

海尔智家 H 股成功上市！构建“A+D+H”全球资本市场布局

12月23日上午，海尔智家股份有限公司H股在香港联合交易所有限公司主板成功上市。海尔智家成为首家上海、香港、法兰克福三地上市的公司，构建起了“A+D+H”全球资本市场布局，这标志着公司产融结合从全球大家电行业的领导者，进入物联网时代场景品牌、生态品牌全球引领的新阶段。

全球布局实现协同效应，开启高效率通道

此次海尔智家通过新发行H股吸收合并海尔电器全部，两家公司变成一家公司，实现智家业务版块整体上市。依据协议文件，海尔电器已于香港联交所退市，由公众公司转为非上市公司，这个过程，在法律意义上称之为私有化交易。

整合后的海尔智家，将会在业务协同、财务发展、公司治理等方面发挥协同效应，以全新的面貌整装待发，持续放大竞争优势。

在业务协同上，一方面，凭借全球布局、全球品牌和全品类产品的优势，私有化后的海尔智家可以实现境内外、跨产业链的全球协同提效和增值，全产业链数字化的业务系统变革为利润率带来了更大提升空间；另一方面，随着业务协同效应的落地，海尔智家在智慧家庭布局上也将更加值得期待，全品类一体化的内部深度整合，有助于共建共享智家体验云平台，让智慧家庭解决方案得到深化拓展，诞生更多的增长机遇，从而共创场景品牌、生态品牌的全球引领。

在财务发展上，协同效应也逐步升级。海尔电器账面现金较为充裕，除优先用于偿还现金付款的借款和保持营运资金外，剩余现金可用于偿还、置换海尔智家现有的贷款，这将进一步优化海尔智家的资本结构，降低未来的财务费用。伴随着降费提效的持续推进，海尔智家的利润空间也将快速打开，从而踏上全面降费增利新台阶，长期提升股东回报率。

在公司治理上，随着海尔电器的退市、并成为海尔智家的全资附属公司，消除了二者原有潜在同业竞争导致的管理环节冗余，提升全流程运营效率，优化治理决策过程，以更好地应对外界挑战。此外，在不断提升ESG水平的同时，海尔智家也会搭建全球员工激励平台，进一步强化公司、股东、员工利益一致性。

总括而言，私有化后各项协同效应的综合作用下，海尔智家依托全球供应链布局、产品差异化引领和品牌多元化矩阵等方面优势，开启高效率通道，未来规模效应逐步显现，盈利能力将有望进一步提升。

场景品牌优势凸显，加速生态品牌全球落地引领

物联网是万物互联的时代，也是产业融合的时代。用户消费行为愈发多样化，让智能家居行业整体呈现“电器→网器→场景→生态”的演变，完美的家由众多个性化的用户需求组成。

基于此，海尔智家正在积极推行生态品牌战略，且已逐步取得成效。全球首个场景品牌三翼鸟通过定制化场景满足消费者衣、食、住、娱各类生活需求，覆盖了家庭场景建设、焕新的全过程，成为行业的“新物种”。

短短几个月，三翼鸟场景品牌也交出了一份令市场满意的成绩单。开业仅50天，北京001体验中心销售额便突破2600万、升级到“三翼鸟时代”的上海001号店客单价达到了22

万元。前三季度，公司场景方案销售 68.7 万套，同比增长 24.5%；依托智慧场景带来的生态收入持续增长，其中第三季度生态收入达 34 亿元，同比增长 138%。

如今，海尔智家已在物联网时代洪流中立住脚跟，私有化后也将加速场景定制、体验定制的三翼鸟场景品牌全球引领。海尔智家与海尔电器的洗衣机、热水器、净水器等业务可获得充分整合和全流程协同，既保障了智慧家庭解决方案的完整性和多元化，又能进一步深化线上线下融合，打造以场景、用户交互与迭代为核心的智家生态，为用户提供全生命周期的定制服务最佳体验。

当前，海尔智家已在全球建立世界级品牌矩阵和领先的全球行业地位，而整合后的海尔智家将进一步构建基于物联网生态品牌战略优势，加速生态品牌的全球引领，从而激发全球智慧家庭市场的增长潜力。