第四节经营情况讨论与分析一、概述（一）行业概况冰箱市场：2020年冰箱市场呈现低开高走态势，受疫情影响，市场规模于2020年一季度同比大幅下降，随后逐步恢复。根据中怡康推总数据，2020年度，冰箱内销市场零售额同比下降3.3%。分产品结构看，线上、线下市场均向大容积趋势倾斜，多门、对开门等多温区产品增长突出，根据中怡康监测数据，2020年内销冰箱线下市场，多门冰箱零售额占比同比提升6.7个百分点，内销冰箱线上市场，多门冰箱零售额占比同比提升4.1个百分点。从技术发展趋势看，随着消费者对健康、智能化以及高品质生活的追求，冰箱产品朝着科技保鲜、除菌、净味、食材健康智能管理、家居互联的技术方向发展。空调市场：根据艾肯空调制冷网发布的《2020年度中国中央空调市场报告》，2020年度国内中央空调市场整体容量仍然维持在1000亿元以上的规模，同比下降1.0%。分渠道看：家装零售市场规模在2020年连续第二年出现下滑，是导致2020年中央空调整体市场下滑的原因之一；工程项目市场逆势增长，医疗、轨道交通、数据中心等细分市场持续增长，精装修楼盘配套市场成为2020年工程项目市场增长的最大贡献者。分产品类别看，多联机依然是中央空调市场中最受关注、占比最大的产品类别。得益于工程项目市场的增长，多联机产品2020年市场规模同比增长2%，占中央空调整体市场的49.5%，份额稳定。从技术发展趋势看，中央空调产业继续朝着节能环保、舒适健康、智能化等技术方向发展。国内家用空调市场形势依然严峻，市场规模同比大幅下滑。根据中怡康推总数据，2020年度，家用空调内销市场零售额同比下降22.0%。从产品结构看，新能效加速产业升级，低能效产品退出，健康类空调产品热度提升，新风空调保持逆势增长。从技术发展趋势看，随着新能效标准的正式实施以及消费者对舒适、健康、绿色、智能等需求的日益追求，家用空调产品围绕“空气质量提升”、“新风”、“杀菌”等用户痛点方向发展。（二）公司经营分析面对突发疫情影响以及家电行业需求不振，公司积极应对，坚持以用户为中心，精准定位用户需求，通过技术和产品创新、大力推广中高端产品等方式，确保经营稳定。报告期内，公司实现营业收入483.93亿元，同比增长29.21%。分产品看，冰洗业务实现主营业务收入187.09亿元，同比增长16.00%；空调业务实现主营业务收入233.86亿元，同比增长42.87%；分境内外收入看，内销业务实现主营业务收入292.05亿元，同比增长28.59%；外销业务实现主营业务收入146.39亿元，同比增长27.47%。公司实现归属于上市公司股东的净利润15.79亿元，同比下降11.97%，主要受家用空调经营亏损影响。每股收益为1.16元。公司持续紧抓资金管理，经营活动产生的现金流量净额为59.63亿元，同比增长197.34%。各业务主要工作情况如下：1、冰洗业务报告期内，市场规模承压叠加大宗原材料价格上涨导致生产成本持续走高，冰箱制造企业面临着严峻的经营压力。面对不利环境，公司积极调整营销策略，聚焦营销能力提升，坚定不移狠抓销售结构改善，实现高端产品的快速突破，确保规模与效益双增长。主要工作如下：（1）不断推出高质量新品，保持产品高竞争力：公司深挖用户需求，并以此为导向加大高端差异化技术预研与储备，快速转化，先后推出“真空保鲜科技+全空间离子除菌净味”的真空系列产品以及搭载RFID（(无线射频识别）技术的全空间识别食材管理系列产品，从“鲜度、温度、湿度、速度、净度”五大维度打造保鲜科技，实现产品竞争力及差异化不断加强。报告期内，公司冰箱产品先后荣获“2020中国冰箱行业真空保鲜创新产品奖”、“年度产品创新成果奖”等系列奖项。根据中怡康数据显示，2020年公司冰箱产品中高端零售额占有率同比提升2.9个百分点。洗衣机产品方面：作为中国洗衣机行业首个蒸烫洗团体标准的牵头制定者和标准起草组组长单位，公司契合当下消费者的新洗护诉求，继续以“蒸烫洗”作为重点技术方向，推出蒸烫洗系列高端产品，主打衣物的健康除菌和免熨护理。凭借出色的产品表现，公司洗衣机产品荣获“2020德国iF设计大奖”等系列奖项。（2）大力发展出口业务：公司积极响应出口市场需求，快速反应，提效增产，优化出口交付流程，确保海外订单及时交付，出口规模实现大幅增长。