场景方案、全球协同、智家体验云平台等方面的优势，推进全流程数字化变革，为持续稳定发展夯实基础。

2021 年一季度公司收入、净利润、归母净利润同比增长 27.0%、130.4%、185.3%；较 2019 年一季度分别增长 12.9%、14.7%、42%。增长主要受益于智慧成套销售、卡萨帝高端品牌战略、数字化转型的落地，以及在海外坚持高端创牌战略和本土化运营。同时，由于 2020 年一季度收入与业绩表现深受新冠疫情影响，公司收入和利润同比 2020 年增速均高于较 2019 年同期的增长。

由于公司物流业务和卡奥斯业务分别于 2019 年 7 月和 2020 年 9 月底出表，如 2019 年一季度不考虑卡奥斯和物流相应收入贡献，2020 年一季度不考虑卡奥斯流相应收入贡献，2021 年一季度公司收入较 2020 年一季度同比增长 38.2%；较 2019 年一季度增长 24.4%。

主要指标表现

一、收入

公司一季度实现销售收入 548 亿元，同比增长 27.0%；其中，中国区同比增长 29.5%，剔除卡奥斯出表的影响，收入同比增长 55.7%；海外收入同比增长 24.6%。

1、国内市场

期内，公司坚持从高端品牌到场景生态品牌的变革，实现从产品溢价到体验溢价的转型；通过数字化工具加速销售模式升级；打造平台化的直销员、服务兵、供应链等体系进一步提升经营效率；各产业市场份额持续提升；卡萨帝销售收入增长 80%，在整体及各品类的收入占比进一步提升。

其中：

（1）全屋食品解决方案（食联网）

冰箱：根据中怡康报告，2021 年一季度公司线上、线下冰箱零售额份额为 38.5%、40.8%，同比提升 2.5 个百分点和 1.4 个百分点，其中海尔，卡萨帝零售额份额分别位居行业第一、二位，进一步夯实行业领导地位。卡萨帝冰箱市场份额达到 13.2%，同比提升 3.2 个百分点，在 15,000 元以上高端份额达到 43%。

期内，冰箱产业引领行业极致健康保鲜趋势，推出冷藏 MSA Pro 控氧保鲜方案，较普通冰箱蔬菜保水率提升 2 倍，维生素 C 保留率提升 12%；发布自由嵌入式行业标准 2.0，通过底部前置散热技术，将冰箱与橱柜散热边距从 2cm 缩至 0cm，解决传统散热方式冰箱与橱柜缝隙过大的问题；推出原石系列，利用原石质地的面板迎合用户自然现代的审美；卡萨帝品牌线上销售收入翻倍。

厨电：根据中怡康报告，2021 年一季度，公司厨电零售额份额达 6.8%，提升 0.9 个百分点；其中卡萨帝的零售额份额提升 1.3 个百分点，增幅达到 108%。

期内，公司通过拓展卡萨帝产品阵容与升级终端场景体验实现高端市场的突破，上市卡萨帝“理想家”套系，带动卡萨帝厨电收入增长超 200%。同时，公司加速乡镇网络建设、促进线上线下渠道融合，并通过卡萨帝、GEA、FPA 多品牌矩阵赢得工程渠道增长；通过丰富三翼鸟厨房体验，快速推广居家局部改造解决方案。

（2）全屋衣物解决方案（衣联网）

洗衣机：根据中怡康报告，2021 年一季度，公司洗衣机线上、线下零售额份额为 42.9%，41.7%，提升 1.9 及 2.2 个百分点。

期内，洗衣机产业通过推广卡萨帝“双子”系列等爆款产品，拓展收入与盈利空间，万元以上市场零售额份额达到 78.1%，同比提升 3.2 个百分点。而独具创新性的 BLingBLing 彩装机销售 2.8 万台，用户在使用之后可无限续购其智能装配专属洗衣液，期间洗衣液及周边辅料实现销售收入超 1,000 万元。同时，公司积极拓展干衣机、洗鞋机、衣物护理柜等新品类，干衣机销售收入同比增长超过 300%。根据中怡康零售数据，干衣机线下零售额突破 33%，同比提升高达 19.7 个百分点。最后，洗衣机产业积极推广“衣尚中国”、“花嫁人生”等 IP，进一步提升产品认知力。其中，卡萨帝洗衣机携手央视大型服饰文化节目《衣尚中国》，以“空气洗”柔护名贵蜀锦。

