

合肥美菱股份有限公司

2015 年度董事会工作报告

各位股东：

2015年度，合肥美菱股份有限公司（以下简称“公司”或“本公司”）董事会严格遵守《公司法》、《证券法》等法律、法规及《公司章程》的有关规定和要求，本着对全体股东负责的原则，恪尽职守，认真履行职责，维护公司和股东的合法权益，规范运作，科学决策，积极推动公司各项业务发展。现将2015年度董事会工作报告汇报如下：

一、报告期内公司从事的主要业务

（一）公司的主要业务的情况

公司是中国重要的电器制造商之一，30 多年来，公司始终以技术创新和产品创新精心打造企业核心竞争力。报告期内，公司主要从事冰箱、冰柜、空调、洗衣机白色家电产品研发、生产与销售。

公司主导产品美菱冰箱是国家出口免验产品。公司成立了安徽省首家 RoHS 公共检测中心、国家级企业技术中心，使美菱在节能、无霜、深冷、智能化等多个领域不断取得突破性成果，先后研发出数百款不同型号的冰箱产品，满足了不同层次的消费者需求。其中，对开多门雅典娜系列高端冰箱、0.1 度变频系列冰箱及 CHiQ 智能冰箱等多款产品引领了行业发展的潮流。

近年来，伴随互联网、云计算、大数据等新一代信息技术的迅猛发展，家电行业掀起了“智能化”、“网络化”转型发展的新浪潮。面对行业发展的新变革，公司提出了“双三一心”战略。2014 年初，公司陆续发布了以“云图像识别”技术为核心的 CHiQ 冰箱和基于“人体状态感知”技术 CHiQ 空调。2015 年底，公司非公开发行股票募集资金投资项目之一——“智慧生活项目”，已经开始实施，公司将从智慧家庭走向智慧社会，探索企业发展的新路径。通过一系列 CHiQ 智能产品的落地，以及未来美菱智慧生活 O2O 社区生鲜业务平台的建设，公司正在逐步完善家庭互联网布局，加快家电智能化进程，形成“硬件+服务”的双增长引擎，带动公司盈利模式的转型升级，探索家电企业服务增值新模式，迎接行业竞争新格局，实现自身持续稳定发展。与此同时，2015 年 3 月，公司又率先启动“全民换变频”活动，宣布全面淘汰定频冰箱，成行业首个停产大容量定频冰箱的企业。此举使得公司以差异化的竞争优势实现变频产品占比稳居行业第二。通过“全民换变频”活动，公司以领先行业的 0.1 度变频技术，在 2015 年度实现逆势增长。

在制造方面，公司拥有合肥、绵阳、中山和景德镇四大白电产品国内制造基

地，以及巴基斯坦等国外冰箱（柜）、空调制造基地，拥有冰箱、冰柜、空调等多条产品生产线。在销售方面，公司建立了较为完善的销售网络及服务体系，在连锁、批发、电子商务等多种渠道均衡发展，积极开展长虹-美菱专卖店建设，推动智能产品体验店建设，重视新兴的电商渠道，同时，公司积极开拓海外市场，产品出口 130 多个国家和地区。

报告期内，公司收入主要来源于冰箱（柜）和空调，合计收入为 943,268.94 万元，占公司营业收入的比例为 90.56%。

（二）公司所属行业的情况

2015 年，我国经济运行总体平稳，呈缓中趋稳态势，但经济下行压力和困难仍持续存在。在“新常态”的经济形势下，公司所处的家电行业受房地产市场萎缩、国内市场方面需求低迷等因素影响，内销继续呈现震荡筑底态势。同时，伴随互联网时代的到来，新的商业模式、新的产品形态层出不穷，行业侵蚀性增长趋势愈发明显，竞争进一步加剧，家电行业的主要竞争者已经从原来的传统家电企业延展到互联网企业。

作为中国知名的冰箱制造商，公司从 1989 年引发中国冰箱行业的“181 效应”起，就一直走在冰箱行业发展的前沿，引领着冰箱行业发展方向。公司冰箱产品市场占有率位居前列，在国内拥有庞大的用户群，多年市场积淀使公司品牌知名度大幅提升，具备较高的行业地位。

2015 年，在宏观经济增长乏力、行业竞争加剧等不利因素影响下，公司冰箱（柜）国内、国外销售双双跑赢行业大盘，市场地位进一步得到了巩固和提升，成为近年来国内外市场增长较快的白电品牌。根据中怡康调查统计，2015 年，公司冰箱零售销售量市场占有率位列第四名；冰柜零售市场销售量占有率位列第三名。

二、管理层讨论与分析

（一）概述

2015 年，中国经济增速放缓，全年 GDP 同比增长 6.9%，当前中国经济继续放缓势头仍将延续，产业结构艰难转型升级；同时居民消费水平不断提高，产品进入快速更新换代期。受宏观经济增速放缓、房地产市场持续低迷、刺激性消费政策逐步退出、市场需求提前透支等因素的影响，2015 年国内家电行业销售继续呈现震荡筑底态势，行业品牌竞争进一步加剧，其中冰箱行业整体下滑、冰柜行业持续下滑、空调行业终止连续多年的增长势头且价格战激烈。同时，随着国家对新能效标识全面推进使用，进一步提高了行业竞争的门槛。另外，近年来，随着电脑、互联网和移动通信设备的逐步普及，人们的生活方式正在发生着深刻变化，智能家电正逐渐走入寻常百姓家，国内家电企业顺应时代潮流发展也纷纷推出了基于互联网、云计算、大数据等智能家居规划及相关产品，提出拥抱互联

网、推进智能化战略转型。

2015年，公司在“美菱梦”和“双三一心”的战略指引下，坚持“产品领跑，销售转型，管理提效”的经营方针，经过公司全体员工的共同努力，克服了宏观经济增长乏力、行业大盘持续下滑等不利因素，内销冰箱（柜）跑赢行业大盘，电商业务大幅增长，出口冰箱（柜）市场地位得到提升。2015年公司实现营业收入104.16亿元，同比小幅下降3.24%；归属于母公司净利润2,649.63万元，同比下降91.00%。

（二）主营业务分析

1、概述

本报告期内，面对家电行业大盘持续下滑的不利形势，公司克服压力，进一步提升了内销冰箱（柜）市场地位，保持了外销业务快速增长的势头，成为近年来国内外市场增长较快的白电品牌。

