

## 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 2024 年度暨 2025 年第一季度业绩说明会活动的全体投资者。
时间	2025 年 6 月 4 日 15:00-16:00
地点及会议召开方式	上证路演中心 <a href="https://roadshow.sseinfo.com/home">https://roadshow.sseinfo.com/home</a> 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：王克勤先生 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><b>1、公司 2024 年分红率 48.01%，但股息率仍低于同行业其他龙头企业 [例如：美的（4.5%）、格力（5.2%）]。未来是否会提高分红比例或回购股份以提振股价？2025 年 Q1 回购计划（10-20 亿元）的具体资金来源及对现金流的影响？</b></p> <p>答：公司 2024 年披露了未来三年股东回报规划，25 年度、26 年度现金分红比例将较 24 年度持续提升，分红比例不低于 50%；回购计划不影响公司业务运营。</p> <p><b>2、当前在我国家电市场，海外市场贡献率显著提升，想请问贵公司 2025 年在产品出口方面都有哪些规划？</b></p> <p>答：2025 年公司在海外市场将坚定全球化创牌与盈利能力提升，通过转型变革加速业务发展。在产品引领方面，依托全球研发资源与协同体系，实现产品快速迭代，打造爆款。在组织方面，打造以国家为单元的全流程精细化运营体系，遵循“平台做轻、国家做强、产业做专”原则推进转型变革。各国家单元在平台支持下发挥优势，实现高效发展。全力搭建数字化能力赋能体系，驱动市场、研发、制造体系重构。引入数字化工具实现组织架构扁平化、敏捷化，快速响应市场与用户需求。持续提升供应链的韧性和效率。通过优化供应链网络布局，建立多元化的供应商体系，加强供应链各环节的协同管理，提高应对能力，确保原材料供应稳定和产品交付及时。</p> <p><b>3、请介绍一下公司 H 股回购和 D 股回购注销进展情况？</b></p> <p>答：关于 H 股回购和 D 股回购等事项已经 5 月 28 日召开的公司 2024 年年度股东大会审议通过，公司后续将推进相关工作。</p> <p><b>4、请介绍一下有关生态业务发展情况及今后盈利成长预测，谢谢！</b></p> <p>答：三翼鸟作为海尔智家旗下的场景品牌，致力于为用户提供行业引领的智慧家庭解决方案，2024 年度，三翼鸟聚焦智慧家</p>

庭战略，持续落地智慧家电家居一体化场景解决方案，通过产品方案、触点升级、平台升级和智慧升级等举措，提升竞争力。例如，与博洛尼合作的橱柜一体化方案，提升了全屋定制能力与成套高端销售能力：2024年，三翼鸟成套销售占比达57%，卡萨帝占比35%，前置类产品占比40%。在能力建设方面，智家APP聚焦用户平台，提升用户体验，智家大脑建设提升连接和语音体验，HomeGPT助力鉴赏家PRO套系产品在AI能力上行业引领。同时，三翼鸟引入行业先进大模型工具，提升语音交互和场景数据驱动能力，并进行垂直领域训练，使AI技术在家庭场景中应用更精准高效；对AI底座进行服务化和组件化升级，提升数据处理效率，实现数据驱动的个性化服务；提升语音交互技术，实现多意图识别和更自然复杂的对话；引入视觉识别技术如AI之眼，实现对食材、环境的识别和监控，以及多种场景应用。我们将继续扎实做好经营管理，努力为投资者创造更大价值。

**5、在强竞争强内卷的环境下，哪些方面是同行目前或者未来也不可替代的？或者说贵司的护城河是什么**

答：经过40多年的发展，公司在品牌布局、全球化运营、产品研发等方面形成领先的市场竞争力。

（1）在品牌方面，形成了全面的自主品牌组合，目前公司已通过自主发展和并购形成了七大品牌集群，包括海尔、卡萨帝、Leader、GE Appliances、Candy、Fisher&Paykel和AQUA，满足不同用户的需求。其中，在高端品牌方面，公司已经构建了卓越的高端品牌运营能力，打造深入人心的高端品牌，在高端市场实现领先的市场地位。