用户只需一键启动“空气洗”醒衣功能，就有微蒸汽分子穿透衣物纤维，洁净衣物的同时恢复质感、焕发光彩。随着《衣尚中国》的播出，卡萨帝智慧洗护场景获得广泛市场关注，并成为众多高端用户首选品牌。

(3) 空气能源解决方案

家用空调：2021 年一季度，公司空调线上、线下零售额份额为 15.1%、17.3%，同比提升 2.1 个百分点和 2 个百分点。其中，依托海尔洗空气、除菌舱和卡萨帝银河等产品，以 4,000 元以上挂机和 10,000 元以上柜机为代表的高端市场份额达到 22.3%，同比提升 3.5 个百分点。

期内，公司家用空调国内销售收入增长 128%。公司聚焦后疫情时期用户对健康空气的需求，迭代智慧健康场景及服务。通过 3D 除菌舱、水洗空气等行业引领技术，强化“健康空调海尔造”的品牌认知，如水洗空气技术借鉴航空发动机原理，以高速离心式瀑布水幕系统实现净化、加湿、增氧、杀菌、定位送风、语音交互等差异化体验，可在 1 小时内洗一遍空气的效果，打造洁净、清新、温润好空气。在 3 月份“海尔健康空调节”期间，卡萨帝银河系列、海尔除菌舱、水洗空气等差异化产品获得用户追捧，成为除菌空调领域份额第一。公司也大力推广个性化全场景空气解决方案；同时空调产业继续拓展销售网络并发力三四线及农村市场，乡镇门店数量提 25%；通过升级产品结构，持续提升经营效率。

商用空调：公司按区域打造个性化空气解决方案，持续推进产品升级：在南方采用高效机房空气解决方案，以磁悬浮中央空调为核心，将中央空调、冷水机组、水泵、冷却塔等产品接入 E+ 云平台，实现智能控制和数据监测，及时排除运行故障，最大限度减少人工和运维成本，实现全生命周期高效节能。北方地区积极布局清洁取暖市场，提供包括风冷模块、磁悬浮热泵机组在内的多种解决方案，满足不同区域、不同场景的用户需求。发布智慧建筑物联云平台 Hai-BMS：将中央空调、电梯、照明、消防等建筑子系统打通，涵盖智慧空气、清洁能源、智慧节能、智慧店铺等场景，并根据大数据分析改进各设备的运行参数，推动建筑数字化。

(4) 全屋用水解决方案

热水器：根据中怡康数据，2021 年一季度，公司热水器线上、线下零售额份额为 29.9%、26.9%，分别提升 3.8 个百分点和 1.5 个百分点。

期内，公司推出卡萨帝水晶胆银河系列，是行业中第一台不用镁棒的热水器，实现零垢、零析出、零锈水、零腐蚀；首创燃电混动恒温科技，采用燃气电力两种能源混合加热方式，实现用水全程恒温。同时，依托卡萨帝、海尔、Leader 多品牌组合持续获取市场份额，其中，卡萨帝热水器一季度增幅超 120%。此外，热水器产业积极拓展暖通渠道、建材商圈、五金水暖等前置零售渠道，通过社群活动吸引老小区和改造小区的换新用户；拓展设计师与家装圈层，在新装用户中拓展声量，进一步加强了暖通家装用户对海尔产品的认可。

净饮水机：根据中怡康数据，一季度公司线下净水零售额同比增幅达 62.1%，份额上升一位至第四；线上零售额同比增幅达 15.1%，继续保持领先。

期内，净水产业聚焦用户对洁净、健康用水日益提升的需求，推出“矿泉水净饮水机”产品，卡萨帝云罇新品系列等，有效带动健康净水产品销售增长；同时，通过“净你一杯”话题营销和 AWE 期间产品造势，有效提升了海尔“健康水净饮水机”的差异化用户口碑。渠道方面，一方面扩大卡萨帝网络覆盖，另一方面稳步提升单店产出，持续提升渠道竞争力。

2、海外市场

公司始终坚持以用户需求为本，不断创新产品并扩大销售网络覆盖，积极应对原材料，汇率及运费对成本造成的压力，尽管疫情反复，今年一季度公司在海外市场依然实现销售收入同比增长 24.6%，经营利润率进一步提升 2 个百分点至 4.6%、经营利润增长 135%。

