

Haier

海爾智家股份有限公司

Haier Smart Home Co., Ltd.

(於中華人民共和國註冊成立的股份有限公司)

A股股份代號：600690 D股股份代號：690D H股股份代號：6690

2022 中期報告



企業簡介

我們是全球大家電行業的領導者。根據歐睿數據顯示，截至2021年度，我們的大家電零售量在全球大家電行業連續十三年位列第一。我們擁有全球家電品牌集群，包括海爾、卡薩帝、Leader、GE Appliances、Candy、Fisher & Paykel及AQUA。海爾品牌製冷設備和洗衣設備的零售量在全球大家電品牌中分別連續十四年和十三年蟬聯第一。目前，我們在中國、北美洲、歐洲、南亞和東南亞、澳大利亞和新西蘭、日本、中東和非洲等超過160個國家和地區開展運營。

我們亦是全球智慧家庭解決方案的開拓者。根據歐睿，依託全品類的家電產品優勢，我們是業內首批推出智慧家庭解決方案的家電企業之一，並以海爾智家體驗雲平台為支撐，提供涵蓋不同生活場景的綜合智慧家庭解決方案。我們利用互聯家電產品、海爾智家APP及海爾智家體驗雲平台，與線下的體驗中心和專賣店相結合，為用戶提供不同生活場景的智慧家庭解決方案，滿足用戶美好生活需求。

目錄

公司資料	2
簡明綜合財務報表審閱報告	4
中期簡明綜合：	
損益及其他全面收益表	5
財務狀況表	7
權益變動表	9
現金流量表	11
中期簡明綜合財務報表附註	14
管理層討論與分析	43
企業管治常規	77
權益披露	79
股份獎勵計劃	85

公司資料

董事會

執行董事

梁海山先生(自2022年6月28日起退任)

李華剛先生(董事長兼行政總裁)

宮偉先生(自2022年6月28日起獲委任)

解居志先生(自2022年6月28日起退任)

非執行董事

武常岐先生(自2022年6月28日起退任)

林綏先生(自2022年6月28日起退任)

俞漢度先生

李錦芬女士

邵新智女士(自2022年6月28日起獲委任)

獨立非執行董事

錢大群先生

王克勤先生

李世鵬先生

吳琪先生

監事

劉大林先生

于淼先生

馬穎潔女士

董事會秘書

劉曉梅女士

主要董事會委員會

審計委員會

王克勤先生(委員會主席)

錢大群先生

俞漢度先生

吳琪先生

邵新智女士

薪酬與考核委員會

錢大群先生(委員會主席)

李華剛先生

李世鵬先生

提名委員會

吳琪先生(委員會主席)

李華剛先生

李世鵬先生

戰略委員會

李華剛先生(委員會主席)

李世鵬先生

吳琪先生

宮偉先生

環境、社會與管治委員會

李錦芬女士(委員會主席)

錢大群先生

宮偉先生

公司秘書

伍志賢先生

法律顧問**關於中國法律**

中倫律師事務所

關於香港法律

高偉紳律師行

主要往來銀行

中國建設銀行股份有限公司

核數師

和信會計師事務所(特殊普通合伙)

國衛會計師事務所有限公司

財務日誌

六個月中期終結 : 6月30日

財政年度年結 : 12月31日

註冊辦事處及總部

中國山東省

青島市嶗山區

海爾工業園

香港主要營業地點

香港

皇后大道中99號

中環中心35樓

3513室

電話號碼

+86 (532) 8893 1670

+852 2169 0000

傳真號碼

+86 (532) 8893 1689

+852 2169 0880

H股過戶登記處

卓佳證券登記有限公司

香港

夏慤道16號

遠東金融中心17樓

股份代號

上海證券交易所：600690

法蘭克福證券交易所：690D

香港聯合交易所有限公司：06690

網站

<http://smart-home.haier.com>

投資者關係聯絡資料

縱橫財經公關顧問有限公司

香港

夏慤道18號

海富中心一期24樓

電話號碼 : (852) 2111 8468

傳真號碼 : (852) 2527 1196

電郵地址 : haier@sprg.com.hk

簡明綜合 財務報表審閱報告



國衛會計師事務所有限公司
HODGSON IMPEY CHENG LIMITED

致海爾智家股份有限公司

董事會

(於中華人民共和國註冊成立的股份有限公司)

緒言

吾等已審閱載於第5至42頁的海爾智家股份有限公司(「貴公司」)及其附屬公司(統稱「貴集團」)的簡明綜合財務報表，包括於2022年6月30日的簡明綜合財務狀況表，以及截至該日止六個月期間的相關簡明綜合損益及其他全面收益表、權益變動表及現金流量表及若干說明附註。香港聯合交易所有限公司證券上市規則規定，就中期財務資料編製的報告須符合當中有關條文及國際會計準則理事會頒佈的國際會計準則第34號「中期財務報告」(「國際會計準則第34號」)。貴公司董事須對根據國際會計準則第34號編製及呈列該等簡明綜合財務報表負責。吾等的責任是根據吾等的審閱對該等簡明綜合財務報表作出結論，並按照委聘的協定條款僅向作為整體的閣下報告結論，且並無其他目的。吾等不會就本報告的內容向任何其他人士負責或承擔任何責任。

審閱範圍

吾等已根據香港會計師公會頒佈的《香港審閱委聘準則》第2410號「實體的獨立核數師對中期財務資料的審閱」(「香港審閱委聘準則第2410號」)進行審閱。審閱該等簡明綜合財務報表包括主要向負責財務及會計事務的人員作出查詢，並應用分析性及其他審閱程序。審閱範圍遠小於根據香港核數準則進行審核的範圍，故不能令吾等保證將知悉在審核中可能發現的所有重大事項。因此，吾等不會發表審核意見。

結論

按照吾等的審閱，吾等並無發現任何事項，令吾等相信簡明綜合財務報表在各重大方面未有根據國際會計準則第34號編製。

國衛會計師事務所有限公司

執業會計師

田新傑

執業證書編號：P07364

香港，2022年8月29日

中期簡明 綜合損益及其他全面收益表

截至2022年6月30日止六個月

	附註	截至6月30日止六個月	
		2022年 人民幣百萬元 (未經審核)	2021年 人民幣百萬元 (未經審核) (經重列)
收入	5	121,846	111,722
銷售成本		(85,643)	(78,764)
毛利		36,203	32,958
其他收益或虧損	6	1,373	992
銷售及分銷開支		(17,606)	(16,731)
行政費用		(10,557)	(9,328)
融資成本	8	(352)	(362)
應佔聯營公司利潤及虧損		937	943
稅前溢利	7	9,998	8,472
所得稅開支	9	(2,001)	(1,526)
期內溢利		7,997	6,946
其他全面收益／(虧損)			
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		108	56
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		31	113
換算海外業務之匯兌差額		2,771	(503)
		2,910	(334)
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		5	(1)
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		(50)	39
		(45)	38
期內其他全面收益／(虧損)，稅後		2,865	(296)
期內全面收益總額		10,862	6,650

中期簡明綜合損益及其他全面收益表

截至2022年6月30日止六個月

	附註	截至6月30日止六個月	
		2022年 人民幣百萬元 (未經審核)	2021年 人民幣百萬元 (未經審核) (經重列)
應佔期內溢利：			
— 本公司擁有人		7,949	6,859
— 非控股權益		48	87
		7,997	6,946
應佔全面收益總額：			
— 本公司擁有人		10,816	6,565
— 非控股權益		46	85
		10,862	6,650
本公司普通股股東應佔每股盈利			
— 基本(每股人民幣元)	11	0.85	0.74
— 攤薄(每股人民幣元)	11	0.85	0.73

中期簡明 綜合財務狀況表

於2022年6月30日

	附註	2022年 6月30日 人民幣百萬元 (未經審核)	2021年 12月31日 人民幣百萬元 (經審核) (經重列)
非流動資產			
物業、廠房及設備	13	29,663	26,981
投資物業		26	25
使用權資產		4,686	3,786
商譽		22,747	21,827
其他無形資產		8,556	8,499
於聯營公司的權益		24,111	23,201
指定為以公允價值計量且其變動計入其他全面收益的股權投資		4,852	4,849
以攤銷成本計量的金融資產		306	309
遞延金融工具		47	47
長期預付款項		1,353	1,860
遞延稅項資產		1,399	1,857
其他非流動資產		697	579
非流動資產總值		98,443	93,820
流動資產			
存貨	14	41,006	39,901
貿易應收款項及應收票據	15	26,338	27,997
合約資產		281	304
預付款項、按金及其他應收款項		5,989	6,418
以公允價值計量且其變動計入當期損益的金融資產(「以公允價值計量且其變動計入當期損益的金融資產」)		2,560	2,786
以攤銷成本計量的金融資產		1,552	317
衍生金融工具		163	80
已抵押存款		944	755
使用用途受限的其他資金		107	145
現金及現金等價物		49,265	45,071
持作出售之出售集團之資產		128,205 5	123,774 5
流動資產總值		128,210	123,779
流動負債			
貿易應付款項及應付票據	16	66,932	67,419
其他應付款項及應計項目		28,348	25,320
合約負債		5,397	10,027
計息借款	17	22,471	17,968
租賃負債		830	688
應納稅款		1,359	1,307
可轉換債券		245	—
撥備		2,094	2,190
衍生金融工具		77	80
以公允價值計量且其變動計入當期損益的金融負債		79	6
流動負債總額		127,832	125,005

中期簡明綜合財務狀況表

於2022年6月30日

	附註	2022年 6月30日 人民幣百萬元 (未經審核)	2021年 12月31日 人民幣百萬元 (經審核) (經重列)
流動資產/(負債)淨值		378	(1,226)
資產總值減流動負債		98,821	92,594
非流動負債			
計息借款	17	2,156	3,075
租賃負債		2,764	1,961
可轉換債券		—	335
遞延收入		792	723
遞延稅項負債		2,517	2,122
養老金及類似義務撥備		1,173	1,173
撥備		1,777	1,949
其他非流動負債		66	113
非流動負債總額		11,245	11,451
資產淨值		87,576	81,143
權益			
股本	18	9,447	9,399
儲備		76,804	70,453
本公司擁有人應佔權益		86,251	79,852
非控股權益		1,325	1,291
權益總額		87,576	81,143

董事會於2022年8月29日批准及授權發佈簡明綜合財務報表。

李華剛
董事長

宮偉
執行董事

隨附的附註為該等簡明綜合財務報表組成部分。

中期簡明 綜合權益變動表

截至2022年6月30日止六個月

本公司擁有人應佔		儲備															
		已發行 權益 人民幣 百萬元	股本儲備 人民幣 百萬元	界定利益 計劃儲備的 重新計量 人民幣 百萬元	現金流量 對沖儲備 人民幣 百萬元	其他 全面收益 的儲備 人民幣 百萬元	按公允 價值計入 其他 權益	權益法 投資儲備 人民幣 百萬元	儲備基金 人民幣 百萬元	可轉換及 可交換 債券儲備 人民幣 百萬元	保留溢利 人民幣 百萬元	換算財務 報表儲備的 匯兌差額 人民幣 百萬元	其他儲備 人民幣 百萬元	庫存股份 儲備 人民幣 百萬元	儲備總額 人民幣 百萬元	合計 人民幣 百萬元	非控股 權益 人民幣 百萬元
於2021年1月1日(經審核) 共同控制下業務合併的影響(附註3)		9,028	14,236	37	(100)	(159)	(292)	3,044	2,365	38,470	(535)	773	(29)	57,810	66,838	1,295	68,133
於2021年1月1日(經重列) 期內利潤		—	30	—	—	—	—	—	—	8	—	—	—	38	38	17	55
於2021年1月1日(經重列) 期內利潤		9,028	14,266	37	(100)	(159)	(292)	3,044	2,365	38,478	(535)	773	(29)	57,848	66,876	1,312	68,188
年內其他全面收益/(虧損)		—	—	(1)	—	—	—	—	—	6,859	—	—	—	6,859	6,859	87	6,946
— 界定利益計劃重新計量導致的變動		—	—	(1)	—	—	—	—	—	—	—	—	—	(1)	(1)	—	(1)
— 應佔聯營公司其他全面收益		—	—	—	—	—	56	—	—	—	—	—	—	56	56	—	56
— 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		—	—	—	113	—	—	—	—	—	—	—	—	113	113	—	113
— 換算海外業務之匯兌差額		—	—	—	—	—	—	—	—	—	(501)	—	—	(501)	(501)	(2)	(503)
— 指定為以公允價值計量且其變動計入 其他全面收益的股權投資之公允價值 變動，稅後		—	—	—	—	39	—	—	—	—	—	—	—	39	39	—	39
期內全面收益/(虧損)總額		—	—	(1)	113	39	56	—	—	6,859	(501)	—	—	6,565	6,565	85	6,650
購買庫存股份		—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	(2,594)	(2,594)	(2,594)	—	(2,594)
註銷庫存股份		(32)	(794)	—	—	—	—	—	—	—	—	—	826	32	—	—	—
應付股息		—	—	—	—	—	—	—	—	(3,421)	—	—	—	(3,421)	(3,421)	—	(3,421)
可轉換債券獲兌換時發行股份		397	8,096	—	—	—	—	—	(2,216)	—	—	—	—	5,880	6,277	—	6,277
其他變動		—	—	—	—	—	39	—	—	171	—	—	—	210	210	(25)	185
於2021年6月30日(未經審核)		9,393	21,568	36	13	(120)	(197)	3,044	149	42,087	(1,036)	773	(1,797)	64,520	73,913	1,372	75,285

中期簡明綜合權益變動表

截至2022年6月30日止六個月

本公司擁有人應佔		儲備																	
		已發行 權益 人民幣 百萬元	股本 人民幣 百萬元	股份支付 儲備 人民幣 百萬元	界定利益 計劃儲備的 重新計量 人民幣 百萬元	現金流量 對沖儲備 人民幣 百萬元	全面收益 的儲備 人民幣 百萬元	其他 價值計入 儲備 人民幣 百萬元	按公允 價值計入 其他 儲備 人民幣 百萬元	權益法 投資儲備 人民幣 百萬元	權益基金 儲備 人民幣 百萬元	可轉換及 可交換 債券儲備 人民幣 百萬元	保留溢利 人民幣 百萬元	換算財務 報表儲備的 匯兌差額 人民幣 百萬元	其他儲備 人民幣 百萬元	庫存股份 儲備 人民幣 百萬元	儲備總額 人民幣 百萬元	合計 人民幣 百萬元	非控股 權益 人民幣 百萬元
於2022年1月1日(經審核) 共同控制下業務合併的影響 (附註3)	9,399	21,515	262	73	3	1,006	—	(341)	3,437	119	47,909	(1,919)	773	(2,424)	70,413	79,812	1,272	81,084	
於2022年1月1日(經重列) 期內利潤	—	30	—	—	—	—	—	—	—	—	10	—	—	—	40	40	19	59	
年內其他全面收益/(虧損)	9,399	21,545	262	73	3	1,006	(341)	3,437	119	47,919	(1,919)	773	(2,424)	70,453	79,852	1,291	81,143		
一 界定利益計劃重新計量導致的變動	—	—	—	5	—	—	—	—	—	—	7,949	—	—	—	7,949	7,949	48	7,997	
一 應佔聯營公司其他全面收益	—	—	—	—	—	—	108	—	—	—	—	—	—	—	108	108	—	108	
一 用於現金流量對沖的對沖工具公允價值	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	
一 變動之有效部分，稅後	—	—	—	—	27	—	—	—	—	—	—	—	—	—	27	27	4	31	
一 換算海外業務之匯兌差額	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	2,777	—	—	2,777	2,777	(6)	2,771	
一 指定為以公允價值計量且其變動計入其他全面收益的股權投資之公允價值	—	—	—	—	—	(50)	—	—	—	—	—	—	—	—	(50)	(50)	—	(50)	
一 變動，稅後	—	—	—	—	—	(50)	—	—	—	—	—	—	—	—	(50)	(50)	—	(50)	
期內全面收益/(虧損)總額	—	—	—	5	27	(50)	108	—	—	7,949	2,777	—	—	10,816	10,816	46	10,862		
發行股份	41	899	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	899	940	—	940	
購買庫存股份	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	(1,539)	(1,539)	—	(1,539)		
確認按股份支付結算的權益	—	—	333	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	333	333	—	333	
應付本公司擁有人的股息	—	—	—	—	—	—	—	—	—	(4,320)	—	—	—	—	(4,320)	(4,320)	—	(4,320)	
應付非控股權益的股息	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	(1)	(1)	
共同控制下的業務合併	—	(153)	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	(153)	(153)	—	(153)	
可轉換債券兌換時發行股份	7	134	—	—	—	—	—	—	(38)	—	—	—	—	—	96	103	—	103	
其他變動	—	26	—	—	—	—	—	—	—	190	—	—	—	—	219	219	(11)	208	
於2022年6月30日(未經審核)	9,447	22,451	595	78	30	956	(233)	3,437	81	51,738	858	776	(3,963)	76,804	86,251	1,325	87,576		

中期簡明 綜合現金流量表

截至2022年6月30日止六個月

		截至6月30日止六個月	
	附註	2022年 人民幣百萬元 (未經審核)	2021年 人民幣百萬元 (未經審核) (經重列)
經營活動所得現金流量			
稅前利潤		9,998	8,472
調整項目：			
融資成本	8	352	362
利息收入	6	(404)	(292)
應佔聯營公司利潤及虧損		(937)	(943)
出售以公允價值計量且其變動計入當期損益的金融資產／負債的收益淨額	6	(178)	(165)
出售非流動資產的收益淨額	6	(23)	(135)
以公允價值計量且其變動計入當期損益的金融資產／負債公允價值虧損／(收益)淨額	6	119	(64)
物業、廠房及設備折舊	7	1,954	1,870
使用權資產及投資物業折舊	7	428	355
其他無形資產及其他非流動資產攤銷	7	455	464
過時及滯銷存貨撥備淨額	7	372	403
貿易應收款項及應收票據之預期信貸虧損撥備淨額	7	254	33
預付款項、按金及其他應收款項及長期預付款項			
預期信貸虧損撥備	7	339	240
非流動資產減值	7	1	22
以權益結算以股份為基礎之開支		333	—
營運資金變動前的經營現金流入		13,063	10,622
存貨增加		(1,477)	(3,760)
貿易應收款項及應收票據、預付款項、按金及其他應收款項及合約資產減少／(增加)		1,926	(2,217)
貿易應付款項及應付票據、其他應付款項及應計費用及合約負債(減少)／增加		(6,657)	4,605
其他營運資金變動		39	(17)
經營所得現金		6,894	9,233
已收利息		258	273
已付所得稅		(1,188)	(1,064)
經營活動所得現金淨額		5,964	8,442

中期簡明綜合現金流量表

截至2022年6月30日止六個月

附註	截至6月30日止六個月	
	2022年 人民幣百萬元 (未經審核)	2021年 人民幣百萬元 (未經審核) (經重列)
投資活動所得現金流量		
購買非流動資產付款	(3,343)	(3,156)
出售非流動資產所得款項	75	19
已收聯營公司股息	379	272
出售以攤銷成本計量的金融資產及以公允價值計量 且其變動計入當期損益的金融資產所得款項	4,732	2,869
購買以攤銷成本計量的金融資產及以公允價值計量 且其變動計入當期損益的金融資產付款	(5,786)	(3,070)
從以攤銷成本計量的金融資產及以公允價值計量 且其變動計入當期損益的金融資產的已收利息	41	31
其他投資現金流量	(258)	(203)
投資活動所用現金流量淨額	(4,160)	(3,238)
融資活動所得現金流量		
發行股份的所得款項	940	—
回購股份	(1,539)	(2,594)
借款所得款項	8,045	4,920
償還借款	(4,668)	(5,618)
償還債券	—	(5,500)
租賃付款	(333)	(314)
已付利息	(318)	(244)
其他融資現金流量	33	(258)
融資活動所得/(所用)現金流量淨額	2,160	(9,608)
現金及現金等價物增加/(減少)淨額	3,964	(4,404)
期初現金及現金等價物	45,071	45,738
外幣匯率變動的影響淨額	230	(106)
期末現金及現金等價物	49,265	41,228