（2）在全球化方面，公司建立了多品牌、跨产品、跨区域的研发、制造、营销三位一体及自建、互联及协同的运作模式。2024年，公司在全球设立10+N创新生态体系、163个制造中心、108个营销中心，并在全球市场覆盖接近23万个销售网点。基于全球市场，公司可以发挥全球协同平台及研发、产品开发、采购、供应链、营销及品牌推广等综合功能，并能够将已有的成功市场经验共享拓展至全球各个市场。

（3）在研发方面，公司形成了行业领先的研发和技术实力，截至2024年底，公司累计获得17项国家科技进步奖，获奖数量行业第一。没有成功的企业，只有时代的企业。竞争优势永远不是静态的，公司始终坚持以用户为是、以自己为非的价值观，秉承的创业、创新的“两创”精神，才是公司不断穿越周期、持续发展的根本。

**6、公司收购开利商用制冷、南非Kwikot，对公司的业务布局有何影响？**

答：2024年12月公司收购南非热水器龙头Kwikot公司，凭借其在南非市场百年积累与领先份额，海尔智家将通过研发、采购、供应链等全方位协同，提升Kwikot公司竞争力，加速自身水产业全球化进程。而对开利商用制冷业务的收购，公司业

绩可拓展至商用制冷新领域，为公司开辟了新的增长空间。开利商冷在二氧化碳制冷领域的技术经验与商业案例储备丰富，交割后双方积极推动全球市场、研发技术、平台能力的协同共享，并重构能快速响应和服务客户的组织体系，为海尔智家在商用制冷领域的长远发展筑牢根基。

#### **7、公司之后的盈利有什么增长点？**

答：公司对于 25 年度发展路径主要有以下几点：

（1）海外市场。公司将深入推进全球化创牌战略，全球各地市场全面提升份额和盈利能力。通过拉通全球研发资源、建立全球统一的模块平台提升我们在产品引领性、研发速度和成本的竞争力；通过供应链重新布局、产业资源直达终端，以及全球服务与物流平台建设等举措提升在供应链韧性、市场反应速度、运营效率等方面竞争力。

（2）国内市场，推进数字库存变革，让我们的客户做生意更加轻松、高效；通过数字营销等建立完善的用户运营体系，更快速地了解 and 满足用户需求。通过 TC 模式转型，直面用户，发挥我们在技术、制造和服务的优势打造更多的爆款。我们今年 3 月上市的懒人洗三筒洗衣机，就是用户从产品创意到命名全流程参与的结果。

（3）在成本和效率方面。我们将大力投入新技术与新材料的研发，推进平台化建设，不断进行组织迭代，以此提升成本竞争力。深入推进 AI 变革，精简组织架构，让组织更加扁平化、高效化；优化业务流程，提高运营效率。过去 3 年我们通过数字化变革我们国内的销售与管理费用率优化近 2 个点。随着极限成本变革、AI 变革推进，我们在毛利率与费用率方面依然有优化的空间。目前公司各项业务发展态势良好，我们将继续扎实做好经营管理、深度推进公司变革，努力为投资者创造更大价值。

#### **8、你们行业本期整体业绩怎么样？你们跟其他公司比如何？**

答：2024 年公司实现营业收入 2,859.81 亿元，同比增长 4.29%；归母净利润达到 187.41 亿元，同比增长 12.92%；2025 年一季度公司实现营业收入 791.18 亿元，同比增长 10.06%；实现归母净利润 54.87 亿元，同比增长 15.09%；扣非后归母净利润 53.64 亿元，同比增长 15.61%。目前公司各项业务发展态势良好，我们将继续扎实做好经营管理、深度推进公司变革，努力为投资者创造更大价值。

#### **9、行业以后的发展前景怎样？**

答：（1）从国内市场来看，目前国内家电市场呈现高保有率、存量市场规模大的特征，换购已成为需求主要组成部分：根据 GfK 中怡康推总数据，2023 年底，中国家电保有量超过 69 亿台；66%购买动机为换购，34%购买动机为新增或者增购。随着消费者对于生活品质持续提升、驱动的产品升级有望带来产品价值增长，以及洗碗机、干衣机等品类渗透率提升，整体市场规模未来有望持续增长。

