

Haier

海爾智家股份有限公司

Haier Smart Home Co., Ltd.

(於中華人民共和國注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



2025

中 期 報 告

Haier

Casarte

Leader

AQUA



GE APPLIANCES

CANDY

FISHER & PAYKEL

企業簡介

海爾智家是全球智能家居解決方案的領導者，提供涵蓋現代生活各個方面的綜合產品組合。其產品組合可分為四大核心類別：(1)主要家電，例如冰箱、洗衣機及廚電；(2)暖通產品及解決方案，包括住宅空調、熱水器、商用建築系統及商用冷凍設備；(3)智能設備及小家電，例如機器人吸塵器及智能鎖；(4)端到端價值鏈運營，包括核心組件的生產、智能物流與供應鏈管理及回收利用。通過提供一體化的智能家居體驗，海爾不斷塑造全球智能家居行業的發展。本公司通過一系列世界知名品牌分銷其產品，包括海爾、卡薩帝、Leader、Candy、GE Appliances、AQUA及Fisher & Paykel。

根據歐睿數據顯示，我們的大家電零售量在全球大家電行業連續十六年位列第一。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十七和十六年蟬聯第一。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。

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	13
管理層討論與分析	42
企業管治常規	74
權益披露	77
股份計劃	83

公司資料

董事會

執行董事

李華剛先生(董事長兼行政總裁)

Kevin Nolan先生(於2025年5月28日獲委任)

非執行董事

宮偉先生(副董事長)

俞漢度先生

錢大群先生

李少華先生(於2025年5月28日獲委任)

邵新智女士(副董事長)(於2025年5月28日退任)

李錦芬女士(於2025年5月28日退任)

獨立非執行董事

王克勤先生

李世鵬先生

吳琪先生

汪華先生(於2025年5月28日獲委任)

職工董事

孫丹鳳女士(於2025年5月28日獲委任)

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)

俞漢度先生

吳琪先生

李少華先生(於2025年5月28日獲委任)

汪華先生(於2025年5月28日獲委任)

邵新智女士(於2025年5月28日退任)

錢大群先生(於2025年5月28日退任)

薪酬與考核委員會

吳琪先生(委員會主席)(於2025年5月28日獲委任)

李世鵬先生

汪華先生(於2025年5月28日獲委任)

錢大群先生(於2025年5月28日退任)

李華剛先生(於2025年5月28日退任)

提名委員會

李世鵬先生(委員會主席)

吳琪先生

王克勤先生(於2025年5月28日獲委任)

孫丹鳳女士(於2025年5月28日獲委任)

李華剛先生(於2025年5月28日退任)

戰略委員會

李華剛先生(委員會主席)

Kevin Nolan先生(於2025年5月28日獲委任)

宮偉先生

錢大群先生(於2025年5月28日獲委任)

李世鵬先生

吳琪先生

汪華先生(於2025年5月28日獲委任)

環境、社會與管治委員會

錢大群先生(委員會主席)

宮偉先生

李少華先生(於2025年5月28日獲委任)

吳琪先生(於2025年5月28日獲委任)

李錦芬女士(於2025年5月28日退任)

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(特殊普通合夥)

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
灣仔港灣道25號
海港中心19樓1908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：6690

網站

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

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41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2025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、簡明綜合權益變動表及簡明綜合現金流量表及簡明綜合財務報表附註。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

邱偉業

執業證書編號：P07849

香港，2025年8月28日

中期簡明 綜合損益及其他全面收益表

截至2025年6月30日止六個月

	附註	截至6月30日止六個月	
		2025年 人民幣百萬元 (未經審核)	2024年 人民幣百萬元 (未經審核) (經重列)
收入	5	156,469	141,981
銷售成本		(115,229)	(104,697)
毛利		41,240	37,284
其他收益淨額	6	2,889	1,915
銷售及分銷開支		(15,817)	(14,518)
行政費用		(12,749)	(11,369)
融資成本	8	(1,416)	(1,244)
應佔聯營公司利潤及虧損		850	913
稅前溢利	7	14,997	12,981
所得稅開支	9	(2,512)	(2,207)
期內溢利		12,485	10,774
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		31	25
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		(132)	(30)
換算海外業務之匯兌差額		1,712	(202)
		1,611	(207)
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		136	(2)
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		(294)	(126)
		(158)	(128)
期內其他全面收益／(虧損)，稅後		1,453	(335)
期內全面收益總額		13,938	10,439

中期簡明綜合損益及其他全面收益表

截至2025年6月30日止六個月

		截至6月30日止六個月	
		2025年	2024年
		人民幣百萬元	人民幣百萬元
		(未經審核)	(未經審核)
			(經重列)
應佔期內溢利：			
— 本公司擁有人		12,033	10,410
— 非控股權益		452	364
		12,485	10,774
應佔全面收益總額：			
— 本公司擁有人		13,489	10,075
— 非控股權益		449	364
		13,938	10,439
本公司普通股股東應佔每股盈利			
— 基本(每股人民幣元)	11	1.30	1.13
— 攤薄(每股人民幣元)	11	1.29	1.12

中期簡明 綜合財務狀況表

於2025年6月30日

	附註	2025年 6月30日 人民幣百萬元 (未經審核)	2024年 12月31日 人民幣百萬元 (經重列)
非流動資產			
物業、廠房及設備	13	44,824	43,703
投資物業		665	246
使用權資產		9,656	9,127
商譽		27,835	27,384
其他無形資產		11,123	10,758
於聯營公司的權益		21,414	20,932
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		5,650	6,074
以攤銷成本計量的金融資產		14,730	15,699
長期預付款項		1,247	1,381
遞延稅項資產		2,442	2,477
其他非流動資產		839	841
非流動資產總值		140,425	138,622
流動資產			
存貨	14	43,520	43,189
貿易應收款項及應收票據	15	38,033	38,675
以公允價值計量且其變動計入其他全面收益的應收款項		1,248	413
合約資產		1,496	998
預付款項、按金及其他應收款項		9,809	9,931
以公允價值計量且其變動計入當期損益(「以公允價值 計量且其變動計入當期損益」)的金融資產		8,815	1,236
以攤銷成本計量的金融資產		2,919	1,931
衍生金融工具		79	143
已抵押存款		769	533
使用用途受限的其他資金		73	70
現金及現金等價物		54,514	54,995
流動資產總值		161,275	152,114
流動負債			
貿易應付款項及應付票據	16	78,666	75,886
其他應付款項及應計項目		37,801	32,265
合約負債		5,711	10,865
計息借款	17	23,008	24,127
租賃負債		1,529	1,352
應納稅款		2,207	2,650
撥備		2,634	2,710
衍生金融工具		440	71
流動負債總額		151,996	149,926

中期簡明綜合財務狀況表

於2025年6月30日

	附註	2025年 6月30日 人民幣百萬元 (未經審核)	2024年 12月31日 人民幣百萬元 (經重列)
流動資產淨值		9,279	2,188
資產總值減流動負債		149,704	140,810
非流動負債			
計息借款	17	14,096	9,666
租賃負債		4,916	4,481
遞延收入		1,166	1,081
遞延稅項負債		1,624	1,547
養老金及類似義務撥備		2,660	2,562
撥備		2,404	2,386
其他非流動負債		259	285
非流動負債總額		27,125	22,008
資產淨值		122,579	118,802
權益			
股本	18	9,383	9,383
儲備		105,511	102,396
本公司擁有人應佔權益		114,894	111,779
非控股權益		7,685	7,023
權益總額		122,579	118,802

董事會於2025年8月28日批准及授權發佈簡明綜合財務報表，並由以下代表簽署：

李華剛先生
董事長

Kevin Nolan先生
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2025年6月30日止六個月

本公司擁有人應佔

	儲備															
	按公允價值計入										其他					
	已發行 權益 人民幣 百萬元	股本儲備 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	權益法 投資儲備 人民幣 百萬元	儲備基金 人民幣 百萬元	保留溢利 人民幣 百萬元	換算儲備的 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	合計 人民幣 百萬元	非控股 權益 人民幣 百萬元	權益總額 人民幣 百萬元	
於2024年1月1日(經審核) 共同控制下的業務合併的影響 (附註3)	9,438	19,722	1,785	146	(93)	1,333	(345)	4,841	68,538	925	10	(5,034)	91,828	101,266	6,264	107,530
	—	195	—	—	—	16	—	—	306	—	—	—	517	517	—	517
於2024年1月1日(經重列)	9,438	19,917	1,785	146	(93)	1,349	(345)	4,841	68,844	925	10	(5,034)	92,345	101,783	6,264	108,047
期內利潤	—	—	—	—	—	—	—	—	10,410	—	—	—	10,410	10,410	364	10,774
期內其他全面(虧損)/收益	—	—	—	(2)	—	—	—	—	—	—	—	—	(2)	(2)	—	(2)
一 界定利益計劃重新計量導致的變動	—	—	—	—	—	—	24	—	—	—	—	—	24	24	1	25
一 應佔聯營公司其他全面收益	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
一 用於現金流量對沖的對沖工具公允價值	—	—	—	—	(31)	—	—	—	—	—	—	—	(31)	(31)	1	(30)
一 變動之有效部分，稅後	—	—	—	—	—	—	—	—	—	(200)	—	—	(200)	(200)	(2)	(202)
一 換算海外業務之匯兌差額	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
一 指定為以公允價值計量且其變動計入其他全面收益的變動	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
一 股權投資之公允價值	—	—	—	—	—	(126)	—	—	—	—	—	—	(126)	(126)	—	(126)
變動，稅後	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
期內全面(虧損)/收益總額	—	—	—	(2)	(31)	(126)	24	—	10,410	(200)	—	—	10,075	10,075	364	10,439
購買庫存股份	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	(467)	(467)	(467)	—	(467)
確認按股份支付結算的權益	—	—	201	—	—	—	—	—	—	—	—	—	201	201	—	(467)
應付本公司擁有人的股息	—	—	—	—	—	—	—	—	(7,514)	—	—	—	(7,514)	(7,514)	—	(7,514)
應付非控股權益的股息	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	(14)	(14)
其他變動	—	(57)	—	—	—	1	—	—	(140)	—	—	—	(196)	(196)	150	(46)
於2024年6月30日(未經審核)	9,438	19,860	1,986	144	(124)	1,224	(321)	4,841	71,600	725	10	(5,501)	94,444	103,882	6,764	110,646

海爾智家股份有限公司 中期報告 2025

中期簡明 綜合現金流量表

截至2025年6月30日止六個月

附註	截至6月30日止六個月	
	2025年 人民幣百萬元 (未經審核)	2024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	14,997	12,981
調整項目：		
融資成本	8 1,416	1,244
利息收入	6 (957)	(980)
應佔聯營公司利潤及虧損	(850)	(913)
出售非流動資產的虧損淨額	6 21	9
出售以公允價值計量且其變動計入當期損益的金融資產公允價值的收益淨額	6 (23)	—
出售聯營公司及附屬公司的虧損	6 4	15
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(收益)／虧損淨額	6 (35)	30
物業、廠房及設備折舊	7 2,664	2,520
使用權資產及投資物業折舊	7 819	777
其他無形資產及其他非流動資產攤銷	7 704	686
過時及滯銷存貨撥備淨額	7 465	428
貿易應收款項及應收票據之預期信貸虧損撥備淨額	7 55	136
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淨額	7 296	214
非流動資產及合約資產撥回減值虧損淨額	7 —	(2)
以權益結算之股份支付開支	221	201
營運資金變動前的經營現金流入	19,797	17,346
存貨增加	(773)	(383)
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增加	(1,812)	(3,854)
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	(4,136)	(3,883)
其他營運資金變動	59	(28)
經營所得現金	13,135	9,198
已收利息	655	833
已付所得稅	(2,651)	(1,607)
經營活動所得現金淨額	11,139	8,424

中期簡明綜合現金流量表

截至2025年6月30日止六個月

附註	截至6月30日止六個月	
	2025年 人民幣百萬元 (未經審核)	2024年 人民幣百萬元 (未經審核) (經重列)
購買非流動資產的付款	(3,763)	(4,204)
出售非流動資產所得款項	17	9
已收聯營公司股息	398	394
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	19,962	9,646
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	(26,918)	(15,182)
出售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所得款項	87	—
已收利息	48	84
其他投資現金流量	148	61
投資活動所用現金淨額	(10,021)	(9,192)
融資活動所得現金流量		
回購股份的付款	(856)	(467)
借款所得款項	17,318	6,238
償還借款	(14,320)	(4,633)
租賃付款	(813)	(815)
已付利息	(1,244)	(1,177)
認沽期權負債付款	(2,155)	—
其他融資現金流量	5	351
融資活動所用現金淨額	(2,065)	(503)
現金及現金等價物減少淨額	(947)	(1,271)
期初現金及現金等價物	54,995	56,715
外幣匯率變動的影響淨額	466	(42)
期末現金及現金等價物	54,514	55,402
非抵押現金及銀行餘額	38,810	35,450
定期存款	15,704	19,952
簡明綜合財務狀況表所載現金及現金等價物	54,514	55,402

中期簡明 綜合財務報表附註

截至2025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山東省青島市嶗山區海爾科創生態園。

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2025年8月28日獲董事會批准刊發。

本公司及其附屬公司(統稱「**本集團**」)主要從事家電的研發、生產及銷售工作，涉及冰箱／冷櫃、廚電、空調、洗衣設備、水家電及其他智慧家庭業務，以及提供智慧家庭全套化解決方案。

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《國際會計準則》第34號(「**《國際會計準則》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》的適用披露規定編製。

2.2 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)。

除因應經修訂《國際財務報告準則會計準則》所產生的新增會計政策，以及應用與本集團在今個中期期間相關的若干會計政策外，編製截至2025年6月30日止六個月之簡明綜合財務報表時採用之會計政策及計算方法與本集團截至2024年12月31日止年度之年度綜合財務報表呈列所採用相同。

中期簡明綜合財務報表附註

截至2025年6月30日止六個月

2.2 會計政策(續)

應用經修訂《國際財務報告準則會計準則》

於本中期期間，本集團已首次應用由國際會計準則理事會頒佈的以下經修訂《國際財務報告準則會計準則》，並於2025年1月1日開始的本集團年度期間強制生效，以編製本集團的簡明綜合財務報表：

《國際會計準則》第21號(修訂本) 缺乏兌換性

本中期期間應用經修訂《國際財務報告準則會計準則》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2025年3月，本公司與海爾集團之附屬公司青島海模智雲科技有限公司(「海模智雲」)簽訂青島海爾模具有限公司(「海爾模具」)股權轉讓協議，據此，本公司同意收購而海模智雲同意出售海爾模具之100%股權，代價約為人民幣78百萬元。於2025年6月30日，該交易已告完成。

由於本公司及海爾模具於轉讓協議完成前後均受海爾集團最終控制，故收購海爾模具乃按合併會計原則入賬。

本集團截至2025年及2024年6月30日止期間的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，已包括本集團及海爾模具當時全部旗下公司的業績、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2025年及2024年6月30日止期間均已存在，或從各自的收購、註冊成立或登記日期已經存在(以較短期間為準)。

本集團於2024年12月31日的簡明綜合財務狀況表乃為呈列本集團及海爾模具的事務而編製，猶如本集團緊隨股權轉讓完成後的企業架構，於2024年12月31日已經存在，且乃按照該日本公司應佔的相應股權及／或可對個別公司行使的控制權而編製。

本集團先前呈報的資產淨值及淨利潤或虧損並無因共同控制下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) 家庭美食保鮮烹飪解決方案

- 冰箱／冷櫃產品的生產與銷售；
- 廚電產品的生產與銷售；

(b) 空氣能源解決方案

- 空調產品的生產與銷售；

(c) 家庭衣物洗護方案

- 洗衣機及乾衣機產品的生產與銷售；

(d) 全屋用水解決方案

- 熱水器及淨水產品等水家電的生產與銷售；及

(e) 其他業務

- 包括渠道分銷、裝備部品、生活小家電、物流服務及其他。

除未分配的公司資產(主要包括商譽、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2025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2025年6月30日止六個月

	家庭美食保鮮烹飪解決方案						
	冰箱／冷櫃 業務	廚電業務	空氣能源 解決方案	家庭衣物 洗滌方案	全屋用水 解決方案	其他業務	總計
	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)	人民幣百萬元 (未經審核)	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	42,735	20,629	32,856	31,938	9,691	18,620	156,469
分部間收入	118	43	122	67	102	49,067	49,519
合計	42,853	20,672	32,978	32,005	9,793	67,687	205,988
對賬：							
分部間抵銷							(49,519)
合計							156,469
分部業績	3,925	1,970	2,101	3,483	1,502	318	13,299
對賬：							
分部間業績抵銷							2
							13,301
企業及其他未分配收入及 損益							2,625
企業及其他未分配開支							(363)
融資成本							(1,416)
應佔聯營公司利潤及虧損							850
稅前溢利							14,997

中期簡明綜合財務報表附註

截至2025年6月30日止六個月

4. 經營分類資料(續)

截至2024年6月30日止六個月(經重列)

	家庭美食保鮮烹飪解決方案						
	冰箱/冷櫃 業務	廚電業務	空氣能源 解決方案	家庭衣物 洗滌方案	全屋用水 解決方案	其他業務	總計
	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)	人民幣百萬元 (未經審核)	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	41,023	20,228	29,075	29,602	8,011	14,042	141,981
分部間收入	105	47	160	135	95	45,800	46,342
合計	41,128	20,275	29,235	29,737	8,106	59,842	188,323
對賬：							
分部間抵銷							(46,342)
合計							141,981
分部業績	3,588	1,807	1,733	3,119	1,204	252	11,703
對賬：							
分部間業績抵銷							45
							11,748
企業及其他未分配收入及 損益							1,733
企業及其他未分配開支							(169)
融資成本							(1,244)
應佔聯營公司利潤及虧損							913
稅前溢利							12,981

中期簡明綜合財務報表附註

截至2025年6月30日止六個月

4. 經營分類資料 (續)