2015年度，公司冰箱、冰柜业务实现营业收入约60.17亿元，同比下降0.39%；公司空调业务实现营业收入约34.16亿元，同比下降8.01%。2015年1-12月公司洗衣机业务实现收入约3.11亿元，同比增长3.46%。

其中，公司国内冰箱（柜）销售跑赢行业大盘，市场地位进一步得到了巩固和提升。根据中怡康数据显示，冰箱行业零售额同比下降0.52%；公司冰箱零售额却逆势同比上升4.77%；冰柜行业零售额同比下降2.03%，公司冰柜零售额同比上升7.30%。电子商务渠道方面，公司线上冰箱销售额进一步扩大成果，根据奥维数据显示，销售额同比上升了88.59%。根据中怡康数据显示，在市场份额占比上，公司冰箱零售额市场占有率达到7.86%，同比上升了0.35个百分点；冰柜零售额市场占有率达到8.83%，同比上升了0.66个百分点；洗衣机零售额市场占有率也同比上升；空调零售额市场占有率有下降。

与此同时，公司的冰箱、冰柜、空调出口业务持续保持前几年的高速增长态势。根据海关数据统计，冰箱行业出口额同比下降3.07%，公司出口额同比提升9.13%；冰柜行业出口额同比下降1.72%，公司出口额同比提升20.07%；空调行业出口额同比下降6.13%，公司空调出口额同比增长65.44%；冰箱（柜）、空调出口增速远超行业。在市场份额占比上，公司冰箱出口额市场占有率达到5.21%，同比上升了0.59个百分点，排名上升至第四名；冰柜出口额市场占有率达到2.82%，同比上升了0.51个百分点。

2、公司发展战略和经营计划在报告期内的进展情况

面对宏观经济低迷、行业下滑、竞争激烈和互联网企业跨界的多重冲击，报告期内，公司根据发展战略和2015年“产品领跑、销售转型、管理提效”的经营方针部署年度经营计划，安排组织生产经营，主要开展了以下工作：

(1) 产品领跑——启动智能和变频产品双引擎

公司大力推进“智能”及“变频”两大产品战略。在变频产品方面，2015年3月9日，公司在举办的“全民换变频”活动全国启动仪式上宣布：“首先将停产260L以上的定频冰箱”，发起了停产260L以上的定频冰箱营销活动。公司变频产品销售占比大幅提升，占公司冰箱整体销售的比例近30%，全年变频冰箱产品发货量同比增长超50%，已位居国内变频冰箱品牌产品销售排名第二位。

公司智能冰箱、智能空调处于行业领先地位，不仅在线上发布销售，让消费者零距离接触我们的智能产品、畅想未来的智能生活。同时，还在线下建立了1500多个智能体验专区，让智能产品真正走入千家万户。未来，公司将陆续推出CHiQ2代产品和物联网冰箱。

(2) 销售转型——国内、国外双突破

报告期内，公司在销售转型上实现了突破。国内营销在策略转型上实现了从政策牵引驱动的压货式向以终端零售拉动模式的转变，同时建成了终端零售数据系统，终端信息得到快速反应；在渠道转型上核心渠道和新兴渠道销售额均有增长。海外营销转型在客户、产品、运营和国际化四大方面均实现了突破，其中冰箱（柜）六大核心客户销量同比增长21.5%，高端冰箱发货量同比增长38.3%，冰箱（柜）自主品牌发货量同比增加13.8%。

(3) 管理提效——持续提升人效、物效，重塑品牌主张，提升品牌形象

报告期内，公司在管理提效方面也有较大的进步。人效、物效同比均有一定程度的提高；产品制造质量，特别是高端冰箱质量得到较大提升；在绩效文化方面进一步完善了KPI考评体系；在人才建设方面公司实施百人计划，搭建了后备人才梯队；公司加强成本管理，各项降本工作实现了预期。

2015年公司成功举办了新LOGO启用发布会，重塑了“美菱，让美好来临”的品牌主张。诠释了美菱拥抱互联网、拥抱消费者、拥抱美好生活的品牌内涵，大幅提升了美菱的品牌能力和品牌价值。未来，公司将加大品牌推广投入，拓宽传播渠道，保持高空地面组合传播的强势劲头，不断升级终端形象，在未来2-3年内，公司将持续投入3-5个亿，在全国布局2万个左右全新终端门店，实现终端“变脸”，让消费者感受全新美菱带来的视觉感受和 product 体验，营造一个全新的品牌传播体系，让新美菱看得见、听得到、记得住。

三、核心竞争力分析

1、品牌能力

公司是中国知名电器制造商之一，拥有冰箱、冰柜、空调等多条产品线。美菱品牌被列入中国最有价值品牌之一，我公司使用在冰箱、冰柜商品（服务）上的“雅典娜”商标被认定为安徽省著名商标。为了提升品牌形象，进一步扩大品

牌的市场影响力，公司于 2015 年 10 月召开了“新 LOGO 发布暨第 1000 万台变频产品下线”发布会，全面更新 LOGO “**MELING 美菱**”，推出“美菱，让美好来临”的全新品牌主张，随着新 LOGO 的发布，美菱将同时实施“美好三部曲”品牌战略，从注重感官直接体验的“体验美好”到注重精神心灵享受的“享受美好”，再到注重生活方式信仰的“信仰美好”。新 LOGO 一面世，便得到了国内外消费市场、合作伙伴等高度好评。

2、产品能力

30 年来，公司专注制冷行业，先后研发出多款不同型号的冰箱产品，其中包括对开多门雅典娜系列高端冰箱、日耗电仅 0.23 度的顶级节能冰箱、以“云图像识别”技术为核心的 CHiQ 冰箱和基于“人体状态感知”技术 CHiQ 空调等多款引领行业发展潮流的产品。公司拥有较为先进、完善的研发及品质保证系统，通过了 ISO9001、ISO14001、OHSAS18001 等管理体系认证，公司产品具有品质优良、性能可靠的特点。在技术开发方面，公司拥有国家级技术中心，在节能、风冷、变频、智慧、深冷方面，公司拥有超前、领先于同行的核心技术。在产品开发方面，公司结合技术发展趋势和消费者更新换代需求特点，2015 年重点发展 CHiQ 智能产品、变频产品及其他中高端产品，产品结构升级明显。公司后续将推进产品不断向高端转型，继续坚持智能和变频两大产品战略不动摇，树立智能产品领先优势，进一步推进智能产品后续的研发、推广以及技术更新。加大 0.1 度精确变频技术的研发力度和产品的市场推广，保持技术的领先。另外，公司将不断完善家电产品线，布局小家电产品，打造综合型家电企业。