（3）加大品牌推广，提高品牌声量：公司以“聚焦产品做品牌，集中资源做重点”的品牌推广策略，积极创新推广传播模式，通过与知名艺人合作、登录热门综艺平台等，迅速扩大品牌声量。海信真空冰箱独家冠名央视《越战越勇》，登陆央视《品牌行动》，赞助《拜托了冰箱第六季》；容声冰箱以WILL冰鲜箱为载体，携手湖南卫视《中餐厅》，成为节目官方使用产品。2、空调业务报告期内，在中央空调行业整体规模同比下滑的情况下，公司中央空调业务通过聚焦技术升级，坚持高质量的好产品战略以及提升营销能力等措施，实现逆势增长，规模、利润及市场占有率稳步提升。主要工作如下：（1）以技术引领市场，坚持高质量的好产品战略：在首推行业首款5G中央空调后，公司再次引领行业技术升级，发布首款运用PLC技术的场景中央空调，海信Ai家系列产品创新结合5G物联网技术与PLC技术，高效稳定地统一控制家居智能微场景，通电即联网，在不需要重新布线的基础上即可实现智能家居场景的无限拓展。契合绿色、健康的消费升级新风口，公司依托预研技术储备，并实现技术的快速转化落地，率先推出搭载净化、杀菌功能产品，在2020年度“11.28全民空净节”中，海信5G荣耀家中央空调荣获空净行业至高荣誉——“南山奖”，成为中央空调行业第一个也是唯一获此殊荣的产品。（2）主动布局市场渠道，聚焦新形势下的营销机会:面对2020年不利的行业形势和疫情形势，公司深入研究疫情影响下的用户需求，精准制定营销推广方案以及服务计划，提升产品销售能力，助力规模与市场占有率的稳步提升。家用空调业务则坚持高端战略，主打价值营销，围绕用户需求，全年坚持“开机三分钟，满屋是新风”的新风空调推广主线，有效占领细分市场，提升新风细分领域占有率。根据奥维云网零售监测数据，2020年，海信新风空调产品线上零售额份额位居行业第二，海信新风空调产品线下零售额份额位居行业第三。海信新风空调凭借出色的表现，通过了严苛的检测，成为全球首款通过JQA（日本质量保证协会）认证的新风空调产品。（3）大力发展出口业务：面对内销市场的不利局面，公司多举并行，积极开拓出口业务，调整出口策略，聚焦重点市场，规划差异化产品，持续提升出口规模。二、主营业务分析1、概述参见“经营情况讨论与分析”中的“一、概述”相关内容。2、收入与成本（1）营业收入构成单位：元项目2020年2019年同比增减（%）金额占营业收入比重（%）金额占营业收入比重（%）营业收入合计48,392,870,703.1137,453,043,968.7429.21分行业家电制造业43,844,644,902.9590.6034,196,927,100.8391.3128.21分产品冰洗18,709,002,118.3338.6616,127,991,501.2743.0616.00空调23,386,192,179.1748.3316,368,984,335.9043.7142.87其他1,749,450,605.453.611,699,951,263.664.542.91分地区境内29,205,488,972.2460.3522,712,402,936.9160.6428.59境外14,639,155,930.7130.2511,484,524,163.9230.6727.47（2）占公司营业收入或营业利润10%以上的行业、产品或地区情况√适用□不适用公司是否需要遵守特殊行业的披露要求：否单位：元项目主营业务收入主营业务成本毛利率（%）主营业务收入比上年同期增减（%）主营业务成本比上年同期增减（%）毛利率比上年同期增减（百分点分行业家电制造业43,844,644,902.9532,451,870,805.4425.9828.2123.073.09分产品冰洗18,709,002,118.3314,685,528,054.9821.5116.0019.40-2.23空调23,386,192,179.1716,382,597,669.1329.9542.8729.147.45其他1,749,450,605.451,383,745,081.3320.902.910.092.23分地区境内29,205,488,972.2419,170,426,142.7634.3628.5920.364.49境外14,639,155,930.7113,281,444,662.689.2727.4727.210.18）公司主营业务数据统计口径在报告期发生调整的情况下，公司最近1年按报