期内，公司一方面依托抗菌，健康，智能等热门产品继续领跑行业，高端产品收入增幅达到 40% 以上；另一方面加速线上转型，通过积极发展战略合作伙伴，拓展销售网络覆盖，促进全渠道融合，全面提升市场份额。同时，公司借助多平台短视频运营，与 KOL 深度合作，进一步贴近用户，提升市场认可。截至三月底，社交媒体粉丝数量增长至 1,200 万。此外，埃及、罗马尼亚、土耳其等地工厂陆续投产，进一步保障市场产品供应，各地区积极加速云端布局，不断拓展生态产品边际。

期内，公司在美国市场收入整体实现 20% 增长，高端品牌 Café 和 GE Profile 的份额保持高速增长。通过全球协同采购，公司保障了在极寒天气中的生产供应，期内产量同比增长 20%。中美联合研发的多门大冰箱、大容量滚筒洗衣机在美国市场获得认可。在欧洲市场，公司积极拓展线上渠道，打造生态品牌，获得用户认可。在澳新市场，公司聚焦高端厨房套系，并推出高端 7 系及 9 系滚筒洗衣机与热泵干衣机。在日本市场，公司继续推广社区洗解决方案，满足用户对于最

佳体验的需求。面对南亚市场的疫情，公司聚焦用户需求，大力拓展线上渠道，实现远快于行业的增长。在东南亚市场，公司通过体验云众播促进粉丝数量指数级增长。

二、毛利率

2021 年一季度毛利率 28.5%，较 2020 年一季度上升 1 个百分点。

1、国内市场

报告期内，大宗原材料与零部件价格全面上涨影响家电产业毛利率。公司通过加速卡萨帝收入增长等战略优化产品结构、实施超级工厂项目、精简 SKU 并提升制造效率、调整终端价格等措施对冲部分原材料价格上涨的影响。期内，卡萨帝收入同比增长 80%，收入占比提升超过 1 个百分点。

2、海外市场

面对大宗原材料及海运费持续上涨，各个区域通过推进价格调整、优化产品结构、提高生产效率等措施，有效对冲成本压力。期内美国市场高端品牌持续提升份额；欧洲市场增加 979 系列洗衣机和 Super drum 宽滚筒产品，中高端型号产品占比提升 2%。

三、费用率

1、公司销售费用率 14.3%，同比优化 0.7 个百分点。

(1) 中国市场：通过数字化平台工具实现线上线下渠道融合，同时积极推进直销员体系、服务兵体系、供应链体系的平台化变革，从而实现效率持续优化，期内，中国市场销售费用率下降 1 个百分点。

(2) 海外市场：推进信息化体系建设，提升运营效率，并通过有效管控实现整体费用率的优化。

2、公司管理费用率 3.9%，同比优化 0.6 个百分点，主要由于组织运营提效。

3、公司研发费用率 3.8%，同比提升 0.1 个百分点。主要为公司重点投入推动智能化核心能力构建及突破，如智家 APP、智家大脑等迭代升级以及相关超前研发技术，新品类和生态业务孵化、迭代三翼鸟场景体验等。

4、公司财务费用率 0.3%，同比下降 0.5 个百分点。主要为可转换债券转股及偿还借款，实现利息费用下降。

四、营运资金

1、应收账款周转天数

公司 2021 年一季度末应收账款周转天数为 30 天，较同期上升 3 天，主要由于 GE Appliances 保理安排的减少及其收入的增加所致。

2、存货周转天数

公司 2021 年一季度存货周转天数为 72 天，较同期下降 11 天，主要由于疫情后经济恢复、公司存货周转加快所致。

3、应付账款周转天数

公司 2021 年一季度末应付账款周转天数 88 天，较 2020 年一季度下降 3 天，主要由于公司期内现有贸易应付款项结清所致。

五、现金流变动分析

1、本期经营活动产生的现金流量净额为人民币 28.6 亿元，较同期增加人民币 86.5 亿元，主要是同期受疫情影响经营活动现金流较差；较 2019 年 Q1 增加 14.8 亿，增长 107.2%，主要是公司收入增长与运营效率持续优化所致。

