

公司代码：600839

公司简称：四川长虹

四川长虹电器股份有限公司
2021 年年度报告摘要

第一节 重要提示

- 1 本年度报告摘要来自年度报告全文，为全面了解本公司的经营成果、财务状况及未来发展规划，投资者应当到 www.sse.com.cn 网站仔细阅读年度报告全文。
- 2 本公司董事会、监事会及董事、监事、高级管理人员保证年度报告内容的真实性、准确性、完整性，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担个别和连带的法律责任。
- 3 公司全体董事出席董事会会议。
- 4 信永中和会计师事务所（特殊普通合伙）为本公司出具了标准无保留意见的审计报告。
- 5 董事会决议通过的本报告期利润分配预案或公积金转增股本预案

以权益分派股权登记日总股本为基数，向全体股东每 10 股派发现金红利 0.20 元（含税）。截至 2021 年 12 月 31 日，公司总股本 4,616,244,222 股，以此计算，共计分配 92,324,884.44 元，占 2021 年度合并报表归属于上市公司股东净利润的 32.44%；2021 年度公司不送股，不实施资本公积金转增股本方案。本次利润分配预案不存在差异化分红情形。

第二节 公司基本情况

1 公司简介

公司股票简况				
股票种类	股票上市交易所	股票简称	股票代码	变更前股票简称
A股	上海证券交易所	四川长虹	600839	-

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	赵其林	杨柳絮
办公地址	四川省绵阳市高新区绵兴东路35号	四川省绵阳市高新区绵兴东路35号
电话	0816-2418436	0816-2418700
电子信箱	zhao.ql@changhong.com	yangliuxu@changhong.com

2 报告期公司主要业务简介

一、报告期内公司所处行业情况

（一）家用电器行业

受地产与人口红利减退、核心家电品类百户保有率居高、居民消费意愿减弱等多重因素的影响，市场逐渐饱和，行业高速增长趋势较难持续，家电行业进入低增长的饱和期。2021 年，在疫

情常态化的大背景下，家电行业面临大宗原材料价格高涨、国际物流成本飙升、人民币升值、供应链受阻等更多挑战，行业环境更加复杂严峻。

彩电行业目前处于存量竞争阶段。消费者习惯的改变导致电视机开机率下降，换机周期拉长，终端需求萎缩，市场呈现强供给、弱需求的态势。受面板价格上涨和需求饱和的双重压力，2021年彩电市场整体处于低迷状态。产业在线数据显示，2021年彩电产量约12,543万台，同比下降约16.6%；销量约12,441万台，同比下降约15.7%；其中，出口量约8,359万台，同比下降约16.0%，内销量约4,082万台，同比下降约15.2%。

冰箱行业是成熟的家电产业之一，市场中活跃的品牌也相对稳定。2021年，我国冰箱制造业克服了原材料价格剧烈波动、供应链压力增大、国内需求疲软、产品利润率下降等多重困难，通过优化产品结构及成本、深挖市场提高产品附加值，行业发展稳中有升。产业在线数据显示，2021年中国冰箱生产量为约8,609.6万台，同比增长约2.0%；销售总量为约8,643.3万台，同比上升约2.3%。出口依然是冰箱行业增长的主要驱动力，2021年我国冰箱行业出口量为约4,378.6万台，同比提升约4.8%，有效带动了行业总体销售的增长。

空调产品是受宏观经济和天气因素影响最大的家电品类。2021年，受国内疫情多点频发、原材料价格上涨、能效双控、空调销售旺季雨水多等因素的影响，空调行业出现“旺季不旺”现象。据产业在线统计，2021年我国家用空调行业总销量约1.5亿台，同比增长约7.9%；其中内销约0.8亿台，同比增长约5.5%；出口约0.7亿台，同比增长约11.0%。空调行业经过多年高速增长，家庭保有量高，行业需求进入存量换新的新周期，但消费者对空调产品的替换需求释放较慢，未来几年整体销量趋于相对平稳。