告期末口径调整后的主营业务数据□适用√不适用（3）公司实物销售收入是否大于劳务收入√是□否行业分类项目单位2020年2019年同比增减（%）家电制造业销售量万台3,0722,38828.64生产量万台3,0802,41927.33库存量万台1771694.73相关数据同比发生变动30%以上的原因说明□适用√不适用（4）公司已签订的重大销售合同截至本报告期的履行情况□适用√不适用（5）营业成本构成单位：万元行业分类项目2020年2019年同比增减（%）金额占营业成本比重（%）金额占营业成本比重（%）家电制造业原材料2,982,892.9391.922,432,561.9692.2522.62直接费用139,530.554.30104,284.613.9533.80其他122,763.603.7899,966.713.8022.80（6）报告期内合并范围是否发生变动√是□否新增合并的子公司：青岛古洛尼电器股份有限公司、海信（山东）厨卫有限公司、海信（香港）美洲家电制造有限公司、海信蒙特雷家电制造有限公司、海信蒙特雷物业管理有限公司。不再纳入合并范围的子公司：广东华傲电子有限公司。（7）公司报告期内业务、产品或服务发生重大变化或调整有关情况□适用√不适用前五名客户合计销售金额（元）18,323,277,931.36前五名客户合计销售金额占年度销售总额比例（%）37.86前五名客户销售额中关联方销售额占年度销售总额比例（%）22.80（8）主要销售客户和主要供应商情况公司主要销售客户情况公司前5大客户资料序号客户名称销售额（元）占年度销售总额比例（%）1第一名8,687,023,321.0117.952第二名3,347,070,843.106.923第三名2,380,202,626.294.924第四名2,348,695,564.304.855第五名1,560,285,576.663.22合计--18,323,277,931.3637.86主要客户其他情况说明√适用□不适用前五名客户中，第一、四名客户与本公司同由海信集团控股公司控股，与本公司存在关联关系，除此之外，其他客户与公司不存在关联关系，公司董事、监事、高级管理人员、核心技术人员、持股5%以上股东、控股股东和其他关联方在主要客户中没有直接或者间接拥有权益。公司主要供应商情况前五名供应商合计采购金额（元）4,060,918,571.31前五名供应商合计采购金额占年度采购总额比例（%）11.05前五名供应商采购额中关联方采购额占年度采购总额比例（%）0公司前5名供应商资料序号供应商名称采购额（元）占年度采购总额比例（%）1第一名1,460,253,165.323.972第二名860,285,275.442.343第三名652,772,787.721.784第四名547,258,873.751.495第五名540,348,469.081.47合计--4,060,918,571.3111.05主要供应商其他情况说明□适用√不适用3、费用）单位：元项目2020年2019年同比增减（%重大变动说明销售费用6,891,389,066.255,670,186,916.6421.54无重大变动管理费用619,163,555.38515,205,417.6120.18无重大变动研发费用1,284,848,949.46934,412,243.4237.50主要系加大研发投入所致财务费用-109,880,006.83-8,012,313.27不适用主要系公司经营改善资金沉淀产生的利息收入增加所致4、研发投入√适用□不适用报告期内，公司研发投入及产品力提升情况请参见“经营情况讨论与分析”中的“一、概述”相关内容。公司研发投入情况项目2020年2019年变动比例（%）研发人员数量（人）1,6911,6890.12研发人员数量占比（%）4.284.90-0.62个百分点研发投入金额（元）1,532,348,263.571,134,754,777.2035.04研发投入占营业收入比例（%）3.173.030.14个百分点研发投入资本化的金额（元）000资本化研发投入占研发投入的比例（%000）研发投入总额占营业收入的比重较上年发生显着变化的原因□适用√不适用研发投入资本化率大幅变动的原因及其合理性说明□适用√不适用5、现金流单位：元项目2020年2019年同比增减（%）经营活动