2、本期投资活动产生的现金流量净额为人民币 6.2 亿元，较同期减少 49.3%，主要是本期赎回理财产品金额较去年增加以及去年同期有股权投资流出所致。

3、本期筹资活动产生的现金流出净额为人民币 43.5 亿元，同期现金流入净额为人民币 75.8 亿元，增长 157.39%。主要是①去年同期为应对疫情冲击借款 87.6 亿元，受运营与盈利质量持续提升，本期借款收到的现金较去年同期减少 51 亿元；②本期国内市场偿还超短融及到期借款等，使用现金较去年同期增加 68.3 亿元。

六、资本性支出

本公司不定期评估公司中国区各产业及海外家电与智慧家庭业务的资本性支出及投资，2021 年一季度资本性支出为人民币 17.0 亿元，其中国内 7.4 亿元，海外 9.6 亿元，主要用于厂房及设备建设、房产租赁开支、信息化建设等。

七、资产负债率

于 2021 年一季报末，本公司资产负债率为 62.9%，相比 2020 年年末下降 3.7%，主要是由于 51 亿元可转换债券转股及偿还超短融 55 亿所致。

2.2 截止报告期末的股东总数、前十名股东、前十名流通股东（或无限售条件股东）持股情况表

单位：股

股东总数（户）				175,960		
前十名股东持股情况						
股东名称（全称）	期末持股数量	比例（%）	持有有限售条件股份数量	质押或冻结情况		股东性质
				股份状态	数量	
HKSCC NOMINEES LIMITED	2,122,936,359	22.71		未知		境外法人
海尔电器国际股份有限公司	1,258,684,824	13.46		无		境内非国有法人
海尔集团公司	1,072,610,764	11.47		无		境内非国有法人
HCH (HK) INVESTMENT MANAGEMENT CO., LIMITED	538,560,000	5.76		无		境外法人
香港中央结算有限公司	471,210,138	5.04		无		未知
中国证券金融股份有限公司	182,592,654	1.95		无		未知
青岛海尔创业投资咨询有限公司	172,252,560	1.84		无		境内非国有法人
ALIBABA INVESTMENT LIMITED	83,823,993	0.90		未知		未知
青岛海创智管理咨询企业（有限合伙）	73,011,000	0.78		无		境内非国有法人
中央汇金资产管理有限责任公司	69,539,900	0.74		无		未知
前十名无限售条件股东持股情况						
股东名称	持有无限售条件流通股的数量	股份种类及数量				
		种类	数量			
HKSCC NOMINEES LIMITED	2,122,936,359	境外上市外资股	2,122,936,359			
海尔电器国际股份有限公司	1,258,684,824	人民币普通股	1,258,684,824			
海尔集团公司	1,072,610,764	人民币普通股	1,072,610,764			

HCH (HK) INVESTMENT MANAGEMENT CO., LIMITED	538,560,000	境外上市外资股	538,560,000
香港中央结算有限公司	471,210,138	人民币普通股	471,210,138
中国证券金融股份有限公司	182,592,654	人民币普通股	182,592,654
青岛海尔创业投资咨询有限公司	172,252,560	人民币普通股	172,252,560
ALIBABA INVESTMENT LIMITED	83,823,993	境外上市外资股	83,823,993
青岛海创智管理咨询企业（有限合伙）	73,011,000	人民币普通股	73,011,000
中央汇金资产管理有限责任公司	69,539,900	人民币普通股	69,539,900
上述股东关联关系或一致行动的说明	（1）海尔电器国际股份有限公司（现名“海尔卡奥斯股份有限公司”）是海尔集团公司的控股子公司，海尔集团公司对其持股 51.20%。青岛海尔创业投资咨询有限公司、青岛海创智管理咨询企业（有限合伙）、HCH (HK) INVESTMENT MANAGEMENT CO., LIMITED 为海尔集团公司的一致行动人； （2）公司未知其他股东有关联关系。		
表决权恢复的优先股股东及持股数量的说明	不适用		

注：

HKSCC NOMINEES LIMITED 为公司 H 股股东的集合账户，系中国香港证券登记机构根据当地市场惯例及其技术设置合并后向公司提供的原始数据，不代表最终持股人。