（二）冰箱压缩机行业

2021年随着全球疫情的反复以及经济缓慢恢复，面对全球运力不足、航运价格暴增等不利因素，中国冰箱制造业在2021年克服原材料价格剧烈波动、供应链压力增大等困难，保持行业发展稳中有升。根据产业在线数据显示，2021年国内冰箱行业累计同比增长约2.3%，其中内销累计同比下滑约0.1%，出口累计同比增长约4.8%，整体来说，国内市场相对稳定，出口则是行业发展主要动力。2021年，冰压行业由于产能过剩导致竞争加剧，加之原材料价格大幅上涨，运输成本高企，行业整体盈利压力巨大。

（三）ICT综合服务行业

中国政府推出的十四五规划、新基建、工业互联网等相关政策以及智慧城市、智慧医疗和教育改革等民生措施为数字化转型和ICT发展提供了肥沃的发展土壤。政府和企业对于数字化转型的理念认识越来越深刻，转型创新逐步进入倍增阶段，人工智能技术将会持续高速发展，工业互联网广泛建立，3D打印、区块链、VR/AR等技术获得广泛应用，物联网和5G构建新的场景，这些将成为ICT市场发展的持续动力。云计算结合大数据、人工智能、物联网和区块链等新一代数字技术加速应用和集成创新，给各行各业的发展注入新的动能和活力。

二、报告期内公司从事的业务情况

（一）主要产品与业务概述

四川长虹电器股份有限公司是一家全球化综合型科技企业，主营以电视、冰箱（柜）、家用空调、洗衣机、扫地机器人、智能盒子等为代表的智能家电业务，以冰箱压缩机为代表的核心部件业务，以 ICT 产品分销和专业 ICT 解决方案提供为代表的 ICT 综合服务业务，以电子制造（EMS）为代表的精益制造服务业务，以及其他相关特种业务等。公司秉承“产业报国、开放创新”的价值传统，坚持以用户为中心、以市场为导向，强化技术创新，夯实内部管理，沿着智能化、网络化、协同化方向，构建强大的物联网产业体系，不断提升企业综合竞争能力，以便更好满足全球不同地域、不同文化、不同类型的用户和客户需求。

（二）行业地位

报告期内，公司智能家电业务基本保持稳定，彩电、冰箱零售规模保持行业前列；冰箱压缩机业务继续保持全球第一的市场地位，变频压缩机首次突破位居全球第一、商用压缩机位居国内第一；ICT 综合服务、特种电源业务在细分市场领域仍保持行业领先地位。

（三）报告期内公司主要产业的具体经营情况

1.智能家电业务：在“缺芯少屏”供应紧张、运输价格高企等多重因素影响下，电视、冰箱（柜）、空调等产品产销持续承压，公司坚持“效率驱动下的良性经营”，全面推进产业线负责制全价值链一体化经营，多措并举推动业绩改善。

电视业务方面，持续培育核心技术能力，优化产品结构，提升高端产品占比，8K 产品稳固线上份额第一，CHiQ 产品线下市场销售量占比同比提升十个百分点，达到公司电视业务线下市场总销售量的 41%；持续夯实制造及供应链能力，提升运营效率，订单交付周期稳定在 15 天内；深化营销转型，坚持线上线下渠道融合，打通 O2O 和自有渠道，建成 1800 多家 CHiQ 体验中心和利益共同体。抢抓海外疫情带来的机遇，持续推动产品升级，强化 ROKU、NETFLIX、安卓三大智能平台的行业领先地位，强化欧洲、澳洲等国家市场突破和全球电商平台运作，加强市场拓展，突破 10 亿元级区域市场 4 个，突破 5 亿元级区域市场 2 个，亿元级客户数量增加至 16 个。

冰箱（柜）业务方面，公司进一步强化以合理的商业库存为核心的运营管理体系，推动营销组织转型，提升交付效率，商业库存周转天数同比下降 7 天；持续打造柔性生产能力，提升制造效率；推动核心技术、关键技术及硬核科技的深化研究与能力提升，围绕“精品+爆品”的产品策略，持续推动冰箱“薄、鲜、美、智”产品布局，通过“精准定位、强化分层、盘活基地、渠道订制”进一步提升产品竞争力，推动产品良性经营；开展全价值链对标对阵，效果初步显现，实现利润的改善。空调业务方面，坚持“区域聚焦、良性经营、模式创新”，开展全方位对标对阵，找差距、补短板、强能力，运营效率稳步提升；坚持产品领跑，变频、智能、仿真等核心技术取得较大进步，产品开发效率大幅提升；持续推进运营管理规范化，进一步提效降费；加快渠道转型，持续推进重点区域建设和合伙人创新模式；强化海外销售渠道升级，以效率为抓手，降低成本；打造标杆线，提升制造效率；加强海外物流能力建设，提升全球化交付能力。