现金流入小计41,196,926,173.0230,781,842,654.9233.84经营活动现金流出小计35,234,218,363.1828,776,505,602.3622.44经营活动产生的现金流量净额5,962,707,809.842,005,337,052.56197.34投资活动现金流入小计12,102,168,856.458,535,674,820.6341.78投资活动现金流出小计16,002,723,454.978,615,903,834.4785.73投资活动产生的现金流量净额-3,900,554,598.52-80,229,013.84不适用筹资活动现金流入小计411,836,500.00136,830,668.56200.98筹资活动现金流出小计2,924,294,190.931,059,280,977.16176.06筹资活动产生的现金流量净额-2,512,457,690.93-922,450,308.60不适用现金及现金等价物净增加额-447,904,024.011,003,742,533.45不适用相关数据同比发生重大变动的主要影响因素说明√适用□不适用经营活动现金流入增加主要系公司经营持续改善及并表海信日立全年数据所致；经营活动产生的现金流量净额增加主要系公司经营持续改善及并表海信日立全年数据所致；投资活动现金流入增加主要系到期收回的理财产品同比增加所致；投资活动现金流出增加主要系购买的理财产品同比增加所致；投资活动产生的现金流量净额减少主要系未到期的理财产品同比增加所致；筹资活动现金流入增加主要系公司短期借款借入增加所致；筹资活动现金流出增加主要系公司偿还短期借款及票据保证金同比变动所致。报告期内公司经营活动产生的现金净流量与本年度净利润存在重大差异的原因说明□适用√不适用三、非主营业务分析□适用√不适用四、资产及负债状况分析1、资产构成重大变动情况单位：元项目2020年末2019年末比重增减（百分）点）金额占总资产比例（%金额）占总资产比例（%重大变动说明货币资金7,110,772,454.1617.016,120,563,237.4718.01-1.00无重大变动应收票据548,498,540.361.311,095,849,666.163.22-1.91主要系票据质押减少应收账款6,594,103,859.2315.773,967,576,310.1111.674.10主要系报告期公司规模增长所致其他应收款398,205,694.160.95297,145,507.980.870.08主要系报告期末应收出口退税款增加所致存货4,295,262,485.1110.273,498,945,347.2810.29-0.02无重大变动其他流动资产4,198,014,186.5310.043,127,969,954.119.200.84主要系报告期末定期存款增加所致长期股权投资523,754,399.781.25468,080,722.631.38-0.13无重大变动投资性房地产36,648,535.290.0920,240,850.710.060.03主要系报告期新增出租资产所致固定资产3,879,403,505.699.283,813,541,683.8511.22-1.94无重大变动在建工程228,887,385.200.55216,943,108.590.64-0.09无重大变动其他非流动资产4,228,456,393.7910.112,148,329,801.656.323.79主要系报告期末定期存款增加所致短期借款22,026,317.500.05100,083,424.660.29-0.24主要系报告期末子公司短期借款到期所致应付票据10,775,376,397.8725.777,560,312,550.2322.243.53主要系报告期新开票据增加所致应付账款7,291,829,266.1017.445,317,357,636.8115.641.80主要系报告期公司规模增长，随规模增长相应采购额增加所致长期借款------2、以公允价值计量的资产和负债√适用□不适用单位：元项目期初数本期公允价值变动损益计入权益的累计公允价值变动本期计提的减值本期购买金额本期出售金额其他变动期末数金融资产1.