2.3 截止报告期末的优先股股东总数、前十名优先股股东、前十名优先股无限售条件股东持股情况表

适用 不适用

三、重要事项

3.1 公司主要会计报表项目、财务指标重大变动的情况及原因

适用 不适用

- 1) 交易性金融资产较期初下降 34.64%，主要是短期理财产品减少所致；
- 2) 衍生金融资产较期初上升 106.25%，主要是本期远期外汇买卖合同增加所致；
- 3) 开发支出较期初下降 52.95%，主要是达到使用条件转入无形资产所致；
- 4) 交易性金融负债较期初下降 96.12%，主要是锁汇工具到期所致；
- 5) 衍生金融负债较期初下降 40.91%，主要是利率互换协议及远期外汇买卖合同增加所致；
- 6) 其他流动负债较期初下降 90.68%，主要是公司偿还超短融债券所致；
- 7) 应付债券较期初下降 75.18%，主要是公司可转换债转股所致；
- 8) 长期应付款较期初上升 37.08%，主要是对品牌使用费长期应付款增加所致；

- 9) 其他权益工具较期初下降 75.50%，主要是公司可转换债转股所致；
- 10) 资本公积较期初上升 43.47%，主要是公司可转换债转股所致；
- 11) 库存股较期初上升 279.03%，主要是本期回购股票所致；
- 12) 财务费用较同期下降 47.84%，主要是利息费用下降所致；
- 13) 投资收益较同期上升 42.39%，主要是本期权益法核算的长期股权投资收益增加所致；
- 14) 公允价值变动收益较同期上升 167.58%，主要是交易性金融产品公允价值变动所致；
- 15) 资产处置收益较同期下降 308.58%，主要是本期子公司处置资产损失所致；
- 16) 营业外收入较同期下降 30.57%，主要是同期确认拆迁补偿款（本期无）所致；
- 17) 所得税费用较同期上升 153.34%，主要是本期利润较同期上升所致；

18) 经营活动产生的现金流量净额较同期上升 149.47%，较同期增加人民币 86.5 亿元，主要是同期受疫情影响经营活动现金流较差；较 2019 年 Q1 增加 14.8 亿，增长 107.2%，主要是公司收入增长与运营效率持续优化所致；

19) 投资活动产生的现金流量净额较同期下降 49.32%，主要是本期赎回理财产品金额较去年增加以及去年同期有股权投资流出所致；

20) 筹资活动产生的现金流量净额较同期上升 157.39%，主要是①去年同期为应对疫情冲击借款 87.6 亿元，受运营与盈利质量持续提升，本期借款收到的现金较去年同期减少 51 亿元；②本期国内市场偿还超短融及到期借款等，使用现金较去年同期增加 68.3 亿元。

3.2 重要事项进展情况及其影响和解决方案的分析说明

适用 不适用

(1) **对外担保：**截至报告期末，公司及子公司的对外担保均为公司与子公司之间的担保，对外担保余额合计为 239.20 亿元，占公司最近一期净资产的 31.9%，占最近一期总资产的 11.6%。

(2) **外汇衍生品：**截至报告期末，公司外汇衍生品交易余额合计约 19.46 亿美元。

(3) **委托理财：**截至报告期末，公司委托理财余额 14.71 亿元，包括两部分：**①暂时闲置的募集资金理财：**2018 年 12 月底，公司发行可转换公司债券募集资金到位。为提高暂时闲置资金的收益率，经董事会批准后，公司拟开展金额不高于 7 亿元的现金管理，截止报告期末，委托理财余额 3.88 亿元；**②公司部分子公司用暂时闲置资金理财：**在确保主营业务日常运营所需资金充裕的前提下，为提高暂时闲置资金的收益率，提高股东回报，公司部分子公司按照总经理办公会权限，并以保障资金安全为前提，从大型商业银行等购买了部分短期保本型理财及结构性存款，以提高闲置资金的运用效率。截止报告期末，该部分委托理财余额 10.84 亿元。

3.3 报告期内超期未履行完毕的承诺事项

适用 不适用

3.4 预测年初至下一报告期期末的累计净利润可能为亏损或者与上年同期相比发生重大变动的警示及原因说明

适用 不适用

2020年12月，公司完成以发行H股方式私有化海尔电器事宜涉及的重大资产重组（详见公司于2020年12月26日披露的《海尔智家股份有限公司重大资产购买暨关联交易实施情况报告书》）。该重大资产重组事项的完成，原来少数股东权益中归属海尔电器少数股东部分将转化为公司归属于母公司股东的净利润，将使公司财务报表中的归属于母公司股东的净利润等指标较上年同期相比发生重大变动。公司将跟进年初至下一报告期期末的累计净利润的完成情况，届时根据实际情况，依据法规规定履行信息披露义务。

公司名称	海尔智家股份有限公司
法定代表人	梁海山
日期	2021年4月29日