中期簡明綜合現金流量表

截至2022年6月30日止六個月

截至6月30日止六個月

附註	2022年 人民幣百萬元 (未經審核)	2021年 人民幣百萬元 (未經審核) (經重列)
現金及現金等價物餘額分析		
非抵押現金及銀行餘額	32,243	23,759
定期存款	17,022	17,469
簡明綜合財務狀況表所載現金及現金等價物	49,265	41,228

中期簡明 綜合財務報表附註

截至2022年6月30日止六個月

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中國山東省青島市嶗山區海爾工業園。

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**」)。

本報告於2022年8月29日獲董事會批准刊發。

本公司及其附屬公司(統稱「**本集團**」)的主要業務載於中期簡明綜合財務報表附註4「經營分類資料」中。

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《國際財務報告準則》第34號(「**國際財務報告準則**」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》附錄十六的適用披露規定編製。

2.2 主要會計政策

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》(「**國際財務報告準則**」)所產生的新增會計政策，以及應用與本集團相關的若干會計政策外，編製截至2022年6月30日止六個月之簡明綜合財務賬項時採用之會計政策及計算方法與本集團截至2021年12月31日止年度之年度財務賬項呈列所採用相同。

2.2 主要會計政策(續)

應用國際財務報告準則修訂本

於本中期期間，本集團已首次應用國際會計準則理事會頒佈的以下《國際財務報告準則》之修訂本，並於2022年1月1日或之後開始的年度期間強制生效，以編製本集團的簡明綜合財務報表：

《國際財務報告準則》第3號(修訂本)	概念框架之提述
《國際財務報告準則》第16號(修訂本)	2021年6月30日以後新型冠狀病毒肺炎相關租金優惠
《國際會計準則》第16號(修訂本)	物業、機器及設備 — 擬定用途前的所得款項
《國際會計準則》第37號(修訂本)	有償合約 — 履行合約的成本
《國際財務報告準則》(修訂本)	《國際財務報告準則》之年度改進(2018年至2020年)

本中期期間應用經修訂《國際財務報告準則》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2022年4月28日，為打造家庭清潔類服務機器人的競爭力，促進本公司清潔電器業務發展，集中清潔電器資源，打造全屋深度清潔競爭力，同時提升公司治理水準、減少日常關聯交易，本公司全資附屬公司生活電器公司與海爾集團公司(連同其附屬公司稱為「海爾集團」)之全資附屬公司青島海爾互聯科技有限公司(「互聯公司」)訂立青島塔波爾機器人技術有限責任公司(「塔波爾」)轉讓協議，據此，生活電器公司同意收購而互聯公司同意出售塔波爾100%股權，代價為人民幣125百萬元。於報告期末，該交易已完成。塔波爾主要從事智慧掃地機器人產品的研發、設計、銷售。

另外，青島日日順電器服務有限公司(「日日順電器」)(本公司的附屬公司)及青島日日順物聯網有限公司(「日日順物聯網」)(海爾集團的附屬公司)訂立青島日日順服務有限公司(「日日順服務」)股權轉讓協議，據此，日日順電器同意收購而日日順物聯網同意以約人民幣51百萬元的對價出售日日順服務60%股權。於報告期末，是項交易已經完成。

由於轉讓協議完成前後，本公司及塔波爾以及日日順服務均由海爾集團最終控制，收購塔波爾及日日順服務已使用合併會計原則入賬。本集團截至2022年及2021年6月30日止期間之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包括當時組成本集團的所有公司及塔波爾以及日日順服務的業績、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2022年及2021年6月30日止期間或自其各自的收購、註冊成立或註冊日期以來(以較短者為準)一直存在。

3. 就共同控制業務的業務合併使用合併會計法 (續)

本集團於2021年12月31日的簡明綜合財務狀況表乃旨在呈列本集團及塔波爾以及日日順服務的狀況(猶如本集團緊隨股權轉讓完成後的企業架構一直存在),並按照於2021年12月31日本公司應佔各公司各自股權及/或對各公司行使控制權的權力而編製。

本集團先前呈報的收入、稅前溢利及本公司擁有人應佔期內溢利、資產淨值、儲備及權益總額並無因涉及共同控制下之業務的業務合併的合併會計法而作出重大調整。

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) 中國智慧家庭業務

(i) 全屋食品解決方案

- 國內冰箱業務分部製造及在中國內地銷售冰箱(「**冰箱/冷櫃**」);
- 國內廚房電器業務分部製造及在中國內地銷售廚房電器(「**廚電**」);

(ii) 全屋空氣解決方案

- 國內空調業務分部製造及在中國內地銷售空調(「**空調**」);

(iii) 全屋衣物解決方案

- 國內洗衣機分部製造及在中國內地銷售洗衣機(「**洗衣設備**」);

(iv) 全屋用水解決方案

- 國內水家電業務分部製造及在中國內地銷售熱水器、淨水器及其他水家電(「**水家電**」);

4. 經營分類資料(續)

(b) 海外智慧家庭業務

- 海外家電與智慧家庭業務分部製造及在中國內地以外的全球範圍內銷售家用電器及智能家電(「海外智慧家庭業務」)；及

(c) 其他業務

- 其他業務包括低於釐定可呈報分部的量化門檻的業務(「其他業務」)。該等其他業務包括(其中包括)裝備部品、生活小家電及渠道分銷。我們的裝備部品業務主要為家電配套零部件的採購、製造與銷售。生活小家電業務主要為設計、外包製造及銷售本公司品牌的各類生活小家電產品，以填補智慧家庭解決方案業務的空缺。渠道分銷業務主要為利用本集團廣泛的銷售網絡，分銷海爾集團及其他第三方的電視機、消費電子類產品及其他。

除未分配的公司資產(主要包括若干商譽、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、其他應付款項及應計費用及遞延稅項負債)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。

中期簡明綜合財務報表附註

截至2022年6月30日止六個月

4. 經營分類資料(續)

以下為本集團按可呈報分部劃分的收入及業績分析：

截至2022年6月30日止六個月

	中國智慧家庭業務					海外智慧 家庭業務 人民幣百萬元 (未經審核)	其他業務 人民幣百萬元 (未經審核)	合計 人民幣百萬元 (未經審核)
	全屋食品解決方案		全屋空氣 解決方案	全屋衣物 解決方案	全屋用水 解決方案			
	冰箱/冷櫃業務 人民幣百萬元 (未經審核)	廚電業務 人民幣百萬元 (未經審核)	空調業務 人民幣百萬元 (未經審核)	洗衣設備業務 人民幣百萬元 (未經審核)	水家電業務 人民幣百萬元 (未經審核)			
分部收入								
來自外部客戶的分部收入	19,258	1,656	15,919	12,472	6,677	61,196	4,668	121,846
分部間收入	2,481	333	3,540	2,310	109	285	38,360	47,418
合計	21,739	1,989	19,459	14,782	6,786	61,481	43,028	169,264
對賬：								
分部間抵銷								(47,418)
合計								121,846
分部業績	2,296	46	454	1,294	848	3,634	(469)	8,103
對賬：								
分部間業績抵銷								139
企業及其他未分配收入及 損益								8,242
企業及其他未分配開支								1,261
融資成本								(90)
應佔聯營公司利潤及虧損								(352)
								937
稅前溢利								9,998

4. 經營分類資料(續)

截至2021年6月30日止六個月(經重列)

	中國智慧家庭業務					海外智慧 家庭業務	其他業務	合計
	全屋食品解決方案		全屋空氣 解決方案	全屋衣物 解決方案	全屋用水 解決方案			
	冰箱/冷櫃業務 人民幣百萬元 (未經審核)	廚電業務 人民幣百萬元 (未經審核)	空調業務 人民幣百萬元 (未經審核)	洗衣設備業務 人民幣百萬元 (未經審核)	水家電業務 人民幣百萬元 (未經審核)			
分部收入								
來自外部客戶的分部收入	16,898	1,495	15,095	10,901	5,806	56,669	4,858	111,722
分部間收入	2,290	289	2,549	2,057	79	247	38,515	46,026
合計	19,188	1,784	17,644	12,958	5,885	56,916	43,373	157,748
對賬：								
分部間抵銷								(46,026)
合計								111,722
分部業績	2,029	38	228	847	727	3,217	(78)	7,008
對賬：								
分部間業績抵銷								97
								7,105
企業及其他未分配收入及 損益								898
企業及其他未分配開支								(112)
融資成本								(362)
應佔聯營公司利潤及虧損								943
稅前溢利								8,472

中期簡明綜合財務報表附註

截至2022年6月30日止六個月

4. 經營分類資料(續)

於2022年6月30日

	中國智慧家庭業務					海外智慧 家庭業務 人民幣百萬元 (未經審核)	其他業務 人民幣百萬元 (未經審核)	合計 人民幣百萬元 (未經審核)
	全屋食品解決方案		全屋空氣 解決方案	全屋衣物 解決方案	全屋用水 解決方案			
	冰箱/冷櫃業務 人民幣百萬元 (未經審核)	廚電業務 人民幣百萬元 (未經審核)	空調業務 人民幣百萬元 (未經審核)	洗衣設備業務 人民幣百萬元 (未經審核)	水家電業務 人民幣百萬元 (未經審核)			
分部資產	13,948	2,336	18,575	12,119	4,697	68,392	44,009	164,076
對賬：								
分部資產抵銷								(48,393)
商譽								22,747
於聯營公司的權益								24,111
指定為以公允價值計量且其 變動計入其他全面收 益的股權投資								4,852
遞延稅項資產								1,399
以公允價值計量且其變動 計入當期損益的 金融資產								2,560
以攤銷成本計量的金融資產								1,552
衍生金融工具								163
已抵押存款								944
使用用途受限的其他資金								107
現金及現金等價物								49,265
預付款項、按金及 其他應收款項								2,964
其他非流動資產								306
資產總值								226,653
分部負債	33,574	2,008	10,793	6,107	4,328	38,301	57,504	152,615
對賬：								
分部負債抵銷								(48,204)
應納稅款								1,359
其他應付款項及應計費用								5,709
衍生金融工具								77
以公允價值計量且其變動 計入當期損益的 金融負債								79
計息借款								24,627
遞延稅項負債								2,517
可轉換債券								245
其他非流動負債								53
負債總額								139,077

4. 經營分類資料(續)

於2021年12月31日(經重列)

	中國智慧家庭業務					海外智慧		合計
	全屋食品解決方案		全屋空氣 解決方案	全屋衣物 解決方案	全屋用水 解決方案	家庭業務	其他業務	
	冰箱/冷櫃業務 人民幣百萬元 (經審核)	廚電業務 人民幣百萬元 (經審核)	空調業務 人民幣百萬元 (經審核)	洗衣設備業務 人民幣百萬元 (經審核)	水家電業務 人民幣百萬元 (經審核)	人民幣百萬元 (經審核)	人民幣百萬元 (經審核)	
分部資產	17,849	2,548	17,958	20,920	8,407	57,368	51,143	176,193
<i>對賬：</i>								
分部資產抵銷								(63,393)
商譽								21,827
於聯營公司的權益								23,201
指定為以公允價值計量且其 變動計入其他全面收 益的股權投資								4,849
遞延稅項資產								1,857
以公允價值計量且其變動 計入當期損益的 金融資產								2,786
以攤銷成本計量的金融資產								317
衍生金融工具								80
已抵押存款								755
使用用途受限的其他資金								145
現金及現金等價物								45,071
預付款項、按金及 其他應收款項								3,602
其他非流動資產								309
資產總值								217,599
分部負債	42,593	2,371	15,600	11,249	7,866	33,822	59,763	173,264
<i>對賬：</i>								
分部負債抵銷								(63,127)
應納稅款								1,307
其他應付款項及應計費用								1,313
衍生金融工具								80
以公允價值計量且其變動 計入當期損益的 金融負債								6
計息借款								21,043
遞延稅項負債								2,122
可轉換債券								335
其他非流動負債								113
負債總額								136,456

中期簡明綜合財務報表附註

截至2022年6月30日止六個月

4. 經營分類資料(續)

截至2022年6月30日止六個月

	中國智慧家庭業務								
	全屋食品解決方案		全屋空氣解決方案	全屋衣物解決方案	全屋用水解決方案	海外智慧家庭業務		其他業務	合計
	冰箱/ 冷櫃業務 人民幣百萬元 (未經審核)	廚電業務 人民幣百萬元 (未經審核)	空調業務 人民幣百萬元 (未經審核)	洗衣設備業務 人民幣百萬元 (未經審核)	水家電業務 人民幣百萬元 (未經審核)	人民幣百萬元 (未經審核)	人民幣百萬元 (未經審核)	人民幣百萬元 (未經審核)	人民幣百萬元 (未經審核)
其他分部資料：									
產品保修計提	738	64	527	495	289	676	—	2,789	
過時及滯銷存貨撥備淨額	78	9	36	59	22	165	3	372	
貿易應收款項及應收票據 之預期信貸虧損(撥回)/ 撥備淨額	(2)	11	151	(5)	1	43	55	254	
預付款項、按金及其他應收 款項以及長期預付款項 之預期信貸虧損撥備 淨額	200	7	19	46	60	2	5	339	
出售非流動資產的(收益)/ 虧損淨額	(32)	—	5	—	—	3	1	(23)	
折舊及攤銷	350	77	208	243	107	1,717	135	2,837	

截至2021年6月30日止六個月(經重列)

	中國智慧家庭業務								
	全屋食品解決方案		全屋空氣解決方案	全屋衣物解決方案	全屋用水解決方案	海外智慧家庭業務		其他業務	合計
	冰箱/ 冷櫃業務 人民幣百萬元 (未經審核)	廚電業務 人民幣百萬元 (未經審核)	空調業務 人民幣百萬元 (未經審核)	洗衣設備業務 人民幣百萬元 (未經審核)	水家電業務 人民幣百萬元 (未經審核)	人民幣百萬元 (未經審核)	人民幣百萬元 (未經審核)	人民幣百萬元 (未經審核)	人民幣百萬元 (未經審核)
其他分部資料：									
產品保修計提	749	63	507	591	370	650	—	2,930	
過時及滯銷存貨撥備淨額	61	9	55	53	34	181	10	403	
貿易應收款項及應收票據 之預期信貸虧損(撥回)/ 撥備淨額	(1)	—	5	6	2	27	(6)	33	
預付款項、按金及其他應收 款項以及長期預付款項 之預期信貸虧損撥備 淨額	138	8	13	40	32	22	9	262	
出售非流動資產的(收益)/ 虧損淨額	(141)	—	(1)	(2)	—	8	1	(135)	
折舊及攤銷	261	57	216	237	92	1,726	100	2,689	

4. 經營分類資料(續)

地域資料

(a) 來自外部客戶的收入

	截至6月30日止六個月	
	2022年 人民幣百萬元 (未經審核)	2021年 人民幣百萬元 (未經審核) (經重列)
中國內地	59,346	53,694
北美	37,434	35,325
歐洲	10,245	9,094
南亞	4,823	3,926
澳大利亞及新西蘭	3,490	3,459
東南亞	2,922	2,611
日本	1,837	1,778
中東及非洲	1,163	909
其他國家/地區	586	926
	121,846	111,722

收入資料乃按客戶所在地劃分。

與海外銷售相關的收入應於相應司法管轄區繳納相關稅款(如有)。

(b) 非流動資產

	2022年 6月30日 人民幣百萬元 (未經審核)	2021年 12月31日 人民幣百萬元 (未經審核) (經重列)
	中國內地	17,790
其他國家/地區	27,544	25,209
	45,334	42,086
於聯營公司的權益	24,111	23,201
商譽	22,747	21,827
指定為以公允價值計量且其變動計入其他全面收益的 股權投資	4,852	4,849
遞延稅項資產	1,399	1,857
	98,443	93,820

上述非流動資產資料乃按資產所在地劃分，且不包括於聯營公司的權益、商譽、指定為以公允價值計量且其變動計入其他全面收益的股權投資及遞延稅項資產。

4. 經營分類資料(續) 有關主要客戶的資料

於截至2022年及2021年止期間，本集團單一客戶貢獻的收入概無佔本集團總收入的10%或以上。

5. 收入

客戶合約收入分析如下：

	截至6月30日止六個月	
	2022年 人民幣百萬元 (未經審核)	2021年 人民幣百萬元 (未經審核) (經重列)
銷售商品	121,694	111,535
提供勞務	152	187
	121,846	111,722

	截至6月30日止六個月	
	2022年 人民幣百萬元 (未經審核)	2021年 人民幣百萬元 (未經審核) (經重列)
銷售商品		
— 某時間點	121,694	111,535
提供勞務		
— 某時間點	69	57
— 某時間段	83	130
	121,846	111,722

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. 其他收益或虧損

其他損益分析如下：

	截至6月30日止六個月	
	2022年 人民幣百萬元 (未經審核)	2021年 人民幣百萬元 (未經審核) (經重列)
庫存及投資收入：		
來自下列各項的利息收入		
銀行	348	253
理財產品	42	28
其他	14	11
現金折扣收入	79	83
	483	375
自供應商收取的補償	26	20
出售以下各項的收益		
非流動資產淨額	23	135
以公允價值計量且其變動計入當期損益的金融資產／負債淨額	178	165
政府補助(附註)	546	378
以公允價值計量且其變動計入當期損益的金融資產／負債公允價值(虧損)／收益淨額	(119)	64
外匯收益／(虧損)淨額	168	(211)
雜項收入	68	66
	1,373	992

附註：

本公司附屬公司經營所在中國內地若干地區的投資項目以及本集團技術進步項目已獲得各項政府補助。該等補助概無涉及任何未達成條件或或有事項。

中期簡明綜合財務報表附註

截至2022年6月30日止六個月

7. 除稅前溢利

本集團除稅前溢利已扣除下列各項：

	截至6月30日止六個月	
	2022年 人民幣百萬元 (未經審核)	2021年 人民幣百萬元 (未經審核) (經重列)
已售存貨成本	85,153	78,259
過時及滯銷存貨撥備淨額(附註(a))	372	403
服務成本	118	102
	85,643	78,764
物業、廠房及設備折舊	1,954	1,870
使用權資產及投資物業折舊	428	355
其他無形資產及其他非流動資產攤銷	455	464
貿易應收款項及應收票據之預期信貸虧損撥備淨額 (附註(b))	254	33
預付款項、按金及其他應收款項以及長期預付款項之 預期信貸虧損撥備淨額(附註(b))	339	240
非流動資產減值(附註(b))	1	22
研發成本	4,572	3,738
產品保修計提	2,789	2,930

附註：

- (a) 期內過時及滯銷存貨計提淨額已列入簡明綜合損益表「銷售成本」內。
- (b) 已於簡明綜合損益表列入「行政費用」內。

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	
	2022年 人民幣百萬元 (未經審核)	2021年 人民幣百萬元 (未經審核)
借貸利息	202	176
債券利息	—	7
可轉換債券利息	4	44
租賃負債利息	37	51
其他融資成本	109	84
	352	362