报告期内，电视业务实现营业收入 138.42 亿元，同比增长 26.16%；冰箱空调业务实现营业收入约 153.64 亿元，同比增长 25.05%。

2.冰箱压缩机业务：公司坚持“由大向强”的战略目标，面对大宗原材料价格及海运费上涨，以及“缺芯、缺箱、缺工、缺电”等严峻形势，公司知难求进、化危为机、抢抓机遇，强化产品结构优化、运营效率提升及增收降本等工作，全年产销规模、销售收入同比均实现增长。

报告期内，冰箱压缩机总销量 6,792 万台，同比增长 22%；其中商用压缩机销量 726 万台，同比增长 32%；变频压缩机销量 1,377 万台，同比增长 50%，产品销售结构进一步优化。冰箱压缩机业务实现营业收入 90.98 亿元，同比增长 27.83%。

3.ICT 综合服务业务：公司应对疫情反复、行业变革及供应链紧张等多重挑战，公司奋力拼搏，开拓创新，推动产业持续健康发展，实现稳健业绩。同时以“深耕需求、智慧赋能、联接好伙伴”为经营方针，逐步完善主流云资源的布局，与头部厂商建立深入合作，在云计算、虚拟现实、数据智能、物联网及数字能源等新兴领域探索新机会、新模式，不断布局新生态，积极推进向 ICT 综合服务商的战略转型。报告期内，ICT 综合服务业务全年共实现销售收入 377.38 亿元，同比提升 5.13%。

4.特种电源业务：公司落实“深耕储能市场、实现规模增长”关键战略，推进创新攻坚，特种车用电芯、新一代航空用电芯等技术创新取得成效；市场拓展成果斐然，实现“复兴号”装车，完成多个有轨电车锂离子蓄电池系统研发及交付；用户侧、发电侧储能市场取得历史性突破，多个储能项目按节点有序推进。航空电源产品在国内市场占有 70%以上的份额，铁路及城市轨道蓄电池在国内市场占有率约 60%。报告期内，特种电源业务全年共实现销售收入 12.66 亿元，同比提升 25.47%。

（四）报告期内公司实施的主要经营举措

1.推动管理变革，决策效率大幅提升。坚决贯彻落实变革方案，以目标为导向通过“管理先行”推进变革取得新突破。明确授权范围和审批流程，清晰母子公司责任负面清单，名录化、清单化管理有效落实，授权体系持续完善、管理控制界面明显清晰，法人治理体系持续健全，决策效率大幅提升。

2.优化经营机制，团队活力充分激发

公司坚持以奋斗者为本，鼓励价值创造，差异化考核、精准化激励绩效体系构建完善。将典型成熟产业、快速发展的新兴产业子公司纳入试点，在试点子公司实行“一企一策”，试点子公司享有结合自身情况设计差异化激励方案的权力。在非试点子公司进行“分类施策”，通过市场化定薪、基于 ROE 的超额利润分享、专项激励等多种激励模式，实现激励全覆盖，激发全员在奋斗中创造、在创造中分享。对符合条件的子公司实施中长期激励计划，“战略方向坚定，战略目标清晰，经营预期良好”的激励牵引效果初步显现，团队活力得以充分释放。经理层实施任期制和契约化管理，全面签订“两书一协议”，建立管理人员退出机制，强化经营业绩考核结果在岗位聘任和解聘环节的应用，推动落实“管理人员能上能下”，经营责任得以逐级压实。