於2025年6月30日

	家庭美食保鮮烹飪解決方案						總計 人民幣百萬元 (未經審核)
	冰箱／冷櫃 業務	廚電業務	空氣能源 解決方案	家庭衣物 洗滌方案	全屋用水 解決方案	其他業務	
	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)	人民幣百萬元 (未經審核)	
分部資產	53,749	24,784	45,611	39,042	15,067	102,650	280,903
對賬：							
分部資產抵銷							(122,162)
商譽							27,835
於聯營公司的權益							21,414
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							5,650
遞延稅項資產							2,442
以公允價值計量且其變動 計入當期損益的金融 資產							8,815
以攤銷成本計量的金融 資產							17,649
衍生金融工具							79
已抵押存款							769
使用用途受限的其他資金							73
現金及現金等價物							54,514
預付款項、按金及其他 應收款項							3,719
資產總值							301,700
分部負債	65,316	14,013	43,247	25,411	9,047	92,078	249,112
對賬：							
分部負債抵銷							(122,022)
應納稅款							2,207
其他應付款項及應計費用							10,397
衍生金融工具							440
計息借款							37,104
遞延稅項負債							1,624
其他非流動負債							259
負債總額							179,121

中期簡明綜合財務報表附註

截至2025年6月30日止六個月

4. 經營分類資料(續)

於2024年12月31日(經重列)

	家庭美食保鮮烹飪解決方案						
	冰箱／冷櫃業務	廚電業務	空氣能源解決方案	家庭衣物洗護方案	全屋用水解決方案	其他業務	總計
	人民幣百萬元	人民幣百萬元	人民幣百萬元	人民幣百萬元	人民幣百萬元	人民幣百萬元	人民幣百萬元
分部資產	50,543	21,840	32,729	37,335	11,353	98,429	252,229
對賬：							
分部資產抵銷							(96,919)
商譽							27,384
於聯營公司的權益							20,932
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							6,074
遞延稅項資產							2,477
以公允價值計量且其變動計入當期損益的金融資產							1,236
以攤銷成本計量的金融資產							17,630
衍生金融工具							143
已抵押存款							533
使用用途受限的其他資金							70
現金及現金等價物							54,995
預付款項、按金及其他應收款項							3,952
資產總值							290,736
分部負債	71,520	14,943	29,805	27,393	4,228	79,175	227,064
對賬：							
分部負債抵銷							(96,780)
應納稅款							2,650
其他應付款項及應計費用							3,304
衍生金融工具							71
計息借款							33,793
遞延稅項負債							1,547
其他非流動負債							285
負債總額							171,934

中期簡明綜合財務報表附註

截至2025年6月30日止六個月

4. 經營分類資料 (續)

截至2025年6月30日止六個月

	家庭美食保鮮烹飪解決方案						
	冰箱／ 冷櫃業務	廚電業務	空氣能源 解決方案	家庭衣物 洗滌方案	全屋用水 解決方案	其他業務	總計
	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)	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	959	286	715	775	315	—	3,050
過時及滯銷存貨撥備淨額	113	39	86	75	49	103	465
貿易應收款項及應收票據的預期信貸虧損(撥回)/ 撥備淨額	(1)	3	20	14	1	18	55
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/(撥回)淨額	169	12	36	41	39	(1)	296
出售非流動資產的虧損/(收益)淨額	7	5	2	1	(1)	7	21
折舊及攤銷	1,131	771	391	909	258	727	4,187

截至2024年6月30日止六個月 (經重列)

	家庭美食保鮮烹飪解決方案							
	冰箱／ 冷櫃業務		廚電業務	空氣能源 解決方案	家庭衣物 洗滌方案	全屋用水 解決方案	其他業務	總計
	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)	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	1,124	311	693	855	354	—	—	3,337
過時及滯銷存貨撥備／(撥備撥回)淨額	155	27	28	136	88	(6)	—	428
貿易應收款項及應收票據之預期信貸虧損撥備淨額	43	22	5	27	—	39	—	136
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／(撥回)淨額	142	10	(3)	22	47	(4)	—	214
出售非流動資產的虧損／(收益)淨額	2	3	2	2	2	(2)	—	9
折舊及攤銷	960	722	397	877	166	861	—	3,983

中期簡明綜合財務報表附註

截至2025年6月30日止六個月

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	
	2025年 人民幣百萬元 (未經審核)	2024年 人民幣百萬元 (未經審核) (經重列)
中國內地	77,390	71,157
北美	40,016	39,079
歐洲	17,995	14,505
南亞	8,666	6,542
澳大利亞及新西蘭	3,258	3,225
東南亞	4,130	3,492
日本	1,958	1,827
中東及非洲	2,440	1,474
其他國家／地區	616	680
	156,469	141,981

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

	2025年 6月30日 人民幣百萬元 (未經審核)	2024年 12月31日 人民幣百萬元 (經重列)
中國內地	30,494	30,200
其他國家／地區	37,860	35,856
	68,354	66,056
於聯營公司的權益	21,414	20,932
商譽	27,835	27,384
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	5,650	6,074
按攤銷成本計量之金融資產	14,730	15,699
遞延稅項資產	2,442	2,477
	140,425	138,622

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、按攤銷成本計量之金融資產及遞延稅項資產。

有關主要客戶的資料

於截至2025年及2024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。

中期簡明綜合財務報表附註

截至2025年6月30日止六個月

5. 收入

客戶合約收入分析如下：

	截至6月30日止六個月	
	2025年 人民幣百萬元 (未經審核)	2024年 人民幣百萬元 (未經審核) (經重列)
銷售商品	150,143	135,622
提供勞務	6,326	6,359
	156,469	141,981

	截至6月30日止六個月	
	2025年 人民幣百萬元 (未經審核)	2024年 人民幣百萬元 (未經審核) (經重列)
銷售商品		
— 某時間點	150,143	135,622
提供勞務		
— 某時間點	49	23
— 某時間段	6,277	6,336
	156,469	141,981

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。

中期簡明綜合財務報表附註

截至2025年6月30日止六個月

6. 其他收益淨額

其他收益淨額分析如下：

	截至6月30日止六個月	
	2025年	2024年
	人民幣百萬元	人民幣百萬元
	(未經審核)	(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	900	927
理財產品	45	30
其他	12	23
採購折價	102	62
	1,059	1,042
自供應商收取的補償	18	24
出售下列各項的(虧損)/收益		
— 非流動資產淨值	(21)	(9)
— 以公允價值計量且其變動計入當期損益的		
金融資產淨值	23	—
— 聯營公司及附屬公司	(4)	(15)
政府補助	775	585
來自投資物業的租金收入	25	1
以公允價值計量且其變動計入當期損益的金融資產/		
負債公允價值收益/(虧損)淨額	35	(30)
外匯收益淨額	881	263
雜項收入	98	54
	2,889	1,915

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2025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／(計入)下列各項：

	截至6月30日止六個月	
	2025年	2024年
	人民幣百萬元	人民幣百萬元
	(未經審核)	(未經審核)
		(經重列)
已售存貨成本	106,169	95,297
產品保修計提	3,050	3,337
過時及滯銷存貨撥備淨額(附註(a))	465	428
服務成本	5,545	5,635
	115,229	104,697
物業、廠房及設備折舊	2,664	2,520
使用權資產及投資物業折舊	819	777
其他無形資產及其他非流動資產攤銷	704	686
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))	55	136
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))	296	214
非流動資產及合約資產撥回減值虧損淨值(附註(b))	—	(2)
研發成本	5,790	5,183

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及其他全面收益表「銷售成本」內。

(b) 已列入簡明綜合損益及其他全面收益表「行政費用」內。

中期簡明綜合財務報表附註

截至2025年6月30日止六個月

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	
	2025年 人民幣百萬元 (未經審核)	2024年 人民幣百萬元 (未經審核) (經重列)
借貸利息	902	875
租賃負債利息	177	96
其他融資成本	337	273
	1,416	1,244

9. 所得稅開支

	截至6月30日止六個月	
	2025年 人民幣百萬元 (未經審核)	2024年 人民幣百萬元 (未經審核) (經重列)
即期稅項		
期內支出	2,259	2,273
遞延稅項開支／(收入)	253	(66)
期內稅項支出總額	2,512	2,207

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2025年及2024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。

9. 所得稅開支(續)

經合組織支柱二規則範本

經濟合作與發展組織(「**經合組織**」)於2021年12月公佈支柱二規則範本，規定司法管轄區可頒佈國內稅法(「**支柱二立法**」)，以全球商定的共同方法實施支柱二規則範本。支柱二立法適用於支柱二規則範本範圍內的跨國集團成員，而本集團屬於該範圍。只要按支柱二規則範本在司法管轄區確定的實際稅率低於15%的最低稅率，就會對在某一司法管轄區產生的利潤徵收附加稅。

本集團已根據不同司法管轄區引入的支柱二規則範本檢討其公司架構，並聘請外部稅務專家評估其稅務風險。於2025年6月30日，本集團主要在中國內地經營業務，儘管相關立法尚未實質頒佈或頒佈，但未來可能存在支柱二所得稅風險。此外，本公司若干附屬公司位於支柱二立法已頒佈或實質頒佈但尚未生效的司法管轄區，而本公司若干附屬公司則位於支柱二立法已生效的司法管轄區。基於評估，本集團預期不會就支柱二所得稅面臨重大風險。

10. 股息

本公司股東於2025年5月28日的年度股東大會上，批准就截至2024年12月31日止年度派發末期股息每10股人民幣9.65元(如本公司日期為2025年6月20日的公告所述，進一步調整至每10股人民幣9.6504元)。末期股息折合約人民幣8,997百萬元，已於2025年7月25日派發給2025年7月4日名列本公司股東名冊的股東。

於本中期期末後，董事會建議就截至2025年6月30日止六個月派發中期股息每10股為現金人民幣2.69元(含税)，合共約人民幣25.07億元(截至2024年6月30日止六個月：無)。

中期簡明綜合財務報表附註

截至2025年6月30日止六個月

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（經調整後不包括回購股份）。

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，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	
	2025年	2024年
	人民幣百萬元	人民幣百萬元
	(未經審核)	(未經審核)
		(經重列)

盈利

用於計算每股基本及攤薄盈利之本公司

普通股股東應佔溢利

12,033

10,410

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	
	2025年	2024年
	(未經審核)	(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

9,226,833,196

9,218,228,718

潛在攤薄普通股的影響：

股份獎勵

68,210,943

61,431,976

購股權

2,237,780

4,998,590

用於計算每股攤薄盈利之期內已發行普通股加權平均數

9,297,281,919

9,284,659,284

中期簡明綜合財務報表附註

截至2025年6月30日止六個月

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	
		2025年 人民幣百萬元 (未經審核)	2024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	1,550	1,185
	購買貨品及服務	10,455	9,997
	利息收入	412	440
	利息開支	14	—
	服務費	4	4
海爾聯屬公司 (附註)	銷售貨品及服務	515	761
	購買貨品及服務	5,444	5,762
	其他服務費開支	30	57

以上交易乃根據訂約方相互協定之條款及條件進行。

於2025年6月30日，本集團的現金及現金等價物及按攤銷成本計量的金融資產、預付款項、按金及其他應收款項、其他應付款項及應計項目及衍生金融工具包括存放於海爾集團財務有限責任公司的結餘，分別為人民幣20,194百萬元、人民幣13,772百萬元、人民幣1,487百萬元、人民幣17百萬元及人民幣1百萬元（負債）（2024年12月31日：人民幣20,499百萬元（經重列）、人民幣13,386百萬元（經重列）、人民幣1,164百萬元、人民幣2百萬元及人民幣2百萬元（資產）），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。

於2025年6月30日，本集團之預付款項、按金及其他應收款項包括應收海爾聯屬公司款項約人民幣309百萬元（2024年12月31日：人民幣561百萬元（經重列）），以及應收聯營公司款項約人民幣17百萬元（2024年12月31日：人民幣557百萬元（經重列））。

於2025年6月30日，本集團之合約負債、其他應付款項及應計項目包括應付海爾聯屬公司款項約人民幣344百萬元（2024年12月31日：人民幣279百萬元（經重列））、應付聯營公司款項約人民幣6百萬元（2024年12月31日：人民幣1百萬元（經重列））以及應付控股股東的股息約人民幣2,545百萬元（2024年12月31日：無）。

附註：海爾聯屬公司包括海爾集團的附屬公司。

中期簡明綜合財務報表附註

截至2025年6月30日止六個月

12. 關聯方交易(續)

(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	
	2025年 人民幣百萬元 (未經審核)	2024年 人民幣百萬元 (未經審核)
短期僱員福利	9,947	13,648
離職後福利	940	917
股份支付	37,349	31,682
已付主要管理人員之薪酬總額	48,236	46,247

13. 物業、廠房及設備

截至2025年6月30日止六個月，本集團購置人民幣3,224百萬元(截至2024年6月30日止六個月：人民幣3,055百萬元(經重列))的物業、廠房及設備。

14. 存貨

	2025年 6月30日 人民幣百萬元 (未經審核)	2024年 12月31日 人民幣百萬元 (經重列)
原材料	6,445	6,670
在產品	428	388
成品	36,647	36,131
	43,520	43,189

中期簡明綜合財務報表附註

截至2025年6月30日止六個月

15. 貿易應收款項及應收票據

	2025年 6月30日 人民幣百萬元 (未經審核)	2024年 12月31日 人民幣百萬元 (經重列)
貿易應收款項	32,243	27,564
減：預期信貸虧損(「預期信貸虧損」)撥備	(1,118)	(1,069)
貿易應收款項淨額	31,125	26,495
應收票據	6,909	12,181
減：預期信貸虧損撥備	(1)	(1)
應收票據淨額	6,908	12,180
合計	38,033	38,675

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：

	2025年 6月30日 人民幣百萬元 (未經審核)	2024年 12月31日 人民幣百萬元 (經重列)
一至三個月	28,502	24,434
三個月至一年	2,414	1,801
一至兩年	658	689
兩至三年	359	388
三年以上	310	252
	32,243	27,564

15. 貿易應收款項及應收票據(續)

於2025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411百萬元(2024年12月31日：人民幣324百萬元)，以及應收聯營公司款項約人民幣678百萬元(2024年12月31日：人民幣555百萬元)。

於2025年6月30日，本集團應收票據約人民幣2,343百萬元(2024年12月31日：人民幣5,068百萬元)已質押作本集團應付票據的抵押。本集團應收票據約人民幣68百萬元(2024年12月31日：人民幣47百萬元)已質押作本集團貸款的抵押。

16. 貿易應付款項及應付票據

	2025年 6月30日 人民幣百萬元 (未經審核)	2024年 12月31日 人民幣百萬元 (經重列)
貿易應付款項	53,258	54,666
應付票據	25,408	21,220
	78,666	75,886

於報告期末基於發票日期的貿易應付款項及應付票據之賬齡分析如下：

	2025年 6月30日 人民幣百萬元 (未經審核)	2024年 12月31日 人民幣百萬元 (經重列)
一年以內	77,857	74,993
一至兩年	354	523
兩至三年	170	135
三年以上	285	235
	78,666	75,886

貿易應付款項及應付票據不計利息，並一般按介乎30至270天之信貸期償還。

於2025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1,405百萬元(2024年12月31日：人民幣1,121百萬元(經重列))，以及應付聯營公司款項約人民幣1,589百萬元(2024年12月31日：人民幣1,200百萬元(經重列))。

於2025年6月30日，本集團之應付票據以本集團之銀行存款約人民幣723百萬元(2024年12月31日：人民幣484百萬元)及本集團之應收票據約人民幣2,343百萬元(2024年12月31日：人民幣5,068百萬元)的質押作抵押。

中期簡明綜合財務報表附註

截至2025年6月30日止六個月

17. 計息借款

計息借款的賬面值分析如下：

	2025年 6月30日 人民幣百萬元 (未經審核)	2024年 12月31日 人民幣百萬元 (經審核)
即期		
銀行貸款 — 無擔保	22,740	23,599
銀行貸款 — 有擔保	268	528
	23,008	24,127
非即期		
銀行貸款 — 無擔保	10,412	9,557
銀行貸款 — 有擔保	184	109
票據 — 無擔保(附註)	3,500	—
	14,096	9,666
銀行貸款 — 無擔保	33,152	33,156
銀行貸款 — 有擔保	452	637
票據 — 無擔保(附註)	3,500	—
	37,104	33,793
即期及非即期總額	37,104	33,793
應償還借款		
一年期或即期	23,008	24,127
第二年	5,515	2,274
第三年至第五年(包含首尾兩年)	8,141	6,832
五年以上	440	560
	37,104	33,793

本集團的計息借款包括來自海爾集團財務有限責任公司的借款人民幣2,294百萬元(2024年12月31日：人民幣196百萬元)，該公司為本集團一間聯營公司及經中國人民銀行批准的金融機構。

本集團的貸款以下列各項的質押作抵押：

- (i) 本集團於2025年6月30日貿易應付款項及應付票據賬面值約人民幣68百萬元(2024年12月31日：人民幣47百萬元)的質押；及
- (ii) 本集團於2025年6月30日其他無形資產賬面值約人民幣97百萬元(2024年12月31日：人民幣97百萬元)的質押；及
- (iii) 本集團於2025年6月30日物業、廠房及設備賬面值約人民幣32百萬元(2024年12月31日：人民幣零元)的質押。

本集團的貸款由以下各方提供擔保：

- (i) 本公司控股股東海爾集團，於2025年6月30日的擔保金額約為人民幣零元(2024年12月31日：人民幣320百萬元)。

附註：於2025年2月，本集團發行人民幣15億元票據，期限3年，年息率為1.99%。

於2025年6月，本集團發行人民幣20億元票據，期限3年，年息率為1.66%。

中期簡明綜合財務報表附註

截至2025年6月30日止六個月

18. 股本

於截至2025年6月30日及2024年12月31日止期間，本公司已發行股本的變動如下：

	H股 百萬股	D股 百萬股	A股 百萬股	股份總數 百萬股	股本 人民幣百萬元
於2024年1月1日(經審核)	2,858	271	6,309	9,438	9,438
股份購回及註銷(附註a)	(1)	—	—	(1)	(1)
庫存股註銷(附註b)	—	—	(54)	(54)	(54)
於2024年12月31日(經審核)、2025年1月1日及2025年6月30日(未經審核)	2,857	271	6,255	9,383	9,383

附註：

- (a) 截至2024年12月31日止年度，本公司按代價約27百萬港元購回合共1,150,000股H股，其後均已註銷。
- (b) 截至2024年12月31日止年度，本公司於A股中註銷合共54,051,559股庫存股。
- (c) 所有已發行股份面值均為人民幣1元。