(2) 从海外市场来看，市场仍具备明确的消费升级趋势及结构性增长机会。其中，新兴市场家电消费需求潜力大，随着其城市化进程加速、中产阶级扩容，将为家电行业创造新的市场机会。

**10、公司 2025 年一季度海外销售情况如何，新兴市场取得怎样成果？**

答：2025 年第一季度，海外整体收入同比增长 12.6%。公司海外业务通过发挥全球研发平台优势，加速产品创新迭代实现高端引领；通过开展海外市场数字化变革，提升产品竞争力与终端运营效率，实现份额突破与盈利改善。其中在新兴市场，公司保持快速增长态势，其中：在南亚市场，公司收入同比增长超 30%；其中公司在印度市场整体零售额、零售量份额分别提升 0.6 个百分点、0.7 个百分点；对开门冰箱份额达 21%。在东南亚市场，公司收入同比增长超过 20%；其中公司冰箱在越南市场销量份额达到 22.8%，位居行业第一；公司整体白电在泰国市场销量份额达到 14%，位居行业第一。在中东非市场，公司收入同比增长超 50%；在埃及市场，公司冰箱、洗衣机、空调等品类份额实现翻番增长。

**11、我有四个问题请在说明会回答。1、2024 年公司国内冰箱、厨电业务收入低于该业务国内整体平均收入，是什么因素所致？ 2、受国内消费低端化趋势和房地产周期影响，新进入者小米抢占低端线上市场，其线上业务增速迅猛，公司对线上低端业务是否会调整策略？如何参与竞争？ 3、受关税影响，公司大白电业务北美供应链自成体系情况？是否比竞争对手存在成本大幅提升可能？ 4、北美业务面临复杂情况，但危与机同时存在，公司是否计划参与因竞争对手关税成本提高带来的市场机遇？尤其是一些小家电业务，公司优势在哪里？**

答：（1）2024 年，公司冰箱业务继续保持行业领先优势：根据 Gkf 中怡康数据，线上零售额份额达到 40.4%，同比增加 1 个百分点；线下零售额份额为 44.1%。公司厨电国内业务份额持续提升，依据 GfK 中怡康统计，线上及线下市场份额分别上涨 1 个、0.2 个百分点；其中公司目前在线下市场稳居第三。

（2）面对行业的变化，公司深化模式变革，充分发挥我们在研发、供应链、服务、质量的优势；深化在成本和效率方面的变革，通过全流程应用 AI 工具提高公司效率；持续打造在爆款产品、内容营销、用户运营的能力。

（3）在海外市场，公司始终秉持全球化发展战略，致力于在海外构建完善的本土化运营体系，包括本土化研发、制造、营销体系。其中在北美市场，公司已形成以本土化为主的供应链体系。面对波动的外部环境，公司将依托全球研发资源与协同体系，实现产品快速迭代，打造爆款。全力搭建数字化能力赋能体系，驱动市场、研发、制造体系重构。引入数字化工具实现组织架构扁平化、敏捷化，快速响应市场与用户需求。持续提升供应链的韧性和效率。通过优化供应链网络布局，建立

多元化的供应商体系，加强供应链各环节的协同管理，提高应对能力，确保原材料供应稳定和产品交付及时。

### **12、公司本期盈利水平如何？**

答：2024 年年度实现营业收入 2,859.81 亿元，同比增长 4.29%；归母净利润达到 187.41 亿元，同比增长 12.92%；2025 年一季度公司实现营业收入 791.18 亿元，同比增长 10.06%；实现归母净利润 54.87 亿元，同比增长 15.09%；扣非后归母净利润 53.64 亿元，同比增长 15.61%。目前公司各项业务发展态势良好，我们将继续扎实做好经营管理、深度推进公司变革，努力为投资者创造更大价值。

