

证券代码：000921

证券简称：海信家电

## 海信家电集团股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2023-004

投资者关系活动类别	<input type="checkbox"/> 特定对象调研 <input checked="" type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input checked="" type="checkbox"/> 路演活动 <input type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 其他
参与单位名称及人员姓名	<p>分析师会议参会机构为浙商证券、中金公司、中信证券、长江证券、西南证券、国联证券、中泰证券、美林美银、招银国际、华创证券、方正证券、天风证券、瑞银、华金证券、国泰君安、开源证券、招商证券、野村国际、摩根大通、中信建投、安信证券、兴业证券、国金证券、高盛集团、海通证券、国信证券。</p> <p>路演活动参会机构为富国基金、海富通基金、淳厚基金、交银施罗德、华宝基金、平安养老、农银汇理、华泰柏瑞、人保资产、中欧基金、嘉实基金、中银基金、睿远基金、上投摩根、国寿养老、华夏基金、博时基金、宏利基金、国寿资产、广发基金、大成基金、南方基金、国投瑞银、平安资管、银华基金、建信基金、阳光资产、东方基金、汇添富、长江养老、红杉资本、英国巴克莱银行、Fidelity International、Point 72、Dodge &amp; Cox、T Rowe、Millennium 等。</p>
时间	2023年10月31日至2023年12月29日
地点	分析师会议：现场调研、电话会议等
上市公司接待人员姓名	公司管理层
投资者关系活动主要内容介绍	<p>一、2023年三季度业绩的情况。</p> <p>答：报告期内，公司前三季度实现营业收入649.00亿元，同比增长13.81%；归母净利润24.26亿元，同比增长126.76%；扣非后归母净利润</p>

绍

20.63 亿元，同比大幅增长 165.99%。其中，第三季度实现归母净利润 9.28 亿元，同比增长 106.49%。

面对复杂的经济环境，海信家电聚焦长期能力建设，走高质量发展道路，开启公司治理、顶层设计等各项变革工作，增强公司内生发展动力。持续提升产品力、品牌力、营销力和制造力，实现营收、利润持续强劲增长，业绩领跑行业。

## 二、分板块的产品力提升有哪些具体表现？

中央空调业务：海信系中央空调在国内多联机市场保持 20%以上份额的行业龙头地位，海信中央空调新品两项核心技术获评“国际领先”；海信日立中央空调荣获 2023 年 H1 中国地产精装住宅部品配套“精龙奖”，并全新发布海信智慧楼宇系统 ECO-B。

家用空调业务：据奥维云网数据显示，三季度海信新风空调零售额线下占有率达 45.6%，位居行业 TOP1；璀璨 C310 三匹柜机在新风市场中零售额居前 2 名。凭借在产品品质及新风技术创新上的突出表现，海信空调斩获“2023 中国冷暖智造”品牌、产品双项大奖。

冰洗厨业务：在冰箱领域，容声冰箱线下单品 506 排名 TOP2；海信冰箱打造全球首台 600L 纯平全嵌白色冰箱，成为兼具平隐美学与大空间的标杆产品。在第十九届中国家用电器创新成果推介中，海信璀璨真空冰箱 503 荣获“年度产品创新成果奖”。

三电业务：目前，三电公司逐步由压缩机为主的配件供应商向系统供应商战略转型，其新冷媒空调系统获得国际车企定点开发。9 月，三电公司成功拿下欧洲大客户 HVAC（暖通空调）业务历史性大单，本次订单不仅在签单业务规模上显著提升，在产品类别拓展上更有突破性进展。

## 三、下半年以来公司外销的表现如何以及通过哪些抓手去发力自主品牌业务？

公司 Q3 外销收入同比增长超过 20%，无论冰洗业务和家空业务收入增速较快，尤其是自主品牌收入增速快于大盘，海外销售结构不断改善。

海信坚持体育营销策略，通过体育赛事赞助，提升自主品牌建设。近日，海信正式官宣成为 2024 德国欧洲杯全球官方合作伙伴，这也是海信

继 2016 欧洲杯、2018 世界杯、2020 欧洲杯、2022 世界杯之后，第五次赞助世界顶级足球赛事。

此外，蒙特雷工厂目前产能利用率逐步提升，海外研产销一体化程度不断增强。对于海外消费者需求变化的捕捉能更及时有效的反馈至研发端和生产端，有利于不断提升产品力及产品结构。

#### **四、家空业务近两年收入增速一直跑赢行业的原因是什么。**

近两年空调公司在产品力、营销力和制造力等长期能力上取得一定进步。

提升产品力方面，一是通过不断强化“用户思维”，包括完善用户研究及交互设计组织，形成用户痛点库；二是明确产品策略，完善产品策划流程和组织，打造璀璨 C3 系列和科龙小耳朵系列好产品，家空单型号销量同比大幅提升，海信空调以新风为标签，今年份额提升迅速，三是通过打造全球通用平台、聚量降本、价值链协同等工作，优化成本，提升竞争力，同时强化体系执行与风险识别，提升产品交付质量。

与此同时，公司不断夯实渠道基础，挖掘规模增长空间：通过客户分类管理，匹配差异化产品和机制，加大自有渠道终端投入、重点区域下沉渠道破局、家空和商空融合等措施，今年内销家空销量增幅高于行业。

#### **五、海信日立明年收入表现如何展望**

中央空调市场受到消费升级及渗透率提升推动，预期未来行业会维持稳定的增长，与此同时，海信日立也在进行多元化业务的拓展：

首先，公司不断强化多联机核心业务，不断革新涡旋压缩机技术、变频驱动技术、多联控制技术，制造多场景空气解决方案，为用户提供更为便捷可控的智能化生活，打造全屋全感、智慧空气的定制空气解决方案。

其次，政府物业、工厂、绿色建筑市场正在随着碳中和政策的推广而扩大。海信日立将以节能为抓手，通过新产品、新系统的推出，打造新的增长极。首先培育水机业务成为未来主力增量业务，并积极开拓新市场；再次，拓展多联式热泵空调市场，顺应节能环保趋势；最后，布局新风产业新赛道，打造行业高端品牌形象。2023 年以来，海信日立市场份额有所提升，新拓业务订单及收入表现不俗，外销市场增速强劲，公司以“第三

	<p>次创业”为切入点，向着下一个百亿增量目标奋进。</p> <p>本次分析师会议中，公司参与人员与投资者进行了充分的交流与沟通，严格按照有关制度规定，没有出现未公开重大信息泄露等情况。</p>
附件清单 (如有)	无。
日期	2023年12月