中期簡明綜合財務報表附註

截至2025年6月30日止六個月

19. 金融工具分類

各類金融工具之賬面值如下：

金融資產

於2025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	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	指定為對沖工具 之衍生工具 人民幣百萬元	以攤銷成本計量 的金融資產 人民幣百萬元	合計 人民幣百萬元
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	—	5,650	—	—	5,650
貿易應收款項及應收票據	—	—	—	38,033	38,033
以公允價值計量且其變動計入其他全面 收益的應收款項	—	1,248	—	—	1,248
計入按金及其他應收款項的金融資產	—	—	—	4,586	4,586
以公允價值計量且其變動計入當期損益 的金融資產	8,815	—	—	—	8,815
以攤銷成本計量的金融資產	—	—	—	17,649	17,649
衍生金融工具	—	—	79	—	79
已抵押存款	—	—	—	769	769
使用用途受限的其他資金	—	—	—	73	73
現金及現金等價物	—	—	—	54,514	54,514
	8,815	6,898	79	115,624	131,416

於2024年12月31日（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	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	指定為對沖工具 之衍生工具 人民幣百萬元	以攤銷成本計量 的金融資產 人民幣百萬元	合計 人民幣百萬元
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	—	6,074	—	—	6,074
貿易應收款項及應收票據	—	—	—	38,675	38,675
以公允價值計量且其變動計入其他全面 收益的應收款項	—	413	—	—	413
計入按金及其他應收款項的金融資產	—	—	—	3,926	3,926
以公允價值計量且其變動計入當期損益 的金融資產	1,236	—	—	—	1,236
以攤銷成本計量的金融資產	—	—	—	17,630	17,630
衍生金融工具	—	—	143	—	143
已抵押存款	—	—	—	533	533
使用用途受限的其他資金	—	—	—	70	70
現金及現金等價物	—	—	—	54,995	54,995
	1,236	6,487	143	115,829	123,695

中期簡明綜合財務報表附註

截至2025年6月30日止六個月

19. 金融工具分類(續)

金融負債

於2025年6月30日(未經審核)

	指定為對沖 工具之 衍生工具 人民幣百萬元	以攤銷成本 計量的 金融負債 人民幣百萬元	合計 人民幣百萬元
貿易應付款項及應付票據	—	78,666	78,666
計入其他應付款項及應計費用的 金融負債	—	33,279	33,279
衍生金融工具	440	—	440
計息借款	—	37,104	37,104
其他非流動負債	—	259	259
租賃負債	—	6,445	6,445
	440	155,753	156,193

於2024年12月31日(經重列)

	指定為對沖 工具之 衍生工具 人民幣百萬元	以攤銷成本 計量的 金融負債 人民幣百萬元	合計 人民幣百萬元
貿易應付款項及應付票據	—	75,886	75,886
計入其他應付款項及應計費用的 金融負債	—	28,291	28,291
衍生金融工具	71	—	71
計息借款	—	33,793	33,793
其他非流動負債	—	285	285
租賃負債	—	5,833	5,833
	71	144,088	144,159

20. 金融工具之公允價值及公允價值等級

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。

下表提供有關按公允價值計量的輸入數據的可觀測程度如何釐定該等金融資產及金融負債之公允價值(特別是所使用的估值技術及輸入數據)，及公允價值計量所劃分之公允價值等級(第一級至第三級)之資料。

- 第一級公允價值計量按實體可於計量日期評估活躍市場中可識別資產或負債之未調整報價釐定；
- 第二級公允價值計量為除第一級的報價外，按資產或負債直接(即價格)或間接(即自價格衍生)觀察所得之數據釐定；及
- 第三級公允價值計量按並非根據可觀察市場數據(無法觀察輸入數據)之資產或負債的最低輸入數據的估值技術計算。

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、貿易應收款項及應收票據、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。

20. 金融工具之公允價值及公允價值等級(續)

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：

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，例如市盈率及市售率。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。

本集團投資非上市投資(即中國內地銀行發行的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指定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。

以公允價值計量且其變動計入其他全面收益的應收款項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。

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。金融工具的賬面值與公允價值合理相若。

中期簡明綜合財務報表附註

截至2025年6月30日止六個月

20. 金融工具之公允價值及公允價值等級(續)

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2025年6月30日(未經審核)

	第一級 人民幣百萬元	第二級 人民幣百萬元	第三級 人民幣百萬元	合計 人民幣百萬元
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	26	—	5,624	5,650
以公允價值計量且其變動計入其他全面收益的應收款項	—	1,248	—	1,248
以公允價值計量且其變動計入當期損益的金融資產	390	8,317	108	8,815
衍生金融工具	—	79	—	79
	416	9,644	5,732	15,792

於2024年12月31日(經重列)

	第一級 人民幣百萬元	第二級 人民幣百萬元	第三級 人民幣百萬元	合計 人民幣百萬元
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	26	—	6,048	6,074
以公允價值計量且其變動計入其他全面收益的應收款項	—	413	—	413
以公允價值計量且其變動計入當期損益的金融資產	382	746	108	1,236
衍生金融工具	—	143	—	143
	408	1,302	6,156	7,866

中期簡明綜合財務報表附註

截至2025年6月30日止六個月

20. 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2025年6月30日 (未經審核)

	第一級 人民幣百萬元	第二級 人民幣百萬元	第三級 人民幣百萬元	合計 人民幣百萬元
衍生金融工具	—	440	—	440

於2024年12月31日 (經審核)

	第一級 人民幣百萬元	第二級 人民幣百萬元	第三級 人民幣百萬元	合計 人民幣百萬元
衍生金融工具	—	71	—	71

金融資產	於2025年6月30日 之公允價值 人民幣百萬元 (未經審核)	於2024年12月31日 之公允價值 人民幣百萬元 (經審核)	公允價值 等級	估值技術	範圍	重大不可觀察 輸入數據	公允價值對輸入數據的敏感度
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 — Sinopec Marketing Co., Ltd.	人民幣1,329元	人民幣1,674元	第三級	市場法	2025年6月30日： 44.31-45.21 2024年12月31日： 43.59-44.47	同行的平均市盈率倍數	可資比較公司的平均市盈率倍數增加(減少)1%將導致公允價值增加(減少)2025年6月30日：人民幣13.2百萬元2024年12月31日：人民幣16.8百萬元(人民幣16.8百萬元)
					2025年6月30日： 25.97%-27.97% 2024年12月31日： 24.55%-26.55%	缺乏市場流通性折讓	缺乏市場流通性增加(減少)1%將導致公允價值減少(增加)2025年6月30日：人民幣18.1百萬元(人民幣18.1百萬元)2024年12月31日：人民幣22.5百萬元(人民幣22.5百萬元)
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 — 卡奧斯物聯科技股份有限公司	人民幣2,796元	人民幣2,786元	第三級	市場法	2025年6月30日： 3.51-3.59 2024年12月31日： 3.51-3.59	同行的企業價值對銷售額倍數	可資比較公司的企業價值對銷售額倍數增加(減少)1%將導致公允價值增加(減少)2025年6月30日：人民幣22.1百萬元(人民幣22.1百萬元)2024年12月31日：人民幣22.1百萬元(人民幣22.1百萬元)
					2025年6月30日： 32.47%-34.47% 2024年12月31日： 32.47%-34.47%	缺乏市場流通性折讓	缺乏市場流通性增加(減少)1%將導致公允價值減少(增加)2025年6月30日：人民幣32.9百萬元(人民幣32.9百萬元)2024年12月31日：人民幣32.9百萬元(人民幣32.9百萬元)

中期簡明綜合財務報表附註

截至2025年6月30日止六個月

20. 金融工具之公允價值及公允價值等級(續)

金融資產／金融負債	於2025年6月30日 之公允價值 人民幣百萬元 (未經審核)	於2024年12月31日 之公允價值 人民幣百萬元 (經重列)	公允價值等 級	估值技術
以公允價值計量且其變動計入其他全面收益的應收款項	資產 — 1,248	資產 — 413	第二級	貼現現金流量
以公允價值計量且其變動計入當期損益的金融資產 — 理財產品	資產 — 8,317	資產 — 746	第二級	貼現現金流量
衍生金融工具				
— 外匯遠期合同	資產 — 77 負債 — 440	資產 — 139 負債 — 71	第二級 第二級	貼現現金流量 貼現現金流量
— 遠期商品合同	資產 — 2	—	第二級	貼現現金流量
— 交叉貨幣利率掉期合約	—	資產 — 4	第二級	貼現現金流量

第三級公允價值計量之對賬

	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 人民幣百萬元	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	合計 人民幣百萬元
於2024年1月1日(經重列)	6,452	96	6,548
收益或虧損總額：			
— 計入損益	—	13	13
— 計入其他全面虧損	(311)	—	(311)
其他	39	—	39
添置	8	—	8
出售	(140)	(1)	(141)
於2024年12月31日及 2025年1月1日(經重列)	6,048	108	6,156
虧損總額：			
— 計入其他全面虧損	(374)	—	(374)
其他	37	—	37
出售	(87)	—	(87)
於2025年6月30日(未經審核)	5,624	108	5,732

截至2025年6月30日止期間，第一級與第二級之間並無任何轉移。

中期簡明綜合財務報表附註

截至2025年6月30日止六個月

21. 承擔

本集團於報告期末有下列資本承擔：

	2025年 6月30日 人民幣百萬元 (未經審核)	2024年 12月31日 人民幣百萬元 (經重列)
已訂約但未撥備：		
物業、廠房及設備	5,657	5,920

22. 比較數字

若干比較數字已重新分類以與本期間呈列保持一致。

23. 報告期後事項

根據本公司於2025年8月28日舉行的第十二屆董事會第二次會議，本年的利潤分配預案以股權登記日扣除回購專戶上已回購股份後的總股本為基準。本公司向全體股東按每10股派發現金股息人民幣2.69元(含稅)。

管理層討論與分析

業務回顧

2025年上半年行業總結

1、國內市場

受益於家電以舊換新政策在全國範圍內深化落地，家電市場消費潛力持續釋放：根據奧維雲網(AVC)全渠道推總數據，2025年上半年國內家電市場(不含3C產品)零售額達4,537億元，同比增長9.2%。各子行業表現如下：

家用空調行業

2025年入夏後全國氣溫整體較往年同期偏高、以及每戶家庭享受補貼套數從2024年一套增加至2025年三套等因素拉動市場需求：據奧維雲網(AVC)推總數據顯示，2025上半年家用空調行業零售量為3,845萬套，同比增長15.6%；零售額規模達1,263億元，同比增長12.4%。

隨著生活品質的不斷提升，健康舒適成為行業升級主線，搭載多出風口、舒適風、新風、除菌功能的機型逐漸成為線下市場主力產品，線下渠道新風空調櫃掛機滲透率近10%；同時洗空氣等專業健康風空調正在市場嶄露頭角。「大風量」、「超高APF值」成為重要關注指標：2025年上半年一級能效機型銷額佔比在線上市場高達98%，在線下市場超過95%。

制冷行業

2025年上半年，中國冰箱行業在以舊換新政策推動下維持平穩增長。根據奧維雲網數據顯示，1-6月冰箱行業零售額為672.8億元，同比增長3.5%；零售量為1,988.9萬台，同比增長2.7%。產品結構持續升級，法式冰箱、十字門冰箱持續替代傳統門型，線上市場份額合計超60%、線下接近80%。平嵌冰箱快速普及，2025年上半年零售份額提升至52.1%。

洗護行業

洗護品類憑藉剛需持續釋放與乾衣機、迷你洗以及衣物護理機等品質消費需求的逐步崛起，市場穩健發展。尤其是分區洗產品迭代升級和Leader三桶「懶人洗」產品形態革命性創新，展現出結構升級的活力，激發了用戶需求的釋放，促進行業快速增長。據奧維雲網推總數據，2025上半年洗護行業零售額476億元，同比增長11.5%；零售量2,103萬台，同比增長10.1%。乾衣機行業零售額76億元，同比增長13.7%；零售量139萬台，同比增長16.3%。

廚電行業

2025年上半年，在「國補」政策持續推動下，中國廚電行業保持穩健增長。奧維雲網(AVC)數據顯示，廚衛市場零售額同比增長3.9%，零售量同比增長5.4%。其中，以洗碗機、嵌入式微蒸烤為代表的「品需型廚電」表現突出，受政策擴容與產品結構升級雙重驅動，零售額同比增長6.1%，而集成灶受制於消費疲軟與房地產下滑，零售額同比大幅下降27.6%。

行業發展呈現如下趨勢：一是產品「更大」，如18套洗碗機、70L+蒸烤箱成為主流；二是功能「更專業」，集成一體與垂直深耕並行；三是效率「更高」，覆蓋洗、烹、消、排等全鏈路場景提效；四是設計「更好看」，美學與情緒價值成為新驅動。

熱水器行業

儲水式電熱水器和燃氣式熱水器市場的規模增長略有承壓，根據奧維雲網推總數據顯示，2025年上半年儲水式電熱水器零售額106億元，同比下降1.0%，零售量813萬台，同比下降1.6%；燃氣熱水器零售額131億元，同比增長2.3%，零售量605萬台，同比增長0.7%。

但消費者普遍對一級能效產品、健康用水產品如內膽材質創新產品、礦物養膚產品需求持續提升；大容量、高端化產品亦是行業發展重要趨勢，其中電熱市場在超導、變相儲能上的研發帶來大水量和高端化產品的飛躍；燃熱市場在外觀、速熱、舒適等產品的需求廣泛受到消費者認可。

行業趨勢

家電行業保持穩健增長並持續進行產品升級，消費需求在高端和高性價比之間兩極分化，中端市場承壓。以抖音、小紅書為代表的多元化渠道以及信息透明化，加速了企業從渠道驅動(B2B)向直達用戶(D2C)模式轉型。健康意識提升推動了專業化需求，美妝冰箱、餐邊櫃冰箱、分區洗洗衣機、廚房空調等細分品類不斷涌現。內容電商和專業測評正在影響消費者決策，而價格趨同使得單純依靠低價獲客愈發困難，終端零售能力面臨更大考驗。短視頻和直播成為關鍵觸點，內容營銷、社交傳播和跨品牌合作成為新的增長驅動。隨著年輕一代成為主流消費群體，對情緒價值的需求明顯提升，企業通過強化品牌建設、拓展新媒體運營以及推出引領趨勢的創新產品來提升轉化效率並實現可持續增長。

2、海外市場

2025年上半年，海外家電市場分化明顯：發達國家受高利率、高通脹等影響，需求低迷但局部回穩；新興市場部分保持增長。美國加徵關稅加速全球供應鏈調整，「近岸外包」趨勢推動企業在消費地周邊佈局產能。

北美市場：家電行業持續承壓，受高利率、高通脹及房地產低迷影響，需求疲軟。上半年大家電出貨量同比下降0.8%，出貨額微增0.5%。

歐洲市場：2025年上半年，歐洲家電市場緩慢復甦，根據GfK數據，歐洲4國（意大利、英國、法國、西班牙）白電行業銷量1,740萬台，同比上升2.0%，銷額77億歐元，同比上升0.4%；平均單價443歐元，同比下降7.1歐元。

南亞市場：印度家電市場整體增長約2.4%，但4-5月受氣溫和降雨影響，空調、冰箱零售短期下滑。巴基斯坦市場強勁反彈，銷量增長25%，高能效產品滲透率顯著提升，變頻冰箱佔比達75%，變頻空調達94%。

東南亞市場：市場整體承壓，主流國家普遍下滑。菲律賓市場銷量和銷售額同比微增，表現穩定；泰國、印尼、馬來西亞分別下滑7.4%、6.6%、6%；越南市場銷量降幅近10%，主要受高溫不及預期、消費力不足等因素影響。

中東非市場：家電市場整體保持增長趨勢。區域市場中，埃及市場零售額達23億美元，同比增長3%；海灣國家市場規模18億美元，同比增長9%；沙特市場達30億美元，但受需求波動影響，零售額同比下降3%。

澳新市場：

- (1) 澳大利亞在高利率和通脹回升背景下，消費趨於理性，行業價格競爭激烈，銷量小幅增長0.8%，銷額下降2.0%。澳元匯率波動和生活成本上升促使企業調價，消費者更關注性價比。
- (2) 新西蘭經濟低速增長，通脹仍高，壓制非剛需消費，但高能效產品需求提升，傳統渠道穩定，新興零售商帶來增量競爭，市場呈現分化趨勢。

日本市場：冰冷洗行業銷量同比下降1.4%，銷額下降1.3%。其中冰箱銷量同比下降2.5%，洗衣機下降0.9%，冷櫃逆勢增長2.6%。受人口減少、老齡化加劇影響，市場偏好向高附加值、便捷易用產品轉變；同時實際工資持續下滑、物價上漲壓縮消費能力，家電需求整體承壓。

2025年行業下半年展望

1、中國市場

冰箱、空調、洗衣機、廚電及熱水器等家電產品已經成為人類現代生活必不可少的一部分，涵蓋飲食、洗護、住居、洗浴等基礎生活場景。高質量家電產品有助於提升生活品質。隨著AI技術發展、家電家居一體化趨勢，家電產品與日常生活更加深度融合。

目前中國已經成為家電消費大國，存量基數大：根據奧維雲網推總數據，2024年中國家電大盤（不含3C）總需求64,720萬台，其中彩電、空調、冰箱（冷櫃）、洗衣機（乾衣機）、廚衛大電合計27,982萬台；平均每年每個家庭大型家電購置量約0.6台、對應消費支出約1,827元。隨著家電品類拓展、高端化與智能化的不斷升級，戶均消費支出有望持續提升，行業具備穩健增長潛力。

2、海外市場

2025年下半年，海外家電市場呈現發達國家穩中求質、新興市場持續擴容的結構性趨勢。在高利率與通脹壓力下，發達國家市場需求修復緩慢，但節能、智能、高端產品持續獲得青睞，線上渠道加速發展，同時需應對以美加徵關稅為代表的成本上行挑戰。新興市場則繼續受益於城鎮化、人口紅利與消費升級，家電滲透率繼續提升，智能與綠色家電需求增長顯著。

2025年上半年整體經營情況討論與分析

報告期內，面對外部環境日益波動的挑戰，公司深化業務模式與組織機制變革，全面擁抱數字化與AI技術，通過全鏈路應用AI工具推進流程提效與平台升級，鍛造經營韌性，實現響應速度、用戶體驗與運營效率、成本競爭力的全面提升，持續增強盈利能力。