交易性金融资产（不含衍生金融资产）2,120,000,000.0010,010,794.539,250,000,000.008,770,000,000.002,610,010,794.532.衍生金融资产10,887,680.2010,887,680.2010,887,680.203.其他债权投资4,099,608,704.80141,631,921.214,241,240,626.014.其他权益工具投资金融资产小计6,219,608,704.8020,898,474.739,402,519,601.418,770,000,000.006,862,139,100.74投资性房地产生产性生物资产其他上述合计6,219,608,704.8020,898,474.739,402,519,601.418,770,000,000.006,862,139,100.74金融负债201,236.00201,236.00201,236.00报告期内公司主要资产计量属性是否发生重大变化□是√否3、截至报告期末的资产权利受限情况除开具电子银行承兑汇票所需质押的保证金及应收票据外（具体详见附注六、55），截至报告期末，公司不存在主要资产被查封、扣押、冻结或者被抵押、质押等权利受限情形。五、投资状况1、总体情况□适用√不适用2、报告期内获取的重大的股权投资情况□适用√不适用3、报告期内正在进行的重大的非股权投资情况□适用√不适用4、金融资产投资（1）证券投资情况□适用√不适用公司报告期不存在证券投资。（2）衍生品投资情况√适用□不适用单位：万元衍生品投资操作方名称关联关系是否关联交易衍生品投资类型衍生品投资初始投资金额起始日期终止日期期初投资金额报告期内购入金额报告期内售出金额计提减值准备金额（如有）期末投资金额期末投资金额占公司报告期末净资产比例（%报告期实际损益金额）银行无否远期外02020年012020年120107,336.8963,855.46043,481.434.451,819.08汇合约月01日月31日合计0----0107,336.8963,855.46043,481.434.451,819.08衍生品投资资金来源出口收汇涉诉情况（如适用）不适用衍生品投资审批董事会公告披露日期（如有)2020年04月14日衍生品投资审批股东会公告披露日期（如有)不适用报告期衍生品持仓的风险分析及控制措施说明（包括本公司从事的衍生品业务主要是为了防范外销应收款的汇率波动风险而做的远期外汇合约。通过在合理区间内锁定汇率以达到套期保值作用。本公司已制订了《外汇资金业务管理办法》以及《远期外汇资但不限于市场风险、流动性风险、信用风险、操作风金交易业务内部控制制度》，明确规定了从事衍生品业务需遵循的基险、法律风险等）本原则、操作细则、风险控制措施、内控管理等。在实务管理方面，在衍生品业务管理办法基础上对衍生品业务采取事前、事中、事后的全程管理。已投资衍生品报告期内市场价格或产品公允价值变本公司对衍生品公允价值的核算主要是报告期本公司与银行签订的远期结售汇交易未到期合同，根据期末的未到期远期结售汇合同报价动的情况，对衍生品公允价值的分析应披露具体使用与远期汇价的差异确认为交易性金融资产或负债。报告期内本公司确的方法及相关假设与参数的设定认衍生品公允价值变动收益1,068.64万元，投资收益750.44万元，合计损益1,819.08万元。报告期公司衍生品的会计政策及会计核算具体原则与上一报告期相比是否发生重大变化的说明报告期内本公司衍生品业务的会计政策及会计核算具体原则与上一报告期相比未发生重大变化。独立董事对公司衍生品投资及风险控制情况的专项意见独立董事意见：本公司开展外汇衍生品业务有利于公司防范汇率波动风险；公司制定了《远期外汇资金交易业务内部控制制度》，通过加强内部控制，提升本公司外汇风险管理能力，采取的针对性风险控制措施可行。5、募集资金使用情况□适用√不适用公司报告期无募集资金使用情况。六、重大资产和股权出售1、出售重大资产情况□适用√不适用公司报告期未出售重大资产。