3、运营能力

公司开展标杆学习活动，提升公司基础管理水平，持续建立完善内控体系，加强管理控制，通过信息化带动管理规划标准化，防范经营风险。2015 年，公司持续开展“人效、钱效、物效”三方面提升工作，不断提升内部管理能力，提高企业竞争力。

4、营销能力

公司建立了较为完善的销售网络及服务体系，不断加强营销队伍建设，在连锁、批发、电子商务等多种渠道均衡发展，积极开展长虹-美菱专卖店建设，推动智能产品体验店建设，重视新兴的电商渠道，同时，公司积极开拓海外市场，产品出口 130 多个国家和地区。

四、公司未来发展的展望

（一）行业竞争格局和发展趋势

1、行业竞争力加剧

未来几年国内家电销售市场需求放缓，促使出口竞争更为激烈。同时贸易保

护和技术门槛也在不断提升，部分国家货币贬值，经济发展情况不乐观，国际市场环境不断变化，出口的竞争现已是存量的侵蚀性竞争，必然会造成行业内部分企业的消失，市场份额向前几名集中。

从冰箱行业看，竞争更加激烈。一方面，受经济下行的大环境影响，导致需求下降；另一方面，冰箱的产能也严重过剩。冰箱行业面临着经济下滑和大盘下滑的双重压力，同时面临着同行企业和跨界企业的双重竞争。在规模不再持续增长及整体形势不容乐观的形势下，产品升级及产业转型依然是行业发展的主线。

从空调行业看，整体经济大环境不好，空调行业大盘负增长。面对行业较高的库存压力，为化解产能过剩，行业价格战不断、品牌之间和渠道之间竞争激烈等因素，导致终端价格下行、销售费用大幅提升、空调行业出现大面积亏损。空调市场从原来的增量市场转向存量市场，各品牌之间的竞争日趋白热化。

2、产品结构升级及家电智能化时代的到来

在我国一、二级市场，居民进入了更新换代需求的高峰期，带来大量的重置需求。同时随着一、二级市场消费能力的增强，市场需求明显向对开门、多门、大容积等高端化产品倾斜。新型城镇化的加速，将改变居民消费结构和生活品质。同时，城镇化带来的环保压力推动节能、变频家电产品的普及，以及中高端产品在三四级市场的普及速度将会加快。

随着互联网、智能化时代的到来，智能控制技术、信息技术得到了飞速发展，互联网技术深入日常生活，带来更多便利，智能家电应运而生。同时，伴随硬件配置和软件设计的升级，家电产品的智能化趋势也在不断升级，相信随着智能终端的普及，智能家电也会被越来越多的消费者所接受。因此，高端化、智能化已经成为家电行业发展的必然之选。

3、跨界合作、技术的整合成为常态

智能化时代的竞争，已经不是单个产品的竞争，也不只是厂商之间的竞争，而是生态之间的竞争。在互联网时代，行业内的跨界合作越来越频繁，依靠自己单打独斗迟早会被洗牌出局。因此，需要主动与互联网企业接触，积极拥抱互联网。以及基于互联网的商业模式创新，将极大增强用户体验，并有望成为带动家电企业新一轮快速增长的重要引擎。

（二）发展战略

1、战略思想

2011年，公司董事会提出“美菱梦”和“双三战略”的战略指导思想，2014年将原有的“双三战略”升级为“双三一心战略”，双三即产品战略、人才战略、成本领先战略三大核心战略和市场战略、品牌战略、国际化战略三大重要战略，一心即为智能化。

未来几年时间，公司将要在产业、市场和变革三个风口上站对、站准、站稳，持续推进六大创新，让公司朝着“美菱梦”的方向更进一步，力争到 2020 年，再造一个美菱。

2、战略思路

通过“两个坚持”、“两个坚守”和“两个转变”三个方面（即坚持产品主义和技术驱动，坚持文化建设和制度创新；坚守国内和海外市场，坚守人才和品牌战略；单一化向多元化转变，B2C 向 O2O 和 C2B 转变），力争到 2020 年，在规模上、在产品线上、在组织流程上再造一个新美菱。具体包括：一是在规模上再造一个美菱，即年销售收入要达到 240 亿元，净资产要达到倍增；二是在产品线上再造一个美菱，比如主力产品实现市场占有率翻番，厨卫产品、小家电产品和洗衣机产品成为美菱新的主力产品；三是在组织流程上再造一个美菱。

（三）经营计划

1、经营目标

在宏观经济不景气，家电行业下滑，各品牌竞争激烈的背景下。2016 年，公司将在董事会的领导下，全年争取实现营业收入较上一年度增长 10%以上，归属于母公司的净利润大幅增长的目标。

2、经营方针

公司 2016 年的经营方针为“逆势求进、创新激活、行业对标、良性运营”。

逆势求进：逆势求进是公司业绩增长的要求和目标。从行业竞争来看，行业大盘持续下滑，但一线品牌自身都在增长，美菱经过释放能力、再造关键能力、提升品牌能力的持续能力打造，具备了发力的条件，具备了增长的基础和良性运营的能力，因此，公司要求所有产品线在所有渠道中都要实现增长，实现弯道超车。

创新激活：创新激活是公司业绩增长的保障和动力。公司将通过转变经营意识和思维模式，以价值导向为原则，强化 KPI 考核和分层设计绩效分享，调动激发各经营模块的竞争力。

行业对标：行业对标是公司业绩增长的技术手段。公司将在市场地位、市场规模、研发周期、效率提升、品质等方面开展管理对标，用开放的心态向行业里面的优秀者学习，结合自身的能力通过几年的努力达到或超过竞争对手。

良性运营：良性运营是业绩增长的基础和底线。由于行业形势未见好转，公司将从严预算，加强费用管控。同时通过细化产品制造费用核算模式和细化经营体核算，加强各项基础能力建设，努力规避经营风险。