2025年上半年公司實現收入1,564.69億元，較2024年同期增長10.2%。收入變動原因在於：

- (1) **國內市場。**公司上半年國內市場收入增長8.8%。面對持續加劇的市場競爭，公司發揮在研發、製造、配送與服務的全鏈路優勢，聚焦用戶創造價值，推出海爾麥浪冰箱、Leader懶人洗三筒洗衣機等引領行業趨勢的現象級產品；實施數字庫存、數字營銷等變革項目，持續拓展觸點、加速產品週轉，強化用戶流量的精準觸達與轉化；深化多品牌戰略協同，發揮品牌合力，卡薩帝品牌收入增長超過20%；Leader品牌收入增長超過15%。
- (2) **海外市場。**公司上半年海外市場收入增長11.7%。①報告期內，公司深化升級海外高端創牌模式，以國家為經營單元聚焦引領市場地位的達成，通過深化產業與市場小微的高效協同，加速本土化引領產品的迭代速度與終端零售模式的轉型。推進營銷、物流、服務、數字化平台能力建設，賦能國家小微終端致勝。2025年上半年公司美國、歐洲白電與暖通業務持續跑贏行業。新興市場高速增長：南亞增長32%；東南亞增長18%；中東非增長66%。②CCR業務、Kwikot業務整合穩步推進，經營態勢良好，在產品協同、市場拓展、技術開發等領域取得積極進展，為未來持續增長奠定堅實基礎。

2025年上半年，公司實現歸屬於母公司股東的淨利潤120.33億元，較2024年同期增長15.6%。

- (1) 2025年上半年公司毛利率達到26.4%，較2024年同期提升0.1個百分點。其中，國內市場聚焦極致成本，圍繞「低成本、高效率」，構建成本競爭力目標到全流程落地體系，毛利率同比提升；海外市場堅定高端品牌戰略，提升高端體驗，強化全球供應鏈協同持續優化製造效率，通過搭建採購數字化平台提升成本競爭力，持續搭建全業務場景跨境物流平台，毛利率同比提升。
- (2) 2025年上半年公司銷售及分銷費用率10.1%，較2024年同期優化0.1個百分點。國內市場推進數字化變革，在營銷資源配置、物流配送及倉儲運營等方面效率提升，銷售及分銷費用率同比優化；海外市場推進終端零售創新、整合全球資源，提升運營效率，銷售及分銷費用率同比優化。
- (3) 2025年上半年公司管理費用率8.1%，較同期增加0.1個百分點。

2025年上半年公司經營活動產生的現金流量淨額為111.39億元，較2024年同期增加人民幣27.15億元，主要系本期經營利潤增加及運營效率提升所致。

一、家庭美食保鮮烹飪解決方案

(一) 製冷產業

2025年上半年，公司製冷產業實現全球收入428.53億元，同比增長4.2%。海外業務新興市場保持強勁增長，東南亞和南亞收入同比增長超25%。在市場份額方面，根據GfK零售監測數據，公司中國線下零售額份額達到46.4%，同比提升2.3個百分點；線上份額為39.4%，同比提升0.4個百分點。

中國市場

公司持續與用戶深度交互，圍繞「健康保鮮、平嵌一體化設計、智能化場景、綠色節能」等方向不斷升級用戶體驗，推出多款市場熱銷產品。在高端市場，卡薩帝的致境系列冰箱，搭載原創平嵌、MSA氮氧智控保鮮、底置循環風幕等原創技術，滿足用戶極致家居一體的高端體驗，實現銷量32萬台，同比增長100%，帶動卡薩帝冰箱在線下市場2萬以上價位段份額佔比超70%，同時線上市場高端快速佈局，市場份額提升1.7個百分點。在中高端市場，海爾「和悅」和「麥浪」系列全空間保鮮、超薄零嵌產品，通過升級健康保鮮體驗和靈活儲物佈局，帶動上半年銷量突破35萬台，累計銷量突破150萬台，同比增長300%以上，其中「和悅625」連續蟬聯行業單品銷量冠軍。在入門市場，Leader品牌憑藉大容量、節能、低噪等優勢突圍，「悅己」系列冰箱通過獨特幸運角設計和594mm專業超薄零嵌技術，滿足用戶高質價比需求，實現2,999-4,999元價位段市場份額提升3個百分點。

海外市場

公司針對不同地區的氣候條件、供電穩定性和空間限制，開展差異化、本地化產品設計。在南亞，結合當地素食主義、大家庭及集中採購等生活方式，推出大容量多門T門LUMIÈRE系列，滿足對大冷藏空間和分類存儲的升級需求，並在高溫、高濕及供電不穩定環境下顯著提升製冷穩定性與能效表現，帶動區域零售量份額提升0.9個百分點，收入同比增長27%，其中在巴基斯坦保持零售量第一的領先地位，其餘主要市場亦實現零售量和收入的雙位數增長。在東南亞，針對濕熱氣候和大量飲用冰水的消費習慣，推出智慧製冰與SPACE FIT系列冰箱，在外觀上契合當地家裝風格，同時升級保鮮性能與能效等級，以滿足不斷增長的中高端消費需求，使區域整體市場份額躍居行業第一，並在越南、泰國等多個市場保持第一增速，區域零售量份額達到17%，同比提升3個百分點。

在技術與產品儲備方面，公司推出了「AI之眼」食品識別系統（基於500萬級圖像數據集訓練，擁有上百項專利，可識別200餘種食材並支持食品移動追蹤）、高定平嵌安裝技術（可定製面板、六向調節、液壓自調平、30分鐘安裝）以及升級的「AI氮氧智控保鮮」技術，這些技術已在下半年新高端機型上實現量產，有望進一步提升萬元以上價位段市場份額，並持續改善高端毛利率。

(二) 廚電產業

公司廚電產業在2025年上半年實現全球收入206.72億元，同比增長2.0%，全球銷量超800萬台。在市場份額方面，根據GfK數據，公司中國線下零售額份額達到9.2%，同比提升1.8個百分點；線上份額為6.7%，同比提升0.5個百分點。

中國市場

面對房地產市場低迷，公司聚焦「以舊換新」和改善型消費需求，推出獨創恒風量靜音煙機（滿足開放式廚房低噪需求）、自適應灶具（可根據炊具及烹飪方式自動調節火力）、節省空間的蒸烤一體機，並引入AI Vision食材識別及智慧升降煙機功能。通過與大型整裝公司合作，將全套嵌入式廚房方案納入整裝套餐，並在重點城市開展社區改造活動，加速在存量市場的滲透，帶動卡薩帝廚電收入同比增長40%以上，繼續保持萬元以上市場的領先地位。

海外市場

公司根據廚房空間、烹飪習慣及能效標準實施本地化策略。在北美，儘管2025年上半年新屋開工放緩且促銷活動加劇，公司依託本地製造能力確保穩定交付。推出的Profile智能嵌入式微蒸烤一體機及AJEX獨立式電磁烤箱灶，成功在包括The Home Depot在內的北美主要零售渠道獲得4,000個核心陳列位，大幅提升產品曝光與消費者觸達率。在東南亞，面向小戶型推出緊湊高效的廚房套系，使菲律賓市場份額進入前三。在南亞，巴基斯坦廚電銷售額同比增長23%，繼續保持高端嵌入式市場的領先地位。在中東非市場，高端嵌入式套系佔比接近翻番增長。

二、家庭衣物洗護方案

2025年上半年，洗護產業通過深化「全棧科技創新，全域營銷觸達，全局成本優化」三大核心策略，實現全球收入320.05億元，較2024年同期增長7.6%。市場份額方面，(1)在中國市場：根據GfK數據，公司份額持續引領行業：在線下市場零售額份額46.4%，同比提升1.5pct；線上渠道零售額份額38.8%，同比提升0.9pct；(2)海外市場：根據歐睿數據顯示，在澳大利亞、新西蘭、意大利、西班牙、巴基斯坦、越南等國家實現份額第一。

中國市場

公司洗衣機產業致力於為用戶提供卓越的洗烘一體體驗，通過產品創新和技術迭代，不斷引領洗衣機行業的升級。針對用戶對洗烘一體、高效烘乾、大容量需求，推出卡薩帝攪光pro洗烘套產品，該產品採用變頻電機，可全時1:1正反轉，防纏繞更透干；具備養護濕洗功能，可洗羊毛等珍貴面料；可洗烘聯動，洗滌結束前15分鐘，乾衣機自動選擇程序並開始預熱，提升洗烘效率；580mm超薄機身，實現與櫃體平嵌。卡薩帝洗衣機憑藉12kg以上大容量機型及熱泵洗烘一體機實現收入增長超過30%，帶動15,000元以上價位段市場份額實現絕對引領，超過90%。

管理層討論與分析

公司推出搭載AI之眼的卡薩帝中子•融朗洗烘護一體機，通過AI精控科技，能精準掌控進水高度和濕洗劑的配比，提升洗護效果；AI智慧眼能夠有效避免衣物被夾、小件漏取等日常洗衣問題，並且能檢測洗滌泡沫殘留，自動指揮機器進行二次漂洗，用戶無需再手動操作。目前該產品上市僅2個月，助力20,000元以上價位段份額佔比突破95%。

面對用戶分區洗的品質消費需求，公司Leader品牌推出「懶人洗衣機」分區洗護新品，引領業內產品迭代升級。其一體式三滾筒獨立水路設計，可同步分區洗護；通過鋼骨一體化結構和三直驅電機協同，攻克多桶運轉振動難題確保穩定性。該款洗衣機因精準滿足年輕消費群體需求，成為行業現象級產品。

隨著消費者線上購物滲透率持續提升，公司洗衣機產業加強主流電商平台資源投入，優化店鋪頁面設計以打造沉浸式購物體驗；抓住社交電商興起契機，在抖音、快手、小紅書等社交平台建立官方渠道賬號，創作有趣、實用的短視頻內容，展示產品功能、使用場景等，吸引用戶關注與互動。2025年上半年，洗衣機產業電商渠道銷售額佔國內全渠道比例超過40%。

海外市場

公司推出高差異化和高競爭力產品，以及產業深入到國家終端零售市場的管理策略，促市場份額提升。在歐洲市場推出的超薄嵌入式滾筒洗衣機，以0.8米機身深度適配高端廚房設計。在新興市場，堅持高端創牌，推動產品結構由雙桶向滾筒轉型，同時以X系列、L+等差異化產品尋找增量空間。報告期內，南亞市場、中東非市場收入增長均超過40%；東南亞收入增長超過30%。

三、空氣能源解決方案

期內，公司空氣能源解決方案實現收入329.78億元，同比增長12.8%。

(一) 家用空調產業

在產品競爭力持續提升，國內市場POP渠道觸點拓展與電商平台競爭力突破，以及海外市場全鏈路競爭力強化等驅動下，2025上半年，家用空調產業收入增長超10%。市場份額表現：(1)國內市場，根據GfK監測，2025年上半年公司空調線下零售額份額19.7%，同比提升1.17個百分點；線上零售額份額11.3%，同比提升0.9個百分點。(2)海外市場，根據GfK數據，在意大利ITS渠道份額與西班牙零售份額雙居第一；埃及市場躍居行業前三。巴基斯坦市場份額達到45%，位居行業第一。

聚焦高能效、健康舒適等需求趨勢，深化創新引領；同時依託在壓縮機與電腦板等核心零部件自製以及供應鏈提效等舉措提升成本競爭力，強化終端競爭優勢。(1)公司推出的海爾淨省電系列空調以APF值6.12為核心優勢，結合AI智慧節能科技，實現製冷模式下日均耗電僅2度，配合雙極離子殺菌與自清潔技術保障出風潔淨，上半年銷量達100萬套；618期間躋身電商平台銷量TOP10榜單。(2)海爾聰明風系列空調搭載創新萊諾三角形導風技術，通過機械臂精準控制導板角度，徹底解決用戶直吹痛點，上市半年銷量突破41萬套，帶動3,000元以上高端空調銷量同比增長超140%。

中國市場

公司通過數字庫存模式與營銷模式變革有效提升POP渠道與電商渠道競爭力，帶動業務快速發展。(1)POP渠道端：助力客戶建立「全域庫存共享、線上爆款線下賣」的輕資產運營模式，加速觸點拓展、提升終端零售效率。2025年上半年POP渠道零售額增長超過100%、客戶庫存週轉效率提升30%以上。(2)電商渠道端：通過建立從「品牌聲量→用戶流量→產品銷量」全鏈路轉化體系，以及行業能效引領的產品陣容，提升運營效率，上半年電商渠道收入增長近50%。其中在抖音、快手等新興內容電商渠道份額上升迅速，同比提升均在5個百分點以上。

海外市場

公司深化多品牌協同、拓展方案性產品與供應鏈本土化佈局，收入同比增長超15%。

歐洲市場依託「海爾+Candy+HEC」的多品牌組合策略，持續提升渠道滲透率與用戶群覆蓋廣度。根據GfK數據，在意大利的ITS渠道，海爾空調銷量份額達到20.8%，位居行業第一；在西班牙零售渠道份額8.7%，位居行業第一。公司加速方案型產品佈局，推出的海爾SENSE系列產品榮獲德國紅點設計大獎。

新興市場聚焦海爾品牌的全鏈路能力建設，創造最佳用戶體驗，沉澱市場口碑。①埃及市場針對當地市場高溫氣候、高電費等痛點，在行業首發R32單冷變頻空調，發揮本土工廠敏捷供應優勢、強化品牌店建設，驅動市場份額躍升至16%，躋身行業前三；②在巴基斯坦市場，推出的光伏空調可實現零耗電下高溫製冷，用戶兩年即可收回購買成本。在當地，公司份額提升2個百分點至45%。

(二) 智慧樓宇產業

2025年上半年，公司深化磁氣懸浮等核心技術佈局，在國內市場加速推進創新產品與解決方案落地，在海外市場不斷完善本土化運營體系與專業能力建設，實現持續健康發展。公司國內外市場份額不斷擴大：根據產業在線報告，2025年1~6月，公司中央空調國內市場份額同比提升0.4個百分點，達到10.5%，位居行業前三；出口市場份額同比提升0.7個百分點，達到16.2%，位居行業前二。

公司持續聚焦磁氣懸浮、AI、高效節能等核心技術研發，以突破性創新迭代產品性能與用戶體驗，打造行業標準，鞏固市場領導地位。(1)基於公司20餘年在磁懸浮、氣懸浮領域深厚的技術沉澱，公司牽頭制定了我國磁氣懸浮中央空調行業的首個國家標準——《無油懸浮離心式冷水(熱泵)機組》國家標準，填補了技術標準空白，更以高能效門檻推動全行業綠色轉型。(2)報告期內，公司研發的靜壓氣懸浮技術填補大冷量磁氣懸浮技術的國內空白，搭載該技術的600RT氣懸浮離心機，實現無油運行與超長壽命設計、能效提升50%，為數據中心、大型醫院等高冷量、可靠性要求高的場景提供綠色高效解決方案。深化AI技術與硬件的融合創新，賦能多聯機實現單模塊48HP組合192HP，行業最大單機容量，節能30%，設備用量減少10%，該成果獲中國製冷展「創新產品獎」。

在鹽城西伏河綠色低碳科創園項目中，海爾智慧樓宇通過物聯多聯機和HCM03本地集控系統，實現了園區12棟建築的集中管理和智慧運維，每年節省近100萬度電。

中國市場

公司通過深耕網絡、提升專業能力、豐富品牌佈局等舉措，夯實持續長期發展基礎。(1)**深耕本土網絡，提升響應效能**。公司推進區域市場的深度運營實現觸點的精準覆蓋，強化本地化服務能力和市場響應速度，區域網絡覆蓋率提升至78%，平均服務響應時間縮短至24小時。(2)**強化專業能力，保障用戶體驗**。聚焦一線團隊專業能力建設，通過體系化培訓與標準化流程優化，全面提升銷售諮詢、安裝實施及售後服務全鏈條的專業水平，25年H1完成超12,000人次專項培訓，超一天未閉環的工單為0.97%。(3)**引入PROFROID品牌，佈局高端市場**。報告期內，公司戰略性地將CCR旗下全球CO2製冷劑應用及暖通製冷領導品牌——PROFROID正式引入中國市場。PROFROID將融合CCR在CO2應用的領先專利技術與海爾暖通的核心技術優勢，依據國內「雙碳」戰略政策，逐步推出R410a/R32/R290/R740(CO2)為冷媒的低GWP、高效穩定且技術領先的暖通製冷解決方案，推進在高端市場的發展。

海外市場

聚焦提升產品方案、專業渠道及供應鏈的本土化競爭力構建，驅動業務快速增長。(1)打造差異化競爭力產品方案。公司深度整合國內外產品平台，系統性優化成本結構；通過深度洞察本土化需求，為當地市場量身打造兼具成本競爭力與高度適配性的綜合解決方案，如適合廳堂場景的中東非櫃機與國內平台打通，部件通用性提升15%以上，整體成本降低6%。(2)實施到國家維度的精耕細作。推進市場分級策略：在成熟市場持續鞏固專業優勢並擴大份額領先地位，以第一市場份額為目標佈局，在品類，區域，渠道等維度進行突破；在薄弱市場加速渠道覆蓋，實現覆蓋率與市場份額的跨越式突破。報告期內，公司在歐洲市場通過併購匈牙利頭部暖通渠道KLIMA KFT，構建輻射中東歐的深度渠道網絡與專業方案能力，加速在該區域發展進程。

四、全屋用水解決方案

報告期內，水產業通過「產品技術創新、深化細分市場觸達，成本引領」的核心策略，實現全球收入97.93億元，較2024年同期增長20.8%。市場份額方面，(1)在中國市場：根據GfK數據，公司份額持續引領行業：在線下市場零售額份額31.4%，同比提升2.4pct；線上渠道零售額份額43.0%，同比提升0.8pct；(2)海外市場：得益於產品差異化創新和銷售渠道加速拓展，海外熱水器業務銷售收入整體實現翻番增長。

中國市場

針對用戶對健康水質的需求升級，電熱水器為解決鎂棒加熱影響水質問題推出了無鎂棒方案產品；燃氣熱水器為解決行業冷凝水外排難題推出全新卡薩帝無界系列熱水器，其採用航天級霧化科技，實現冷凝水100%外排。該產品上市1個月銷量即突破1萬台。水產業同步聚焦從單品到整體解決方案的升級，帶來產品結構升級。其中，卡薩帝品牌的熱水器和淨水產品收入增速均保持20%以上，採暖爐收入同比增長達32%。

海外市場

加強區域產品差異化創新，其中北美市場上市混水閥熱泵產品，憑藉1234YF環保冷媒高能效、高性能、低噪音、低碳排放優勢引領行業，實現熱水器業務整體收入增長超過40%。澳洲市場上市熱泵熱水330L產品，憑藉速熱、大水量、節能、靜音的優勢，驅動熱水器業務整體收入增長超過50%。為加強產業對新興市場終端零售市場的反應能力，公司搭建東南亞、中東非等區域專業駐外團隊，加速海外市場拓展，驅動東南亞市場熱水器收入增長超過80%。得益於南非Kwikot熱水器業務的收購以及阿聯酋市場開拓，中東非市場熱水器業務實現快速突破。

