

公司代码：600690

公司简称：青岛海尔

青岛海尔股份有限公司
2018 年半年度报告摘要

一 重要提示

- 1 本半年度报告摘要来自半年度报告全文，为全面了解本公司的经营成果、财务状况及未来发展规划，投资者应当到上海证券交易所网站等中国证监会指定媒体上仔细阅读半年度报告全文。
- 2 本公司董事会、监事会及董事、监事、高级管理人员保证半年度报告内容的真实、准确、完整，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 本半年度报告未经审计。
- 5 经董事会审议的报告期利润分配预案或公积金转增股本预案
不适用

二 公司基本情况

2.1 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	青岛海尔	600690	/

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	明国珍	刘涛
电话	0532-88931670	0532-88931670
办公地址	青岛市海尔路1号海尔信息产业园 青岛海尔股份有限公司证券部	青岛市海尔路1号海尔信息产业园 青岛海尔股份有限公司证券部
电子信箱	finance@haier.com	finance@haier.com

2.2 公司主要财务数据

单位：元 币种：人民币

	本报告期末	上年度末		本报告期末比上年度末增减(%)
		调整后	调整前	
总资产	157,465,352,921.46	151,463,110,707.63	151,463,110,707.63	3.96
归属于上市公司股东的净资产	35,267,251,452.26	32,215,515,201.45	32,215,515,201.45	9.47
	本报告期 (1-6月)	上年同期		本报告期比上年同期增减(%)
		调整后	调整前	

经营活动产生的现金流量净额	5,368,385,954.02	8,434,402,658.46	8,393,200,906.18	-36.35
营业收入	88,591,626,626.07	77,585,007,913.93	77,575,749,980.10	14.19
归属于上市公司股东的净利润	4,858,795,529.42	4,416,867,240.37	4,427,068,404.51	10.01
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	4,475,991,565.27	3,777,339,454.95	3,777,339,454.95	18.5
加权平均净资产收益率(%)	14.10	15.40	15.47	减少1.3个百分点
基本每股收益(元/股)	0.797	0.724	0.726	10.08
稀释每股收益(元/股)	0.786	0.724	0.726	8.56

注：2018年1-6月收入885.92亿元，同比增长14.19%；如果还原汇率因素影响，同口径下收入同比增长17.3%。

因锁汇业务，两期确认公允价值收益等净影响利润约3亿元，还原后归母净利润增幅18.82%。

2.3 前十名股东持股情况表

单位：股

截止报告期末股东总数(户)				160,035	
截止报告期末表决权恢复的优先股股东总数(户)				0	
前10名股东持股情况					
股东名称	股东性质	持股比例(%)	持股数量	持有有限售条件的股份数量	质押或冻结的股份数量
海尔电器国际股份有限公司	境内非国有法人	20.64	1,258,684,824		无
海尔集团公司	境内非国有法人	17.59	1,072,610,764		无
香港中央结算有限公司	未知	7.92	482,951,912		无
中国证券金融股份有限公司	未知	4.90	298,731,988		无
GIC PRIVATE LIMITED	境外法人	4.49	273,498,349		无
KKR HOME INVESTMENT S.A.R.L.	境外法人	2.94	179,168,050		无
青岛海尔创业投资咨询有限公司	境内非国有法人	2.83	172,252,560		无
全国社保基金一零四组合	未知	1.58	96,188,780		无
中央汇金资产管理有限责任公司	未知	1.14	69,539,900		无
UBS AG	未知	0.65	39,626,276		无

上述股东关联关系或一致行动的说明	(1) 海尔电器国际股份有限公司是海尔集团公司的控股子公司，海尔集团公司对其持股 51.20%。青岛海尔创业投资咨询有限公司为海尔集团公司的一致行动人；(2) 公司未知其他股东有关联关系。
表决权恢复的优先股股东及持股数量的说明	不适用