3、市场策略

（1）冰箱、冰柜、洗衣机

国内市场。以“精耕终端、深化运营、变革突破”为经营思路，强连锁、稳商超、大G60、细分销，持续提升终端销售能力、运营管理能力。把洗衣机作为2016年增量的核心点，同时营销模式继续向互联网转型，实现线上线下推广拉通，以互联网为手段，创新促销形式，实现内销持续良性发展。

海外市场。以“低毛利，上规模；降成本，保毛利；调结构，创利润”为经营思路，产品方面坚持出口产品双核策略（主流同质化产品的成本领先策略和竞争不充分产品的差异化策略），同质化提高性价比，差异化产品的突出技术、工艺设计，渠道上聚焦大客户，品牌上坚持“自主品牌+OEM/ODM”的品牌结构，不断提升出口产品的综合竞争力。

（2）空调市场

继续坚持“良性、诚信、透明”的经营理念，在“产品升级、市场转型、团队赋能、运营提效”的经营方针指引下，以“互联网+”为背景，以市场为龙头，拉动企业转型，以运营为抓手，推动整个价值链提效。

核心业务抓转型、促融合、提效率，稳健经营，确保根基稳固；新兴业务狠抓机会，搭平台、聚资源，确保一定规模；出口业务提规模，控损益。

（3）小家电市场

2015年底，公司通过竞买广东长虹日电科技有限公司98.856%股权，完善公司家电产业链及产品线，构建自有厨卫、小家电产品平台。未来，长虹日电公司将在公司智能化发展战略指引下，以厨卫、小家为主要业务，依靠强大智能研发、创新能力，坚持小家电产品智能化研发，提升自有智能小家电产品在行业中的影响力，并以“立足厨卫、发展小家电、创新经营、提升能力”为经营思路，坚持创新管理、创新营销、创新模式，通过智能牵引、提升自制能力、强化终端、聚焦突破，不断丰富产品线、加强人才队伍建设、拓展渠道、强化推广，提升产品竞争能力、运营管理能力和终端销售能力。

（4）智慧生活新业务模式

面对行业发展的新变革，公司积极探索家电企业服务增值新模式，借力资本市场，启动非公开发行股票项目，以募集资金实施“智慧生活项目”，构建美菱智慧生活O2O社区生鲜业务平台。

智慧社区下的美菱智慧生活，围绕“社区”、“生鲜”、“O2O”等关键要素，以社区“智能生鲜自提柜”为切入点，采用深度整合的O2O方式，开展O2O社区生鲜业务，利用生鲜“刚需、高频、市场大”的特点导入用户流量，逐步打造美菱智慧生活O2O平台，促进企业向智慧社区O2O服务提供商转型。一方面，通过推动社会形成线上购买、线下体验和提货的消费习惯，带动公司硬件销售，并将

硬件销售从“家庭”拓展至“社区”，寻求硬件销售的利润增长点；另一方面，通过建设开放式的 O2O 平台，提供标准产品，或有品牌的非标产品，整合区域及全国品牌企业入驻方式经营，最终将美菱智慧生活项目打造为全国智慧生活 O2O 服务平台，通过食品管理为手段向“设备+服务”的模式转型，实现公司从低频次销售硬件走向高频次售卖服务，形成“硬件+服务”的双增长引擎，带动公司盈利模式的转型升级。

（四）可能面临的风险及对策

2016 年宏观经济形势依然不容乐观，家电市场的竞争会更加激烈，企业生存的环境将会更加恶劣。未来公司将面临宏观经济增长乏力、行业形势严峻、竞争加剧、用工紧张、人力资源成本大幅上升、新商业模式及互联网时代的冲击等风险。

1、宏观经济波动风险

家电行业市场需求受宏观经济及居民消费水平影响较大。宏观经济的波动可能对消费者的收入预期、购买力和购买意愿产生一定的影响。此外，房地产成交量一定程度上影响居民购置消费类电器的需求。如果未来经济增长持续放慢或出现衰退，家用电器行业需求及毛利率可能降低，从而对公司的盈利能力产生不利影响。

2、行业激烈竞争风险，行业大盘下滑的冲击

中国家电行业为完全竞争行业，内外资家电生产企业众多，所提供产品同质化程度较高，竞争激烈。近年来，国内外家电行业的品牌格局正在经历大的动荡和调整，行业转型升级明显提速，行业竞争日益激烈，若不能准确判断、紧跟行业的市场动态，将可能被淘汰出局。目前，公司不仅面临国内、外传统家电企业的竞争，而且更有互联网新贵强势加入，因此未来在产品开发、市场营销、技术更新、经营管理等方面将会面临国内、外竞争对手及互联网企业的严峻挑战。行业整体快速增长的时代早已远去，现在已进入微增长或下滑的时代，行业已经进入侵蚀性增长阶段。行业竞争的加剧可能会造成市场的非理性竞争，给企业带来经营风险。

3、互联网行业跨界的冲击及新的商业模式的挑战

随着互联网时代、智能时代的到来，家电行业新的商业模式、新的产品形态层出不穷，互联网时代追求用户体验和快速反应，传统行业、跟不上时代潮流的新兴行业，稍不注意就可能被取代甚至被彻底颠覆。新的游戏规则给企业带来强烈的危机感和紧迫感。

随着节能补贴政策的退出，行业转型升级明显提速。同时，伴随互联网浪潮的持续冲击和行业跨界者的不断涌入，传统家电企业面临严峻挑战。各家电厂商

都在积极推动转型，互联网行业新贵亦不断地用新模式、新体验对传统家电行业进行颠覆和重塑。

4、人力资源风险

家电行业是一个资金、技术、劳动相对密集的产业。近年来，公司发展得益于在家用电器方面拥有一批具有丰富实践经验和专业技能、务实、开拓的技术工人、研究开发人才、营销人才和擅长企业经营管理的高级管理人才。随着业务范围和规模的逐步扩大，以及家电智能化的到来和互联网的冲击，公司对高层次管理人才、技术人才、创新型人才的需求将大量增加，人才引进已成为人力资源管理工作的重点之一，如果不能从多方面有效增强公司对高素质人才的吸引力，公司未来进一步的发展将受到制约。

面对以上风险，公司一方面将提高风险防范意识，提前在产品、技术、市场方面进行布局。围绕公司智能制造、智能研发、智慧生活三大项目的顺利推进，公司产品向高端化、智能化转型，坚持智能和变频两大产品战略不动摇，同时丰富产品线，打造综合性家电企业；推进技术创新，加强智能、变频、风冷、深冷等技术方面的研发；重视海外市场的发展，海外市场未来发展潜力巨大，积极主动地探索海外市场自有品牌的建设；稳健推进公司智慧生活项目，通过打造个性化，选择适合自己的路线，聚焦于区域化、本土化，逐步搭建社区 O2O 生鲜电商业务平台；完善人力资源规划。