五、中國區

報告期內，公司深化數字庫存、數字營銷的模式變革，強化多品牌戰略協同優勢，通過構建全域數字化運營體系優化運營效率、提升客戶體驗與用戶體驗。

數字庫存變革助力客戶輕資產運營，優化供應鏈效率

公司通過POP渠道數字庫存共享與專賣店統倉TC模式，降低了客戶的資金及倉儲壓力，推動零售能力提升。上半年POP渠道新增客戶超100家，暢銷型號銷售佔比提升6個百分點；專賣店統倉直配送到用戶的訂單佔比由29%提升至55%，上線客戶零售規模增長22%。

物流和服務能力同步升級。24/48小時配送覆蓋區縣新增298個；12小時配送覆蓋區縣增加30個，送裝一體服務商覆蓋達到99.9%。同時，公司通過線上與線下庫存共享和AI訂單預測優化布貨，顯著提升產品週轉效率，其中空調品類的庫存週轉天數優化17%。

數字營銷：強化用戶觸達與轉化效率、提升品牌聲量

依託自研數字營銷大模型，公司實現了用戶流量的高效觸達、轉化和沉澱。1-6月共獲取商機52.64萬條，轉化零售14.9億；通過構建CTC（內容直達用戶）、OTO（直播導流到店）、OMO（公域引流私域）模式，強化流量獲取與轉化能力，打通用戶變現全鏈路。抖音A3深度興趣用戶同比增長52%，小紅書用戶主動搜索同比增長26%，逐步建立品牌聲量護城河。

同時，公司建立KOL-KOE-KOS三級傳播矩陣，並上線紅書達人智選AI工具，使賬號運營效率提升15%，優質內容曝光量同比提升16%。

強化多品牌協同，擴大人群覆蓋，鞏固高端市場領先地位

卡薩帝聚焦核心價位段爆款與套系化方案，深化新媒體運營及數字化門店體系升級。2025年上半年收入同比增長超20%，市場份額達12.3%，同比提升0.9個百分點(GfK)。通過強化新媒體聲量佈局與線上產品，流量獲取效率與轉化率提升，線上渠道銷售佔比提升。

海爾品牌以AI for Home為主線，推進年輕化、全球化和科技化升級。上半年零售額增幅18%，會員突破1.3億。針對年輕消費群體推出的小紅花套系，半年零售量突破120萬台；麥浪套系面向中產用戶，提供AI健康與智慧體驗。同時，公司在二級市場新建了166家體驗中心與旗艦店，提升了終端展示與購物體驗。

Leader聚焦年輕消費群體，圍繞個性化、美學和效率需求推出「三筒懶人洗衣機」等創新產品，為用戶塑造差異化品牌心智。2025年上半年收入增長超過15%。

斐雪派克以「奢適人生」定位超高端市場，推出11系新產品，採用具備頂奢美學的3毫米無縫嵌入和全嵌隱藏式設計，獲得用戶認可。同期新增17家體驗中心，進一步強化品牌佈局。

三翼鳥聚焦智慧家庭戰略，推出暖通、廚房、陽台一體化方案。暖通依託AI空氣大模型實現自感知、自判斷、自調節，提升全季候智慧運行能力；與博洛尼合作開發的成套廚電方案：致境max套系、指揮家PRO套系、鑑賞家套系，強化定製與成套銷售。在AI應用方面，公司推出基於Uhome大模型的「小優智能體」，推進了AI保鮮、AI空氣等垂直模型在冰箱、空調產品上的落地，讓產品更懂用戶需求；智家APP月活突破1,100萬，同比增幅35%。

六、海外市場

2025年上半年，公司海外市場實現收入790.79億元，同比增長11.66%。我們通過全球研發協同強化技術優勢，加快創新步伐，持續提升產品競爭力。在市場端，公司拓展暖通和小家電新品類，豐富中端與入門產品陣容，並在新興市場加快渠道建設，同時提升主流渠道的展示和轉化效率。在全球佈局方面，公司深化本土化運營、提升組織反應速度，並加快「一帶一路」沿線國家的供應鏈建設，把握新的增長機遇。

北美市場

報告期內，北美地區銷售收入保持增長，其中高端品牌實現兩位數增長。

公司持續擴展行業領先的家電解決方案組合，通過創新技術幫助用戶簡化日常任務。CAFÉ智能嵌入式四門法式冰箱配備雙出水自動充水壺，將無縫嵌入式外觀與櫥櫃和台面完美融合，打造簡潔設計，提供無與倫比的風格和功能。GE Profile推出的ENERGY STAR® 30英寸智能嵌入式電磁對流灶，讓創新電磁烹飪技術走進更多家庭。該電磁灶以更親民的價格，為消費者帶來電磁技術的高速、精準、快速響應、易清潔表面和高能效優勢。同時，公司擴充房間空調產品組合，在夏季來臨之際為GE Profile™和GE®品牌推出一系列高性能新品。空氣能源和水產業通過全新GE Profile™ GEOSPRING™智能混合熱泵熱水器持續革新住宅熱水器解決方案，該產品採用先進熱泵技術，能效比標準電熱水器高4.7倍，比其他熱泵熱水器節能20%，並被Green Builder Media評選為年度可持續產品。

歐洲市場

2025上半年，公司實現銷售收入179.95億元，同比增長24.06%。

報告期內，Candy品牌以富前瞻性的態度慶祝80週年，其頂尖創新產品包括突破性設計的全新洗衣機，為衣物護理提供最大的靈活性，以及Pro Dry 700烘乾機的主動香氛系統，通過過濾器內置香片散發淡雅香氣。在廚房領域，創新技術成為核心亮點，Candy烤箱憑藉其免預熱和FullMenu功能脫穎而出。在製冷領域，Panorama照明和Circle Fresh技術已擴展至嵌入式產品系列。Fresco冰箱推出了現代色彩款式。I-Master Series 7系列的電熱水壺、烤麵包機和攪拌機榮獲iF設計獎。5月，Candy Bake 800烤箱、Candy Fresco 500冰箱、Hoover HF2吸塵器，以及海爾 I-Master Series7小廚電產品系列，均榮獲享有盛譽的紅點獎。這些獲獎產品均誕生於米蘭體驗設計中心，這一創意中心於2020年底開設，旨在將設計、互聯和用戶體驗融合到家電解決方案開發。

海爾與ATP巡迴賽和法國網球聯合會(FFT)的合作協議始於2023年，涵蓋了世界上一些最重要的賽事，如法國網球公開賽、馬德里大師賽、漢堡公開賽、滙豐錦標賽、安特衛普歐洲公開賽、巴黎大師賽等。今年法國網球公開賽期間，公司獲得了超過30億次的媒體曝光。

報告期內，公司積極推進CCR併購後的整合和總部協同工作，保持業務穩定增長。(1)併購後整合效果初顯，公司總部與CCR在研發、技術、採購和品牌拓展方面均有協同項目落地，例如下半年上市的第四代CDU；同時組織機構變革與小微機制融合進一步激發團隊積極性；(2)歐洲核心業務重回增長區間，在穩定高端核心客戶的同時，進一步開拓食品零售的客戶群體，加大區域性客戶開發力度；(3)亞太區業務保持高速增長，工業應用場景進一步拓展，尤其是生物製藥、食品加工、專業冷庫等領域；(4)北美地區聚焦加速拓展當地頭部商超的工業設備市場。

南亞市場

期內，南亞市場實現收入86.66億元，同比增長32.47%。

印度市場

期內，印度市場維持高速增長趨勢，收入同比增幅超20%。這一成果得益於基於用戶需求的深刻洞察和產品差異化競爭力的提升。針對印度家庭對能耗關注和素食冷藏存儲需求提升，上市變溫對開門冰箱，節能的同時83%空間可作為冷藏室，還能通過變溫功能存儲更多食物，實現空間高效利用；上市的Gravity系列變頻空調，是印度首款具有織物外觀的AI自學習空調。該系列空調融合了智能製冷技術與織物外觀，有晨霧色、月石灰、午夜夢境等七種顏色可選，在提供高效製冷的同時，還能夠為現代家居增添高檔質感。強化零售體系建設以及門店產出效率，成效顯著；在保持線上渠道高速增長的同時，全面強化全國連鎖渠道和線下傳統渠道的有效拓展，渠道覆蓋率達到65%。

巴基斯坦

公司通過本土化產品創新迭代、觸點升級和門店效率提升、聚焦全流程成本競爭力加速自製供應鏈建設，拉動高端份額和價格指數持續提升，實現收入增長超40%，市場份額持續提升，領先地位進一步強化。

澳新市場

報告期內，銷售收入增長1.01%至32.58億元。

增長得益於產品升級戰略和解決方案組合，如：海爾W790冰箱，具備行業領先的5.5/5星級能效，採用7：3冷藏冷凍分區設計，配備Humidity Zone™保濕抽屜和獨立儲物格，提供更靈活的新鮮食品存儲；海爾H500-H600烤箱，配備蒸汽輔助功能和AI智能助手；X11洗衣機，行業首款「透氣」產品，採用風巡航科技解決細菌滋生問題；X11烘乾機，配備雙引擎熱泵技術和3D立體烘乾技術，防止衣物纏繞。FPA升級嵌入式產品，包括Columns系列冰箱和90釐米烤箱，同時加大設計交互方面的投入，並強化社交媒體佈局。公司還完成了119項成本優化舉措，提升貨運和倉儲運營效率，將預測準確率提高至60%，庫存週轉天數從71天縮短至63天。

東南亞市場

期內，東南亞市場為公司實現收41.30億元，同比增長18.27%。各區域份額提升明顯，其中泰國市場白電零售量份額提升4.1個百分點至14.5%，白電份額保持第一；越南市場白電零售量份額提升2.2個百分點至14.9%；馬來市場白電份額提升到TOP3。

產品方面，各區域聚焦提升差異化產品競爭力：泰國首次上市智慧語音控制空調，通過語音控制開關機，溫度調節，風量調節等功能，上市3個月銷售超千台；越南市場正式發佈海爾牌洗衣機，上市三款高差異化高端新品：L+高效熱泵洗烘一體機、中子洗烘護一體機、搭載風巡航科技的X系列洗衣機，驅動當地洗衣機銷量份額達到21%，同比提升1.7個百分點；印尼針對食材分儲以及冷飲需求，推出大容量雙門冰箱，雙獨立變溫室，且配有雙收納盒以及水壺取水配置，差異化競爭力顯著。

供應鏈方面，公司繼續升級本地化供應鏈能力以夯實競爭力，泰國持續推進空調新工廠建設，優化供應鏈週期，降低成本；印尼聚焦提升供應鏈製造效率，縮短生產週期；實施工廠直髮配送模式，減少物流成本，提升配送效率。

中東非市場

期內，中東非市場實現收入24.40億元，同比增長65.54%。

報告期內，公司進一步完善本土化製造基地佈局，通過重點區域合作夥伴和渠道體系改革等舉措，推動業務保持快速增長。(1)公司埃及生態園一期項目已實現空調、洗衣機和電視等產品的本土化製造，二期冰箱等其他品類產線正在建設中，行業領先的本地化率能夠保障在埃及市場具備成本優勢，並計劃出口至中東北非等周邊國家市場；(2)公司收購併整合伊萊克斯在南非市場的熱水器業務後，一方面利用公司全球網絡幫助提升Kwikot熱水器產品的採購、研發、製造等環節，另一方面積極利用Kwikot品牌的渠道優勢和物流網絡拓展海爾品牌淨水器、冰箱、洗衣機等白色家電產品在南非以及周邊市場的發展；(3)公司進一步優化沙特和海灣地區的渠道激勵機制，並推進數字化轉型，提升渠道的人員銷售積極性和整體效率；(4)此外，公司在重點區域繼續推動品牌與產品結構升級，提高中高端產品銷售佔比，打造更高端的品牌定位和更統一的品牌形象。

日本市場

報告期內，公司實現銷售收入19.58億元，同比增長7.17%，在冰箱領域以14.8%的銷量份額位居市場第二位，在冷櫃領域以40.4%的份額排名第一，在洗衣機領域則以18.0%的份額位居第二。

公司推出了一系列創新產品，包括AQUA NewDelie和Freezia冰箱系列；在10公斤容量範圍內排名第一的新型熱泵洗衣機，助力整體市場份額提升1.2個百分點；以及具備自清潔、WIFI控制和AI節能功能的海爾MX高端空調產品。公司繼續與品牌代言人羽生結弦合作，在多個平台開展多項營銷活動，以獲得最大關注度。

七、數字化變革

報告期內，公司全面推進AI在全流程的應用，打造「數據驅動 — 智能決策 — 閉環優化」的運營體系，提升產品創新、成本控制、和運營效率競爭力。

在產品創新方面，公司建立AI驅動的需求洞察體系，構建全域數據標準化平台，部署智能分析模型識別用戶需求、挖掘新機會。並通過智能決策模型優化產品佈局，上半年SKU組合效率提升13%。

管理層討論與分析

在成本端，公司推進全鏈數字化重構。(1)研發端，構建數字化BOM體系，統一物料生命週期管理、建立智能核算模型，2025年上半年實現設計成本降低5.98%、物料號精簡18%。(2)採購端，打造透明化數字平台，加速優質供應商引入與創新方案落地，供應商引入週期效率提升28%，新技術方案降本潛在價值突破十億元。在海外市場，以泰國基地為試點，實現供應商、物料、訂單及運營的端到端數字化管理，業務效率提升20%，上半年整體協同價值超4,000萬美元。

在供應鏈與物流端，公司構建覆蓋預測、排產、庫存和訂單運營的全流程數字化體系。2025年上半年國內製造基地日產量提升14%，主計劃準確率同比提升9.7個百分點，排產效率從2小時縮短至0.5小時；訂單響應週期縮短至8.9天。物流方面，依託AI實現倉儲調度、智能派車和多用戶服務助手升級，物流費率下降0.5%，人效提升11%，原材料VMI單台成本優化14%，零售物流妥投率提升5.35%。

下半年規劃

展望2025年下半年，面對行業需求與競爭環境的不斷變化，公司將積極擁抱變革，通過體系化創新驅動公司穩健增長，加速市場份額拓展、鞏固全球市場引領地位。

在國內市場，公司將持續深化數字庫存、數字營銷變革，擴大變革效果，實現市場的持續引領。深化多品牌戰略協同，卡薩帝品牌聚焦品牌調性升級、產品創新迭代、服務體驗優化和客戶價值共創等強化核心競爭力，以保持良好發展態勢，鞏固高端引領優勢。

在海外市場，公司將聚焦戰略升級與效能提升，推動全球業務持續突破。聚焦全球創牌體系持續升級，以強化本土化能力為核心，深化產業全流程在各市場的精耕細作。重點推進從ToB到ToC的轉型，通過優化客戶體驗與用戶體驗，進一步拓展市場空間。運營層面，著力推進質量、物流、服務、客服、數字化等平台的全球化拉通，以全流程競爭力賦能終端。通過打通各環節壁壘，實現降本提效，確保資源高效調配與市場響應速度，為海外業務的穩健增長注入強勁動力。

可能面對的風險

- 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，如果宏觀經濟增幅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，間接影響家電產品的終端需求。
- 2、行業競爭加劇導致的價格戰風險。白電行業充分競爭、產品同質化較高，近年來行業集中呈現提升態勢，但個別子行業因供需失衡形成的行業庫存規模增加可能會導致價格戰等風險。此外，由於技術飛速發展、行業人才匱乏、產品壽命週期縮短及易於模仿，越來越難以獲益。新的產品、服務和技術通常伴隨著較高的售價，同時公司不得不在研發上投入更多。公司將積極投入研發，通過持續創新的產品和服務贏得用戶，並樹立持久的品牌影響力。

- 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、銅等金屬原材料，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、零部件及製造設備以及OEM供應商，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，降低原材料波動對經營帶來的風險。
- 4、 海外業務運營風險。公司業務全球化穩步發展，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（如發生軍事衝突、戰爭等事件）、法律體系和監管制度等影響較多，上述因素髮生重大變化，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，包括積極與供應商及經銷商合作；提高生產效率，以抵消對公司整體銷售成本的有關影響；及可能將公司的供應資源擴展至其他國家；採取措施確保人員與資產安全。
- 5、 關稅增加風險。美國及其他主要經濟體可能實施的關稅政策，將對全球家電企業的供應鏈構成衝擊。關稅增加將推高出口成本，削弱利潤空間，還可能導致目標市場消費需求疲軟，加劇市場競爭。關稅政策的不確定性可能迫使家電企業重新審視供應鏈戰略與佈局，增加運營複雜性和管理成本。公司將積極發揮海外本土化供應鏈優勢，通過進一步優化供應鏈管理、提升生產靈活性及增強區域化生產能力，應對關稅增加可能帶來的衝擊。
- 6、 匯率波動風險。隨著公司全球佈局的深入，公司產品進出口涉及美元、歐元、日元等外幣的匯兌，如果相關幣種匯率波動，將對公司財務狀況產生一定影響，增加財務成本。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。

管理層討論與分析

- 7、政策變動風險。家電行業與消費品市場、房地產市場密切相關，宏觀經濟政策、消費投資政策、房地產政策以及相關的法律法規的變動，都將對產品需求造成影響，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，並對市場變動作出預測，以保證公司進一步發展。
- 8、信貸風險。公司可能無法向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，那麼公司的業務、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，並始終保持足夠的存貨水平。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，存貨不足的情況也會出現，這時可能會導致公司損失銷售機會。但是公司會管理存貨並根據市場情況作出調整，同時也會定期評估存貨減值。
- 10、資本開支風險。全球經濟增速放緩以及消費需求預期下滑的宏觀環境背景下，市場需求可能無法及時吸納現有產能，導致行業整體產能利用率下降，影響企業盈利能力與資產回報率。公司需積極應對宏觀環境變化，加強對市場需求趨勢的預判，優化產能佈局，提高現有產能利用效率，以緩解宏觀環境變化帶來的資本開支風險。