9. 所得稅開支

	截至6月30日止六個月	
	2022年 人民幣百萬元 (未經審核)	2021年 人民幣百萬元 (未經審核) (經重列)
即期稅項		
期內支出	1,241	985
遞延稅項	760	541
期內稅項支出總額	2,001	1,526

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2022年及2021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2022年6月28日的股東週年大會上，批准就截至2021年12月31日止年度派發末期股息每10股人民幣4.6元(如本公司日期為2022年7月14日的公告所述，進一步調整至每10股人民幣4.61357元)。末期股息折合約人民幣4,320百萬元，已於2022年8月23日派發給2022年7月18日名列本公司股東名冊的股東。

董事不建議就截至2022年6月30日止六個月派發任何中期股息(截至2021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(經調整以剔除回購的股份)。

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(經調整以反映可轉換債券(如適用)(見下文)的利息及影響)。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。

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	
	2022年 人民幣百萬元 (未經審核)	2021年 人民幣百萬元 (未經審核) (經重列)
盈利		
用於計算每股基本盈利之本公司普通股股東應佔溢利	7,949	6,859
潛在攤薄普通股的影響：		
轉換債券利息，稅後	4	44
用於計算每股攤薄盈利之盈利	7,953	6,903

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	
	2022年 (未經審核)	2021年 (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	9,335,897,322	9,239,342,890
潛在攤薄普通股的影響：		
可轉換債券	16,328,708	194,958,288
股份獎勵	33,635,834	—
購股權	207,399	—
用於計算每股攤薄盈利之期內已發行普通股加權平均數	9,386,069,263	9,434,301,178

附註：

上述普通股加權平均數根據本應發行的股份數目進行調整(假設可轉換債券、股份獎勵及購股權獲轉換)。

12. 關聯方交易

(a) 期內，除此等簡明綜合財務報表其他部分詳述之交易外，本集團與本集團之關聯方(及其聯屬公司)曾進行以下重大交易：

關係	交易性質	截至6月30日止六個月	
		2022年 人民幣百萬元 (未經審核)	2021年 人民幣百萬元 (未經審核) (經重列)
聯營公司	銷售貨品及服務	1,030	922
	購買貨品及服務	8,793	8,896
	利息收入	261	133
	利息費用	4	6
海爾聯屬公司 (附註)	銷售貨品及服務	998	1,166
	購買貨品及服務	11,183	9,731
	其他服務費開支	60	60

以上交易乃根據訂約方相互協定之條款及條件進行。

中期簡明綜合財務報表附註

截至2022年6月30日止六個月

12. 關聯方交易(續)**(a)** (續)

於2022年6月30日，計入本集團的現金及現金等價物為存放於海爾集團財務有限責任公司的存款約人民幣31,997百萬元(2021年12月31日：人民幣28,744百萬元(經重列))，該公司為本集團的聯營公司，並經中國人民銀行獲批的金融機構。

附註：

海爾聯屬公司包括海爾集團的聯營公司及附屬公司以及其各自的聯營公司。

(b) 本集團主要管理人員(包括本公司董事、最高行政人員及監事)之薪酬：

	截至6月30日止六個月	
	2022年 人民幣百萬元 (未經審核)	2021年 人民幣百萬元 (未經審核)
短期僱員福利	8,970	8,160
離職後福利	970	692
股份支付	—	13,505
已付主要管理人員之薪酬總額	9,940	22,357

13. 物業、廠房及設備

於本中期期間，本集團購置約人民幣3,478百萬元(截至2021年6月30日止六個月：約人民幣3,633百萬元)的物業、廠房及設備。

14. 存貨

	2022年 6月30日 人民幣百萬元 (未經審核)	2021年 12月31日 人民幣百萬元 (經審核) (經重列)
	原材料	5,375
在產品	148	115
成品	35,483	34,742
	41,006	39,901

15. 貿易應收款項及應收票據

	2022年 6月30日 人民幣百萬元 (未經審核)	2021年 12月31日 人民幣百萬元 (經審核) (經重列)
貿易應收款項	18,920	15,384
減：預期信貸虧損(「預期信貸虧損」)撥備	(1,000)	(742)
貿易應收款項淨額	17,920	14,642
應收票據	8,483	13,422
減：預期信貸虧損撥備	(65)	(67)
應收票據淨額	8,418	13,355
合計	26,338	27,997

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項以減低信貸風險。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。

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：

	2022年 6月30日 人民幣百萬元 (未經審核)	2021年 12月31日 人民幣百萬元 (經審核) (經重列)
一至三個月	15,854	12,773
三個月至一年	1,552	1,523
一至兩年	429	238
兩至三年	54	53
三年以上	31	55
	17,920	14,642

15. 貿易應收款項及應收票據(續)

於2022年6月30日，計入本集團之貿易應收款項及應收票據為應收海爾聯屬公司款項約人民幣607百萬元(2021年12月31日：人民幣548百萬元)，以及應收聯營公司款項約人民幣822百萬元(2021年12月31日：人民幣741百萬元)。

於2022年6月30日，本集團若干應收票據約人民幣7,896百萬元(2021年12月31日：人民幣12,449百萬元)獲質押，以抵押本集團若干應付票據；本集團若干應收票據的約人民幣9百萬元(2021年12月31日：人民幣78百萬元)獲質押，以抵押本集團若干貸款。

於2022年6月30日，本集團若干用途受限的貿易應收款項約人民幣2,849百萬元(2021年12月31日：人民幣1,914百萬元)，包括貿易應收款項約人民幣172百萬元(2021年12月31日：人民幣185百萬元)獲質押，以抵押本集團若干貸款。

16. 貿易應付款項及應付票據

	2022年 6月30日 人民幣百萬元 (未經審核)	2021年 12月31日 人民幣百萬元 (經審核) (經重列)
貿易應付款項	38,977	42,396
應付票據	27,955	25,023
	66,932	67,419

於報告期末基於發票日期的貿易應付款項之賬齡分析如下：

	2022年 6月30日 人民幣百萬元 (未經審核)	2021年 12月31日 人民幣百萬元 (經審核) (經重列)
一年以內	66,401	67,018
一至兩年	272	170
兩至三年	78	84
三年以上	181	147
	66,932	67,419

貿易應付款項及應付票據不計利息，並一般按介乎30至180天之信貸期償還。

於2022年6月30日，計入本集團之貿易應付款項及應付票據為應付海爾聯屬公司款項約人民幣2,375百萬元(2021年12月31日：人民幣4,207百萬元)，以及應收聯營公司款項約人民幣1,653百萬元(2021年12月31日：人民幣1,487百萬元)。

16. 貿易應付款項及應付票據(續)

於2022年6月30日，本集團之若干應付票據以本集團之銀行存款約人民幣925百萬元(2021年12月31日：人民幣744百萬元)及本集團之應收票據約人民幣7,896百萬元(2021年12月31日：人民幣12,449百萬元)的質押作抵押。

17. 計息借款

計息借款的賬面值分析如下：

	2022年 6月30日 人民幣百萬元 (未經審核)	2021年 12月31日 人民幣百萬元 (經審核)
即期		
銀行貸款 — 無擔保	22,051	17,408
銀行貸款 — 有擔保	420	560
	22,471	17,968
非即期		
銀行貸款 — 無擔保	2,156	3,075
	24,627	21,043
無擔保	24,207	20,483
有擔保	420	560
	24,627	21,043
分析為：		
應償還貸款：		
一年期或即期	22,471	17,968
第二年	215	3,036
第三年至第五年(包含首尾兩年)	1,941	39
	24,627	21,043

於2022年6月30日，納入本集團來自海爾財務有限公司的計息借款為約人民幣283百萬元(2021年12月31日：人民幣337百萬元)，海爾財務為本集團的聯營公司及經中國人民銀行批准成立的金融機構。該等貸款於截至2022年6月30日止期間的利率介乎1.8%至2%(2021年12月31日：年利率為1.5%至3.1%)。

本集團的若干貸款以本集團於2022年6月30日之貿易應收款項及應收票據為約人民幣181百萬元(2021年12月31日：人民幣263百萬元)的質押作抵押。

18. 股本

於截至2022年6月30日及2021年12月31日止期間，本公司已發行股本的變動如下：

	股份數目	股本
	百萬股	人民幣百萬元 (附註e)
於2021年1月1日(經審核)	9,028	9,028
股份購回及註銷(附註a)	(32)	(32)
發行股份(附註b)	403	403
於2021年12月31日及2022年1月1日(經審核)	9,399	9,399
配售股份(附註c)	41	41
發行股份(附註d)	7	7
於2022年6月30日(未經審核)	9,447	9,447

附註：

- (a) 於截至2021年12月31日止年度，本公司回購合共32,352,800股H股，其後均已註銷。已購回的股份總價格約10億港元。
- (b) 截至2021年12月31日止年度，轉換可轉換債券後合共發行403,210,889股H股。
- (c) 於2022年1月21日，本公司以配售價每股28港元，向五名承配人投資者配售41,413,600股股份，彼等及其最終實益擁有人獨立於本公司及／或其關連人士的第三方，且與彼等概無關連。
- (d) 截至2022年6月30日止期間轉換可轉換債券後，合共發行6,673,840股H股股份。
- (e) 所有股份按面值人民幣1元發行。

19. 股份支付交易

H股受限制股份單位計劃

截至2022年6月30日止期間，本公司授出合共5,598,894的H股受限制股份單位（「H股受限制股份單位」）予本公司124名員工（彼等概不是本公司董事、最高行政人員及監事），並由彼等接受，而彼等對本公司的整體業績及發展作出重要貢獻。

	截至2022年6月30日止期間		截至2021年12月31日止年度	
	加權平均授出日期公允值 人民幣	股份數目	加權平均授出日期公允值 人民幣	股份數目
於期初／年初尚未授出	21.6	4,438,027	—	—
於期內／年內授予	22.2	5,598,894	21.6	4,438,027
於期末／年末尚未授出	22.0	10,036,921	21.6	4,438,027

截至2022年6月30日止期間，H股受限制股份單位於2022年5月25日及2022年6月23日獲授予。於該等日期授出的H股受限制股份單位之估計公允值分別為人民幣1百萬元及人民幣123百萬元。

截至2022年6月30日止期間，本集團確認有關於本公司授出的H股受限制股份單位的總開支為人民幣9百萬元（2021年12月31日：人民幣17百萬元）。

A股股票期權計劃

2022年A股股票期權激勵計劃

本公司於2022年6月28日舉辦的年度股東大會上採用了2022年A股股票期權激勵計劃（「2022年A股股票期權激勵計劃」）。

隨著公司從「高端品牌」到「場景品牌」到「生態品牌」升級的物聯網引爆引領，公司需長遠佈局規劃來保障戰略成果的實現，也需要完善與之匹配的長期激勵計劃。為此，本激勵計劃引導核心科技人才及業務團隊不斷創業創新，通過制定長周期的業績增長指標充分發揮和調動激勵對象的積極性，激勵其為用戶創造最佳體驗，實現跨越周期的業務發展。

本次激勵工具週期對標未來四年的發展，有利於驅動激勵對象承接公司的長期發展戰略目標，進一步推動業務協同整合、提升運營效率、實現行業引領。

激勵對象為對公司整體業績和長期發展具有重要作用的核心人員（不含公司現任董事及高級管理人員），包括公司業務主管、核心技術人員及業務骨幹。

19. 股份支付交易 (續)

對於2022年A股股票期權激勵計劃，於2022年6月28日，本公司已決議授予1,834名激勵對象104,756,896股A股股票期權。截至2022年6月30日止六個月及截至2021年12月31日止年度，股票期權的詳情及變動情況如下：

A股股票期權計劃	截至2022年6月30日止期間		截至2021年12月31日止年度	
	每股加權平均 行使價 人民幣	購股權數目	每股加權平均 行使價 人民幣	購股權數目
於期初／年初尚未授出	25.63	50,525,214	—	—
於期內／年內授予	23.86	104,756,896	25.63	50,525,214
於期末／年末尚未授出	24.44	155,282,110	25.63	50,525,214

於2022年6月30日，未行使購股權的加權平均餘下合約年期為3.4年。

布萊克 — 斯科爾期權定價模型(「布萊克 — 斯科爾模型」)已被採用，以確定截止2022年6月30日止六個月期間授予的股票期權的價值。布萊克 — 斯科爾模型是最普遍接受用於計算期權價值的方法之一。布萊克 — 斯科爾模型的變量包括股價、行權價、預計波動率、預計年期、無風險利率及公司股票的預計股息率。

期內授予的期權的估計公允值為人民幣777百萬元。該等公允值乃使用布萊克 — 斯科爾模型計算。對模型的輸入如下：

計量日期	2022年6月28日
股價	27.01
行權價	23.86
預計波動率	36.77%至40.16%
預計年期	1-4年
無風險利率	2%至2.56%
預計股息率	1.7%

19. 股份支付交易(續)

以上變數乃按照以下方式釐訂：

- (i) 預計波動率指相當於股份期權預計年期的期間內(計及股份期權的餘下合約年期以及預期提早行使股份期權的影響)本公司每日股價回報的年化標準差。
- (ii) 預計年期估計為相應歸屬期結束後一至四年。
- (iii) 無風險利率指股份期權預計年期內之相應中國政府債券於計量日期的回報率。

就確定2022年A股股票期權激勵計劃下授予的股票期權的估計價值採用的布萊克—斯科爾模型需要輸入高度主觀的假設，包括預計股票波動率。由於本公司的股票期權具有與交易期權顯著不同的特征，主觀輸入的變化可能會對授予期權的估計公允值產生重大影響。

本集團於歸屬期在收入表內確認股票期權之公允值為開支，倘有關成本合資格確認為資產，則確認為資產。該等股票期權之公允值於授出日期計量。截至2022年6月30日止期間，本集團就本公司授出的股票期權確認總開支人民幣73百萬元(2021年12月31日：人民幣36百萬元)。

中期簡明綜合財務報表附註

截至2022年6月30日止六個月

20. 金融工具分類

各類金融工具之賬面值如下：

金融資產

於2022年6月30日(未經審核)

	以公允價值計量 且其變動計入 當期損益的 金融資產 人民幣百萬元 (未經審核)	以公允價值計量 且其變動計入 其他全面收益的 金融資產 人民幣百萬元 (未經審核)	指定為對沖工具 之衍生工具 人民幣百萬元 (未經審核)	以攤銷成本計量 的金融資產 人民幣百萬元 (未經審核)	合計 人民幣百萬元 (未經審核)
指定為以公允價值計量且其變動計入 其他全面收益的股權投資	—	4,852	—	—	4,852
貿易應收款項及應收票據	—	—	—	26,338	26,338
計入按金及其他應收款項的金融資產	—	—	—	4,283	4,283
以公允價值計量且其變動計入當期損益 的金融資產	2,560	—	—	—	2,560
以攤銷成本計量的金融資產	—	—	—	1,858	1,858
衍生金融工具	47	—	163	—	210
已抵押存款	—	—	—	944	944
使用用途受限的其他資金	—	—	—	107	107
現金及現金等價物	—	—	—	49,265	49,265
	2,607	4,852	163	82,795	90,417

於2021年12月31日(經審核)(經重列)

	以公允價值計量 且其變動計入 當期損益的 金融資產 人民幣百萬元 (經審核)	以公允價值計量 且其變動計入 其他全面收益的 金融資產 人民幣百萬元 (經審核)	指定為對沖工具 之衍生工具 人民幣百萬元 (經審核)	以攤銷成本計量 的金融資產 人民幣百萬元 (經審核)	合計 人民幣百萬元 (經審核)
指定為以公允價值計量且其變動計入 其他全面收益的股權投資	—	4,849	—	—	4,849
貿易應收款項及應收票據	—	—	—	27,997	27,997
計入按金及其他應收款項的金融資產	—	—	—	4,889	4,889
以公允價值計量且其變動計入當期損益 的金融資產	2,786	—	—	—	2,786
以攤銷成本計量的金融資產	—	—	—	626	626
衍生金融工具	47	—	80	—	127
已抵押存款	—	—	—	755	755
使用用途受限的其他資金	—	—	—	145	145
現金及現金等價物	—	—	—	45,071	45,071
	2,833	4,849	80	79,483	87,245

20. 金融工具分類(續)

金融負債

於2022年6月30日(未經審核)

	以公允價值 計量且其變動 計入當期損益 的金融負債 人民幣百萬元 (未經審核)	指定為對沖 工具之 衍生工具 人民幣百萬元 (未經審核)	以攤銷成本 計量的 金融負債 人民幣百萬元 (未經審核)	合計 人民幣百萬元 (未經審核)
貿易應付款項及應付票據	—	—	66,932	66,932
計入其他應付款項及應計費用的 金融負債	—	—	26,326	26,326
以公允價值計量且其變動計入 當期損益的金融負債	79	—	—	79
衍生金融工具	—	77	—	77
計息借款	—	—	24,627	24,627
可轉換債券	—	—	245	245
其他非流動負債	—	—	66	66
租賃負債	—	—	3,594	3,594
	79	77	121,790	121,946

於2021年12月31日(經審核)(經重列)

	以公允價值 計量且其變動 計入當期損益 的金融負債 人民幣百萬元 (經審核)	指定為對沖 工具之 衍生工具 人民幣百萬元 (經審核)	以攤銷成本 計量的 金融負債 人民幣百萬元 (經審核)	合計 人民幣百萬元 (經審核)
貿易應付款項及應付票據	—	—	67,419	67,419
計入其他應付款項及應計費用的 金融負債	—	—	22,453	22,453
以公允價值計量且其變動計入 當期損益的金融負債	6	—	—	6
衍生金融工具	—	80	—	80
計息借款	—	—	21,043	21,043
可轉換債券	—	—	335	335
其他非流動負債	—	—	113	113
租賃負債	—	—	2,649	2,649
	6	80	114,012	114,098

21. 金融工具之公允價值及公允價值等級

管理層估計按攤銷成本列賬之金融工具之賬面值與其公允價值相若。

管理層已評估，現金及現金等價物、已抵押存款、使用用途受限的其他資金、以攤銷成本計量的若干其他金融資產、貿易應收款項、其他應收款項、貿易應付款項及應付票據及其他應付款項之公允價值與該等工具之賬面值相若，主要是因為該等工具於短期內到期。

本集團管理層負責釐定金融工具公允價值計量的政策及程序。於各報告日期，管理層分析金融工具的價值變動並釐定估值中適用的主要參數。估值過程及結果會與管治層每年進行兩次討論，以作出中期及年度財務申報。