3.推动研发合作，技术创新成效显著

公司持续深入开展产学研合作，参与重点科技创新项目，申报的“四川省平板电视智能制造

工程实验室创新能力建设项目”、“超高清激光显示镜头、光学屏幕与整机应用开发及产业化”、“特种装备用智能高压锂电系统关键技术及产业化”等项目获得批复，“基于安全可靠芯片的超高清智能电视”、“智能家电产品协同制造云服务平台建设项目”、“新一代智慧家庭系统应用示范工程建设”、“通信用智能化电源系统关键技术开发及产业化”等项目顺利完成验收。报告期内，公司不断强化标准、知识产权保护，专利申请量、授权量分别实现 156 件和 470 件，参与制修订国家标准 6 项、行业标准 1 项、团体标准 6 项。

4.实施重大技改，有效助力产业发展。

公司以项目攻坚、重点突破为引领支撑转型升级，积极推动重大项目取得成效。加快推进园区建设，在绵阳投资的智慧产业园区项目全部建成并实现投产，打造的国内首条“5G+工业互联网”生产线持续迭代优化，数字化核心竞争力显著提升。提速技术改造项目，长虹技佳精工冲压技改、加西贝拉压缩机生产线设备、电源特种装备车用智能高压锂电系统关键技术产业化等项目顺利完成，推动企业智能化、高端化、绿色化水平显著提升。

3 公司主要会计数据和财务指标

3.1 近 3 年的主要会计数据和财务指标

单位：元 币种：人民币

	2021年	2020年	本年比上年 增减(%)	2019年
总资产	79,399,816,241.76	78,587,641,010.31	0.92	73,989,213,869.68
归属于上市公司股东的净资产	13,314,325,563.49	13,011,838,119.96	2.32	13,020,030,774.08
营业收入	99,631,851,815.19	94,448,167,904.45	5.49	88,792,895,883.36
归属于上市公司股东的净利润	284,604,901.86	45,366,319.31	527.35	60,561,136.04
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	251,861,482.89	-62,818,339.20	不适用	-438,931,949.86
经营活动产生的现金流量净额	4,688,101,032.83	1,387,432,734.31	237.90	1,565,512,587.09
加权平均净资产收益率(%)	2.1691	0.3483	增加1.8208个百分点	0.464
基本每股收益(元/股)	0.0617	0.0098	527.76	0.0131
稀释每股收益(元/股)	0.0617	0.0098	527.76	0.0131

3.2 报告期分季度的主要会计数据

单位：元币种：人民币

	第一季度 (1-3 月份)	第二季度 (4-6 月份)	第三季度 (7-9 月份)	第四季度 (10-12 月份)
营业收入	23,833,138,144.53	25,386,063,402.31	23,643,204,179.16	26,769,446,089.19
归属于上市公司股东的净利润	20,652,599.52	71,713,394.12	76,999,161.45	115,239,746.77
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润	-49,979,715.94	8,660,401.46	-34,452,367.59	327,633,164.96
经营活动产生的现金流量净额	-2,647,483,981.44	6,484,870.25	2,703,477,520.80	4,625,622,623.22