財務回顧

於2025年上半年本集團收入為約人民幣156,469百萬元，較2024年上半年之人民幣141,981百萬元（經重列）上升10.2%。

本公司股東應佔溢利為人民幣12,033百萬元，較2024年上半年之約人民幣10,410百萬元（經重列）增長15.6%。

1. 收入及溢利分析

項目	截至6月30日止六個月		變動 %
	2025年	2024年	
	人民幣百萬元 (未經審核)	人民幣百萬元 (未經審核) (經重列)	
收入			
家庭美食保鮮烹飪解決方案	138,301	128,481	7.6
— 冰箱／冷櫃	42,853	41,128	4.2
— 廚電	20,672	20,275	2.0
空氣能源解決方案	32,978	29,235	12.8
家庭衣物洗護方案	32,005	29,737	7.6
全屋用水解決方案	9,793	8,106	20.8
其他業務	67,687	59,842	13.1
分部間抵銷	(49,519)	(46,342)	6.9
合併收入	156,469	141,981	10.2
經調整經營利潤*	13,200	11,689	12.9
本公司股東應佔溢利	12,033	10,410	15.6
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1.30元	人民幣1.13元	15.0
攤薄			
— 來自期內溢利	人民幣1.29元	人民幣1.12元	15.2

* 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。

管理層討論與分析

下表概述按地理位置劃分的於所示期內我們的收入（計入其他業務收入及分部間抵銷）：

	截至6月30日止六個月		變動 %
	2025年 人民幣百萬元 (未經審核)	2024年 人民幣百萬元 (未經審核) (經重列)	
中國	77,390	71,157	8.8
其他國家／地區	79,079	70,824	11.7
合計	156,469	141,981	10.2

於2025年6月30日，本集團境外資產為人民幣148,128百萬元，佔總資產的比例為49.1%。於2025年上半年，本集團境外資產營業收入及經營利潤分別為人民幣79,079百萬元及人民幣4,721百萬元。

於2025年上半年，本集團的收入由2024年上半年約人民幣141,981百萬元（經重列）上升10.2%至人民幣156,469百萬元。(1)國內市場，本集團上半年國內市場收入增長8.8%。①面對持續加劇的市場競爭，公司發揮在研發、製造、配送與服務的全鏈路優勢，聚焦用戶創造價值，推出海爾麥浪冰箱、Leader懶人洗三筒洗衣機等引領行業趨勢的現象級產品；②實施數字庫存、數字營銷等變革項目，持續拓展觸點、加速產品週轉，強化用戶流量的精準觸達與轉化；③深化多品牌戰略協同，發揮品牌合力，卡薩帝品牌收入增長超過20%；Leader品牌收入增長超過15%。(2)海外市場，本集團上半年海外市場收入增長11.7%。①本集團深化升級海外高端創牌模式，以國家為經營單元聚焦引領市場地位的達成，通過深化產業與市場小微的高效協同，加速本土化引領產品的迭代速度與終端零售模式的轉型。推進營銷、物流、服務、數字化平台能力建設，賦能國家小微終端致勝。2025年上半年公司美國、歐洲白電與暖通業務持續跑贏行業。新興市場高速增長：南亞增長32%；東南亞增長18%；中東非增長66%。②CCR業務、Kwikot業務整合穩步推進，經營態勢良好，在產品協同、市場拓展、技術開發等領域取得積極進展，為未來持續增長奠定堅實基礎。

(1) 家庭美食保鮮烹飪解決方案

冰箱／冷櫃收入由2024年上半年之約人民幣41,128百萬元增加4.2%至2025年上半年之約人民幣42,853百萬元。冰箱／冷櫃產業收入提升主要得益於，①中國市場以「大容量、平嵌一體化設計、健康保鮮、節能、低噪」為核心需求驅動，升級產品組合；②海外市場，針對不同地區的氣候、供電穩定性和空間限制進行本地化產品設計。

廚電收入由2024年上半年之約人民幣20,275百萬元增加2.0%至2025年上半年之約人民幣20,672百萬元。廚電產業收入提升主要得益於，①在中國市場聚焦「以舊換新」和改善型消費需求；②海外市場實施本地化策略。

(2) 空氣能源解決方案

空調收入由2024年上半年之約人民幣29,235百萬元增加12.8%至2025年上半年之約人民幣32,978百萬元。其中，家用空調產業持續提升產品競爭力、拓展國內市場渠道及強化海外市場全鏈路競爭力，實現全球收入穩健增長。智慧樓宇產業深化磁氣懸浮等核心技術佈局，在國內市場加速推進創新產品與解決方案落地，在海外市場不斷完善本土化運營體系與專業能力建設，實現持續健康發展。

(3) 家庭衣物洗護方案

洗衣機收入由2024年上半年之約人民幣29,737百萬元增加7.6%至2025年上半年之約人民幣32,005百萬元。洗衣機產業通過深化「全棧科技創新，全域營銷觸達，全局成本優化」三大核心策略，實現收入增長。

(4) 全屋用水解決方案

水家電收入由2024年上半年之約人民幣8,106百萬元增加20.8%至2025年上半年之約人民幣9,793百萬元。水家電產業通過產品技術創新、深化細分市場觸達，成本引領核心策略，提升市場份額。

本公司股東應佔溢利

於2025年上半年，本公司擁有人應佔溢利為約人民幣12,033百萬元，較2024年上半年之約人民幣10,410百萬元（經重列）增長15.6%。

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、出售附屬公司虧損、融資成本及應佔聯營公司損益。

管理層討論與分析

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2025年上半年，本集團經調整經營利潤為人民幣13,200百萬元，較2024年上半年之人民幣11,689百萬元(經重列)增長12.9%。經調整經營利潤的提升主要受惠於本集團各產業分部於全球市場利潤的增長。

下表載列本集團截至2025年及2024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	
	2025年	2024年
	人民幣百萬元	人民幣百萬元
	(未經審核)	(未經審核)
		(經重列)
除稅前溢利	14,997	12,981
調整：		
銀行利息收入	(900)	(927)
匯兌收益	(881)	(263)
政府獎勵	(511)	(404)
其他財務資產投資回報	(71)	(33)
出售附屬公司虧損	—	4
融資成本	1,416	1,244
應佔聯營公司損益	(850)	(913)
經調整經營利潤	13,200	11,689

毛利率

2025年上半年本集團毛利率為26.4%，較2024年同期增加0.1個百分點。其中，國內市場聚焦極致成本，圍繞「低成本、高效率」，構建成本競爭力目標到全流程落地體系，毛利率同比提升；海外市場堅定高端品牌戰略，提升高端體驗，強化全球供應鏈協同持續優化製造效率，通過搭建採購數字化平台提升成本競爭力，持續搭建全業務場景跨境物流平台，毛利率同比提升。

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10.1%，較2024年同期優化0.1個百分點。其中，國內市場推進數字化變革，在營銷資源配置、物流配送及倉儲運營等方面效率提升，銷售及分銷費用佔該業務收入比率同比優化；海外市場推進終端零售創新、整合全球資源，提升運營效率，銷售及分銷費用佔該業務收入比率同比優化。

行政費用

本集團之行政費用佔該業務收入比率為8.1%，較2024年同期增加0.1個百分點。

2. 財務狀況

項目	2025年 6月30日 人民幣百萬元 (未經審核)	2024年 12月31日 人民幣百萬元 (經重列)
非流動資產	140,425	138,622
流動資產	161,275	152,114
流動負債	151,996	149,926
非流動負債	27,125	22,008
資產淨值	122,579	118,802

現金及現金等值項目和其他財務資產中的理財產品

於2025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2024年12月31日之人民幣55,741百萬元（經重列）增加12.7%至2025年6月30日之人民幣62,831百萬元。

項目	2025年 6月30日 人民幣百萬元 (未經審核)	2024年 12月31日 人民幣百萬元 (經重列)
現金及現金等值項目	54,514	54,995
其他財務資產中的理財產品		
— 流動部分	8,317	746
合計	62,831	55,741

資產淨值

本集團之資產淨值從2024年12月31日之人民幣118,802百萬元（經重列）增加3.2%至2025年6月30日之人民幣122,579百萬元。

營運資金**應收賬款及票據週轉天數**

本集團於2025年上半年之應收賬款及票據週轉天數為47天，較2024年年末增加2天，系本期銷售收入增加所致。

存貨週轉天數

本集團於2025年上半年之存貨週轉天數為72天，與2024年年末持平。

應付賬款及票據週轉天數

本集團於2025年上半年之應付賬款及應付票據週轉天數為129天，較2024年年末減少0.7天。

3. 現金流變動分析

項目	註釋	截至6月30日止六個月	
		2025年	2024年
		人民幣百萬元 (未經審核)	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		54,995	56,715
經營活動之現金流量淨額	(a)	11,139	8,424
投資活動之現金流量淨額	(b)	(10,021)	(9,192)
融資活動之現金流量淨額	(c)	(2,065)	(503)
匯率變動影響淨額		466	(42)
期末之現金流量表中所列之現金及現金等 值項目		54,514	55,402

- (a) 2025年上半年，本集團經營活動產生的現金流入淨額為人民幣11,139百萬元，較2024年同期增加人民幣2,715百萬元，主要系報告期內經營利潤增加及運營效率提升所致。

(b) 2025年上半年投資活動之現金流出淨額為人民幣10,021百萬元，詳情如下：

項目	截至6月30日止六個月	
	2025年 人民幣百萬元 (未經審核)	2024年 人民幣百萬元 (未經審核) (經重列)
購買非流動資產的付款	(3,763)	(4,204)
購買理財產品	(6,956)	(5,536)
收購附屬公司之付款及出售附屬公司之 所得款項	131	—
處置固定資產及租賃土地收到現金	17	9
收取聯營公司分紅	398	394
收取理財產品利息	48	84
其他投資活動之現金流淨流入	104	61
投資活動之現金流量淨額	(10,021)	(9,192)

(c) 2025年上半年融資活動之現金流出淨額為人民幣2,065百萬元，而去年同期則錄得現金流出淨額為人民幣503百萬元，詳情如下：

項目	截至6月30日止六個月	
	2025年 人民幣百萬元 (未經審核)	2024年 人民幣百萬元 (未經審核) (經重列)
借款所得	13,818	6,238
償還借款	(14,320)	(4,633)
回購股票	(856)	(467)
已付利息	(1,244)	(1,177)
租賃支出	(813)	(815)
支付簽出認沽期權負債	(2,155)	—
發行中期票據之所得款項	3,500	—
其他融資活動之現金流淨流入	5	351
融資活動之現金流量淨額	(2,065)	(503)

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2025年6月30日之流動比率為1.1（2024年12月31日：1.0）。

項目	2025年6月30日 人民幣百萬元 (未經審核)	2024年12月31日 人民幣百萬元 (經重列)
現金及現金等值項目	54,514	54,995
其他財務資產中的理財產品	8,317	746
	62,831	55,741
減：		
計息借款	(37,104)	(33,793)
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	25,727	21,948

於2025年6月30日，其他財務資產中的理財產品為人民幣8,317百萬元（2024年12月31日：人民幣746百萬元），較2024年年末上升1,015%。

於2025年6月30日，現金及現金等值項目和其他財務資產中的理財產品結餘中約有67%以人民幣計值，餘下33%則以歐元、港元、美元、新西蘭元、印度盧比及其他貨幣計值。

於2025年6月30日，計息借款餘額中約有41%及9%分別以美元及歐元計值，其餘50%則以人民幣及其他貨幣計值。浮動利率與固定利率計息借款分別為人民幣27,346百萬元及人民幣9,758百萬元。

於2025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25,727百萬元（2024年12月31日：人民幣21,948百萬元（經重列）），較2024年年末結餘上升17.2%。

於2025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945百萬元，較2024年上半年之人民幣957百萬元（經重列）減少1.3%。

本集團將在2025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，及用以超級工廠等建設，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

於本報告日期，本集團並無就重大投資或資本資產簽立任何協議，亦無有關重大投資或資本資產的任何其他計劃。儘管如此，倘未來出現任何潛在投資機會，本公司將進行可行性研究及編製實施計劃，以考慮其是否對本公司及股東整體有利。投資資金將通過公司自有或外部資金和債權融資等方式解決。

報告期間的重大投資、附屬公司、聯營公司及合營公司的重大收購及出售

於2025年6月30日，本集團並無持有任何重大投資。於截至2025年6月30日止六個月，本集團並無作出任何重大投資，附屬公司、聯營公司及合營公司的重大收購或出售。

配售股份的所得款項用途

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ESG相關領域的投資。於2022年1月21日，股份配售已告完成。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，彼等及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股淨價為27.77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擴建；(ii)15%用於ESG（環境、社會及管治）相關領域的投資；(iii)10%用於海外工業園數碼化及擴建升級；及(iv)5%用於海外渠道擴建與推廣。上述用途與本公司先前披露的所得款項計劃用途一致。

茲提述本公司日期為2024年8月27日的公告。為了滿足利益相關方對本集團作為負責任企業的ESG要求和期望，也為了更好的體現本集團在商業之上的價值，本集團ESG相關工作正處於將公司戰略以及運營管理相結合的內部升級階段，相關ESG項目正處於籌備啟動階段，鑒於以上考量，未動用所得款項淨額的預期時間期限已延長至2026年12月31日，資金實際使用情況將需看專案具體實施進展情況。

管理層討論與分析

於截至2025年6月30日止六個月內已動用所得款項淨額之詳細明細及描述載列如下：

	於2025年 1月1日 未動用所得 款項淨額 港元百萬元	截至2025年 6月30日 止六個月 已動用所得 款項淨額 之金額 港元百萬元	於2025年 6月30日 未動用所得 款項淨額 港元百萬元
ESG(環境、社會及管治)領域的相關投資	172.5	1.7	170.8
	172.5	1.7	170.8

資本性支出

本公司不定期評估本集團各產業分部的資本性支出及投資。報告期內資本性支出為人民幣3,763百萬元(2024年上半年：人民幣4,204百萬元(經重列))，其中國內為人民幣1,755百萬元、海外為人民幣2,008百萬元，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2025年6月30日，本集團之負債資本比率(定義為按借貸總額(包括計息借款及租賃負債)除以本集團淨資產)為35.5%(2024年12月31日：33.4%)，上升2.1個百分點，主要是由於報告期內發行中期票據所致。

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2025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5,657百萬元(2024年12月31日：人民幣5,920百萬元(經重列))，主要涉及本集團境內外工廠建設項目。

資產押記

於2025年6月30日，本集團賬面淨值人民幣68百萬元的一部分貿易應收賬款及應收票據作為本集團獲授若干銀行借款的質押品(2024年12月31日：人民幣47百萬元)。

於2025年6月30日，本集團賬面淨值人民幣32百萬元(2024年12月31日：人民幣零元)的若干物業、廠房及設備和賬面淨值人民幣97百萬元(2024年12月31日：人民幣97百萬元)的其他無形資產，分別作為本集團獲授若干銀行借款的質押品。

此外，於2025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723百萬元(2024年12月31日：人民幣484百萬元)及本集團之應收票據人民幣2,343百萬元(2024年12月31日：人民幣5,068百萬元)作質押。

或然負債

於2025年6月30日，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、購股權及股份激勵計劃，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2024年12月31日的122,733人減少2.9%至2025年6月30日的119,133人。

購買、贖回或出售本公司上市證券

回購A股

於截至2025年6月30日止六個月，本公司於上海證券交易所回購其部分A股普通股。該等交易的詳情概要如下：

月份	回購A股數量	每股價格		已付總價 人民幣百萬元
		最高 人民幣	最低 人民幣	
2025年4月	6,071,800	25.29	23.60	148.79
2025年5月	6,364,200	26.30	25.07	163.59
2025年6月	19,394,800	25.28	24.30	481.97
	31,830,800			794.35

報告期內回購本公司A股由董事根據於2025年3月27日通過的有關回購A股的董事會決議案而進行。已回購A股將用於本公司的股份激勵計劃。

於2025年6月，31,481,400股A股庫存股已轉讓至本公司2025年A股核心員工持股計劃。截至2025年6月30日，本公司共持有60,269,270股A股庫存股並將用於其他股份激勵計劃。

除上文所披露者，本公司及其任何附屬公司於截至2025年6月30日止六個月並無購買、贖回或出售本公司任何上市證券(包括出售庫存股份)。

除上文所披露者外，本公司於2025年6月30日並無持有任何庫存股份。

股息

本公司董事建議以現金派發截至2025年6月30日止六個月的中期股息每10股人民幣2.69元(含稅)(截至2024年6月30日止六個月：無)，根據當前已發行股本(扣除已回購但未註銷的股份)合共約人民幣25.07億元，中期股息佔本公司擁有人應佔溢利約20.83%。在實施權益分派的股權登記日前公司總股本發生變動的，擬維持分配總額不變，相應調整每股分配比例。

該中期股息分派建議應在本公司2025年第一次臨時股東大會上考慮及批准及預期中期股息將於2025年第一次臨時股東大會後兩個月內派發予股東。

D股及H股的股息應以外幣支付。根據本公司的公司章程，適用匯率應為緊接宣佈股息前一周中國人民銀行所公告將人民幣兌換為外幣的平均匯率(中間價)。

2025年第一次臨時股東大會通知將適時發佈，屆時將公佈本公司召開2025年第一次臨時股東大會日期及相關的暫停辦理H股股份過戶登記安排，以及中期股息的暫停辦理H股股份過戶登記安排。

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2025年1月1日至2025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C1第二部份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**」)

根據守則條文第C.2.1條，董事長與行政總裁的角色應有所區分，不應由同一人擔任。自2022年6月28日起，執行董事李華剛先生(「**李先生**」)就任本公司董事長一職，亦兼為本公司行政總裁。李先生由2019年4月開始出任本公司行政總裁，而當梁海山先生於2022年6月28日退任本公司董事長時，李先生自該日起擔任本公司董事長。

董事會一直有檢討董事長與行政總裁職責分離的安排。經評估本公司狀況後，並已考慮李先生的經驗及過往工作表現，董事會認為，由李先生兼任本公司董事長與行政總裁，對本集團而言屬恰當並符合集團最佳利益，因為此舉有利於本集團政策保持延續性以及業務營運可維持平穩，同時有助提升本公司策略的有效制訂和執行，讓本集團有效迅速把握業務機遇。在董事會內，非執行董事佔大多數，彼等定期每季開會審視本集團的營運並商議其他影響本集團業務的重大事務。

據此，董事會相信，此項安排對董事會與本公司管理層之間的權力及權限平衡，不會帶來負面影響。另外，透過董事會及其獨立非執行董事的持續監督，權力繼續得到互相制衡，因此，股東的利益仍然可以獲得充份而公平的反映。

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，該守則之條款不低於上市規則附錄C3所載上市發行人董事進行證券交易的標準守則(「**標準守則**」)所規定的標準。經本公司作出特定查詢後，本公司全體董事及監事已確認彼等已於截至2025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、監事及行政總裁資料變更