金融資產及負債之公允價值乃按有關工具在交易雙方在自願而非受脅迫或清盤銷售的情況下進行交易而轉手的金額入賬。下列方法及假設乃用於估計其公允價值：

- (a) 指定為以公允價值計量且其變動計入其他全面收益之非上市權益投資之公允價值，使用市場估值技術基於並無可觀察之市價或費率支持之假定作出估計。估值要求管理層根據行業及營業地點確定可資比較上市公司(同行)，計算所識別的各可資比較公司的適當價格倍數，例如股價對盈利比率(「**市盈率**」)及價格對賬面比率(「**市賬率**」)。倍數按可資比較公司的企業價值除以盈利度量計算。出於可資比較公司之間流動性不足及規模差異等考慮，交易倍數隨後基於公司具體的實際情況予以折讓。折讓倍數用於相應非上市權益投資的盈利度量，以計算公允價值。管理層認為，採用估值技術得出，並於簡明綜合財務狀況表列賬的估計公允價值，以及於其他全面收益列賬的公允價值的相關變動乃屬合理，且於報告期末屬最佳值。指定為以公允價值計量且其變動計入其他全面收益的餘下非上市權益投資的公允價值乃按其各自的最新可用的交易價格釐定。
- (b) 指定為以公允價值計量且其變動計入當期損益的非上市股本投資的公允價值採用基於市場的估值技術估算，該估值技術基於可觀察市場價格不支持的假設或利率。估值要求管理層根據行業及經營地點確定可比較的上市公司(同業)，並為每個可識別的可比公司計算適當的價格倍數。通過將可比公司的企業價值除以盈利計量來計算倍數。然後根據公司特定的事實和情況，考慮諸如非流動性和可比公司之間的規模差異等因素對交易倍數進行貼現。貼現倍數適用於非上市股本投資的相應盈利計量以計量公允價值。管理層認為，估值技術產生的估計公允價值(記錄於簡明綜合財務狀況表)及相關公允價值變動(記錄於損益)屬合理，兩者均為於報告期末的最合適價值。

21. 金融工具之公允價值及公允價值等級 (續)

本集團投資非上市投資(即在中國內地及香港以公允價值計量且其變動計入當期損益的金融資產包括的理財產品)。本集團通過使用以條款及風險類似的工具的市場利率為基準的貼現現金流量估值模式估計該等非上市投資的公允價值。

應收票據及計息借款的公允價值通過採用條款、信貸風險及剩餘期限相若的工具現時可獲得的貼現率貼現預期未來現金流量計算得出。本集團自身對計息借款的不履約風險被評估為極低。

下列各表說明本集團金融工具的公允價值計量等級：

按公允價值計量的資產

於2022年6月30日(未經審核)

	第一級 人民幣百萬元 (未經審核)	第二級 人民幣百萬元 (未經審核)	第三級 人民幣百萬元 (未經審核)	合計 人民幣百萬元 (未經審核)
指定為以公允價值計量且其變動計入其他全面收益的股權投資	21	2,812	2,019	4,852
以公允價值計量且其變動計入當期損益的金融資產	158	2,296	106	2,560
衍生金融工具	—	163	47	210
	179	5,271	2,172	7,622

於2021年12月31日(經審核)

	第一級 人民幣百萬元 (經審核)	第二級 人民幣百萬元 (經審核)	第三級 人民幣百萬元 (經審核)	合計 人民幣百萬元 (經審核)
指定為以公允價值計量且其變動計入其他全面收益的股權投資	21	2,812	2,016	4,849
以公允價值計量且其變動計入當期損益的金融資產	375	2,305	106	2,786
衍生金融工具	—	80	47	127
	396	5,197	2,169	7,762

21. 金融工具之公允價值及公允價值等級 (續)**按公允價值計量的負債**

於2022年6月30日 (未經審核)

	第一級 人民幣百萬元 (未經審核)	第二級 人民幣百萬元 (未經審核)	第三級 人民幣百萬元 (未經審核)	合計 人民幣百萬元 (未經審核)
以公允價值計量且其變動計入 當期損益的金融負債	—	79	—	79
衍生金融工具	—	77	—	77
	—	156	—	156

於2021年12月31日 (經審核)

	第一級 人民幣百萬元 (經審核)	第二級 人民幣百萬元 (經審核)	第三級 人民幣百萬元 (經審核)	合計 人民幣百萬元 (經審核)
以公允價值計量且其變動計入 當期損益的金融負債	—	6	—	6
衍生金融工具	—	80	—	80
	—	86	—	86

於截至2022年6月30日及2021年12月31日止期間/年度，公允價值計量概無於第一級與第二級之間轉撥，亦無轉入或轉出第三級。

22. 承擔

本集團於報告期末有下列資本承擔：

	2022年 6月30日 人民幣百萬元 (未經審核)	2021年 12月31日 人民幣百萬元 (經審核)
已訂約但未撥備： 物業、廠房及設備	4,310	3,159

23. 報告期後事項

報告期結束後並無發生任何重大事項。

管理層討論與分析

業務回顧

一、2022年上半年行業總結

1、中國市場

2022年上半年，受經濟增速放緩、消費者信心減弱、房地產市場低迷，以及疫情防控措施影響線下銷售、配送與安裝等因素影響，國內家電行業需求疲軟：根據中怡康推總數據，2022年上半年中國家電市場（不含3C數碼）零售額3,979.51億元，較2021年同期下降9.89%。同時，大宗商品價格居高不下拖累行業盈利水平。

冰箱、洗衣機、空調等家電品類零售額較同期均呈現不同程度的下降，乾衣機等新興品類保持增長。具體如下：(1)2022年上半年**冰箱、洗衣機行業**零售額分別達436.67億元、326.71億元，較2021年同期下降5.26%、8.34%。受益於龍頭企業聚焦用戶體驗、通過強化研發投入推動產品持續創新等因素，行業均價穩定提升，尤其是在注重體驗的線下渠道：根據中怡康數據，在線下渠道，冰箱、洗衣機行業零售均價分別上漲12.87%、9.99%。另外，受益於疫情期間消費者存儲食物需求增加因素影響，冷櫃行業零售額增長12.12%，達到73.94億元。(2)**空調行業**，受房地產市場低迷、5、6月份大部分地區天氣較往年涼爽等因素影響，2022年上半年實現零售額842.40億元，下降14.09%。經歷2019年行業價格戰之後，競爭趨於理性，行業均價較去年同期上漲7.46%。(3)抽油煙機、燃氣灶等傳統廚電產品受房地產市場走低、普及率逐漸提升以及集成灶品類的替代呈現負增長，中怡康數據顯示，2022年上半年抽油煙機、燃氣灶行業零售額分別為167.54、109.99億元，較2021年同期下滑14.95%、9.41%。(4)集成灶行業零售額117.83億元，較2021年同期增長6.54%。(5)**熱水器行業**，受房地產市場低迷影響，上半年零售額273.27億元，較2021年同期下降13.90%。(6)**乾衣機、洗碗機、家庭中央空調**等新興品類繼續保持增長。根據中怡康數據，2022年上半年洗碗機零售額達到55.67億元，較2021年同期增長7.43%；乾衣機零售額達到43.61億元，較2021年同期增長41.08%。(7)多數**廚房小家電品類**不具有剛需屬性，且普及率較高，行業需求降溫。根據奧維雲網統計，2022年上半年行業零售額為263.8億元，同比下降4.9%。

行業需求依然朝著健康、智能、綠色方向發展，高端化趨勢持續。奧維雲網數據顯示，上半年冰箱10,000元以上、洗衣機10,000元以上、空調15,000元以上價格段的零售額分別逆勢增長10%、12%和17%。如：(1)消費者日益青睞大容量冰箱或者「冰箱+冷櫃」多元存儲方案，關注冰箱保鮮、殺菌、淨味等功能。根據中怡康數據，行業上半年500L+大容積冰箱線下零售額佔比達62.3%，同比提升7.5個百分點；線上累計零售額佔比41.6%，同比提升5.7個百分點。用戶對空調產品的自清潔、除菌艙、新風等功能的需求持續升溫。(2)消費者對居住空間的有效性利用、設計的一致性、智能互聯等方面的需求不斷增長，對家裝、家居、家電的設計風格以及安裝搭配要求越來越高。這一方面促進「嵌入式冰箱、嵌入式洗衣機、家庭中央空調」等新品類的快速增長。根據產業在線數據統計，2022年上半年家庭中央空調出貨額188.53億元，同比增長7.78%。另一方面促進套系化產品的需求增長。此外，隨著生活節奏加快，85後、90後對於參與流程繁雜的家裝意願降低，對一站式家裝&家居&家電的方案需求增加。

龍頭企業依託在技術創新、品牌影響力、廣泛與深入的觸點網絡佈局等方面的優勢不斷提升份額，行業集中度不斷提升。奧維雲網統計，冰箱、洗衣機、空調、熱水器及煙機等行業的線下市場TOP3合計份額分別達到70%、80%、84%、60%和65%。同時，具備成套產品研發設計、銷售、配送服務的企業憑藉其優勢能夠更好獲取並轉化用戶流量，提升單個用戶價值、沉澱用戶口碑。

線上渠道零售額佔整體比例達到53.8%；疫情控制措施導致線下人流減少及開店受限，傳統連鎖渠道面臨挑戰；家居建材等渠道的迅速增長得益於裝修用戶的流量和提供家電家居融合解決方案的能力。隨著用戶的時間變得碎片化，流量逐漸向內容平台轉移，抖音、快手、小紅書、嗶哩嗶哩、知乎等已成為推廣產品的活躍陣地。此外，線上線下消偏好差異明顯，線下高端產品佔比不斷提升；線上消費者更追求性價比產品，中低端市場增長較好。

政府出台促進家電消費政策，支持行業升級發展。2022年二季度不少地區紛紛出台刺激家電消費政策；2022年7月，商務部發佈《關於促進綠色智能家電消費若干措施的通知》，推出開展全國家電「以舊換新」活動、推進綠色智能家電下鄉、拓展消費場景提升消費體驗、優化綠色智能家電供給等措施，引導綠色智能家電消費升級。

根據海關總署統計，今年上半年我國家電出口總額為人民幣2,833億元，同比下降8.2%。其中，冰箱出口額人民幣286億元，同比下降11.8%；洗衣機出口額人民幣88億元，同比下滑13.2%；空調出口人民幣341億元，同比下滑1.6%。增速放緩也受到2021同期，中國家電出口較高基數的影響。

2、海外市場

2022年上半年，高通脹對市場銷量產生負面影響；經濟增速放緩導致消費信心指數下降，美國密歇根大學消費者信心指數從2021年12月的68.30降至2022年6月的47.50。2022年第二季度歐美主要家電市場核心家電發貨量較去年同期下降個位數；但受益於產品價格上漲，零售額保持增長。

(1)美國市場。2022年上半年家電行業面臨上游供應鏈短缺以及高通脹等挑戰。AHAM(美國家用電器協會)數據顯示，2022年上半年美國家電市場總發貨量較去年同期下降6.5%，核心家電發貨量下降5.3%；家電總發貨額增長3.8%，核心家電發貨額增長4.2%。

(2)歐洲市場。受能源價格上漲等因素影響，A級能效的產品更受消費者青睞。受通脹影響，西歐消費者信心回落，市場銷量持平。據GFK數據顯示，為了抵消大宗原材料上漲帶來的成本影響，白電市場平均單價上漲9%，市場零售額較同期增長4.9%。今年夏季創紀錄的高溫激發空調產品需求，空調行業表現強勁。

(3)南亞市場。印度市場2022年Q2 GDP恢復增長，健康大容積產品依舊暢銷，高端需求未受影響。巴基斯坦市場上半年整體零售額下降8%左右，銷量下降超過10%，為緩解匯率波動及原材料成本上升帶來的壓力，行業單價增幅5-10%。

(4)東南亞市場。GFK數據顯示：泰國通脹及匯率貶值導致家電行業低迷。其中冰箱上半年銷量下降9.3%，家用空調行業受雨季提前到來以及經濟低迷影響上半年銷量下降9.9%，Q2單季度受天氣影響銷量降幅達30%。消費兩級分化明顯：中低端消費者關注滿足基本需求，中高端聚焦變頻空調、大容量冰箱和洗衣機。印尼市場行業零售量同比增長8.7%。

(5)澳新市場。渠道商數據顯示，澳大利亞家電行業銷額同比提升10%。在高通脹、海運費上升以及供應鏈短缺等影響下，行業平均單價提高約20%。新西蘭2022年上半年GDP負增長0.2%，消費者信心降低，持續上漲的食品及燃料等價格迫使消費者減少家電購買等大額支出，據渠道商數據測算，行業銷額同比下降2.7%。

(6)日本市場。面臨日元大幅貶值、能源食品價格上漲、居民實際可支配收入下降等挑戰。GFK數據顯示，上半年冰冷洗總銷量同比微增1%，銷售額同比增長4%；消費者對大容量、保鮮效果好的冰箱及第二台冷櫃，大容量、靜音的滾筒洗衣機等健康、節能產品的需求增加。

二、2022年下半年行業展望

1、中國市場：

展望2022年下半年，經濟企穩和促進家電消費政策的落地，有助於促進市場恢復；第二季度以來，大宗商品價格回落，有助於緩解成本壓力、改善行業盈利能力。根據中怡康預測：2022年下半年我國大家電市場零售額規模將達到3,200億元，同比增長約3%。

展望2022年下半年，雖大宗原材料價格和海運費持續回落，穩外貿政策逐步落地，但2021年基數較高，出口市場預計保持中性。

2、全球市場

2022年5月，聯合國發佈的《世界經濟形勢與展望》報告將全球經濟預計增速由年初的4%調低至3.1%；全球通脹率預計將在2022年升至6.7%，是2010年-2020年平均水平的兩倍。然而在挑戰中蘊含新機遇，綠色節能環保類家電、熱泵新能源成為行業新的發展機遇，智能互聯也成為行業發展趨勢。

在全球市場擁有豐富的品牌佈局、先進的研發能力、完善的本土化供應鏈體系、全面深入的觸點網絡以及高效的管理體系的中國家電企業將繼續提升全球份額。

三、經營情況討論與分析

2022年上半年，面對嚴峻的外部環境，公司發揮高端品牌、海外創牌等優勢、推進數字化變革，實現穩健增長。

2022年上半年公司實現收入**1,218.46億元**，較2021年同期增長**9.1%**，得益於(1)充分發揮中國市場高端品牌、成套產品與場景方案等優勢，放大單用戶價值；(2)依託「研發、製造、銷售」一體的全球佈局與協同，提升海外市場份額；(3)深化觸點網絡佈局與數字化變革，提升獲客能力與轉化效率。

2022年上半年，本公司股東應佔年內溢利**79.49億元**，較2021年同期增長**15.9%**。

(1)公司毛利率達到**29.7%**，較2021年同期提升**0.2**個百分點。主要因為公司優化產品結構和型號競爭力、供應鏈全面成本管理有效實施，研發及銷售全流程協同減少SKU數量；優化二三級供應商的管理、提高零部件自製比例，提升全價值鏈競爭力。

(2)公司銷售及分銷費用率為**14.4%**，較2021年同期優化**0.6**個百分點。得益於持續推進數字化變革，提升營銷資源投放針對性和效率；打通生產銷售物流等環節、提升配送效率、優化庫存週轉；服務需求由供應商間接傳遞轉為系統直接匹配服務人員；通過算法精準預測備件需求，合理安排備件生產儲備，備件費率¹明顯優化。

(3)公司行政費用率為**8.7%**，較2021年同期增加**0.4**個百分點。一方面本集團堅定推進數字化運營轉型，通過全流程上數字化平台，優化業務流程，提升組織效率，貢獻行政費率優化0.1個百分點；另一方面本集團增加在應用軟件、語音控制、圖像識別、大數據應用以及相關超前研發技術的研發投入，提升了智能化競爭力，使得行政費用率提高0.5個百分點。

¹ 備件費率：維修使用的備件成本／收入。

(4)2022年上半年，公司經營活動產生的現金流入淨額為**59.64億元**，較2021年同期減少24.78億元；其中，二季度，公司經營活動產生的現金流入淨額為48.09億元，環比較一季度增加316.5%。①公司一季度經營活動產生的現金流入淨額同比下降17.14億元，主要系由於國內的大宗儲備和芯片採購、受疫情影響回款下降以及海外的運力緊張加大備貨所致；②二季度經營活動產生的現金流量淨額同比下降7.64億元，主要系原材料價格大幅上漲和海運費價格上漲造成海外業務購買商品、支付勞務的現金支出增加，以及因公司海外業務增長、海外新建工廠引起的產品和原材料備貨增加所致。

(一) 中國智慧家庭業務

2022年上半年中國智慧家庭業務實現銷售收入**647.55億元**，較2021年同期增長**12.7%**；經營利潤**49.38億元**，較2021年同期增長**27.6%**。收入增長緣於公司國內各產業份額持續提升；卡薩帝保持較快增長；拓展觸點網絡、提升終端獲客能力與轉化效率。

1、 家庭美食保鮮烹飪解決方案(食聯網)

(1) 冰箱冷櫃業務

2022年上半年，冰箱冷櫃業務實現收入**217.39億元**，同比增長**13.3%**。市場份額持續提升，高端優勢進一步擴大。根據中怡康數據，公司的冰箱線下份額增長2.7個百分點，達到43.3%；線上份額提升0.4個百分點，達到39.2%。高端市場保持引領優勢，線下15,000元以上價格段份額達到53.1%，同比提升9.9個百分點。

卡薩帝品牌以廚居美學、細胞級養鮮為品牌主線，推出了零距離嵌入式產品，滿足了用戶對大空間、高顏值、多合一體化組合產品的需求。卡薩帝嵌入類產品收入同比增長36%，拉動產品單價上漲1,000元以上。

公司發佈《自由嵌入式電冰箱》標準3.0，升級零距離平嵌標準，引領行業嵌入產品和廚居美學發展趨勢。報告期內「零嵌」原創科技先後取得155項發明專利，並通過美國UL認證，以散熱效率高、易組合等性能引領行業。

海爾品牌不斷升級精確製冷、圖像識別、智慧語音等技術帶動博觀等高端系列快速增長，根據中怡康數據，海爾品牌10,000元以上零售額份額達到9.5%。報告期內，海爾品牌率先推出冷凍容積達到265升的大冰箱，滿足疫情期間增加的食品保鮮需求。

公司牽頭制定《IEC國際電冰箱保鮮標準》，主導《一級健康保鮮》標準2.0，引領保鮮技術發展趨勢。公司發明的「底置製冷系統」以「溫度零波動、零風感、零延遲」的原創科技實現製冷系統的顛覆性突破，該技術先後取得236項發明專利，並通過歐洲VDE認證和美國UL認證。

公司堅持細胞級冷凍保鮮科技引領，有效抓住冷櫃需求爆發的市場機會，國內市場冷櫃收入增長**15%**。

針對用戶對多台製冷設備增加的需求，公司及時推出以冰箱+冷櫃(冰吧)、冰箱+酒櫃的產品組合持續升級用戶體驗。

公司抓住出口市場對大容積冰箱增加的需求，優化產品結構，T門冰箱、法式對開門冰箱等高端產品佔比超過70%，出口表現好於行業。

(2) 廚電業務

報告期內，中國區廚電分部收入**19.89億元**，較2021年同期增長**11.5%**；其中卡薩帝廚電收入較2021年同期增長**46.0%**，佔國內廚電收入比例達到**27.1%**，提升6個百分點。洗碗機同比增長**26.9%**，其中卡薩帝洗碗機同比增長**54.4%**。根據中怡康監測報告，上半年公司廚電線下零售額份額達**8%**，提升1個百分點，其中卡薩帝份額**3.9%**，提升**1.3**個百分點；線上零售額份額**4%**。

公司廚電業務依託卡薩帝品牌積極佈局建材渠道，同時建立廣泛的設計師聯盟更好觸達零售用戶，以清洗、換新等服務提升用戶轉化效率。期內公司新增**313**家三翼鳥智慧廚房店，新進入**902**家鄉鎮下沉店。