另一方面，公司将在董事会的领导下，在“美菱梦”的指引下，执行“逆势求进、创新激活、行业对标、良性运营”的经营方针，以全球化为平台，以智能、变频转型为突破口，不断提升管理，进行技术创新，加强与外部的合作，加快落实公司智能战略，推进公司转型升级，迎接行业竞争新格局，提升公司综合盈利能力。同时，积极探索互联网技术深入发展下的家电企业转型升级的新路径，以自身硬件产品为终端，围绕着食品、空气、水、洗衣等需求进行新的商业模式的探索，从而实现公司良性可持续发展。

五、董事会日常工作情况

公司董事会严格按照《公司法》、《公司章程》、《董事会议事规则》、《独立董事工作制度》等规定履行职责，公司第八届董事会设董事 9 名，其中独立董事 3 名，独立董事占全体董事的三分之一。董事会下设战略委员会、审计委员会、薪酬与考核委员会、提名委员会，各委员会根据其工作细则履行职责，为公司治理的规范性做出应有的贡献。

董事会严格按照相关法律法规开展工作，公司全体董事诚实守信、勤勉尽责，认真出席董事会和股东大会会议，积极参加有关培训，熟悉有关法律法规。独立董事对公司重大事项享有足够的知情权，能够独立、客观地履行职责。

（一）报告期内董事会的会议情况及决议内容

2015 年度，公司董事会共召开了 9 次会议，所有会议召开严格按照相关法律、法规及《公司章程》的规定进行，所有会议决议合法有效。董事会会议召开的具体情况如下：

会议时间及届次	会议内容	信息披露媒体
2015 年 3 月 24 日 第八届董事会第六次会议	审议通过《2014 年度董事会工作报告》、《2014 年年度报告及年度报告摘要》、《2014 年年度财务决算报告》、《独立董事 2014 年度述职报告》、《公司 2014 年度内部控制评价报告》、《关于公司 2014 年度利润分配预案》、《关于续聘 2015 年度财务报告、内部控制审计机构及支付报酬的议案》、《关于预计 2015 年日常关联交易的预案》、《关于确定 2015 年度公司对下属全资及控股子公司提供信用担保额度的议案》、《关于公司对四川长虹集团财务有限公司的风险持续评估报告》、《关于公司会计政策变更的议案》、《关于计提公司 2014 年度业绩激励基金的议案》等共二十六项议案。	《证券时报》、《中国证券报》、《香港商报》、巨潮资讯网
2015 年 4 月 17 日 第八届董事会第七次会议	审议通过《2015 年第一季度报告》、《关于计提坏账准备的议案》、《关于固定资产处置的议案》、《关于提取员工退养福利的议案》、《关于子公司四川长虹空调有限公司与恒有源科技发展集团有限公司共同组建合资公司的议案》、《关于公司向华夏银行股份有限公司合肥分行申请 4 亿元最高授信额度的议案》等共六项议案。	《证券时报》、《中国证券报》、《香港商报》、巨潮资讯网
2015 年 7 月 3 日 第八届董事会第八次会议	审议通过《关于公司对冰箱生产线进行技术改造的议案》、《关于公司向中国银行股份有限公司合肥经济技术开发区支行申请 4 亿元最高授信额度的议案》、《关于公司向德意志银行（中国）有限公司上海分行申请 1800 万美元最高授信额度的议案》、《关于聘任公司证券事务代表的议案》、《公司 2014 年度业绩激励基金分配方案》、《关于召开 2015 年第一次临时股东大会的议案》等共六项议案。	《证券时报》、《中国证券报》、《香港商报》、巨潮资讯网
2015 年 8 月 11 日 第八届董事会第九次会议	审议通过《2015 年半年度报告全文及摘要》、《关于计提坏账准备的议案》、《关于提取存货跌价准备的议案》、《关于固定资产处置的议案》、《关于提取员工退养福利的议案》、《关于公司对四川长虹集团财务有限公司的风险持续评估报告》、《关于认购四川虹云新一代信息技术创业投资基金的议案》等共七项议案。	《证券时报》、《中国证券报》、《香港商报》、巨潮资讯网
2015 年 8 月 28 日 第八届董事会第十次会议	审议通过《关于子公司中科美菱低温科技有限责任公司启动改制设立股份有限公司并拟在全国中小企业股份转让系统申请挂牌的议案》、《关于为经销商银行授信提供担保的议案》共二项议案。	《证券时报》、《中国证券报》、《香港商报》、巨潮资讯网

2015年10月16日 第八届董事会第十一次会议	审议通过《2015年第三季度报告》、《关于计提坏账准备的议案》、《关于提取存货跌价准备的议案》、《关于固定资产处置的议案》、《关于公司向中国民生银行股份有限公司合肥分行申请3亿元人民币最高授信额度的议案》、《关于公司向兴业银行股份有限公司合肥分行申请3亿元人民币最高授信额度的议案》、《关于公司向广发银行股份有限公司合肥分行申请3亿元人民币最高授信额度的议案》、《关于公司向徽商银行股份有限公司合肥分行申请2亿元人民币最高授信额度的议案》共八项议案。	《证券时报》、《中国证券报》、《香港商报》、巨潮资讯网
2015年11月18日 第八届董事会第十二次会议	审议通过《关于公司符合非公开发行股票条件的议案》、《关于公司非公开发行股票方案的议案》、《关于公司非公开发行A股股票预案的议案》、《关于公司本次非公开发行A股股票募集资金运用可行性分析报告的议案》、《关于公司与四川长虹电器股份有限公司签署〈附条件生效的非公开发行股份认购协议〉的议案》、《关于公司非公开发行A股股票暨关联交易的议案》、《关于公司前次募集资金使用情况专项报告的议案》、《关于公司未来三年（2015年-2017年）股东回报规划的议案》、《关于提请股东大会授权董事会全权办理本次非公开发行股票相关事宜的议案》、《关于全面修订〈合肥美菱股份有限公司募集资金管理制度〉的议案》共十项议案。	《证券时报》、《中国证券报》、《香港商报》、巨潮资讯网
2015年12月4日 第八届董事会第十三次会议	审议通过《关于公司向中国进出口银行安徽省分行申请最高额5亿元人民币流动资金贷款的议案》、《关于公司向合肥科技农村商业银行股份有限公司淝河路支行申请3亿元人民币最高授信额度的议案》、《关于召开2015年第二次临时股东大会的议案》共三项议案。	《证券时报》、《中国证券报》、《香港商报》、巨潮资讯网
2015年12月18日 第八届董事会第十四次会议	审议通过《关于公司参与竞买广东长虹日电科技有限公司98.856%股权的议案》共一项议案。	《证券时报》、《中国证券报》、《香港商报》、巨潮资讯网