季度数据与已披露定期报告数据差异说明

适用 不适用

4 股东情况

4.1 报告期末及年报披露前一个月末的普通股股东总数、表决权恢复的优先股股东总数和持有特别表决权股份的股东总数及前 10 名股东情况

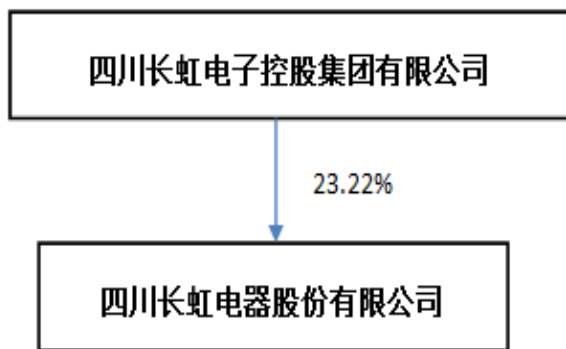
单位：股

截至报告期末普通股股东总数（户）							265,042
年度报告披露日前上一月末的普通股股东总数（户）							257,905
截至报告期末表决权恢复的优先股股东总数（户）							
年度报告披露日前上一月末表决权恢复的优先股股东总数（户）							
前 10 名股东持股情况							
股东名称 (全称)	报告期内 增减	期末持股数量	比例 (%)	持有有 限售条 件的股 份数量	质押、标记或冻结情 况		股东 性质
					股份 状态	数量	
四川长虹电子控股集团 有限公司	0	1,071,813,562	23.22	0	冻结	139,109,768	国有法 人
中国农业银行股份有 限公司—中证 500 交 易型开放式指数证券 投资基金	2,706,600	20,091,006	0.44	0	无	0	国有法 人
陶爱民	-289,924	19,748,010	0.43	0	无	0	境内自 然人
博时基金—农业银行 —博时中证金融资产 管理计划	0	13,656,810	0.3	0	无	0	其他
易方达基金—农业银 行—易方达中证金融	0	13,656,810	0.3	0	无	0	其他

资产管理计划							
大成基金—农业银行—大成中证金融资产管理计划	0	13,656,810	0.3	0	无	0	其他
广发基金—农业银行—广发中证金融资产管理计划	0	13,656,810	0.3	0	无	0	其他
中欧基金—农业银行—中欧中证金融资产管理计划	0	13,656,810	0.3	0	无	0	其他
银华基金—农业银行—银华中证金融资产管理计划	0	13,656,810	0.3	0	无	0	其他
南方基金—农业银行—南方中证金融资产管理计划	0	13,656,810	0.3	0	无	0	其他
工银瑞信基金—农业银行—工银瑞信中证金融资产管理计划	0	13,656,810	0.3	0	无	0	其他
上述股东关联关系或一致行动的说明	未知上述股东之间是否存在关联关系或一致行动人。						

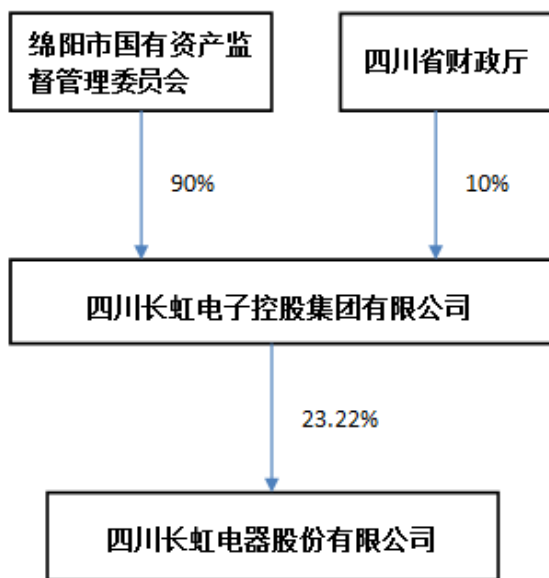
4.2 公司与控股股东之间的产权及控制关系的方框图

√适用 □不适用



4.3 公司与实际控制人之间的产权及控制关系的方框图

√适用 □不适用



4.4 报告期末公司优先股股东总数及前 10 名股东情况

适用 不适用

5 公司债券情况

适用 不适用

5.1 公司所有在年度报告批准报出日存续的债券情况

单位:元 币种:人民币

债券名称	简称	代码	到期日	债券余额	利率 (%)
2021年第一期超短期融资券	21 长虹 SCP001	012101355	2021年10月3日	0	4

报告期内债券的付息兑付情况

适用 不适用

报告期内信用评级机构对公司或债券作出的信用评级结果调整情况

适用 不适用

5.2 公司近 2 年的主要会计数据和财务指标

适用 不适用

单位:元 币种:人民币

主要指标	2021年	2020年	本期比上年同期增减(%)
资产负债率 (%)	72.49	73.03	降低 0.54 个百分点
扣除非经常性损益后净利润	251,861,482.89	-62,818,339.20	不适用
EBITDA 全部债务比	0.04	0.04	0
利息保障倍数	2.47	1.54	60.79

第三节 重要事项

1 公司应当根据重要性原则,披露报告期内公司经营情况的重大变化,以及报告期内发生的对公司经营情况有重大影响和预计未来会有重大影响的事项。

详见本报告第三节“管理层讨论与分析”中“报告期内公司从事的业务情况”的内容。

2 公司年度报告披露后存在退市风险警示或终止上市情形的，应当披露导致退市风险警示或终止上市情形的原因。

适用 不适用