公司持續整合 GEA、FPA和Candy的廚電技術，打造差異化競爭力。(1)卡薩帝油煙機智慧風技術持續升級，解決高層排煙不暢的難題，實現了根據用戶使用環境和習慣定制風量。(2)嵌入式烤箱、蒸箱、蒸烤一體機的精控勻溫技術讓烘焙效果更均勻，多層烤製也可保證每層上色、口感一致；氧傳感技術可讓用戶無須擔心食物不熟或烤焦。(3)卡薩帝中子和美洗碗機，上層抽屜式洗碗機搭載FPA直驅電機技術，下層搭載達到醫用級的巴氏光波消毒櫃，該產品滿足用戶對高端餐具洗消的需求。

2、全屋衣物解決方案(衣聯網)

期內，公司洗衣機業務實現收入**147.82億元**，同比增長**14.1%**。根據中怡康數據，洗衣機市場份額繼續引領行業，線上、線下零售額份額分別為40.2%和45.9%，其中，線下零售額份額同比提升3.3個百分點。

期內，公司推出的卡薩帝中子和美洗干護理機，集洗、干、護多功能為一體，實時共享洗、干、護數據，解決褶皺多、耗能高、磨損大的痛點；採用負離子空氣洗實現除皺、祛味、除菌，提升用戶體驗。中子系列採用純平嵌入設計，完美融入家居環境。根據中怡康數據，萬元以上的高端市場中，公司洗衣機份額高達75%，佔據絕對優勢。

公司持續發力乾衣機業務，上半年乾衣機國內收入同比增長94%。為解決衣物烘不乾、纏繞等痛點，公司首創雙擎熱泵技術，採用雙擎電機驅動內筒使衣物自由舒展，充分受熱，極大提升用戶體驗。此外，公司新佈局上海乾衣機工廠，乾衣機產能預計增加200萬台。期內，公司乾衣機業務線下零售額份額達到37%，同比增長5個百分點，市場份額位居第一，線上零售額同比增長108%。

期內，海外市場經營雖然面臨疫情、海運費上漲、匯率波動等一系列挑戰，洗衣機業務堅持高端創牌戰略，不斷優化產品結構，以差異化產品滿足海外用戶需求。根據產業在線統計，在行業出口量、出口額雙雙下滑的挑戰下，公司實現逆勢增長，其中，出口量增長11.5%，市場份額提升至26.2%；出口額增長2.7%，市場份額提升至23.9%。

3、空氣解決方案

期內，空調業務實現收入**194.59億元**，較2021年同期增長**10.3%**。

(1) 家用空調業務

家用空調業務加大網絡佈局，提高運營效率，實現國內市場線下、線上份額持續增長，中怡康數據顯示，2022年上半年公司空調(櫃機&掛機)線下零售額份額19.84%，提升3.96個百分點；線上零售額份額14.1%，提升0.9個百分點。同時，在線下高端市場(掛機單價>4,000元，櫃機單價>10,000元)零售額份額達到25.5%，提升6.3個百分點。家庭中央空調業務持續高速增長：根據產業在線統計，公司家庭中央空調份額為15.88%，同比提升1.55個百分點。海外市場業務持續高速增長：產業在線數據顯示，2022年上半年公司出口收入增幅32.26%，位居行業第一。

期內，新上市的離子洗空氣掛機，能去除PM2.5等7類空氣污染物，增加濕度和負離子等2類健康因子；創新送風結構，改善風感體驗。

家庭中央空調收入增長38%。公司推出天氟地水系列產品，實現制熱超低噪音、冷媒高效利用以及空調、地暖、新風一屏控制，成為全屋智慧空氣管家。

國內市場，通過「一槍一幣一霜」形象直觀展現製冷製熱速度、靜音效果、健康殺菌等產品優勢。通過在農村市場提供空調清洗等服務有利提升用戶口碑。上半年專賣店渠道新增網點超過2,800家；線上聚焦打造爆款、上市的「機械師系列」在中高端市場受到認可，拓展下沉渠道，觸點數量提升30%。

上半年，海爾家用空調出口收入增幅32.6%。快速增長源於堅持健康引領的產品路線，比如海爾健康空調搭載的LED-UVC模塊可以發射紫外射線，經法國Texcell認證該模塊對新冠病毒抑制率高達99.998%。通過整合產品開發平台、聚焦SKU，提升出口產品競爭力。

家空產業經營利潤率有較大提升，源於：①型號提效，精簡SKU，SKU效率提升17%；②提升電路板等五大模塊的自製比例，補全產業鏈一體化能力，材料成本節省5.5個百分點；③成立全流程成本委員會，優化材料供應商、模塊供應商、技術供應商等優選庫，打造精益成本管理模型，提升型號毛利水平。以管組部件為例，建立精益核算模型後降本超過1,600萬元。

(2) 商用空調產業

公司強化為用戶提供定製方案的能力，實現商用空調國內收入增長**26.1%**。在國內市場，公司上半年份額較去年同期提升0.9個百分點，達到10.4%；上半年出口份額較去年同期提升1.5個百分點，達到16%，出口份額位居第二。

報告期內，公司大力開發的物聯網中央空調在節能指標上保持了行業領先優勢；並在壓縮機技術、高速變頻技術等方面取得突破。①推出的噴氣增焓多聯機低溫製熱性能提升30%，在56°C高溫環境下機組仍能穩定運行。該多聯機應用的智慧物聯技術不僅實現機組的遠程操控、集中控制、獨立計費等，還可通過大數據的分析進行負荷預測、冷媒量實時監測等。濟南山大科技園項目佔地60萬平米，全玻璃幕牆結構要求更強的製冷製熱能力。海爾為其定製的多聯機解決方案完美解決了高度落差大、室外機放置等難題，同時滿足分戶計費、智慧節能的需求。②公司推出的模塊式風冷冷水機組可靈活配置，在常溫環境下可實現-15°C~50°C的全工況製熱，滿足辦公、酒店、醫院、學校等場景的製冷採暖需求；在-35°C低溫環境下出水溫度可達到45°C，可滿足極寒區域的採暖需求。③立訊精密生產車間對溫濕度要求精度高，海爾為其提供151台磁懸浮冷水機組的中央空調系統綜合節能解決方案，從而達成長期戰略合作。④針對雙碳背景下帶來的煤改清潔能源項目戰略機會，公司提供建築節能降耗、工藝節能改造以及餘熱回收的一體化解決方案，上半年此項業務增長26%。

公司上半年商用空調出口收入增長32%，源於：①隨著歐盟對碳中和的大力推行，消費者對熱泵產品需求增加，公司借助完善的暖通渠道優勢快速搶佔市場，實現翻番增長；②在美洲市場，公司以本土化品牌，迅速拓展多聯機市場機會；③在東南亞市場，公司建設專業團隊突破水機市場，在泰國通過磁懸浮離心式冷水機組建立在商用空調領域的領先優勢。

4、全屋用水解決方案

報告期內，公司熱水器及淨水機實現收入**67.86億元**，同比增長**15.3%**。

(1) 熱水器

期內，公司引領優勢持續擴大。公司熱水器業務線下零售額份額為30.6%，較同期增長3.5個百分點；線上零售額份額為33.7%，較同期增長3.4個百分點。卡薩帝品牌通過水晶膽、鈦金無縫膽、燃電混動等差異化引領技術鞏固高端市場地位，份額達到13.4%，為行業TOP3品牌。

電熱水器繼推出了零垢、零析出、零銹水、零腐蝕的卡薩帝水晶膽銀河系列後，又根據用戶對小體積、高顏值、大水量電熱水器的需求，擴充電熱水器雙膽產品陣容。期內，公司電熱水器零售額份額達到41.7%，較同期增長2.2個百分點，卡薩帝零售額份額達到15.5%，同比提升1.8個百分點。

燃氣熱水器通過技術創新持續擴大優勢，收入增長超過20%。期內，海爾燃氣熱水器線上零售額份額達23.3%，較去年同期提升2.1個百分點；線下零售額份額達22.4%，較去年同期提升3.4個百分點。公司首創的燃電混動恒溫技術，通過優化匹配天然氣和電能兩種能源，解決首次使用恒溫速度慢、二次開水不恒溫等用戶痛點，實現用水全程恒溫，帶給用戶美好的沐浴體驗。

海爾空氣能熱泵熱水器加快了高水溫、除菌、變頻、節能等健康型產品的研發。海爾品牌以累計超70%的線下零售額份額進一步穩固行業領導地位，線上同樣以65%的份額牢牢佔據榜首。在空氣能熱泵熱水器TOP10暢銷型號榜單中，海爾品牌獨佔9席，全面領跑行業。

(2) 淨水機

根據中怡康數據，期內海爾淨水機線下零售額增速達14.3%，零售額份額同比提升5個百分點，成為TOP3品牌。

期內，淨水機通過產品創新增強競爭力。繼推出解決純水缺乏礦物質、飲水不健康的用戶痛點的卡薩帝礦物質水淨水機雲鱒系列後，又迭代出能夠便捷換芯的雲瀾系列，成為5,000+價位段份額第一。

淨水機聚焦供應鏈建設，已實現濾芯、水路板、注塑等模塊的全流程自制，為產品研發和場景落地提供充分保障，有力支撐產業實現跨越式發展。

5、中國區：加速變革、主動出擊，逆勢增長。

面對上半年行業下行，尤其是二季度疫情多點爆發帶來的挑戰，公司通過深化觸點佈局，加速數字化變革，實現逆勢增長。同時抓住政府促進家電消費的機會，賦能終端，提升市場份額：根據中怡康統計，2022年上半年海爾大家電市場份額達27.4%，同比增長2.4個百分點。

推進全流程運營提效，國內市場銷售費用同比優化0.9個百分點。通過流程再造、應用數字化工具等減少無效支出、提高營銷效率；推進直接配送模式，減少週轉倉儲等環節，降低物流費用。

深化觸點網絡佈局、提升終端競爭力。

(1)專賣店渠道收入逆勢增長8%，源於：①推進數字化門店建設，截止6月底，超過8,000家專賣店已在數字化平台運營，覆蓋率超90%；數字化工具賦能專賣店實現目標用戶的轉化率達到19%，轉化金額212億元。②匹配人員、產品、營銷等資源，挖掘空白薄弱區域的增長潛力。

(2)**線上渠道**，報告期內線上渠道累計零售額較去年同期增長**25%**。源於：①打通線上、線下多平台的會員體系，實現會員權益共享、放大單用戶價值。②持續優化線上產品佈局，高端品牌卡薩帝線上新上市22款產品，報告期內線上產品單價同比提升12%；天貓官方旗艦店成套銷售金額佔比同比提升11個百分點，成套銷售佔比達56%。③上線訂單預測數字化項目，通過算法提升訂單預測準確率、提高庫存週轉效率，工廠直發到消費倉的佔比提升8個百分點，減少費用支出2,100餘萬元；④加快佈局抖音、快手等新零售平台，以內容種草吸引粉絲、沉澱品牌私域流量；在抖音、快手渠道均為大家電第一品牌。

(3)**家居建材渠道**，2022年上半年公司大家居渠道收入51億元，同比增長66%。報告期內公司與紅星美凱龍、居然之家等頭部渠道達成深度戰略合作，更高效共享營銷資源、零售與工程用戶資源。公司新進駐69家紅星美凱龍商場，55家居然之家商場，15家月星家居商場，9個歐亞達商場，185個地方建材商場。

多品牌運作效果顯著

(1)**卡薩帝品牌**繼續引領高端市場：冰箱、洗衣機在萬元以上價格段份額分別為38.6%、75.2%；空調在15,000元以上價格段份額為31.2%。2022年上半年卡薩帝收入增幅**20.8%**，其中一季度收入同比增長超過30%；四月、五月疫情管控政策對線下銷售以及配送產生影響；隨著疫情逐步得到控制後，六月份卡薩帝收入增長恢復**20%**以上。

卡薩帝上市「鑑賞家套系」「Z套系」等以分別滿足高端用戶和年輕用戶的需求，強化成套產品的優勢。2022年上半年卡薩帝成套銷售比為38.6%，同比提升1.5個百分點。豐富前置類產品佈局，卡薩帝乾衣機、洗碗機增幅均超過50%，家中機增幅超過80%。加速佈局家居渠道，滿足一站式、成套化的購買需求。

(2)**Leader品牌**，契合「Z世代」需求，實現逆勢增長，收入增長7%。以差異化爆款產品切入，打造全新品牌認知，如推出的Bigger風幕空調憑藉巨幕風科技、柔風感、智能調風獲得用戶青睞。

- 6、三翼鳥聚焦為用戶「定製智慧家生活」，不斷增強「場景方案、智家大腦、數字化平台以及1+N」等方面能力，優化場景體驗、提升單用戶價值。

公司不斷迭代場景方案，報告期內發佈「1+3+5+N」全屋智慧全場景解決方案，依託智家大腦以及全屋設備互聯互通、滿足用戶各種的生活場景的需求。報告期內，公司網器銷量同比增長14.5%；網器日活同比增長63%；場景日活用戶數從150萬增長至283萬，同比增長88%。

通過場景式體驗、1+N能力與數字化工具提升門店場景銷售能力、放大用戶價值。報告期內，新增三翼鳥觸點超過200家，門店坪效增長8.2%，達到21,000元/年/㎡；高端產品銷售佔比39.74%，同比增加4.65個百分點。

(二) 海外家電與智慧家庭業務

報告期內，公司海外業務實現收入**614.81億元**，較2021年同期增長**8.0%**，經營利潤達到**36.34億元**，較2021年同期增長**13.0%**，經營利潤率達到**5.9%**，較2021年同期增長**0.2**個百分點。優於行業的表現主要源於通過人單合一機制下，把握高端市場增長機會，如在北美市場高端品牌增長超過40%；拓展暖通熱水器等增長機會；依託全球供應鏈佈局，發揮當地工廠運營優勢；通過全球協同談判、資源優化、聯合採購等，降低海運費高漲和芯片短缺等不利影響。

1、美洲市場

上半年美洲市場實現銷售收入**374.34億元人民幣**，增長**6.0%**，高端品牌收入增長超過40%，市場份額持續提升。

公司圍繞用戶需求，堅持產品創新，先後上市了Monogram牌36" Column嵌入式冰箱、GE Profile牌大滾筒和大波輪洗衣機——首個內置Alexa的洗衣機、GE Profile牌超清新不鏽鋼內膽洗碗機、三大高端品牌的一系列專業烤箱灶以及馬鞍式空調等差異化產品，有效滿足美國用戶對高端產品的需求。

同時，公司致力於成為反應敏捷、最易合作與最具黏性的渠道合作伙伴，因此無論在零售連鎖渠道、獨立經銷商和採購集團、工程渠道、還是直銷渠道，公司均建立了良好客戶關係，贏得出樣機會、持續實現增長。公司成立四個專門工作組，分別從製造、採購等環節依託全球協同平台，資源共享以應對上半年高企成本造成的壓力。

公司在南卡州卡姆登熱水器工廠竣工，公司通過工廠垂直整合，實現從鋼捲開始到成型高品質熱水器滿足全美用戶的需求。新工廠擁有先進的金屬鍛造和焊接系統、材料處理加工的機器人，以及先進的內膽搪瓷線，工廠新增140個工作崗位。公司開設全新西海岸區域配送中心，緩解GEA在洛杉磯港周邊地區的供應鏈壓力，並且能夠將加利福尼亞州北部、俄勒岡州南部和內華達州西部的客戶交貨時間縮短一半，實現次日交貨。

報告期內，GEA發佈2021企業公民報告，內容涵蓋GEA最新業務進展信息以及多項未來發展目標。新目標聚焦GEA五大核心業務支柱：社區參與、包容與多樣性、運營可持續性、產品可持續性以及企業合規與行為準則。GEA在人權戰線發起的企業平等指數(Corporate Equality Index)測評中再次獲得滿分，並連續第五年獲評「LGBTQ+最佳平等工作場所」。

2、歐洲市場

期內，歐洲市場實現收入**102.45億元**，同比增長**12.7%**；根據GFK數據顯示，公司歐洲市場份額達到**6.8%**，增長**0.5**個百分點，銷量銷額份額增速市場排名第一。洗衣機、冰箱、洗碗機、廚電等多個品類市場份額均保持增長，其中洗衣機銷量份額**12.7%**，增長**1.6**個百分點，排名提升至行業第二位。

期內，面對高通脹、能源價格高企、海運費和大宗原材料上漲帶來的成本增加等諸多挑戰，公司持續深化高端轉型，深入洞察用戶需求，加快佈局本土化供應鏈，提升渠道競爭力，實現逆勢增長。通過創新產品和技術，滿足用戶的節能需求。期內，通過Haier牌冰箱905CD、洗衣機939系列等新品上市提升價格指數；全新超薄Ipro7plus洗衣機、905冰箱等大容量節能產品均獲得市場認可。羅馬尼亞冰箱工廠產能逐步爬坡，累計已生產20萬台，助力嵌入式冰箱份額快速增長。此外，土耳其洗碗機、乾衣機、廚電等新工廠也在按期建設中；在前置渠道持續推出成套嵌入式洗衣機、冰箱等產品，拓展增長空間。

3、澳新市場

上半年公司堅持高端轉型策略，實現收入**34.90億元人民幣**，同比增長**0.9%**（本幣口徑增長**9.2%**）；在澳大利亞主流渠道零售額份額達到17.5%，提升1.7個百分點；在新西蘭主流渠道零售額市場份額為37%，同比提升3個百分點。

FPA及Haier雙品牌通過高端系列新品上市，進一步拉升品牌定位，雙品牌洗衣機在澳大利亞市場份額達28%，穩居No.1；高端子品類熱泵乾衣機單月提升4.6個百分點，打破歷史記錄。

公司通過與設計師、前置類渠道合作，抓住新建房屋市場空間，同時在零售渠道持續推進IoT產品及體驗轉型。加大在泰國工廠的產能投入，提升高端嵌入式產品柔性製造能力，上半年產量提升14%。

4、南亞市場

報告期內公司實現銷售收入**48.23億元**，同比增長**22.8%**，其中：

(1)印度市場份額持續提升1.2個百分點，達到10.4%。公司堅持高端創牌及多品牌策略，提升優質渠道覆蓋率，完善上游供應鏈能力，持續提升市場份額。①落地卡薩帝、海爾、Candy多品牌策略，中高端銷售收入佔比提升至46%，同比提升5個百分點。②持續推出滿足當地需求的產品，集全球設計資源，首創符合當地市場需求的對開門冰箱；為解決印度用戶洗淨痛點，上市加熱洗洗衣機。③加速拓展優質渠道，渠道覆蓋率升至70%；④提升北部工業園與普耐工業園等兩個工業園運營效率，強化上游供應鏈建設，提升全流程競爭力。

(2)巴基斯坦市場，冰箱、冷櫃、空調、洗衣機等份額持續保持第一，整體份額達到37%，同比提升2個百分點。公司抓住當地對高效、節能產品的需求，上市變頻保鮮系列冰箱；上市T3空調，能在53°C高溫下工作，解決南部區域高溫無法工作的問題；上市大冷凍小冷藏冷櫃，滿足大家庭對更大冷凍空間的需求。持續拓展三四級市場，滲透率超過70%，專賣店數量超過300家。