（二）董事会召集股东大会及对股东大会决议的执行情况

2015年度，公司董事会召集并组织了一次年度股东大会、两次临时股东大会，均采用了现场与网络投票相结合的方式，并对中小投资者的表决单独计票，为广大投资者参加股东大会表决提供便利，切实保障中小投资者的参与权和监督权。公司董事会根据《公司法》、《证券法》等有关法律、法规和《公司章程》的要求，本着对公司及全体股东负责的态度，认真规范地行使有关董事会的职权及股东大会授予的权限，认真贯彻执行股东大会各项决议。

（三）董事会下设专门委员会履职情况

1、董事会下设战略委员会履行职责情况

公司董事会下设战略委员会依据《公司法》、《深圳证券交易所股票上市规则》

等相关法律、法规的要求及中国证监会和深交所的有关要求，严格按照《公司章程》、《董事会战略委员会工作规则》等规定，严格履行职责，为公司战略发展、对外投资等事项进行研究并提出建议，进行了积极指导，具体情况如下：

(1) 2015年3月23日，战略委员会召开了第八届董事会战略委员会第一次会议，审议通过《关于公司2015年度发展规划的议案》及《关于子公司中科美菱低温科技有限责任公司实施搬迁扩能项目的议案》两项议案。

①、根据公司中长期发展战略，各委员结合公司所处的宏观环境形势分析了2014年度工作整体情况，讨论并确立了公司2015年度经营思路、经营计划等，进一步保证了公司中长期发展战略目标的实现。

②、根据公司子公司中科美菱低温科技有限责任公司(以下简称“中科美菱”)的发展战略，考虑到中科美菱原租用的我司拥有的位于合肥龙岗综合经济开发区的厂房已拆除，土地使用权已交由政府收储，为尽快提高中科美菱低温冰箱的制造能力，增强低温冰箱产品的竞争力和盈利能力，满足市场需求，同意中科美菱实施搬迁扩能项目，该项目投资总额合计约15,632.19万元，其中，购置土地及相关土地税费1,422.45万元，固定资产投资13,709.74万元，铺底流动资金500万元。项目资金由中科美菱自筹资金解决。项目实施完成后，中科美菱将具备年产2.6万台低温冰箱的生产能力。同意该投资事项提交公司董事会审议。

(2) 2015年4月15日，战略委员会召开第八届董事会战略委员会第二次会议审议通过了《关于子公司四川长虹空调有限公司与恒有源科技发展集团有限公司共同组建合资公司的议案》，其中，拟组建的合资制造公司宏源地能热泵科技有限公司，注册资本5,000万元，其中长虹空调以现金出资2,550万元，占注册资本的51%；恒有源集团以现金出资2,450万元，占注册资本的49%。拟组建的合资销售公司宏源地能热宝技术有限公司，注册资本5,000万元，其中恒有源集团以现金出资2,550万元，占注册资本的51%；长虹空调以现金出资2,450万元，占注册资本的49%。同意该投资事项提交公司董事会审议。

(3) 2015年12月16日，战略委员会召开了第八届董事会战略委员会第三次会议，审议通过了《关于公司参与竞买广东长虹日电科技有限公司98.856%股权的议案》，根据公司的战略发展规划，为完善公司家电产业链及产品线，构建自有小家电产品平台，充分发挥业务的协同性，提升公司综合竞争力，经与会委员讨论，同意公司参与四川长虹电器股份有限公司(以下简称“四川长虹”)下属子公司广东长虹日电科技有限公司(以下简称“长虹日电”)的98.856%股权(含四川长虹直接持有的长虹日电88.916%股权和四川长虹控股子公司四川长虹创新投资有限公司持有的长虹日电9.940%股权)的公开拍卖，并按照法定程序参与本次竞拍事项。授权公司经营层按照有关规定和程序办理上述股权竞买相关事宜。同意该议案提交公司董事会审议。

(4) 2016年1月6日，战略委员会召开了第八届董事会战略委员会第四次

会议，审议通过了《关于投资组建长美科技有限公司的议案》，根据公司战略规划和经营发展需要，为推动公司的智能化转型，公司将实施智慧生活项目，并已作为非公开发行募集资金投资项目之一，为确保智慧生活项目的有序推进，同意公司投资组建长美科技有限公司（以下简称“长美科技”），以社区“智能生鲜自提柜”为切入点，开展 O2O 社区生鲜业务，为用户提供生鲜等日常食品的销售及配送服务，以实现智能设备+内容（生鲜农产品）+服务（社区 O2O）三位一体的业务发展模式。长美科技注册资本为 5,000 万元，其中本公司以现金出资 4,500 万，占注册资本的 90%，长美科技管理团队以现金出资 500 万，占注册资本的 10%。本公司及管理团队自公司成立之日起 30 日内分别缴付认缴出资额的 40%，剩余认缴出资额自公司设立之日起 3 年内缴付完毕。同意该投资事项提交公司董事会审议。

(5) 2016 年 3 月 22 日，战略委员会召开了第八届董事会战略委员会第五次会议，审议通过了《关于公司 2016 年度发展规划的议案》、《关于子公司中山长虹电器有限公司对 Changhong Ruba Trading Company (Private) Limited 增资的议案》及《关于子公司中山长虹和长虹空调共同投资设立印尼子公司的议案》三项议案。

①、根据公司中长期发展战略，各委员结合公司所处的宏观环境形势及行业现状总结了 2015 年度工作整体情况，讨论并确立了公司 2016 年度经营思路、经营计划等，进一步保证了公司中长期发展战略目标的实现。