茲提述本公司日期為2025年5月7日的通函及本公司日期為2025年5月28日的公告，內容有關建議選舉本公司董事。本公司已選出第十二屆董事會，自2025年5月28日舉行的本公司2024年度年度股東大會結束起生效：

宮偉先生已退任本公司執行董事，獲委任為非執行董事兼副董事長；

Kevin Nolan先生獲委任為本公司執行董事；

錢大群先生已退任本公司獨立非執行董事，獲委任為非執行董事；

李少華先生獲委任為本公司非執行董事；

邵新智女士已退任本公司非執行董事兼副董事長；

李錦芬女士已退任本公司非執行董事；

汪華先生獲委任為本公司獨立非執行董事；

孫丹鳳女士獲委任為本公司職工董事。

上述變動詳見本公司2025年5月28日發佈之公告。

根據本公司於2025年5月28日採納的經修訂公司章程，本公司毋須再設監事會。

除本中期報告所披露者外，於報告期內及截至本報告日期，並無遵照上市規則第13.51B(1)條須予披露的董事、監事及行政總裁資料變動。

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2025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
2025年8月28日

權益披露

董事及行政總裁於股份及相關股份之權益及淡倉

於2025年6月30日，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（「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	1,050,444	實益擁有人	0.0168%	0.0112%
		H股	951,545	實益擁有人	0.0333%	0.0101%
Kevin Nolan先生	執行董事、副總裁	H股	315,546	實益擁有人	0.0110%	0.0034%
宮偉先生	副董事長、非執行董事	A股	2,072,527	實益擁有人	0.0331%	0.0221%
		H股	140,600	實益擁有人	0.0049%	0.0015%
俞漢度先生	非執行董事	H股	810,000	實益擁有人	0.0283%	0.0086%
李少華先生	非執行董事	A股	71,904	實益擁有人	0.0011%	0.0008%
		H股	401,577	實益擁有人	0.0141%	0.0043%
孫丹鳳女士	職工董事	H股	154,921	實益擁有人	0.0054%	0.0017%

* 百分比乃根據本公司於2025年6月30日之股本合共9,382,913,334股（包括6,254,501,095股A股、271,013,973股D股及2,857,398,266股H股，分別約佔本公司總股本的66.66%、2.89%及30.45%）計算得出。

權益披露

董事及行政總裁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，以下董事及行政總裁亦為本公司A股核心員工持股計劃、H股核心員工持股計劃及H股受限制股份單位計劃的被授予人士：

姓名	職位	股份類別	員工持股計劃/受限制股份 單位計劃的發行在外股份數目 (授出年份)	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	158,899 (2023年核心員工持股計劃)	0.0025%	0.0017%
			282,743 (2024年核心員工持股計劃)	0.0045%	0.0030%
			282,744 (2025年核心員工持股計劃)	0.0045%	0.0030%
			163,921 (2023年核心員工持股計劃)	0.0057%	0.0017%
		H股	285,268 (2024年核心員工持股計劃)	0.0100%	0.0030%
			322,886 (已歸屬核心員工持股計劃)	0.0113%	0.0034%
Kevin Nolan先生	執行董事、副總裁	H股	580,224 (2023年受限制股份單位計劃)	0.0203%	0.0062%
			956,512 (2025年受限制股份單位計劃)	0.0335%	0.0102%
宮偉先生	副董事長、非執行董事	A股	78,331 (2023年核心員工持股計劃)	0.0013%	0.0008%
			111,504 (2024年核心員工持股計劃)	0.0018%	0.0012%
			98,233 (2025年核心員工持股計劃)	0.0016%	0.0010%
		H股	80,807 (2023年核心員工持股計劃)	0.0038%	0.0009%
			112,500 (2024年核心員工持股計劃)	0.0039%	0.0012%
			180,360 (已歸屬核心員工持股計劃)	0.0063%	0.0019%
李少華先生	非執行董事	A股	45,080 (2023年核心員工持股計劃)	0.0007%	0.0005%
			59,735 (2024年核心員工持股計劃)	0.0010%	0.0006%
			56,133 (2025年核心員工持股計劃)	0.0009%	0.0006%
		H股	46,505 (2023年核心員工持股計劃)	0.0016%	0.0005%
			60,268 (2024年核心員工持股計劃)	0.0021%	0.0006%
孫丹鳳女士	職工董事	A股	59,680 (2023年核心員工持股計劃)	0.0010%	0.0006%
			92,920 (2024年核心員工持股計劃)	0.0015%	0.0010%
			99,792 (2025年核心員工持股計劃)	0.0016%	0.0011%

* 百分比乃根據本公司於2025年6月30日之股本合共9,382,913,334股(包括6,254,501,095股A股、271,013,973股D股及2,857,398,266股H股，分別約佔本公司總股本的66.66%、2.89%及30.45%)計算得出。

董事及行政總裁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。於2025年6月30日，彼等剩餘出資的詳情如下：

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	7.34	262,122	0.0092%	0.0028%
宮偉先生	副董事長、 非執行董事	3.67	131,061	0.0046%	0.0014%

* 百分比乃根據本公司於2025年6月30日之股本合共9,382,913,334股(包括6,254,501,095股A股、271,013,973股D股及2,857,398,266股H股，分別約佔本公司總股本的66.66%、2.89%及30.45%)計算得出。

董事及行政總裁於股份及相關股份之權益及淡倉 (續)
根據股票期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 股票期權數目	股票期權 獲行使後 於相關類別 股份中的概約 持股百分比*	股票期權 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	182,788	0.0029%	0.0019%
宮偉先生	副董事長、 非執行董事	A股	91,394	0.0015%	0.0010%
李少華先生	非執行董事	A股	31,214	0.0005%	0.0003%
孫丹鳳女士	職工董事	A股	18,728	0.0003%	0.0002%

附註：上述各A股股票期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2025年6月30日之股本合共9,382,913,334股（包括6,254,501,095股A股、271,013,973股D股及2,857,398,266股H股，分別約佔本公司總股本的66.66%、2.89%及30.45%）計算得出。

除上文所披露者外，於2025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2025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	2,637,339,206	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	42.17%	28.11%
	H股	538,560,000	受控法團權益	18.85%	5.74%
	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	20.12%	13.41%
HCH (HK) Investment Management Co., Limited ^{附註3}	H股	538,560,000	實益擁有人	18.85%	5.74%
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2025年6月30日之股本合共9,382,913,334股(包括6,254,501,095股A股、271,013,973股D股及2,857,398,266股H股，分別約佔本公司總股本的66.66%、2.89%及30.45%)計算得出。

權益披露

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)通過其附屬公司之一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)通過其附屬公司之一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133,791,058股A股。
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，因此被視作於HCH (HK)持有的538,560,000股H股中擁有權益。
4. Haier International Co., Limited為海爾集團公司的全資附屬公司，因此，海爾集團公司被視作於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147,846,958股H股，約佔H股總數的5.17%；BlackRock, Inc.持有197,701,016股H股，約佔H股總數的6.92%。
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%。

淡倉及可供借出的股票：

摩根大通集團的淡倉為19,335,157股H股，約佔H股總數的0.67%及有51,016,478股H股可供借出，約佔H股總數的1.78%。

除上文披露者外，於2025年6月30日，概無權益載列於上文「董事及行政總裁於股份及相關股份之權益及淡倉」一節之本公司董事及行政總裁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。

股份計劃

股份獎勵計劃

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年年度股東大會（「**2020年年度股東大會**」）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的計劃股份由本公司現有股份提供。

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，以本集團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。參與者無需就A股及H股核心員工持股計劃及受限制股份獎勵計劃授出的股份支付任何代價，此符合股份獎勵計劃為吸引及挽留董事及僱員提供服務之目的。

根據於2020年年度股東大會上尋求的授權，董事會全權酌情確定後續各期參與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和分配。該決定乃按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、考核情況，並獲董事會授權進行調整。此外，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持有人。

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%。

期內，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2023年年度股東大會授權，本公司於2024年4月29日召開的第十一屆董事會第十次會議審議推出了本公司2024年度A股核心員工持股計劃及本公司2024年度H股核心員工持股計劃。

A股核心員工持股計劃(2023年)

2023年員工持股計劃的參與人員共計不超過2,400人。參與2023年員工持股計劃的資金總額為人民幣565.50百萬元。董事、監事及高級管理人員14名，合共持有人民幣31.42百萬元，佔本期員工持股計劃的5.6%。本公司及子公司核心技術（業務）人員2,386名，合共持有人民幣534.08百萬元，佔本期員工持股計劃的94.4%。

本期員工持股計劃股票來源為本公司回購專用賬戶回購的股票。2023年員工持股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。

於2023年7月17日，於「海爾智家股份有限公司回購專用證券賬戶」內其中的25,117,000股（每股平均買入成本為人民幣22.49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(2023年)」專戶。鎖定期為2023年7月19日至2024年7月18日。

2023年員工持股計劃的鎖定期結束後，對應的標的股票分兩期歸屬至持有人（分別按照40%、60%），具體歸屬時間在鎖定期結束後，由管理委員會確定。

A股核心員工持股計劃(2024年)

2024年員工持股計劃的參與人員共計不超過2,366人，參與2024年員工持股計劃的資金總額為人民幣706.5百萬元。董事、監事及高級管理人員13名，合共持有人民幣34.59百萬元，佔本期員工持股計劃的4.9%，本公司及子公司核心技術(業務)人員2,353名，合共持有人民幣671.91百萬元，佔本期員工持股計劃的95.1%。

本期員工持股計劃股票來源為本公司回購專用賬戶回購的股票。2024年員工持股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。

於2024年7月12日，於「海爾智家股份有限公司回購專用證券賬戶」內其中的31,266,608股(每股平均買入成本為人民幣22.58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(2024年)」專戶。鎖定期為2024年7月13日至2025年7月12日。

2024年員工持股計劃的鎖定期結束後，對應的標的股票分兩期歸屬至持有人(分別按照40%、60%)，具體歸屬時間在鎖定期結束後，由管理委員會確定。

A股核心員工持股計劃(2025年)

員工持股計劃的參與人員共計不超過2,570人，參與員工持股計劃的資金總額為人民幣757.0百萬元，其中「股份」為認購單位，每股為人民幣1元。董事及高級管理人員10名，合共持有人民幣31.34百萬元，佔本期員工持股計劃的4.1%，本公司及子公司核心技術(業務)人員2,560名，合共持有人民幣725.66百萬元，佔本期員工持股計劃的95.9%。

本期員工持股計劃股票來源為本公司回購專用賬戶回購的股票。員工持股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。

於2025年6月19日，於「海爾智家股份有限公司回購專用證券賬戶」內其中的31,481,400股(每股平均買入成本為人民幣24.03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(2025年)」專戶。鎖定期為2025年6月21日至2026年6月20日。

鎖定期結束後，管理委員會基於本公司的業績考核制度對參與人進行考核，考核期為兩年。於員工持股計劃期間，管理委員會有權延長或縮短考核期，以及調整歸屬的對應部分。員工持股計劃的標的股票將以兩期歸屬至參與人。員工持股計劃的鎖定期結束後，對應的標的股份分兩期歸屬至參與人(分別為40%及60%)。具體歸屬時間在鎖定期結束後，由管理委員會確定。

股份計劃

下表披露期內A股核心員工持股計劃的變動：

參與人姓名或類別	於2025年 1月1日	期內授出	期內歸屬 (附註)	期內註銷	期內失效	於2025年 6月30日	授出A股核心員工 持股計劃日期	A股核心員工 持股計劃歸屬期
董事								
李華剛先生	48,282	—	—	48,282	—	—	10/08/2022	10/08/2022–30/07/2024
	158,899	—	—	—	—	158,899	28/07/2023	28/07/2023–30/07/2025
	282,743	—	—	—	—	282,743	12/07/2024	12/07/2024–30/07/2026
	—	282,744	—	—	—	282,744	20/06/2025	20/06/2025–30/06/2027
	489,924	282,744	—	48,282	—	724,386		
宮偉先生	25,966	—	—	25,966	—	—	10/08/2022	10/08/2022–30/07/2024
	78,331	—	—	—	—	78,331	28/07/2023	28/07/2023–30/07/2025
	111,504	—	—	—	—	111,504	12/07/2024	12/07/2024–30/07/2026
	—	98,233	—	—	—	98,233	20/06/2025	20/06/2025–30/06/2027
	215,801	98,233	—	25,966	—	288,068		
邵新智女士*	79,450	—	—	—	—	79,450	28/07/2023	28/07/2023–30/07/2025
	104,535	—	—	—	—	104,535	12/07/2024	12/07/2024–30/07/2026
	183,985	—	—	—	—	183,985		
李少華先生	45,080	—	—	—	—	45,080	28/07/2023	28/07/2023–30/07/2025
	59,735	—	—	—	—	59,735	12/07/2024	12/07/2024–30/07/2026
	—	56,133	—	—	—	56,133	20/06/2025	20/06/2025–30/06/2027
	104,815	56,133	—	—	—	160,948		
孫丹鳳女士	59,680	—	—	—	—	59,680	28/07/2023	28/07/2023–30/07/2025
	92,920	—	—	—	—	92,920	12/07/2024	12/07/2024–30/07/2026
	—	99,792	—	—	—	99,792	20/06/2025	20/06/2025–30/06/2027
	152,600	99,792	—	—	—	252,392		
小計	1,147,125	536,902	—	74,248	—	1,609,779		
監事								
劉大林先生*	10,042	—	—	10,042	—	—	10/08/2022	10/08/2022–30/07/2024
	37,833	—	—	—	—	37,833	28/07/2023	28/07/2023–30/07/2025
	49,779	—	—	—	—	49,779	12/07/2024	12/07/2024–30/07/2026
	97,654	—	—	10,042	—	87,612		
于淼先生*	1,838	—	—	1,838	—	—	10/08/2022	10/08/2022–30/07/2024
	12,634	—	—	—	—	12,634	28/07/2023	28/07/2023–30/07/2025
	16,593	—	—	—	—	16,593	12/07/2024	12/07/2024–30/07/2026
	31,065	—	—	1,838	—	29,227		
小計	128,719	—	—	11,880	—	116,839		
其他僱員								
總計	16,717,510	—	—	—	—	16,717,510	28/07/2023	28/07/2023–30/07/2025
	30,548,799	—	—	—	—	30,548,799	12/07/2024	12/07/2024–30/07/2026
	—	30,944,498	—	—	—	30,944,498	20/06/2025	20/06/2025–30/06/2027
	47,266,309	30,944,498	—	—	—	78,210,807		
合計	48,542,153	31,481,400	—	86,128	—	79,937,425		

* 邵新智女士於2025年5月28日退任董事一職。劉大林先生及于淼先生於2025年5月28日退任監事一職。此表格展示截至2025年5月28日彼等A股核心員工持股計劃的變動。

上述已註銷股份的購買價為每股人民幣25.33元。

本公司A股於緊接A股核心員工持股計劃授出日期前的收市價為每股人民幣24.7元。於2025年6月20日授出的A股核心員工持股計劃的公允值為人民幣776百萬元。

A股核心員工持股計劃的公允價值乃按本公司股份於授出日期的收市價計算。評估該等獎勵股份的公允價值時已考慮歸屬期內的預期股息。

各A股核心員工持股計劃的授予權限僅於該特定年度有效及生效，因此於本中期報告日期，該等A股核心員工持股計劃並無剩餘年期。於2025年1月1日及2025年6月30日，A股核心員工持股計劃項下可供授出的股份獎勵數目為零。

A股核心員工持股計劃的攤薄影響載於財務報表附註11。

附註：

1. A股核心員工持股計劃及H股核心員工持股計劃(2023年)(「**2023年員工持股計劃**」)項目下的考核指標如下：

- a. 2023年員工持股計劃下持有人系公司董事、總裁、監事及公司平台人員的，其2023年度及2024年度考核規則按照扣非歸母淨利潤複合增長率的完成率與淨資產收益率完成率加權平均計算(以下簡稱「**綜合完成率**」)。具體考核目標及規則如下：

	扣非歸母淨利潤	淨資產收益率(註)
2023年度業績考核指標	2023年度經審計的扣非歸母淨利潤較2022年度扣非歸母淨利潤增長率不低於15%(含)	2023年度經審計的淨資產收益率(ROE)不低於16.8%(含)
2024年度業績考核指標	2024年度經審計的扣非歸母淨利潤較2022年度扣非歸母淨利潤複合增長率不低於15%(含)	2024年度經審計的淨資產收益率(ROE)不低於16.8%(含)
考核權重	50%	50%

註：淨資產收益率(ROE)指加權平均淨資產收益率。若在2023年員工持股計劃的有效期內公司實施公開發行或向特定對象發行股票等資本市場融資可能對公司淨資產及淨資產收益率帶來影響的行為，則在計算各考核年度的歸屬於上市公司股東的淨資產收益率時應剔除該等行為所帶來的影響，並相應調整各年度考核條件中有關淨資產收益率的考核指標，調整方案視具體情況由薪酬與考核委員會審議並提交董事會審議通過後實施。

綜合完成率 = 50% * 扣非歸母淨利潤複合增長率完成率 + 50% * 淨資產收益率完成率

股份計劃

其中：

扣非歸母淨利潤複合增長率完成率 = 該年度經審計的扣非歸母淨利潤較2022年度扣非歸母淨利潤複合增長率 / 15%

淨資產收益率完成率 = 該年度經審計的淨資產收益率 / 16.8%

(1) 2023年度考核標準與歸屬

管委會考核該等持有人2023年度結果為達標且2023年度綜合完成率超過1(含1)，則將其名下本期員工持股計劃標的股票權益的40%歸屬於持有人。

若綜合完成率在0.8(含0.8)至1，則：①若扣非歸母淨利潤複合增長率與淨資產收益率兩項考核指標的完成率均超過0.8(含)，由管委會決定歸屬的比例並報薪酬與考核委員會同意後進行歸屬；②若扣非歸母淨利潤複合增長率與淨資產收益率任一考核指標的完成率低於0.8(不含0.8)，則薪酬與考核委員會決定歸屬的比例並報董事會同意後進行歸屬。