2.4 截止报告期末的优先股股东总数、前十名优先股股东情况表

适用 不适用

2.5 控股股东或实际控制人变更情况

适用 不适用

2.6 未到期及逾期未兑付公司债情况

适用 不适用

三 经营情况讨论与分析

3.1 经营情况的讨论与分析

一、行业情况：

2018 年上半年，世界经济延续 2017 年以来的增长态势，但贸易摩擦、地缘政治、主要经济体货币政策正常化等加大全球经济和金融市场的不确定性。2018 年上半年，中国经济保持平稳增长，结构调整深入推进，新旧动能持续转换，质量效益保持在较好水平。

(一) 国内市场：2018 年上半年国内市场白电各子行业零售额保持增长态势，但表现分化。根据中怡康测算，①家用空调行业增长较快，零售量增长 16.6%、零售额增长 19.8%；②冰洗市场，替换需求成为主要需求，销量增长乏力，但是结构升级带动均价提升：冰箱行业零售量下降 1.7%、零售额增长 7.9%；洗衣机行业零售量增长 4.7%、零售额增长 10.5%。

随着房地产调控政策持续趋紧，厨卫等前置类产品受影响已逐步体现，厨卫行业面临一定增长压力。①2018 年上半年热水器行业零售量负增长 0.4%、零售额增长 4.8%；②厨电市场零售额负增长，同比下降 1%，其中抽油烟机、灶具等两个主要子行业零售额分别下降 3.8%、1.6%。

消费升级趋势持续，品牌、品质、设计、技术成为影响消费决策主要因素，消费者愿意为“好产品”支付溢价，大容量、健康化、智能化、艺术化产品日益受到青睐。推动结构升级、提升附加值成为行业公司共识。根据中怡康统计，2018 年上半年线下多门冰箱零售量份额同比提升 4.5 个百分点，到 28.3%。

线上渠道保持快速增长，冰箱、洗衣机、空调、热水器、厨电线上零售额分别增长 29.2%、

36.3%、54.8%、36%、18.6%。竞争格局呈现强者愈强态势，头部品牌集中度进一步提升，行业洗牌加剧。以冰箱行业为例，2018年上半年行业TOP5品牌零售额份额达到76.8%，提升4.3个百分点。

（二）海外市场：受各区域经济发展水平、保有量等因素影响，各区域表现不一。①美国市场，受大家电需求下降影响，2018年1-6月负增长1.1%；②欧洲主要市场，英国、法国市场持平；德国市场同比下滑约3%、意大利市场同比下降约4%、俄罗斯市场增长约6%。③日本市场小个数增长：洗衣机增长3.4%、冰箱&冷柜市场增长2%左右。④澳洲市场增幅1.9%。⑤南亚市场：巴基斯坦市场增长11%、印度市场增长5%。

物联网、大数据、云计算、人工智能等技术的快速发展实现了人与设备、设备与设备、设备与生态资源连接，并逐步改变用户消费习惯，消费趋势呈现出体验经济、社群经济、共享经济等特征。产品快速迭代与产业生态变化推动竞争重点从单纯产品竞争转为用户价值与体验竞争，倒逼企业转型与商业模式重构，从卖产品到卖服务转型。

二、公司情况

2018年上半年公司聚焦“成为物联网时代智慧家庭解决方案的领先提供商”的战略目标，在人单合一模式驱动下，通过持续产品引领、零售转型、全球化运营，为消费者提供多样化的成套智能家电方案，家电产业实现高增长、高份额、高价值；面对物联网时代的机遇，推进物联网时代生态品牌的创建，通过与用户交互，创造、迭代用户最佳体验，与生态圈内利益攸关方实现共赢增值，打造生态收入等新增长点。

2018年上半年公司实现收入885.92亿元，增长14.19%，如果还原汇率因素影响，同口径下收入同比增长17.3%。公司海外收入358亿元，占比40.4%。实现归母净利润48.59亿元，同比增长10.01%；实现扣非归母净利润44.76亿元，同比增长18.50%。上半年公司整体毛利率为28.97%，同比下降1.2个百分点，下降原因为按照新收入准则对部分物流运费进行重分类所致，按照同口径还原后，毛利率同比提升1.3个百分点。