②、根据公司海外发展战略，为促进海外业务发展，审议通过《关于子公司中山长虹电器有限公司对 Changhong Ruba Trading Company (Private) Limited 增资的议案》，各位委员同意公司下属子公司中山长虹与合作方阿联酋 RUBA GENERAL TRADING FZE 公司按现有股权比例对巴基斯坦合资销售公司进行增资，其中中山长虹增资 384 万美元，以解决巴基斯坦合资销售公司发展过程中流动资金不足的问题，满足其未来业务规模扩大及经营发展过程中对资金的需求。同意该投资事项提交公司董事会审议。

③、根据公司海外发展战略，为扩大公司旗下产品海外销售规模，提高公司竞争能和产品盈利能力，审议通过《关于子公司中山长虹和长虹空调共同投资设立印尼子公司的议案》各位委员同意公司子公司中山长虹与长虹空调共同投资 600 万美元（约 3930 万元人民币）在印度尼西亚设立子公司，销售冰箱（柜）、空调、洗衣机和小家电产品，进一步拓展印尼市场发展，进而推进公司国际化的进程。其中，中山长虹拟出资 588 万美元，占总出资额的 98%；长虹空调拟出资 12 万美元，占总出资额的 2%。同意该投资事项提交公司董事会审议。

④、根据公司海外发展战略及子公司中山长虹增资巴基斯坦合资销售公司及投资设立印尼子公司的需要，并结合中山长虹目前的财务状况和资金需求，审议通过《关于增资中山长虹电器有限公司的议案》，各位委员同意同意公司及全资

子公司长虹空调按现有持股比例向中山长虹增资 6,400 万元人民币,其中本公司增资金额为 5,760 万元人民币,长虹空调增资金额为 640 万元人民币。本次增资完成后,中山长虹注册资本增加至 18,400 万元人民币,公司与长虹空调对中山长虹的持股比例不变,仍为 90%和 10%。同意该增资事项提交公司董事会审议。

2、董事会下设审计委员会履行职责情况

公司董事会下设审计委员会依据《公司法》、《深圳证券交易所股票上市规则》等相关法律、法规的要求及中国证监会和深交所的有关要求,严格遵守《公司章程》、《董事会审计委员会实施细则》、《审计委员会年报工作规程》等规定,在本报告期内以及 2015 年年度的审计工作中积极地履行了监督、核查的职能,维护审计的独立性,具体情况如下:

(1) 2015 年 1 月 30 日,审计委员会召开了第八届董事会审计委员会第三次会议,审议通过《公司 2014 年度财务会计报表及内部控制审计时间安排》及《公司 2014 年度未经审计财务会计报表》,认为该未经审计的财务会计报表基本客观反映了公司 2014 年度的财务状况和经营成果。

(2) 2015 年 3 月 3 日,信永中和会计师事务所(特殊普通合伙)出具初步审计意见后,审计委员会召开了第八届董事会审计委员会第四次会议,审阅了公司 2014 年度财务报告的审计初稿,提出审阅具体意见,各位委员与负责公司审计的注册会计师进行了充分的沟通,会计师将审计过程中的相关事项及应进行调整的事项向审计委员会作了汇报,需要调整的事项公司已按年审注册会计师的审计调整意见作了相应的调整。根据年审注册会计师的审计情况及公司管理层向审计委员会汇报的本年度生产经营情况,财务成果,审计委员会审阅了公司 2014 年度财务会计报表审计初稿,认为经信永中和会计师事务所初步审定的 2014 年度财务会计报表真实、准确、完整的反映了公司的经营情况,认可信永中和会计师事务所对公司财务报表出具的初步审计意见。

(3) 2015 年 3 月 14 日,审计委员会召开了第八届董事会审计委员会第五次会议,审议通过《公司 2014 年度经审计的财务会计报告》、《2014 年内部控制审计报告》、《关于信永中和会计师事务所从事 2014 年度公司审计工作的总结报告》、《关于续聘 2015 年度财务报告、内部控制审计机构及支付报酬的议案》、《关于公司会计政策变更的议案》及《关于公司开展远期外汇资金交易业务的议案》共计六项议案,并同意将签署议案提交董事会审议。

(4) 2015 年 4 月 15 日,审计委员会召开了第八届董事会审计委员会第六次会议,审议通过《公司 2015 年第一季度财务报表》,认为该未经审计财务报表真实、准确、完整的反映了公司 2015 年第一季度的财务状况和经营情况。同意将公司编制的 2015 年第一季度财务会计报表提交公司董事会审议。

(5) 2015 年 8 月 1 日,审计委员会召开了第八届董事会审计委员会第七次

会议，审议通过《公司 2015 年半年度财务报告》，认为该未经审计的财务报告真实、准确、完整地反映了公司 2015 年半年度的财务状况和经营情况。同意将公司编制的 2015 年半年度财务会计报告提交公司董事会审议。

(6) 2015 年 10 月 14 日，审计委员会召开了第八届董事会审计委员会第八次会议，审议通过《公司 2015 年第三季度财务报表》，认为该未经审计的财务报表真实、准确、完整地反映了公司 2015 年第三季度的财务状况和经营情况。同意将公司编制的 2015 年第三季度财务会计报表提交公司董事会审议。

(7) 2016 年 1 月 29 日，审计委员会召开了第八届董事会审计委员会第九次会议，审议通过《公司 2015 年度财务会计报表及内部控制审计时间安排》及《公司 2015 年度未经审计财务会计报表》，认为该未经审计的财务会计报表基本客观反映了公司 2015 年度的财务状况和经营成果。

(8) 2016 年 3 月 3 日，信永中和会计师事务所（特殊普通合伙）出具初步审计意见后，审计委员会召开了第八届董事会审计委员会第十次会议，审阅了公司 2015 年度财务报告的审计初稿，提出审阅具体意见，各位委员与负责公司审计的注册会计师进行了充分的沟通，会计师将审计过程中的相关事项及应进行调整的事项向审计委员会作了汇报，需要调整的事项公司已按年审注册会计师的审计调整意见作了相应的调整。根据年审注册会计师的审计情况及公司管理层向审计委员会汇报的本年度生产经营情况及财务成果，结合公司 2015 年度财务会计报表审计初稿，审计委员会认为经信永中和会计师事务所初步审定的 2015 年度财务会计报表真实、准确、完整的反映了公司的经营情况，认可信永中和会计师事务所对公司财务报表出具的初步审计意见。