2、出售重大股权情况□适用√不适用七、主要控股参股公司分析√适用□不适用主要子公司及对公司净利润影响达10%以上的参股公司情况单位：万元公司名称公司类型主要业务注册资本总资产净资产营业收入营业利润净利润海信日立子公司生产及销售中央空调15,000万美元1,588,503.50708,698.311,333,118.46276,273.15213,238.56报告期内取得和处置子公司的情况√适用□不适用公司名称报告期内取得和处置子公司方式对整体生产经营和业绩的影响青岛古洛尼电器股份有限公司投资设立有利于本公司高端产品内销规模扩大海信（山东）厨卫有限公司投资设立有利于本公司厨卫产品规模扩大海信（香港）美洲家电制造有限公司股权受让有利于满足本公司海外工厂投建需求海信蒙特雷家电制造有限公司股权受让海信蒙特雷物业管理有限公司股权受让广东华傲电子有限公司注销注销该公司不会对公司整体生产经营和业绩产生影响八、公司控制的结构化主体情况□适用√不适用九、公司未来发展的展望（一）公司发展战略本公司以“致力于科技创新，提升人类生活品质，幸福亿万家庭”为使命，坚定执行“智能生态战略”，匠心铸造高质量智能家电产品，致力于成为世界高端家电智能制造企业。（二）2021年经营重点2021年海信家电将继续坚定执行高质量的好产品战略，聚焦优势，打造产品力和市场力，激活组织活力，构筑持续增长能力，主要重点工作如下：1、坚定理念，做高质量的好产品：持续以用户需求为导向，坚定高质量的好产品战略，狠抓价值营销，实现销售结构优化，推动高端产品规模与市场份额稳步提升。2、加大投入，持续发挥技术优势：聚焦核心技术研究与智能场景，加大技术预研投入，完善预研体系和流程管理，推进预研成果转化应用，提升家电智能化水平。3、聚焦资源，实现品牌跨越式发展：聚焦优势资源，提升品牌影响力，通过“持续提升产品竞争力”、“大力推动品牌年轻化”、“抓实终端建设”、“突围重点市场”等措施实现品牌规模快速增长。4、加强协同，提升制造效率：加强制造协同与供应链布局，提升制造效率，实现订单高质量交付。5、加速资金周转，提高资金利用效率：加强资金风险管控，优化账期管理，减少非正常资金占用，提升资金周转效率。6、完善布局，实现产业规模突破：洗衣机产业借助蒸烫洗等差异化功能卖点，持续完善中高端布局，实现规模扩大；商用冷链产业继续深耕深冷技术，在深冷锁鲜、真空保鲜、精致分储等方面持续投入，实现创新；厨卫产业进一步完善产品布局，提升单店产出；加大超高端产品布局，持续实现产业规模突破。（三）未来发展面临的主要风险1、宏观经济波动风险：若宏观经济增长持续放缓，可能导致消费动力不足，进而影响家电产品的消费需求。2、成本上涨的风险：若原材料价格出现持续增长，将对公司的产品成本产生不利影响；而人力及劳务成本、安装维修服务成本等不断上升，可能对公司盈利能力产生不利影响。3、贸易保护主义及贸易壁垒带来的市场风险：部分国家和地区为保护自身经济利益，通过提高关税、强制认证等手段，导致企业运营成本增加，间接影响企业出口业务的竞争力及盈利能力。4、汇率波动风险：若人民币汇率大幅波动，将直接影响公司出口产品的成本竞争力，从而对公司出口业务的盈利能力产生影响。十、接待调研、沟通、采访等活动情况1、报告期内接待调研、沟通、采访等活动登记表淡水泉投资、诚金资产、√适用□不适用接待时间接待地点接待方式接待对象类型接待对象谈论的主要内容及提供的资料调研的基本情况索引2020年8月21-25日不适用电话沟通机构长江证券研究所、富国基金管理有限公司、广发基公司发展战略、经营情况等，未提供资料。公告网站：巨潮资讯网；《投资者关系活动记录表》编号：2020-001金管理有限公司、上海国泰君安证券资产管理有限公司、国投瑞银基金管理有限公司、华泰柏瑞基金管理有限公司、华夏基金管理有限公司、汇丰晋信基金管理有限公司、金鹰基金管理有限公司、新华资产管理股份有限公司、兴证全球基金管理有限公司、易方达基金管理有限公司、煜德投资、长城基金管理有限公司、中欧基金管理有限公司、中国国际金融股份有限公司、三星投资、海岸线投资、凯思博投资管理(香港)有限公司、千禧香港投资有限公司、TrowePrice、FidelityInternational、ManulifeHongKong、圆方资本管理有限公司、Pinpoint保银投资、鲍尔太平资产管理、银杏环球资本、永赢基金管理有限公司、上海正享投资管理有限公司、合煦智远基金管理有限公司、Dynon、宝盈基金管理有限公司、长盛基金管理有限公司、星石投资、丽格资本、上海东方证券资产管理有限公司、华夏久盈资产管理有限责任公司、FILAsiaHoldingsPteLimited是否披露、透露或泄露未公开重大信息否