公司家电各产业实现全面增长，扩大领先优势。①冰箱、空调、洗衣机、热水器、厨电业务（不含GEA）收入分别增长17%、25%、20%、21%、30%。②GEA业务美元口径收入增长11%，受上半年人民币汇率因素影响，人民币口径收入增长3.4%。

市场份额方面，①在中国市场：冰箱、洗衣机、热水器等优势产业持续扩大领先优势，1-6月国内零售额份额分别提升4.6、4、1.3个百分点，其中冰箱、洗衣机零售额份额分别达到34.88%、32.94%，是第二名品牌的3.1倍、1.9倍，持续扩大套圈引领优势；海尔热水器零售额份额达到17.84%；②家用空调、抽油烟机、灶具等重点增长业务不断夯实发展基础，零售额份额分别提升

0.5、0.8、0.8 个百分点。③在美国市场，根据 Stevenson 公司的监测数据，受益于厨电和洗衣机份额拉动，上半年 GEA 市场份额提升明显。

三、行业及公司下半年发展规划

（一）行业展望

国内市场：短期来看，冰洗行业需求相对稳定，产品结构带来的单价提升是主要增长动力。空调行业面临 2017 年下半年高基数带来的挑战。房地产调控政策对房地产销量的影响，对厨电、热水器、空调等前置类产品销售形成压制。长期来看，消费者对美好生活的向往带来的品质升级将持续推动行业发展。

全球市场：贸易战增加全球经济增长的不确定性，尤其是新兴经济体出口趋于加速下滑、景气显著承压。在美元加息大背景下，全球金融市场不稳定性增加，影响全球经济表现。

（二）下半年发展规划

面对外部环境带来的挑战，公司将坚持产品引领、零售转型与全球化运营，持续提升竞争力，持续扩大冰洗、热水器产业领先优势，加快空调产业、厨电产业的发展步伐，实现家电业务逆势增长；聚焦海尔智慧家庭，持续推进物联网的企业转型，推进生态圈建设、生态品牌的打造、生态收入的培养。

国内市场：（1）全面提升触点网络竞争力：①触点数量上，持续推进触点网络的建设，保障所有用户需求得到满足，实现空白/薄弱地区全覆盖；②触点质量上，通过专卖店的升级达标推进店的持续升级，店走出成为触点。对乡镇从批发到镇到服务到镇，实现目标到镇，市场稳定，价格透明，信息化工具高效运营。（2）推进成套智慧家庭的引爆：持续提升三个成套能力，推进成套产品的销售及服务，通过建材家居渠道门店的建设抓前端家装用户，由卖产品到卖方案。

海外市场：充分发挥在海尔多年来专注于全球化，坚持自有品牌与当地化策略积累形成的优势，加速各区域的终端转型，提升高端产品占比强化盈利能力。通过并联对赌与开放体系的机制保障，持续推进人单合一本土化落地。

智慧家庭平台：聚焦海尔智慧家庭解决方案的市场竞争力和用户体验的持续提升，切实高效地推进 U+智慧生活 X.0 战略的有序落地。推进食联网和衣联网的物联网平台搭建，实现生态品牌全球化、标准国际化、生态服务区域化的落地，实现从解决方案到生态服务的用户全流程服务，沉淀用户、数据、平台服务能力。

COSMOplat 平台：聚焦打造产业生态圈，通过行业级工业互联网平台的建设，带动平台通用能力体系建设。①推进相关国际标准的输出工作；②对内，提升全流程互联互通的能力和开放生

态体系，推进互联工厂在全球制造基地的复制；③对外，逐步形成服装、房车、农业、模具、机械等 5 个产业生态圈，助推生态圈企业转型升级，创造新的产业生态。

3.2 与上一会计期间相比，会计政策、会计估计和核算方法发生变化的情况、原因及其影响

适用 不适用

3.3 报告期内发生重大会计差错更正需追溯重述的情况、更正金额、原因及其影响。

适用 不适用

董事长：梁海山

青岛海尔股份有限公司

2018 年 8 月 30 日