5、東南亞市場

報告期內公司實現收入**29.22億元**，同比增長**11.9%**。公司抓住用戶對大容量及健康殺菌的需求趨勢，加快上市新品，實現份額提升。

在泰國市場持續堅持高端創牌，T門及對開門冰箱市場份額達35%，行業第一；家空UV系列滿足後疫情時代用戶健康殺菌需求，促進空調零售量份額達13.6%，行業第一；601大容量滾筒洗衣機引領行業，滾筒洗衣機上半年零售額增幅95%。升級終端渠道、抓住線上機遇，泰國連鎖渠道進店數量增長40%；菲律賓終端觸點增長51%；越南梳理區一省一縣一鄉／鎮渠道，提升區域店批發能力和傘下店零售效率。上半年東南亞市場線上零售額增長80%。越南市場6月在線上Lazada平台開設品牌旗艦店；馬來西亞GTM系統上線，實現門店出樣管理信息化；泰國上線倉儲管理系統，提高運營效率。

6、日本市場

期內，日本市場實現收入**18.37億元**，同比上升**3.3%**（本幣增長**17.9%**）。公司冰冷洗合計市場份額持續提升，達到15%，其中，冰箱份額為15.2%，冷櫃份額為42.8%，均為行業第一。期內，公司加速中高端轉型，積極擴大中大型產品陣容：以AQUA牌Delie系列、超薄T型以及Haier牌468/406T門、全新超窄3門等搶佔中型及以上冰箱市場份額；以AQUA引領的變頻洗衣機產品陣容、高端熱泵滾筒及Haier牌中大容量變頻洗衣機抓住疫情下健康洗護市場機會；以差異化Slim、20週年紀念版等強化冷櫃陣容。AQUA高端佔比提升5個百分點至61%，Haier牌中高端佔比提升11個百分點至50%。

除此之外，社區洗以70%的市場份額持續引領行業，已和全家便利店、P&G、ENEOS加油站、MUJI無印良品等異業夥伴建成超過百家涵蓋洗、護、衣、食、行、用等的多場景體驗店，持續優化用戶體驗。

(三) 深化全流程數字化變革，提升效率

報告期內，公司數字化變革聚焦以下三個領域：用戶數字化運營、精益製造以及數字化研發。

用戶數字化運營。圍繞消費者在產品購買、使用、服務的全生命週期，通過用戶體驗雲等數字化平台對營銷、物流、售後、網器等進行智能化的統一調度，實現用戶體驗標準、過程和結果的可視化、以及各節點業務自優化，提升企業運營效率和用戶滿意度。2022年上半年新增會員2,659萬，平台用戶數量累計2.57億，會員客單價較普通用戶客單價高34.3%。①通過建設數字化營銷平台，提升用戶留存與轉換效率。2022年上半年，留資用戶數²達到1,141萬人，相比2021年全年增長219%，轉化率達到18.93%，同比增長58%，數字化零售佔比³22.6%，同比增長112%。②服務需求由間接傳遞轉為系統直接匹配服務人員，提升服務效率及用戶體驗。通過數字化算法精準預測備件產品需求，合理安排備件生產與儲備，備件費率明顯優化。

精益製造平台

①製造平台重點推進定單數字管理、新品導入DFX等項目，提升在製造成本、交付效率等方面的競爭力。如建立數字化的時序計劃工作台，實現工廠時序計劃的在線排產、調度，以及運力調配的在線管理，下線準確率達92%，支持定單準時交付率達95%。

②數字化採購服務平台。如公司採購平台與第三方大數據平台合作，根據算法動態優化供應商資源；提升零部件通用性降低採購成本。

③供應鏈平台，提高需求預測準確率；推進庫存共享，提升庫存週轉效率；上半年各地銷售公司的庫存週轉週期優化15%。

④物流平台，通過數字化項目實現優化全流程物流費用。如在數據管理方面，建立智能調度平台連接員工、車輛及數據，高效匹配人車貨單，2022年H1整車裝車時效提升30%，物流費用率優化10%。

數字化研發平台方面，優化數字化管理團隊，建立產品組合規劃流程、產品生命週期管理流程及標準體系，上半年產品效率⁴提升23%。通過創新模塊迭代、新材料新工藝降本措施的批量應用，實現全流程端到端降本。

² 留資用戶數：通過數字化工具獲得用戶線索

³ 數字化零售佔比：通過數字化工具獲取的用戶帶來的銷售額／總銷售額

⁴ 產品效率：銷售收入／產品型號數量

四、下半年發展規劃

2022年下半年公司將繼續推進「高端品牌、場景品牌、生態品牌」的三級品牌升級戰略，在不確定的外部環境中，通過確定性的引領戰略佈局和前瞻性的全球化佈局，抓住市場出現的創新和結構化機會；佈局智慧家庭領域，構建智能家電生態，打造公司發展的**第二曲線**；同時推進企業數字化重構，提升全價值鏈效率優勢。

國內市場：堅持高端品牌，提升卡薩帝在全品類的份額優勢；繼續增強空調業務競爭力，自主研發與戰略聯盟相結合提升空調核心技術的研發實力；在消費機器人和小家電領域，加快發展，實現市場份額的快速突破；抓行業前置化趨勢以及乾衣機、洗碗機等新機會，聚焦客戶價值和用戶價值，實現穩定增長；深入推進數字化變革，繼續降本增效。

海外市場：持續落地高端創牌策略，抓住全球對高能效、綠色能源產品的緊迫需求，依託全球研發優勢，加速推出高能效的差異化產品；利用全球本土化佈局優勢，加速拓展暖通產業；發揮全球供應鏈協同效應優勢，應對成本壓力；依託人單合一管理模和多元激勵機制發揮管理層和員工的積極性，即時捕捉市場機會，應對市場風險。

可能面臨的風險

- 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，如果宏觀經濟增速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。
- 2、行業競爭加劇導致的價格戰風險。白電行業競爭充分、產品同質化較高，集中度不斷提升，但個別子行業因供需失衡形成的庫存增加可能會導致價格戰。此外，由於技術飛速發展、行業人才匱乏、產品壽命縮短及易於模仿，越來越難以獲益。新的產品、服務和技術雖然意味著較高的售價，但公司不得不在研發上投入更多。

- 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，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，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，降低原材料價格波動對經營帶來的風險。
- 4、 海外業務運營風險。公司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（包括軍事衝突等事件）、法律體系和監管制度影響較多，如上述因素發生重大變化，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，包括與供應商及經銷商合作；提高生產效率；向其他國家拓展供應資源；採取措施確保人員與資產安全等。
- 5、 匯率波動風險。隨著公司全球佈局的深入，產品進出口涉及美元、歐元、日元等外幣的匯兌，相關幣種匯率波動，將對公司財務狀況產生一定影響。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。
- 6、 政策變動風險。家電行業與消費品和房地產市場密切相關，宏觀經濟、消費投資和房地產政策以及相關的法律法規的變動，都將對產品的需求造成影響，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，以保證業務的穩定經營。

- 7、 疫情風險。2019年底逐步蔓延的新冠疫情，可能會帶來家電消費需求進一步走弱，進而影響公司的產品銷售。封鎖和出行限制等會降低人群流動性並導致銷售網絡無法營業，其次，疫情還可能會導致經銷商的運營中斷，比如進行產品交付時物流中斷，則導致經銷商對公司服務不滿，從而對公司產品的需求減少。公司將借助在中國市場的抗疫經驗、協同全球資源，減緩疫情對業務的衝擊。
- 8、 信貸風險。如公司可能無法從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，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，並相應維持充足的存貨，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，存貨不足可能會導致公司損失銷售機會。但是公司會定期評估存貨減值，並根據市場情況合理管理存貨。

財務回顧

於2022年上半年本集團收入為約人民幣121,846百萬元，較2021年上半年之人民幣111,722百萬元(經重列)上升9.1%。

本公司股東應佔溢利為人民幣7,949百萬元，較2021年上半年之約人民幣6,859百萬元(經重列)增長了15.9%。

1. 收入及溢利分析

項目	截至6月30日止六個月		變動 %
	2022年 人民幣百萬元 (未經審核)	2021年 人民幣百萬元 (未經審核) (經重列)	
收入			
中國智慧家庭業務	64,755	57,459	12.7
冰箱／冷櫃	21,739	19,188	13.3
廚電	1,989	1,784	11.5
空調	19,459	17,644	10.3
洗衣機	14,782	12,958	14.1
水家電	6,786	5,885	15.3
海外智慧家庭業務	61,481	56,916	8.0
其他業務	43,028	43,373	(0.8)
分部間抵銷	(47,418)	(46,026)	3.0
合併收入	121,846	111,722	9.1
經調整經營利潤*	8,376	7,528	11.3
本公司股東應佔溢利	7,949	6,859	15.9
本公司普通股股東應佔每股盈利			
基本			
— 來自期內溢利	人民幣0.85元	人民幣0.74元	14.9
攤薄			
— 來自期內溢利	人民幣0.85元	人民幣0.73元	16.4

* 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：

	截至6月30日止六個月		變動 %
	2022年 人民幣百萬元 (未經審核)	2021年 人民幣百萬元 (未經審核) (經重列)	
中國	59,346	53,694	10.5
其他國家／地區	62,500	58,028	7.7
合計	121,846	111,722	9.1

於2022年上半年，本集團的收入由約人民幣111,722百萬元(經重列)上升9.1%至人民幣121,846百萬元。本集團收入穩定增長得益於(1)充分發揮在高端品牌、成套產品與場景方案等方面的優勢，放大單用戶價值；(2)依託領先的「研發、製造、銷售」一體的全球各市場本土化佈局、與全球資源的整合協同，不斷提升海外市場份額；(3)深化觸點網絡佈局與營銷端的數字化變革，提升終端獲客能力與交易轉化效率。

中國智慧家庭業務收入由2021年上半年約人民幣57,459百萬元(經重列)上升12.7%至2022年上半年約人民幣64,755百萬元。受益於本集團在國內市場進一步擴大競爭優勢，各產業份額持續提升；卡薩帝逆勢行業保持較快增長；觸點網絡佈局、數字化平台與運營體系建設，提升終端獲客能力與轉化效率。

(1) 全屋食品解決方案

冰箱／冷櫃收入由2021年上半年之約人民幣19,188百萬元增加13.3%至2022年上半年之約人民幣21,739百萬元。冰箱／冷櫃業務持續發揮多品牌優勢，引領行業銷費升級，高端市場優勢進一步擴大。

廚電收入由2021年上半年之約人民幣1,784百萬元(經重列)增加11.5%至2022年上半年之約人民幣1,989百萬元。廚電業務持續聚焦卡薩帝高端產品結構升級和賦能前置渠道零售轉型，提升精細化運營能力；持續加強觸點建設、發揮下沉渠道優勢；持續整合GEA、斐雪派克、Candy的廚電技術，打造差異化競爭力。

(2) 全屋空氣解決方案

空調收入由2021年上半年之約人民幣17,644百萬元增加10.3%至2022年上半年之約人民幣19,459百萬元。空氣產業堅持為用戶提供最佳的智慧、健康的全屋空氣解決方案，通過加速市場網絡佈局，驅動全流程提高運營效率，整體競爭力提升明顯。

(3) 全屋衣物解決方案

洗衣機收入由2021年上半年之約人民幣12,958百萬元增加14.1%至2022年上半年之約人民幣14,782百萬元。本集團洗衣機業務持續領先行業，通過持續創新，穩固高端市場地位，實現高端引領；乾衣機業務持續發力，推動業務的增長。

(4) 全屋用水解決方案

水家電收入由2021年上半年之約人民幣5,885百萬元增加15.3%至2022年上半年之約人民幣6,786百萬元。本集團熱水器及淨水機業務堅持自主創新，不斷進行產品功能迭代升級，創造最佳用戶體驗，引領優勢持續擴大，市場份額持續提升。

(5) 海外智慧家庭業務

海外智慧家庭業務收入由2021年上半年之約人民幣56,916百萬元增加8.0%至2022年上半年之約人民幣61,481百萬元。通過人單合一機制與研發、銷售、製造本土化佈局的能力，積極採取措施，主動應對行業挑戰，加速拓展優勢、持續挖掘新增長機會；加速推進高端創牌，拉昇品牌定位，把握高端市場持續增長機會；拓展高端產品陣容，升級用戶體驗，提升高端產品收入佔比持續提升；拓展前置類渠道和專業類渠道，支撐熱水器、空調等新產業拓展，塑造差異化競爭優勢；強化全球供應鏈佈局，發揮海外新投產工廠運營優勢，打造供應鏈韌性；面對海運和芯片等零部件短缺挑戰，通過聯合談判、佈局優化、策略採購等全球協同，降低對成本的影響。

來自美洲的收入由2021年上半年之約人民幣35,325百萬元增加6.0%至2022年上半年之約人民幣37,434百萬元。加速高端創牌，把握高端市場增長機會，高端品牌收入增長超過40%，市場份額持續提升。

來自歐洲市場的收入由2021年上半年之約人民幣9,094百萬元增加12.7%至2022年上半年之約人民幣10,245百萬元。面對高通脹、能源價格高企、海運費和大宗原材料上漲帶來的成本增加等諸多挑戰，公司持續深化高端轉型，深入洞察用戶需求，加快佈局本土化供應鏈，提升渠道競爭力，實現逆勢增長。

本公司股東應佔溢利

於2022年上半年，本公司擁有人應佔溢利為約人民幣7,949百萬元，較2021年上半年之約人民幣6,859百萬元(經重列)增長15.9%。

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、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2022年上半年，本集團經調整經營利潤為人民幣8,376百萬元，較2021年上半年之人民幣7,528百萬元(經重列)增長11.3%。經調整經營利潤的提升主要受惠於本集團中國區各產業分部及海外家電與智慧家庭業務利潤的增長。

下表載列本集團截至2022年及2021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	
	2022年 人民幣百萬元 (未經審核)	2021年 人民幣百萬元 (未經審核) (經重列)
除稅前溢利	9,998	8,472
調整：		
銀行利息收入	(348)	(253)
匯兌(收益)／虧損	(168)	211
政府獎勵	(434)	(284)
其他財務資產投資回報	(87)	(37)
融資成本	352	362
應佔聯營公司損益	(937)	(943)
經調整經營利潤	8,376	7,528

毛利率

面對大宗原材料、零部件成本大幅上升的挑戰，2022年上半年本集團毛利率為29.7%，較2021年同期提升0.2個百分點。毛利率增加主要因為公司提升高端產品收入佔比、優化產品結構，在研發與採購數字化變革驅動下提升了單型號競爭力、在供應鏈的數字化變革驅動下提升了運營效率等措施。如在產品研發設計環節，各部門事前參與，保證產品型號競爭力。在採購製造環節，推進成本精細化管理，通過建立供應商優選庫，補全產業鏈，提高零部件模塊自製比例等措施，提升成本競爭力。

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14.4%，較2021年同期優化0.6個百分點。費用率優化得益於持續推進數字化變革與「四網合一」(物流網、服務網、營銷網、用戶網)，優化運營效率與費用投放效率。如在營銷環節，通過搭建人力數字化平台與營銷數字化平台，實現營銷資源精準直達用戶，提升終端獲客能力與轉化效率。在物流倉儲環節，通過數字庫存、數字管理、數字體驗等關鍵舉措，實現全流程信息數據的透明可視，提升配送效率。在售後服務環節，服務兵的數據納入平台管理，實現原來服務信息由信息員層層傳遞轉為服務兵在平台上直接獲取用戶服務信息，提升服務效率及用戶體驗。通過數字化算法精準預測備件產品需求，合理安排備件生產與儲備，備件費率明顯優化。

行政費用

本集團之行政費用佔該業務收入比率為8.7%，較同期提升0.4個百分點。一方面本集團堅定推進數字化運營轉型，通過全流程上數字化平台，優化業務流程，提升組織效率，貢獻行政費率優化0.1個百分點；另一方面本集團增加在應用軟件、語音控制、圖像識別、大數據應用以及相關超前研發技術的研發投入，提升了智能化競爭力，使得行政費用率提高0.5個百分點。

2. 財務狀況

項目	2022年 6月30日 人民幣百萬元 (未經審核)	2021年 12月31日 人民幣百萬元 (經審核) (經重列)
非流動資產	98,443	93,820
流動資產	128,210	123,779
流動負債	127,832	125,005
非流動負債	11,245	11,451
資產淨值	87,576	81,143

現金及現金等值項目和其他財務資產中的理財產品

於2022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2021年12月31日之人民幣47,557百萬元(經重列)增加11.4%至2022年6月30日之人民幣52,970百萬元。

項目	2022年 6月30日 人民幣百萬元 (未經審核)	2021年 12月31日 人民幣百萬元 (經審核) (經重列)
現金及現金等值項目	49,265	45,071
其他財務資產中的理財產品 — 流動部分	3,705	2,486
合計	52,970	47,557

資產淨值

本集團之資產淨值從2021年12月31日之人民幣81,143百萬元(經重列)增加7.9%至2022年6月30日之人民幣87,576百萬元。

營運資金

應收賬款及票據周轉天數

本集團於2022年上半年之應收賬款及票據周轉天數為40天，較2021年年末下降7天，主要是本集團對應收賬款及票據有效管控所致。

存貨周轉天數

本集團於2022年上半年之存貨周轉天數為85天，較2021年年末上升5天，主要是海運緊張造成貨運週期延長及報告期內原材料價格大幅上漲帶來期末存貨金額增加所致。

應付賬款及票據周轉天數

本集團於2022年上半年之應付賬款及應付票據週轉天數為141天，較2021年年末下降3天，主要是本集團採購模式切換導致付款週期改變所致。

3. 現金流變動分析

項目	註釋	截至6月30日止六個月	
		2022年 人民幣百萬元 (未經審核)	2021年 人民幣百萬元 (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		45,071	45,738
經營活動之現金流量淨額	(a)	5,964	8,442
投資活動之現金流量淨額	(b)	(4,160)	(3,238)
融資活動之現金流量淨額	(c)	2,160	(9,608)
匯率變動影響淨額		230	(106)
期末之現金流量表中所列之現金及現金等值項目		49,265	41,228

- (a) 2022年上半年，本集團經營活動產生的現金流入淨額為5,964百萬元，較2021年同期減少2,478百萬元；其中，二季度，公司經營活動產生的現金流入淨額為4,809百萬元，環比較一季度增加316.5%。本集團一季度經營活動產生的現金流入淨額較同期下降1,714百萬元，主要是由於國內的大宗儲備和芯片採購、受疫情影響回款下降以及海外的運力緊張加大備貨所致；二季度經營活動產生的現金流量淨額同比下降764百萬元，主要是原材料價格大幅上漲和海運費價格上漲造成海外業務購買商品、支付勞務的現金支出增加，以及因公司海外業務增長、海外新建工廠引起的產品和原材料備貨增加所致。

(b) 2022年上半年投資活動之現金流出淨額為人民幣4,160百萬元，較同期上升28.5%，詳情如下：

項目	截至6月30日止六個月	
	2022年 人民幣百萬元 (未經審核)	2021年 人民幣百萬元 (未經審核) (經重列)
購買非流動資產的付款	(3,343)	(3,156)
購買理財產品	(1,054)	(201)
處置固定資產及租賃土地收到現金	75	19
收取聯營公司分紅	379	272
收取理財產品利息	41	31
其他投資活動之現金流淨流出	(258)	(203)
投資活動之現金流量淨額	(4,160)	(3,238)

(c) 2022年上半年融資活動之現金流入淨額為人民幣2,160百萬元，而同期則錄得現金流出淨額為人民幣9,608百萬元，詳情如下：

項目	截至6月30日止六個月	
	2022年 人民幣百萬元 (未經審核)	2021年 人民幣百萬元 (未經審核)
借款所得	8,045	4,920
償還借款	(4,668)	(5,618)
償還債券	—	(5,500)
回購股票	(1,539)	(2,594)
已付利息	(318)	(287)
租賃支出	(333)	(314)
發行股份所得款項	940	—
其他融資活動之現金流淨流入／(流出)	33	(215)
融資活動之現金流量淨額	2,160	(9,608)