(9) 2016 年 3 月 13 日，审计委员会召开了第八届董事会审计委员会第十一次会议，审议通过《公司 2015 年度经审计的财务会计报告》、《2015 年内部控制审计报告》、《关于信永中和会计师事务所从事 2015 年度公司审计工作的总结报告》、《关于续聘 2016 年度财务报告、内部控制审计机构及支付报酬的议案》、《关于公司开展远期外汇资金交易业务的议案》共计五项议案，并同意将前述议案提交董事会审议。

3、董事会下设提名委员会履行职责情况

公司董事会下设提名委员会依据《公司法》、《深圳证券交易所股票上市规则》等相关法律、法规的要求及中国证监会和深交所的有关要求，严格按照《公司章程》、《董事会提名委员会工作规则》等规定，在本报告期内，切实履行职责，对须提请董事会审议提名的聘任的高级管理人员进行审查并提出建议。

(1) 2015 年 3 月 13 日，提名委员会召开了第八届董事会提名委员会第二次会议，会议审议通过《关于公司董事会拟聘任的副总裁人选资格审查的议案》，认为公司副总裁候选人吴定刚先生、张晓龙先生的任职资格符合《公司法》、《公

公司章程》及中国证监会有关规定，未存在被中国证监会确定为市场禁入者或禁入尚未解除的情形，本次拟聘任两位副总裁的教育背景、任职经历、专业能力和职业素养符合拟担任职务的任职要求。同意提名吴定刚先生、张晓龙先生为公司副总裁候选人，并提交公司董事会审议。

(2) 2016年3月19日，提名委员会召开了第八届董事会提名委员会第三次会议，会议审议通过《关于对公司第八届董事会拟补选的非独立董事人选资格审查的议案》，认为由公司控股股东推荐的第八届董事会非独立董事候选人任职资格符合《公司法》、《公司章程》及中国证监会有关规定，未存在被中国证监会确定为市场禁入者或禁入尚未解除的情形，本次拟推选的非独立董事的教育背景、任职经历、专业能力和职业素养符合拟担任职务的任职要求。同意提名胥邦君先生为本公司第八届董事会非独立董事候选人，并提交公司董事会审议。

4、董事会下设薪酬与考核委员会履行职责情况

公司董事会下设薪酬与考核委员会依据《公司法》、《深圳证券交易所股票上市规则》等相关法律、法规的要求及中国证监会和深交所的有关要求，严格按照《公司章程》、《董事会薪酬与考核委员会实施细则》等规定，报告期内，对公司董事、监事和高级管理人员的绩效评价标准和激励约束机制进行建议，也对公司董事、监事和高管人员的考核与薪酬事项包括业绩激励基金的计提和分配等进行了审核，具体情况如下：

(1) 2015年3月23日，第八届董事会薪酬与考核委员会第一次会议召开，会议审议通过了《2014年度公司董事及高级管理人员的薪酬考核与支付情况》、《关于计提公司2014年度业绩激励基金的议案》，并发表了如下审查意见：

①、委员会考核并审查了2014年度公司董事及高级管理人员的薪酬及其支付情况，认为公司独立董事领取的津贴按股东大会批准的津贴标准予以支付；公司高级管理人员在公司领取的报酬严格按照公司薪酬考核制度兑现，公司所披露的报酬信息真实、准确、完整，符合中国证监会《公开发行证券的公司信息披露内容与格式准则第2号——年度报告的内容与格式（2014年修订）》的要求。公司董事会根据公司高级管理人员的薪酬考核情况，并结合薪酬与考核委员会的意见，审议通过了公司2014年年度报告中关于董事及高管人员的薪酬考核与支付事项。

②、根据财政部2014年最新修订的《企业会计准则第9号-职工薪酬》、公司会计政策和《激励方案》的规定，经过测算，根据公司2014年度经审计的财务报告、经营情况，公司2014年度已满足年度业绩激励基金的获授条件，同意公司按照2014年经审计的净利润的10%计提32,186,723.32元的业绩激励基金（前述获授条件及提取指标中的净利润指归属于上市公司股东的净利润）。同时，根据财政部《企业会计准则第9号-职工薪酬》以及公司相关会计政策，本公司2014年度提取的业绩激励基金计入当期损益，并同意将《关于计提公司2014年

度业绩激励基金的议案》提交公司董事会审议。

(2) 2015年7月1日，第八届董事会薪酬与考核委员会第二次会议召开，会议审议通过了《公司2014年度业绩激励基金分配方案》，并发表了如下审查意见：

①、本次业绩激励基金的激励对象具备《公司法》、《公司章程》等法律、法规和规范性文件规定的任职资格，不存在最近三年内被证券交易所公开谴责或宣布为不适当人选以及不存在最近三年内因重大违法违规行为被中国证监会予以行政处罚的情况，符合《激励方案》规定的激励对象范围，激励对象的主体资格合法、有效。

②、同意根据业绩激励基金管理办公室的《2014年度业绩激励基金分配方案（草案）》的建议，确定本年度的业绩激励分配预案，即根据激励对象当年的职务级别、任职时间、绩效考核结果等因素，将已提取的激励基金中的2,478万元向符合《激励方案》规定的44名激励对象（高级管理人员、中层管理人员、核心技术及业务人才）进行分配。后续，激励对象将以其收到的业绩激励基金加上不低于其年度薪酬总额（除业绩激励基金外，且缴纳相应所得税及五险一金后的年度薪酬总额）的30%，通过公开市场购买本公司股票。同时，同意将《公司2014年度业绩激励基金分配方案》提交公司董事会审议。

(3) 2016年3月16日，第八届董事会薪酬与考核委员会第三次会议召开，会议审议通过了《2015年度公司董事及高级管理人员的薪酬考核与支付情况》，认为公司独立董事领取的津贴按股东大会批准的津贴标准予以支付；公司高级管理人员在公司领取的报酬严格按照公司薪酬考核制度兑现，公司所披露的报酬信息真实、准确、完整，符合中国证监会《公开发行证券的公司信息披露内容与格式准则第2号——年度报告的内容与格式（2015年修订）》的要求。公司董事会根据公司高级管理人员的薪酬考核情况，并结合薪酬与考核委员会的意见，审议通过了公司2015年年度报告中关于董事及高管人员的薪酬考核与支付事项。

合肥美菱股份有限公司 董事会

二〇一六年四月