若綜合完成率低於0.8(不含0.8)，則其名下本期員工持股計劃標的股票權益的40%不歸屬。

(2) 2024年度考核標準與歸屬

管委會考核該等持有人2024年度結果為達標且2024年度綜合完成率超過1(含1)，則將其名下本期員工持股計劃標的股票權益的60%歸屬於持有人。

若綜合完成率在0.8(含0.8)至1，則：①若扣非歸母淨利潤複合增長率與淨資產收益率兩項考核指標的完成率均超過0.8(含)，由管委會決定歸屬的比例並報薪酬與考核委員會同意後進行歸屬；②若扣非歸母淨利潤複合增長率與淨資產收益率任一考核指標的完成率低於0.8(不含0.8)，則薪酬與考核委員會決定歸屬的比例並報董事會同意後進行歸屬。

如果綜合完成率低於0.8(不含0.8)，則其名下本期員工持股計劃標的股票權益的60%不歸屬。

- b. 2023年員工持股計劃除上述第a項外的持有人，經管委會考核，在2023年度和2024年度考核結果達標分別歸屬2023年員工持股計劃有關股份權益的40%及60%。

2. A股及H股核心員工持股計劃(2024年)(「**2024年員工持股計劃**」)項目下的考核指標如下：

- 1、 本計劃下持有人系公司董事、總裁、監事及公司平台人員的，其2024年度及2025年度考核規則按照扣非歸母淨利潤複合增長率的完成率與淨資產收益率完成率加權平均計算(以下簡稱「**綜合完成率**」)。具體考核目標及規則如下：

	扣非歸母淨利潤	淨資產收益率(註)
2024年度業績考核指標	2024年度經審計的扣非歸母淨利潤較2023年度扣非歸母淨利潤增長率不低於15%(含)	2024年度經審計的淨資產收益率(ROE)不低於16.8%(含)
2025年度業績考核指標	2025年度經審計的扣非歸母淨利潤較2023年度扣非歸母淨利潤複合增長率不低於15%(含)	2025年度經審計的淨資產收益率(ROE)不低於16.8%(含)
考核權重	50%	50%

註：淨資產收益率(ROE)指加權平均淨資產收益率。若在本計劃的有效期內公司實施公開發行或向特定對象發行股票等資本市場融資可能對公司淨資產及淨資產收益率帶來影響的行為，則在計算各考核年度的歸屬於上市公司股東的淨資產收益率時應剔除該等行為所帶來的影響，並相應調整各年度考核條件中有關淨資產收益率的考核指標，調整方案視具體情況由薪酬與考核委員會審議並提交董事會審議通過後實施。

綜合完成率 = 50%*扣非歸母淨利潤複合增長率完成率+50%*淨資產收益率完成率

其中：

扣非歸母淨利潤複合增長率完成率 = 該年度經審計的扣非歸母淨利潤較2023年度扣非歸母淨利潤複合增長率／15%

淨資產收益率完成率 = 該年度經審計的淨資產收益率 / 16.8%

(1) 2024年度考核標準與歸屬

管委會考核該等持有人2024年度結果為達標且2024年度綜合完成率超過1(含1)，則將其名下本計劃標的股票權益的40%歸屬於持有人。

若綜合完成率在0.8(含0.8)至1，則：①若扣非歸母淨利潤複合增長率與淨資產收益率兩項考核指標的完成率均超過0.8(含0.8)，由管委會決定歸屬的比例並報薪酬與考核委員會同意後進行歸屬；②若扣非歸母淨利潤複合增長率與淨資產收益率任一考核指標的完成率低於0.8(不含0.8)，則薪酬與考核委員會決定歸屬的比例並報董事會同意後進行歸屬。

若綜合完成率低於0.8(不含0.8)，則其名下本計劃標的股票權益的40%不歸屬。

(2) 2025年度考核標準與歸屬

管委會考核該等持有人2025年度結果為達標且2025年度綜合完成率超過1(含1)，則將其名下本計劃標的股票權益的60%歸屬於持有人。

若綜合完成率在0.8(含0.8)至1，則：①若扣非歸母淨利潤複合增長率與淨資產收益率兩項考核指標的完成率均超過0.8(含0.8)，由管委會決定歸屬的比例並報薪酬與考核委員會同意後進行歸屬；②若扣非歸母淨利潤複合增長率與淨資產收益率任一考核指標的完成率低於0.8(不含0.8)，則薪酬與考核委員會決定歸屬的比例並報董事會同意後進行歸屬。

綜合完成率低於0.8(不含0.8)，則其名下本計劃標的股票權益的60%不歸屬。

2、本計劃除上述第1項所列示的公司董事、總裁、監事及公司平台人員以外的其他持有人，管委會根據其業績表現進行考核，在2024年度和2025年度考核結果達標後分別歸屬40%、60%。

3. A股及H股核心員工持股計劃(「**2025年員工持股計劃**」)的考核指標如下：

1、本計劃下持有人系公司董事、總裁及公司平台人員的，其2025年度及2026年度考核規則按照淨資產收益率(ROE)完成情況計算，具體考核目標及規則如下：

淨資產收益率(註)

2025年度業績考核指標

- ROE超過17.7%(含17.7%)，則將其名下本計劃標的股票權益的40%歸屬於持有人。

淨資產收益率(註)

2026年度業績考核指標

- ROE在16.8% (含16.8%)–17.7%之間由管委會決定歸屬的比例並報薪酬與考核委員會同意後進行歸屬。
- 若ROE低於16.8%，則其名下本計劃標的股票權益的40%不歸屬。

註：(1)剔除再融資對ROE的影響：若公司實施向特定對象發行或向不特定對象發行等資本市場融資可能對公司淨資產及淨資產收益率帶來影響的行為，則在計算各考核年度的歸屬於上市公司股東的淨資產收益率時應剔除該等行為所帶來的影響，並相應調整各年度考核條件中有關淨資產收益率的考核指標，調整方案視具體情況由董事會審議通過後實施；(2)剔除併購事項對ROE的影響：在考核年度發生的併購事項對考核指標的影響，在考核年度進行剔除。(3)剔除資產出售對ROE的影響：在考核年度發生的資產出售(包括股權類資產出售)事項對考核指標的影響，在考核年度進行剔除。

- 2、 本計劃除上述第1項所列示的公司董事、總裁及公司平台人員以外的其他持有人，管委會根據其業績表現進行考核，在2025年度和2026年度考核結果達標後分別歸屬40%、60%。

H股核心員工持股計劃(2023年)

2023年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34人。董事及高級管理人員11名，合共持有人民幣33.19百萬元，佔2023年員工持股計劃的47.1%，本公司其他核心管理人員23名，合共持有人民幣37.31百萬元，佔2023年員工持股計劃的52.9%。

2023年員工持股計劃的資金來源為公司提取的激勵基金，額度為人民幣70.50百萬元。2023年員工持股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2023年員工持股計劃時起計算。

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3,230,400股，成交均價為23.62港元/股，成交金額約為76.3百萬港元。鎖定期為自2023年7月26日至2024年7月25日。

考核期為兩年，2023年員工持股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。

歸屬H股後，持有人委託管理委員會在2023年員工持股計劃的存續期內出售為本期員工持股計劃的標的股票，以支付現金。

H股核心員工持股計劃(2024年)

2024年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29人。董事及高級管理人員11名,合共持有人民幣36.57百萬元,佔2024年員工持股計劃的53.8%,本公司其他核心管理人員18名,合共持有人民幣31.43百萬元,佔2024年員工持股計劃的46.2%。

2024年員工持股計劃的資金來源為公司提取的激勵基金,額度為人民幣68百萬元。2024年員工持股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2024年員工持股計劃時起計算。

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3,035,400股,成交均價為23.9203港元/股,成交金額約為72.6百萬元。鎖定期為自2024年7月27日至2025年7月26日。

考核期為兩年,2024年員工持股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。

歸屬H股後,持有人委託管理委員會在2024年員工持股計劃的存續期內出售為本期員工持股計劃的標的股票,以支付現金。

H股核心員工持股計劃(2025年)

2025年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27人。資金總額為人民幣63.0百萬元(含),以「股份」為認購單位,每股為人民幣1元。董事及高級管理人員10名,合共持有份額人民幣34.56百萬元,佔本員工持股計劃的54.9%;公司其他核心管理人員17名,合共持有人民幣28.44百萬元,佔員工持股計劃的45.1%。

考慮到公司薪酬考核機制的連續性,本計劃的資金來源為公司提取的激勵基金,額度為人民幣63.0百萬元。本計劃的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公司H股股票。

本計劃所獲標的股票鎖定期為12個月,自公司公告每期最後一筆購買之標的股票登記至本計劃時起計算。

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3,018,400股,成交均價為22.8188港元/股,成交金額約為68.9百萬元。鎖定期為自2025年7月3日至2026年7月2日。

股份計劃

鎖定期結束後，管理委員會基於公司的業績考核機制對持有人進行考核。考核期為兩年。於員工持股計劃期間，管理委員會有權延長或縮短考核期，以及調整歸屬的對應部分。員工持股計劃的鎖定期結束後對應的標的股份分兩期歸屬至參與人（分別為40%及60%）。具體歸屬時間在鎖定期結束後，由管理委員會確定。

歸屬H股後，持有人委託管理委員會在2023年員工持股計劃的存續期內出售為本期員工持股計劃的標的股票，以支付現金。

下表披露期內H股核心員工持股計劃的變動：

參與人姓名或類別	於2025年 1月1日	期內授出	期內歸屬 (附註)	期內註銷	期內失效	於2025年 6月30日	授出H股核心員工 持股計劃日期	H股核心員工 持股計劃歸屬期
董事								
李華剛先生	54,143	—	—	54,143	—	—	10/08/2022	10/08/2022–30/07/2024
	163,921	—	—	—	—	163,921	28/07/2023	28/07/2023–30/07/2025
	285,268	—	—	—	—	285,268	26/07/2024	26/07/2024–30/07/2026
	503,332	—	—	54,143	—	449,189		
宮偉先生	29,119	—	—	29,119	—	—	10/08/2022	10/08/2022–30/07/2024
	80,807	—	—	—	—	80,807	28/07/2023	28/07/2023–30/07/2025
	112,500	—	—	—	—	112,500	26/07/2024	26/07/2024–30/07/2026
	222,426	—	—	29,119	—	193,307		
邵新智女士*	81,961	—	—	—	—	81,961	28/07/2023	28/07/2023–30/07/2025
	105,469	—	—	—	—	105,469	26/07/2024	26/07/2024–30/07/2026
	187,430	—	—	—	—	187,430		
李少華先生	46,505	—	—	—	—	46,505	28/07/2023	28/07/2023–30/07/2025
	60,268	—	—	—	—	60,268	26/07/2024	26/07/2024–30/07/2026
	106,773	—	—	—	—	106,773		
小計	1,019,961	—	—	83,262	—	936,699		
其他僱員								
總計	1,966,813	—	—	—	—	1,966,813	28/07/2023	28/07/2023–30/07/2025
	2,471,895	—	—	—	—	2,471,895	26/07/2024	26/07/2024–30/07/2026
	4,438,708	—	—	—	—	4,438,708		
合計	5,458,669	—	—	83,262	—	5,375,407		

* 邵新智女士於2025年5月28日退任董事一職。此表格展示截至2025年5月28日其H股核心員工持股計劃的變動。

上述被註銷股份的購買價為每股25.663港元。

各H股核心員工持股計劃的授予權限僅於該特定年度有效及生效，因此於本中期報告日期，該等H股核心員工持股計劃並無剩餘年期。於2025年1月1日及2025年6月30日，H股核心員工持股計劃項下可供授出的股份獎勵數目為零。

H股核心員工持股計劃的攤薄影響載於財務報表附註11。

附註：

H股核心員工持股計劃的考核指標與A股核心員工持股計劃的考核指標相同。請參閱上文披露A股核心員工持股計劃變動的表格的附註。

H股受限制股份單位計劃(2021年、2022年、2023年及2024年)

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。

考核期一般為受限制股份單位計劃歸屬期滿後兩年(對應的標的股票按照40%、60%分兩期歸屬至持有人)或三年(所有對應的標的股票一期歸屬至持有人)。具體歸屬時間在歸屬期結束後，由管理委員會確定。

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，平均價格為27.32港元及總交易金額約為124百萬港元。

2021年，合共4,438,027股本公司H股受限制股份獲授予本公司僱員(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。

根據H股受限制股份單位計劃(2022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5,783,600股H股，平均價格為26.63港元及總交易金額約為154百萬港元。

股份計劃

於2022年，合共5,636,959股本公司H股受限制股份單位獲授予本公司員工（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。

根據H股受限制股份單位計劃（2023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5,456,000股H股，平均價格為23.70港元及總交易金額約為129百萬港元。

於2023年，合共6,158,959股本公司H股受限制股份單位獲授予本公司僱員（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。

於2024年，合共4,689,425股本公司H股受限制股份單位獲授予本公司員工（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。

於報告期內，合共4,258,615股本公司H股受限制股份單位獲授予本公司員工（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。

下表披露本公司H股受限制股份單位於期內的變動：

參與人姓名或類別	H股受限制股份單位數目						授出受限制股份單位日期	受限制股份單位歸屬期間
	於2025年1月1日	期內授出	期內歸屬	期內註銷	期內失效	於2025年6月30日		
董事								
Kevin Nolan 先生	1,057,309	956,512	171,547	305,538	—	1,536,736	23/6/2022, 23/6/2023, 20/6/2025	23/6/2022– 15/3/2025, 23/6/2023– 15/3/2026, 20/6/2025– 15/3/2027
非董事僱員								
總計	3,474,571	—	777,372	1,384,572	117,868	1,194,759	25/5/2022, 23/6/2022, 9/9/2022	25/5/2022– 15/3/2024, 23/6/2022– 1/7/2025, 9/9/2022– 1/7/2025
總計	4,596,151	—	—	—	152,971	4,443,180	23/6/2023, 1/11/2023	23/6/2023– 1/7/2026, 1/11/2023– 1/7/2026
總計	4,505,920	—	—	—	182,984	4,322,936	24/6/2024, 22/11/2024	24/6/2024– 1/7/2027, 22/11/2024– 1/7/2027
總計	—	6,370,513	—	—	—	6,370,513	20/6/2025	20/6/2025– 1/7/2028
	13,633,951	7,327,025	948,919	1,690,110	453,823	17,868,124		

本公司H股緊接受限制股份單位授出日期（2025年6月20日）的收市價為每股22.5港元。於2025年6月20日授出的受限制股份單位的公允價值為167百萬港元。

股份計劃

H股受限制股份單位的公允價值乃按本公司股份於授出日期的收市價計算。評估該等獎勵股份的公允價值時已考慮歸屬期內的預期股息。

股份緊接H股受限制股份單位的歸屬日期的加權平均收市價為每股26.45港元。

上述被註銷股份的購買價為每股26.63港元。

各H股受限制股份單位計劃的授予權限僅於該特定年度有效及生效，因此於本中期報告日期，該等H股受限制股份單位計劃並無剩餘年期。於2025年1月1日及2025年6月30日，H股受限制股份單位計劃項下可供授出的股份獎勵數目為零。

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人不包括本公司獨立董事、監事及單獨或合計持有公司5%或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股股票期權激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激勵計劃所涉及的標的股票總數不超過於股東大會提出獎勵計劃當日本公司股份總數的10%。A股股票期權激勵計劃的計劃股份來源為發行新股份。

2021年A股股票期權激勵計劃

在2021年9月15日舉行臨時股東大會上，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股股票期權激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股股票期權激勵計劃，本公司已決議向參與人授予51,000,000份股票期權。其中首次授予46,000,000份，預留5,000,000份。

於2021年，在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份保留股票期權。不會再授出A股股票期權激勵計劃之下的其餘保留股票期權。

2022年A股股票期權激勵計劃

在2022年6月28日舉行的年度股東大會上，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，本公司已決議向參與人授予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。

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					每股股票期權的行使價（附註2）人民幣			
	於2025年 1月1日	期內授出	期內行使	期內註銷 (附註3)	期內失效	於2025年 6月30日	授出股票期權 日期(附註1)	股票期權的 行使期	
董事									
李華剛先生	365,576	—	—	182,788	—	182,788	15/09/2021	15/09/2022至 15/09/2027	25.63
宮偉先生	182,788	—	—	91,394	—	91,394	15/09/2021	15/09/2022至 15/09/2027	25.63
李少華先生	31,214	—	—	—	—	31,214	15/09/2021	15/09/2022至 15/09/2027	25.63
孫丹鳳女士	18,728	—	—	—	—	18,728	15/09/2021	15/09/2022至 15/09/2027	25.63
其他職工									
總計	16,273,214	—	—	7,721,460	880,236	7,671,518	15/09/2021	15/09/2022至 15/09/2027	25.63
總計	1,189,970	—	—	413,713	362,544	413,713	15/12/2021	15/12/2022至 15/12/2027	25.63
總計	48,810,366	—	—	23,547,639	1,715,088	23,547,639	28/06/2022	28/06/2023至 28/06/2027	23.86
	66,871,856	—	—	31,956,994	2,957,868	31,956,994			

股份計劃

根據A股股票期權計劃，參與者申請或接納股票期權時並無應付代價。各A股股票期權計劃的授予權限僅於該特定年度有效及生效，因此於本中期報告日期，該等A股股票期權計劃並無剩餘年期。於2025年1月1日及2025年6月30日，A股股票期權計劃項下可供授出之股票期權數目為零。

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	業績考核目標
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	2021年度公司的歸母淨利潤較2020年的經調整歸母淨利潤增長率達到或超過30%
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	2022年度公司的歸母淨利潤較2021年的歸母淨利潤增長率達到或超過15%
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	2023年度公司的歸母淨利潤較2021年的歸母淨利潤年複合增長率達到或超過15%
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	2024年度公司的歸母淨利潤較2021年的歸母淨利潤年複合增長率達到或超過15%
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	2025年度公司的歸母淨利潤較2021年的歸母淨利潤年複合增長率達到或超過15%

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	業績考核目標
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	2022年度公司的歸母淨利潤較2021年的歸母淨利潤增長率達到或超過15%
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	2023年度公司的歸母淨利潤較2021年的歸母淨利潤年複合增長率達到或超過15%
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	2024年度公司的歸母淨利潤較2021年的歸母淨利潤年複合增長率達到或超過15%
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	2025年度公司的歸母淨利潤較2021年的歸母淨利潤年複合增長率達到或超過15%

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. 授出股票期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股股票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。2021年及2022年所授出的已註銷股票期權的行使價分別為人民幣25.63元及人民幣23.86元。

股份計劃

截至2025年6月30日止六個月，根據本公司所有計劃授出的A股股票期權及獎勵可能發行的A股數量佔期內已發行A股（不包括庫存股份）加權平均股份數量的0.52%。

有關股票期權的攤薄影響的詳情，載於財務報表附註11。