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2022年6月30日之流動比率為1.00（2021年12月31日：0.99）。

項目	2022年 6月30日 人民幣百萬元 (未經審核)	2021年 12月31日 人民幣百萬元 (經審核) (經重列)
現金及現金等值項目	49,265	45,071
其他財務資產中的理財產品	3,705	2,486
	52,970	47,557
減：		
計息借款	(24,627)	(21,043)
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	28,343	26,514

於2022年6月30日，其他財務資產中的理財產品為人民幣3,705百萬元（2021年12月31日：人民幣2,486百萬元）。

於2022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28,343百萬元（2021年12月31日：人民幣26,514百萬元（經重列）），較2021年上升6.9%。

於2022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390百萬元，較2021年上半年之人民幣281百萬元（經重列）上升38.8%。

於2022年6月30日，本集團的計息借款約為人民幣246.27億元，與2021年12月31日的約人民幣210.43億元相比，增長約17%。本集團的計息借款分別有38%、34%及其餘28%以美元、歐元及其他貨幣計值。計息借款的年利率在0.25%至5.5%之間。

於2022年6月30日，本集團的可轉換債券約值人民幣245百萬元，較2021年12月31日的約人民幣335百萬元減少約26.9%。本集團的可轉換債券以港元計值。

本集團將在2022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，及用於超級工廠等建設，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

截至2022年6月30日，本集團並無重大投資或資本資產的未來計劃。

未來資本支出規劃：中國市場資本開支主要集中智能工廠佈局、員工工作環境提升等。海外市場資本開支主要集中在全球供應鏈佈局與園區改建、新品研發、信息化建設等，持續提升海外運營能力。投資資金將通過公司自有或外部資金和債權融資等解決。

可轉換債券及股份配售之所得款項用途

於2018年12月18日，本公司發行約人民幣3,007百萬元的A股可轉換公司債券。於扣除發行成本及其他相關開支約人民幣23百萬元後，發行可轉換債券之所得款項淨額（「**所得款項淨額**」）約為人民幣2,984百萬元。由於2019年A股可轉換債券滿足贖回條件，本公司董事決定在審議批准後行使贖回權，本公司悉數贖回A股可轉換債券之結餘。於贖回後，本公司之可轉換債券於2019年12月17日除牌。目前，A股可轉換債券已不復存在，惟尚未悉數動用發行債券籌集之資金。

於報告期內，已動用所得款項淨額為約人民幣110百萬元。截至2022年6月30日，未動用所得款項淨額為約人民幣261百萬元（賬戶結餘包括購買理財產品產生之收入、活期存款之利息、外匯收益及虧損以及尚未投入之已籌集資本）。

於截至2022年6月30日止報告期內已動用所得款項淨額之詳細明細及描述載列如下：

	於2022年 1月1日 實際所得 款項淨額 人民幣百萬元	截至2022年 6月30日止期度 已動用所得款項 淨額之金額 人民幣百萬元	於2022年 6月30日 未動用 所得款項淨額 人民幣百萬元
投資項目	249	32	217
營運資金	78	78	—
	327	110	217

管理層討論與分析

本公司擬繼續於投資項目動用餘下所得款項淨額。未動用所得款項淨額將用於兩個項目，即「年產量達1.5百萬台空調之高端中央空調工程」和「海爾廚電新工廠項目」，預計將於2022年12月或之前使用完畢。

本公司於2022年1月11日與一名配售代理就根據一般授權，配售本公司新H股訂立配售協議。本公司通過配售及動用所得款項淨額，擬進一步加強其財務狀況，主要用於支持海外業務擴張及環境、社會及管治相關領域的投資。於2022年1月21日，股份配售已獲完成。每股面值人民幣1.00元的累計41,413,600股H股已配售予5名承配人，其最終實益擁有人為獨立第三方且與本公司及／或其關連人士概無關連。每股H股配售價為28.00港元（而H股於2022年1月11日的每股收市價為32.70港元）。按估算費用而得出的每股H股可得淨額為27.77港元。

承配人為Golden Sunflower、Segantii、PAG Pegasus Fund LP、Janchor及 Valliance，分別認購34,856,200股、2,185,800股、2,176,400股、1,311,400股及883,800股配售股份，代價分別為975,973,600港元、61,202,400港元、60,939,200港元、36,719,200港元及24,746,400港元。

來自配售的所得款項總額及所得款項淨額將分別為約1,159.58百萬港元及約1,149.98百萬港元。配售的所得款項淨額將用於以下用途：(i)70%用於海外工業園產能建設；(ii)15%用於ESG（環境、社會及管治）領域的相關投資；(iii)10%用於海外工業園信息化升級；及(iv) 5%用於海外渠道建設與推廣，預計將於2024年12月或之前使用完畢。於2022年6月30日，配售的所得款項淨額仍未動用，上述用途與本公司先前披露的所得款項計劃用途一致。

資本性支出

本公司不定期評估本集團中國區各產業分部及海外家電與智慧家庭業務的資本性支出及投資。期內資本性支出為人民幣3,343百萬元（2021年上半年：人民幣3,156百萬元（經重列）），其中國內人民幣1,770百萬元，海外人民幣1,573百萬元，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2022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、租賃負債、以及可轉換債券）除以本集團淨資產）為32.5%（2021年12月31日：29.6%），上升2.9個百分點，主要是由於報告期內更多利用政府提供的政策性優惠貸款所致。

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2022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4,310百萬元(2021年12月31日：人民幣3,159百萬元)，主要涉及本集團境內外工廠建設項目。

資產押記

於2022年6月30日，本集團若干賬面淨值為人民幣181百萬元(2021年12月31日：人民幣263百萬元)的應收賬款及應收票據已質押作為本集團獲授若干銀行借款的質押品。

此外，於2022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925百萬元(2021年12月31日：人民幣744百萬元)及本集團之應收票據人民幣7,896百萬元(2021年12月31日：人民幣12,449百萬元)作抵押。

或然負債

於報告期末，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、購股權及股份獎勵計劃，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2021年12月31日的104,874人下降1%至2022年6月30日的103,824人。

購買、贖回或出售本公司上市證券

回購A股

截至2022年6月30日止六個月，本公司在上海證券交易所回購其部分普通A股。該等交易詳情摘要如下：

月份	已回購的 A股數目	每股價格		已支付價格總額 人民幣 百萬元
		最高 人民幣	最低 人民幣	
2022年4月	933,100	24.50	23.70	22.51
2022年5月	46,831,339	26.00	24.50	1,187.23
2022年6月	7,938,500	25.40	23.50	196.98
	55,702,939			1,406.72

報告期內回購本公司A股是根據2022年3月30日通過有關回購A股的董事會決議案由董事實施的。已回購的A股將用於本公司的股份激勵計劃。

除上文所披露者外，於截至2022年6月30日止六個月內，本公司或其任何附屬公司均無購買、贖回或出售本公司任何上市證券。

股息

董事不建議就截至2022年6月30日止六個月派發任何中期股息(截至2021年6月30日止六個月：無)。

企業管治常規

遵守上市規則之企業管治常規守則

本公司於2022年1月1日至2022年6月30日期間一直遵守聯交所證券上市規則(「**上市規則**」)附錄十四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**」)

根據守則的守則條文第C.2.1條，主席及行政總裁之角色應有所區分，並不應由一人兼任。自2022年6月28日以來，執行董事李華剛先生(「**李先生**」)一直擔任本公司董事長並兼任行政總裁。李先生自2019年4月起擔任本公司行政總裁，並自梁海山先生於2022年6月28日退任本公司董事長後擔任董事長職務。

董事會已持續檢討董事長與行政總裁之角色區分。經評估本公司情況及考慮到李先生的經驗及以往表現後，董事會認為，李先生擔任本公司董事長及行政總裁職務兩個職位是合適及符合本集團的最佳利益，這可以讓本集團維持政策的延續性及業務的穩定性。這亦有助提高本公司制訂及執行策略的效率，令本集團可更高效及時地掌握商機。董事會由絕大多數非執行董事所組成，並定期於每季度舉行會議，檢討本集團的業務及以及考慮影響本集團業務的其他主要事宜。

因此，董事會確信有關的安排將不會對本公司董事會與管理層之間的權力和權限的平衡帶來負面影響。此外，在董事會及獨立非執行董事的持續監管下，通過存續的制衡機制，股東的利益繼續得到充分及公平的體現。

董事及監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，該守則之條款與上市規則附錄十所載上市發行人董事進行證券交易的標準守則(「**標準守則**」)同樣嚴謹。經本公司作出具體查詢後，本公司全體董事及監事已確認彼等已於截至2022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。

根據上市規則第13.51B(1)條作出之董事資料變更

茲提述本公司日期為2022年6月7日的通函及本公司日期為2022年6月28日的公告，內容關於本公司董事會換屆暨選舉非獨立董事，自本公司於2022年6月28日舉行的2021年度股東大會結束起生效：

梁海山先生已退任本公司執行董事兼董事長；解居志先生已退任本公司執行董事；武常岐先生及林綏先生已退任本公司非執行董事；宮偉先生獲委任為本公司執行董事；邵新智女士獲委任為本公司非執行董事兼副董事長；及李華剛先生獲委任為本公司董事長及行政總裁。

茲提述本公司日期為2022年6月7日的通函。董事會已按照本公司股東於2021年度股東大會上的授權，將董事津貼由稅前人民幣260,000元／年調整為稅前人民幣320,000元／年。

除上文披露者外，於報告期間及直至本報告日期，並無有關董事資料的變動須遵照上市規則第13.51B(1)條予以披露。

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2022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。

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
2022年8月29日

權益披露

董事於股份及相關股份之權益及淡倉

於2022年6月30日，董事、監事及行政總裁於本公司或其相聯法團（定義見證券及期貨條例（「證券及期貨條例」）第XV部）之股本及相關股份（「股份」）中，擁有記錄於本公司根據證券及期貨條例第352條規定須存置之登記冊中之權益及淡倉，或根據證券及期貨條例第XV部第7及8分部或根據上市發行人董事進行證券交易的標準守則須知會本公司及香港聯交所之權益及淡倉如下：

於本公司股份的好倉：

姓名	職位	持有的 股份類別	持有的 股份數目	權益性質	於相關類別 股份中的概約 持股百分比*	於本公司 總股本中的概約 持股百分比*
李華剛先生	董事長、執行董事 兼行政總裁	A股	764,145	實益擁有人	0.0121%	0.0081%
		H股	812,145	實益擁有人	0.0283%	0.0086%
宮偉先生	執行董事、副總裁及 財務總監	A股	1,911,970	實益擁有人	0.0303%	0.0202%
邵新智女士	副董事長、非執行董事	H股	1,045,056	實益擁有人	0.0364%	0.0111%
俞漢度先生	非執行董事	H股	810,000	實益擁有人	0.0283%	0.0086%
李錦芬女士	非執行董事	H股	355,200	實益擁有人	0.0124%	0.0038%
劉大林先生	監事會主席	H股	21,355	實益擁有人	0.0007%	0.0002%
馬穎潔女士	監事	A股	3,904	實益擁有人	0.0001%	0.0000%

* 百分比乃根據本公司於2022年6月30日之股本合共9,446,791,970股（包括6,308,552,654股A股、271,013,973股D股及2,867,225,343股H股，分別約佔本公司總股本的66.78%、2.87%及30.35%）計算得出。

董事於股份及相關股份之權益及淡倉 (續)**於本公司股份的好倉：(續)**

除上述外，以下董事、監事及行政總裁亦為本公司A股核心員工持股計劃(2021年)及H股核心員工持股計劃(2021年)的被授予人士：

姓名	職位	股份類別	員工持股計劃的發行 在外股份數目	於相關類別 股份中的概約 持股百分比*	於本公司 總股本中的概約 持股百分比*
李華剛先生	董事長、執行董事 兼行政總裁	A股	137,400	0.0022%	0.0015%
		H股	159,620	0.0056%	0.0017%
宮偉先生	執行董事、副總裁及 財務總監	A股	85,081	0.0013%	0.0009%
		H股	98,840	0.0034%	0.0010%
劉大林先生	監事會主席	A股	31,406	0.0005%	0.0003%
馬穎潔女士	監事	A股	7,886	0.0001%	0.0001%
于淼先生	監事	A股	6,225	0.0001%	0.0001%

* 百分比乃根據本公司於2022年6月30日之股本合共9,446,791,970股(包括6,308,552,654股A股、271,013,973股D股及2,867,225,343股H股，分別約佔本公司總股本的66.78%、2.87%及30.35%)計算得出。

董事於股份及相關股份之權益及淡倉 (續)

於本公司股份的好倉：(續)

本公司於2022年1月11日與配售代理訂立配售協議，根據一般授權配售本公司的新H股。合共41,413,600股H股已配售予五名承配人，彼等及其最終實益擁有人均獨立於本公司及／或其關連人士的獨立第三方，且與彼等概無關連。配售價為每股H股28.00港元。本公司下列董事及監事已通過信託及資產管理計劃，間接投資其中一名承配人Golden Sunflower發行的結構性票據。彼等出資的詳情如下：

姓名	職位	注資金額 (百萬港元)	配售H股 股份相關數目	於相關類別 股份中的概約 持股百分比*	於本公司 總股本中的概約 持股百分比*
李華剛先生	董事長、執行董事 兼行政總裁	18.35	655,305	0.0229%	0.0069%
宮偉先生	執行董事、副總裁兼 財務總監	9.17	327,652	0.0114%	0.0035%
邵新智女士	非執行董事	11.01	393,183	0.0137%	0.0042%
劉大林先生	監事	4.89	174,629	0.0061%	0.0018%

* 百分比乃根據本公司於2022年6月30日之股本合共9,446,791,970股(包括6,308,552,654股A股、271,013,973股D股及2,867,225,343股H股，分別約佔本公司總股本的66.78%、2.87%及30.35%)計算得出。

董事於股份及相關股份之權益及淡倉 (續)
根據購股權於本公司相關股份的好倉：

姓名	職位	股份類別	已授出 但尚未行使 的購股權數目	購股權 獲行使後 於相關類別 股份中的概約 持股百分比*	購股權 獲行使後 於本公司總 股本中的概約 持股百分比*
李華剛先生	董事長、執行董事兼 行政總裁	A股	913,900	0.0145%	0.0097%
宮偉先生	執行董事、副總裁兼 財務總監	A股	457,000	0.0072%	0.0048%

附註：上述各A股購股權用於認購一股的行使價為人民幣25.63元。行使期間自2022年9月15日至2027年9月15日。

* 百分比乃根據本公司於2022年6月30日之股本合共9,446,791,970股(包括6,308,552,654股A股、271,013,973股D股及2,867,225,343股H股，分別約佔本公司總股本的66.78%、2.87%及30.35%)計算得出。

除上文所披露者外，於2022年6月30日，概無董事及行政總裁於本公司或其相聯法團(定義見證券及期貨條例第XV部)之股份或相關股份中，擁有記錄於本公司根據證券及期貨條例第352條規定須存置之登記冊中之任何權益或淡倉，或根據證券及期貨條例第XV部第7及8分部或根據上市發行人董事進行證券交易的標準守則須知會本公司及香港聯交所之任何權益或淡倉。

主要股東於股份及相關股份之權益

於2022年6月30日，以下擁有本公司已發行股本5%或以上權益之股東記錄於本公司根據證券及期貨條例第336條規定須存置之主要股東名冊：

好倉：

股東名稱	持有的 股份類別	持有的 股份數目	權益性質	於相關類別 股份中的概約 持股百分比*	於本公司 總股本中的概約 持股百分比*
海爾集團公司 ^{附註1至4}	A股	2,624,170,564	實益擁有人 受控法團權益 通過投票權委託安排持有的 權益	41.60%	27.78%
	H股	538,560,000	受控法團權益	18.78%	5.70%
	D股	58,135,194	受控法團權益	21.45%	0.62%
海爾卡奧斯股份 有限公司 ^{附註1及2}	A股	1,258,684,824	實益擁有人	19.95%	13.32%
HCH (HK) Investment Management Co., Limited ^{附註3}	H股	538,560,000	實益擁有人	18.78%	5.70%
Haier International Co., Limited ^{附註4}	D股	58,135,194	實益擁有人	21.45%	0.62%
其他H股類別股東 ^{附註5}					
其他D股類別股東 ^{附註6}					

* 百分比乃根據本公司於2022年6月30日之股本合共9,446,791,970股(包括6,308,552,654股A股、271,013,973股D股及2,867,225,343股H股，分別約佔本公司總股本的66.78%、2.87%及30.25%)計算得出。

主要股東於股份及相關股份之權益 (續)

好倉：(續)

附註：

1. 海爾集團公司直接持有1,072,610,764股A股。此外，海爾集團公司(i)通過其中一家附屬公司海爾卡奧斯股份有限公司(前稱為海爾電器國際有限公司)間接擁有或控制1,258,684,824股A股；(ii)通過其中一家附屬公司青島海爾創業投資諮詢有限公司間接擁有或控制172,252,560股A股；及(iii)通過海爾集團公司的一致行動方青島海創智管理諮詢企業(有限合夥)間接擁有或控制120,622,416股A股。(註：青島海創智管理諮詢企業(有限合夥)參與重新融資及證券出借業務，共涉及A股數量1,898,000股，該部分股份所有權未發生轉移。)
2. 海爾集團公司持有海爾卡奧斯股份有限公司(前稱為海爾電器國際有限公司)51.20%的已發行股份，並有權通過一份不可撤銷的投票權委託安排行使海爾卡奧斯股份有限公司餘下48.80%的投票權。
3. HCH (HK) Investment Management Co., Limited (「**HCH (HK)**」) 持有538,560,000股H股。海爾集團公司控制HCH (HK)100%的投票權，因此被視為於HCH (HK)持有的538,560,000股H股中擁有權益。
4. Haier International Co., Limited為海爾集團的全資附屬公司，因此，海爾集團公司被視為於Haier International Co., Limited持有的58,135,194股D股中擁有權益。
5. 摩根大通集團持有270,823,395股H股，約佔H股總數的9.45%；貝萊德持有151,132,290股H股，約佔H股總數的5.27%。
6. 絲路基金有限責任公司持有54,007,663股D股，約佔D股總數的19.93%；摩根史丹利持有18,485,130股D股，約佔D股總數的6.82%。

淡倉及可供借出的股票：

摩根大通集團的淡倉為6,576,910股H股，約佔H股總數的0.23%及有52,902,302股H股可供借出，約佔H股總數的1.85%。貝萊德的淡倉為692,400股H股，約佔H股總數的約0.02%。

摩根史丹利的淡倉為16,870,822股D股，約佔D股總數的6.23%。

除上文披露者外，於2022年6月30日，概無權益載列於上文「董事於股份及相關股份之權益及淡倉」一節之本公司董事以外之人士於本公司股份或相關股份中，擁有根據證券及期貨條例第336條規定須予記錄之登記權益或淡倉。

股份獎勵計劃

2019年股份獎勵計劃

本公司運作股份獎勵計劃(員工持股計劃)，於2019年4月29日獲董事會批准(「2019年股份獎勵計劃」)。2019年股份獎勵計劃下授予或將授予的獎勵構成本公司員工薪酬方案的一部分。

期內，2019年股份獎勵計劃持有的全部已有未歸屬2,551,292股股份已售出及股份獎勵計劃的所有資產為貨幣資金。2019年股份獎勵計劃已根據有關條文實施及終止。