### **13、公司 2025 年一季度毛利率提升，主要是哪些因素的影响？**

答：一季度，公司聚焦极致成本，建立全流程全要素的成本管理体系，实现毛利率稳定提升 0.1 个百分点，达到 25.4%。具体原因是：

（1）成本端：建立商、料指标库，搭建成本模型核算、一键比价等能力深挖降本空间，实现成本竞争力；通过爆款超市、方案超市、技术创新方案推进极致成本方案上平台；不断强化全球供应链协同。持续优化模块优选库方案，清理低效物料；拉通供应商方案驱动设计方案竞争力提升。

（2）市场端：通过响应国补 2.0 政策+全球化高端突破的战略，国内市场，高端品牌卡萨帝保持较快增长；海外区加速高端品牌出样，提高用户体验。

### **14、请介绍下 2025 年公司数字化变革驱动的费用持续优化空间？**

答：公司正在推进数字化库存和数字化营销为主的数字化变革，其中数字化库存方面，去年四季度，数字库存 1.0 版上线。以空调为例，在 POP 店渠道率先实施数字库存项目，助力客户轻资产模式运营，缩短响应链条，加速产品周转速度。依托大数据分析精准预判需求，动态调整生产与物流计划，减少资源浪费。数字营销方面，通过构建直面用户的营销组织、新营销能力和数字营销平台，实现消费者需求的精准洞察与触达；通过数字营销平台实现营销效果的实时监测与优化，提升营销投入产出比；公司通过深化全域触点布局与营销数字化转型提升流量获取与转化能力。2025 年第一季度公司与抖音、快手、小红书、B 站等新媒体平台建立战略合作关系，通过共创优质内容、优化投入产出效率，提升获客精准度。2025 年将继续深化上述数字化转型，提高费用效率，提升费用优化空间。

### **15、请问公司对 2025 年营收和利润的预期是多少？**

答：2025 年一季度公司实现营业收入 791.18 亿元，同比增长 10.06%；实现归母净利润 54.87 亿元，同比增长 15.09%；扣非后归母净利润 53.64 亿元，同比增长 15.61%。截止目前公司业务发展态势良好，2025 年全年的具体经营情况请以公司后续披露的定期报告为准。我们将继续扎实做好经营管理、深度推进公司变革，努力为投资者创造更大价值。

	<p><b>16、2024 年公司的智慧楼宇收入实现新突破,请问公司在智慧楼宇领域取得这一成绩的关键因素是什么?</b></p> <p>答: 2024 年海尔智慧楼宇收入突破 100 亿元, 主要得益于在压缩机等核心部件的持续投入与突破、多联机产品平台迭代升级, 以及海外市场持续拓展。首先, 公司通过深化核心零部件的自研与自制, 构建起在节能、低碳、智慧等领域的引领能力, 为业务发展夯实基础。其次, 国内市场上, 公司持续升级产品阵容, 同时聚焦网络开发、经销商经营能力提升以及专业方案组织体系与能力建设, 实现了逆势增长。在国外市场, 海尔深化差异化产品与专业渠道能力建设, 并积极推进潜力市场布局, 实现了良好发展。此外, 公司还不断强化节能、健康、舒适、便捷、智慧的用户体验, 优化产品平台设计, 提升产品效率, 进一步增强了盈利能力, 助力智慧楼宇业务取得亮眼成绩。</p> <p><b>17、公司营收和净利润的具体增速如何? 增长主要来自哪些业务板块?</b></p> <p>答: 2024 年公司实现营业收入 2,859.81 亿元, 同比增长 4.29%; 实现归母净利润 187.41 亿元, 同比增长 12.92%。分产业来看:</p> <p>(1) 制冷产业实现全球收入 836 亿元, 增长 2.0%。(2) 洗护产业实现全球收入 633 亿, 增长 3%。(3) 厨电产业实现全球收入 412 亿元, 下降 1.1%。(4) 空气产业实现全年收入 496 亿, 增长 7.6%。(5) 水产业实现全球收入 162 亿, 增长 5.5%。2024 年各个产业的经营利润率均保持提升态势。</p>
日期	2025 年 6 月 4 日