推出新一階段A股及H股核心員工持股計劃及H股受限制股份獎勵計劃

於2021年6月25日舉行的2020年股東週年大會上，本公司採納A股核心員工持股計劃(2021年-2025年)、H股核心員工持股計劃(2021年-2025年)及H股受限制股份單位計劃。

預期本集團常居中國內地境內的相關員工將主要由A股核心員工持股計劃及H股核心員工持股計劃覆蓋，而本公司常居中國內地境外的相關員工將主要由受限制股份單位計劃覆蓋。

A股及H股核心員工持股計劃及受限制股份單位計劃旨在為本公司中層及高級管理層和核心員工提供激勵，以本公司兩至三年溢利目標及業務單位與個人表現目標作為主要考核基準。

根據於股東週年大會上尋求的授權，董事會可全權酌情根據A股核心員工持股計劃及H股核心員工持股計劃的規定、員工變動情況、表現考核情況，決定有權參與A股核心員工持股計劃及H股核心員工持股計劃的員工名單及後續各期的分配，並獲授權進行調整。董事會或授權人士可根據受限制股份單位計劃規則，不時選擇任何合資格人士作為選定參與人。

A股核心員工持股計劃及H股核心員工持股計劃

員工持股計劃的目的為以「人單合一」驅動員工創業創新；完善公司治理機制，創造股東價值；及吸引人才，創新本公司薪酬管理體系。

員工持股計劃的參與人是本公司董事(獨立董事除外)、監事(僅A股計劃)及高級管理人員、本公司及附屬公司核心技術(業務)人員。

股份獎勵計劃

經股東大會授權，2021年至2025年期間，董事會有權按實際需要決定設立若干期獨立存續的員工持股計劃。各期員工持股計劃存續期不超過五年，自本公司公佈各年度最後一筆標的股票登記至該年度員工持股計劃時起計算。存續期滿後，該員工持股計劃終止，也可經董事會審議通過後並經股東大會授權延長。

各年的員工持股計劃相互獨立，但已設立並存續的各期員工持股計劃(包括A股核心員工持股計劃及H股核心員工持股計劃)所持有的股份總數不得超過本公司股本總額的10%，單個員工所持的存續員工持股計劃份額所對應的股份總數不得超過本公司股本總額的1%。

為進一步完善公司治理機制，創造股東價值，推進公司物聯網智慧家庭生態品牌戰略的全面實施，經公司2021年6月25日召開的2020年年度股東大會審議及授權，本公司於2022年4月28日召開的第十屆董事會第二十八次會議審議推出了本公司2022年度 H股核心員工持股計劃及本公司2022年度 A股核心員工持股計劃。於報告期內，本公司推進了2022年 A股、H股員工持股計劃的相關工作。

A股核心員工持股計劃(2021年)

參與2021年A股核心員工持股計劃的資金總額為人民幣708百萬元。根據A股核心員工持股計劃(2021年)的安排，通過2021年7月22日的非交易轉讓，海爾智家股份有限公司回購專用證券賬戶所持的25,440,807股A股(約人民幣707百萬元，不包括相關費用及稅項開支)已以人民幣27.79元/股的價格(該價格為回購專戶內股票的買入成本均價)轉讓至「海爾智家股份有限公司—A股核心員工持股計劃(2021年)」的指定賬戶。

該部分股票將按照規定予以鎖定。根據A股核心員工持股計劃(2021年-2025年)規定，A股核心員工持股計劃自本公司作出披露公告，完成從本公司回購專用證券賬戶受讓回購的A股之日起，設立12個月的鎖定期，即鎖定期為2021年7月24日至2022年7月23日。

鎖定期結束後基於本公司的業績考核制度對參與人進行考核。按照40%、60%的比例，考核期一般為兩年，具體考核期及權益歸屬比例由員工持股計劃管理委員會確定。

A股核心員工持股計劃(2021年)持有人包括當時14名董事、監事及其他高級管理人員，以及1,585名核心技術(業務)僱員，合共持有人民幣707百萬元。本公司董事及監事於A股核心員工持股計劃(2021年)的詳情載列如下：

名稱	職位	A股核心員工 持股計劃	
		A股數目	(2021年)的百分比
梁海山*	董事	972,132	3.82%
李華剛	董事	137,400	0.54%
宮偉#	董事	85,081	0.33%
解居志*	董事	94,011	0.37%
劉大林	監事	31,406	0.12%
馬穎潔	監事	7,886	0.03%
于淼	監事	6,225	0.02%
小計		1,334,141	5.24%
其他僱員(1,592名人員)		24,106,666	94.76%
總計		25,440,807	100%

* 於2022年6月28日退任

於2022年6月28日獲委任

A股核心員工持股計劃(2022年)

本期計劃的參與人員共計不超過2,250人，資金總額為人民幣68,000萬元，以「份」作為認購單位，每一份額為人民幣1元。11名人士包括董事(包括李華剛先生和宮偉先生)、監事(包括劉大林先生、馬穎潔女士及于淼先生)、及高級管理人員，共持有份額人民幣2,196萬元，佔2022年員工持股計劃的3.2%，本公司及子公司核心技術(業務)人員2,239名，共持有份額人民幣65,804萬元，佔2022年員工持股計劃的96.8%。

本期計劃股票來源為回購本公司 A股股票。本期計劃自公司披露完成從公司回購專用證券帳戶受讓回購的標的股票的公告之日起設立12個月的鎖定期。

鎖定期結束後基於公司的業績考核制度對本期計劃持有人進行考核，考核期為兩年，本期計劃鎖定期滿後對應的標的股票按照40%、60%分兩期歸屬至持有人，具體歸屬時間在鎖定期結束後，由管理委員會確定。

於報告期後，於「海爾智家股份有限公司回購專用證券帳戶」內其中的26,814,055股(過戶價格每股為人民幣25.33元)已非交易過戶至「海爾智家股份有限公司—A股核心員工持股計劃(2022年)」專戶。

股份獎勵計劃

H股核心員工持股計劃(2021年)

參與2021年員工持股計劃的資金總額為人民幣90百萬元。根據H股核心員工持股計劃(2021年)的安排，本公司已委託資管公司通過港股通在二級市場累計買入本公司H股股票3,757,000股，成交均價為港幣28.268元/股，成交金額約為106百萬港元。上述購買的股票將按照規定予以鎖定，鎖定期為自2021年7月27日至2022年7月26日。

鎖定期結束後基於本公司的業績考核制度對參與人進行考核。按照40%、60%的比例，考核期一般為兩年，具體考核期及權益歸屬比例由員工持股計劃管理委員會確定。

H股核心員工持股計劃持有人為本公司35名核心高級管理人員，在本公司整體表現及發展擔當重要角色。本公司董事於H股核心員工持股計劃(2021年)的詳情如下：

名稱	職位	H股核心員工 持股計劃 (2021年)的百分比	
		H股數目	
梁海山*	董事	1,129,344	30.06%
李華剛	董事	159,620	4.25%
宮偉#	董事	98,840	2.63%
解居志*	董事	109,214	2.91%
小計		1,497,018	39.85%
其他僱員(31人)		2,259,982	60.15%
總計		3,757,000	100%

* 於2022年6月28日退任

於2022年6月28日獲委任

H股核心員工持股計劃(2022年)

本期員工持股計劃的參與對象包括公司董事(獨立董事除外)、高級管理人員、公司及子公司核心技術(業務)人員，共計33人，資金總額為人民幣6,000萬元，以「份」作為認購單位，每一份額為人民幣1元。其中董事(包括李華剛先生和宮偉先生)及高級管理人員8名，共持有份額人民幣2,053萬元，佔本期員工持股計劃的34.2%，本公司其他核心管理人員25名，共持有份額人民幣3,947萬元，佔本期員工持股計劃的65.8%。

本期計劃股票來源為通過滬港股票市場交易互通機制在二級市場購買並持有本公司H股股票。鎖定期為12個月，自公司公告最後一筆購買之標的股票登記至本期計劃時起計算。

鎖定期結束後基於本公司的業績考核制度對本期計劃持有人進行考核，考核期為兩年，計劃股票於考核後按照40%、60%分兩期歸屬至持有人，具體歸屬時間在鎖定期結束後，由管理委員會確定。

於報告期後，本公司已委託資產管理公司通過港股通在二級市場累計買入公司H股股票2,653,200股，成交金額約為68百萬港元。

H股受限制股份單位計劃

受限制股份單位計劃的目的為激發合資格人士的積極性，鼓勵彼等創新，以創造價值、提高利潤、實現競爭目標，並最終為股東帶來最大的回報；促進本公司的戰略發展及實現本公司的目標；優化本集團僱員的薪酬架構；吸引、激勵及挽留本集團有能力的核心人才，以促進本集團未來的業務發展及擴張。

可參與受限制股份單位計劃的合資格人士包括任何個人，即董事會或其授權人士全權酌情認為對本集團發展有重大貢獻或將有重大貢獻的僱員、董事、監事、高級管理層、本集團任何成員公司的主要營運團隊成員。

在受限制股份單位計劃規則的規限下，本公司及／或授權人士可不時以書面形式指示受託人於聯交所認購或收購H股，及根據受限制股份單位計劃規則及信託契據的條款及條件並在其規限下，為選定持有人的利益以信託方式持有H股。

董事會或授權人士可在獎勵期限內，在滿足獎勵的條款及條件以及董事會或授權人士不時釐定的績效目標的情況下，向選定持有人授予獎勵。

董事會不得再作出任何會導致授予的H股總數超過相關授予日期已發行H股總數百分之一(1%)的授予。根據受限制股份單位計劃授予選定持有人的未歸屬受限制股份單位總數不得超過有關授出日期已發行H股總數的百分之零點一(0.1%)。

受限制股份單位計劃下授出的獎勵的歸屬須待有關業務單位的條件及有關選定持有人的個人表現目標及獎勵函所載任何其他適用歸屬條件獲達成後，方可作實。

根據H股受限制股份單位計劃(2021年)的安排，本公司委託獨立信託機構在二級市場購買本公司合共4,538,400股H股，交易金額約為124百萬港元。

於2021年，合共4,438,027股本公司H股受限制股份單位獲授予本公司52名僱員(彼等並非本公司董事、行政總裁及監事)，並獲彼等接納，彼等於本公司整體表現及發展擔當重要角色。

於報告期間(2022年)，合共5,598,894股本公司H股受限制股份單位獲授予本公司124名員工(彼等並非本公司董事、最高行政人員及監事)，並獲彼等接納，彼等於本公司整體表現及發展擔當重要角色。

股份獎勵計劃

下表披露本公司於本期間H股受限制股份單位的變動：

參與人姓名或類別	H股受限制股份單位					於2022年 6月30日	授出受限制 股份單位日期	受限制股份 單位歸屬期間
	於2022年 1月1日	期內授出	期內歸屬	期內註銷	期內失效			
其他僱員								
總計	4,438,027	—	—	—	—	4,438,027	30/7/2021、 1/9/2021、 15/12/2021	1/8/2022– 1/8/2024
總計	—	5,598,894	—	—	—	5,598,894	25/5/2022、 23/6/2022	1/7/2023– 1/7/2025
	4,438,027	5,598,894	—	—	—	10,036,921		

於2022年6月30日止期間授出的受限制股份單位的公允值約146百萬港元(每股26港元)(2021年12月31日：116百萬港元(每股26.1港元))，本集團截至2022年6月30日止期間確認的受限制股份總開支為人民幣9百萬元(2021年12月31日：人民幣17百萬元)。

H股受限制股份單位的攤薄影響載於財務報表附註11。

A股股票期權計劃

A股股票期權激勵計劃的參與者不包括本公司獨立董事、監事及單獨或合計持有公司5%以上股份的股東或實際控制人及其配偶、父母、子女。

任何參與人通過在有效期的A股期權獎勵計劃獲授的本公司股份總數均未超過本公司股份總數的1%。本公司全部有效的股票期權獎勵計劃所涉及的標的股票總數不超過獎勵計劃公告當日本公司股份總數的10%。

2021年A股股票期權激勵計劃

在2021年9月15日舉行的臨時股東大會上，本公司採納2021年A股股票期權激勵計劃(「**2021年A股股票期權激勵計劃**」)。該計劃是在本公司A股和H股核心員工持股計劃和限制性股票單位計劃的基礎上，進一步提升僱員激勵的額外措施。

為推動本公司達成更長遠目標，進一步改善高端場景化為主的品牌和智能家居的業務發展，本公司推出A股股票期權激勵計劃，對考核期為五或六年、盈利目標高於A股和H股核心員工持股計劃的核心管理層成員提供激勵。

A股期權獎勵計劃的參與人為對本公司整體業績和長期發展具有重要作用的核心管理人員，具體包括本公司董事及高級管理人員、本公司產業總經理及部門經理。

通過2021年A股期權獎勵計劃，本公司已議決向參與人授予51,000,000份A股股票期權。其中首次授予46,000,000份，預留5,000,000份。

2021年內，於2021年9月15日，本公司首次向400名參與人(包括本公司董事)授予46,000,000份A股股票期權。於2021年12月15日，本公司根據2021年A股股票期權激勵計劃向18名參與人授予4,525,214份保留股份期權。不會再授出A股股份期權激勵計劃之下的其餘保留購股權。

2022年A股股票期權激勵計劃

在2022年6月28日舉行的股東週年大會上，本公司採納2022年A股股票期權激勵計劃(「**2022年A股股票期權激勵計劃**」)。

隨著本公司從「高端品牌」到「場景品牌」到「生態品牌」升級的物聯網引爆引領，本公司需長遠佈局規劃來保障戰略成果的實現，也需要完善與之匹配的長期激勵計劃。為此，本激勵計劃引導核心科技人才及業務團隊不斷創業創新，通過制定長周期的業績增長指標充分發揮和調動激勵對象的積極性，激勵其為用戶創造最佳體驗，實現跨越周期的業務發展。

本次激勵工具週期對標未來四年的發展，有利於驅動激勵對象承接公司的長期發展戰略目標，進一步推動業務協同整合、提升運營效率、實現行業引領。

參與人是對公司整體業績和長期發展具有重要作用的核心人員(不含公司現任董事及高級管理人員)，包括公司業務主管、核心技術人員及業務骨幹。

通過2022年A股股票期權激勵計劃，本公司已議決向參與人授予104,756,896份A股股票期權。於2022年6月28日，本公司向1,834名參與人授予104,756,896份A股股票期權。

股份獎勵計劃

下表披露期內本公司尚未行使A股股票期權的變動：

參與人姓名或類別	A股股票期權數目					於2022年 6月30日	授出股票 期權日期 (附註1)	股票期權的 行使期	每股票期權 的行使價 (附註2) 人民幣
	於2022年 1月1日	期內授出	期內行使	期內註銷 (附註3)	期內失效				
執行董事									
梁海山先生	913,900	—	—	—	—	913,900	15/09/2021	15/09/2022至 15/09/2027	25.63
李華剛先生	913,900	—	—	—	—	913,900	15/09/2021	15/09/2022至 15/09/2027	25.63
解居志先生	913,900	—	—	—	—	913,900	15/09/2021	15/09/2022至 15/09/2027	25.63
其他僱員									
總計	43,258,300	—	—	—	—	43,258,300	15/09/2021	15/09/2022至 15/09/2027	25.63
總計	4,525,214	—	—	—	—	4,525,214	15/12/2021	15/12/2022至 15/12/2027	25.63
總計	—	104,756,896	—	—	—	104,756,896	28/06/2022	28/06/2023至 28/06/2027	23.86
	50,525,214	104,756,896	—	—	—	155,282,110			

2021年授予的股票期權的行使安排：

行使安排	歸屬期	可行使的股票期權 佔授予的股票期權 的比例		行使期
		比例	行使期	
第一次行權	由授予日期起至授予日期起12個月屆滿	20%	由授予日期起12個月屆滿後的第一個交易日 至授予日期起24個月屆滿後的最後交易日	
第二次行權	由授予日期起至授予日期起24個月屆滿	20%	由授予日期起24個月屆滿後的第一個交易日 至授予日期起36個月屆滿後的最後交易日	
第三次行權	由授予日期起至授予日期起36個月屆滿	20%	由授予日期起36個月屆滿後的第一個交易日 至授予日期起48個月屆滿後的最後交易日	
第四次行權	由授予日期起至授予日期起48個月屆滿	20%	由授予日期起48個月屆滿後的第一個交易日 至授予日期起60個月屆滿後的最後交易日	
第五次行權	由授予日期起至授予日期起60個月屆滿	20%	由授予日期起60個月屆滿後的第一個交易日 至授予日期起72個月屆滿後的最後交易日	

2022年授予的股票期權的行使安排：

行使安排	歸屬期	可行使的股票期權 佔授予的股票期權	
		的比例	行使期
第一次行權	由授予日期起至授予日期起12個月屆滿	25%	由授予日期起12個月屆滿後的第一個交易日 至授予日期起24個月屆滿後的最後交易日
第二次行權	由授予日期起至授予日期起24個月屆滿	25%	由授予日期起24個月屆滿後的第一個交易日 至授予日期起36個月屆滿後的最後交易日
第三次行權	由授予日期起至授予日期起36個月屆滿	25%	由授予日期起36個月屆滿後的第一個交易日 至授予日期起48個月屆滿後的最後交易日
第四次行權	由授予日期起至授予日期起48個月屆滿	25%	由授予日期起48個月屆滿後的第一個交易日 至授予日期起60個月屆滿後的最後交易日

附註：

1. 於2021年授出的股票期權的有效期限最長為72個月，由授出日期起至所有授予參與人的股票期權全部行使或註銷日期為止。根據激勵計劃授予的股票期權自授予日期起的12個月期限屆滿後，在行使條件的規限下，參與人可分五個年度階段行使股票期權，每次行使20%的已授予股票期權。股票期權的歸屬期是由授予日期起至各自的歸屬日期。

於2022年授出的股票期權的有效期限最長為60個月，由授出日期起至所有授予參與人的股票期權全部行使或註銷日期為止。根據激勵計劃授予的股票期權自授予日期起的12個月期限屆滿後，在行使條件的規限下，參與人可分四個年度階段行使股票期權，每次行使25%的已授予股票期權。股票期權的歸屬期是由授予日期起至各自的歸屬日期。

2. 授出購股權的行使價不低於股份賬面值，亦不低於以下各項之較高者：(1) A股於公佈A股股份期權激勵計劃前一個交易日的平均交易價；及(2) A股於公佈A股股份期權激勵計劃前最後20個交易日的平均交易價。根據A股股票期權激勵計劃的條文，如有任何股息分派、資本化發行、紅股發行、股份拆細或合併以及供股的情況下，股票期權的數量和行使價格可予調整。
3. 所有於相關計劃到期前沒收的期權將會被當成失效期權，其將不會重新計入相關計劃下可供發行的股份數目。

股份獎勵計劃

緊接A股股票期權授出日期(2022年6月28日)前，本公司A股收市價為每股人民幣27.3元。

於2021年12月31日，根據A股股票期權計劃可供發行的A股總數為50,525,214股，相當於2021年12月31日股本總數約0.54%及2022年4月28日(本公司2021年年度報告日期)股本總數約0.53%。

於2022年6月30日，根據A股股票期權計劃可供發行的A股總數為155,282,110股，相當於2022年6月30日股本總數約1.64%。如股票期權悉數行使，本公司將獲得約人民幣3,794,000,000元(未扣除發行開支)。

有關股票期權的攤薄影響的詳情，載於財務報表附註11。