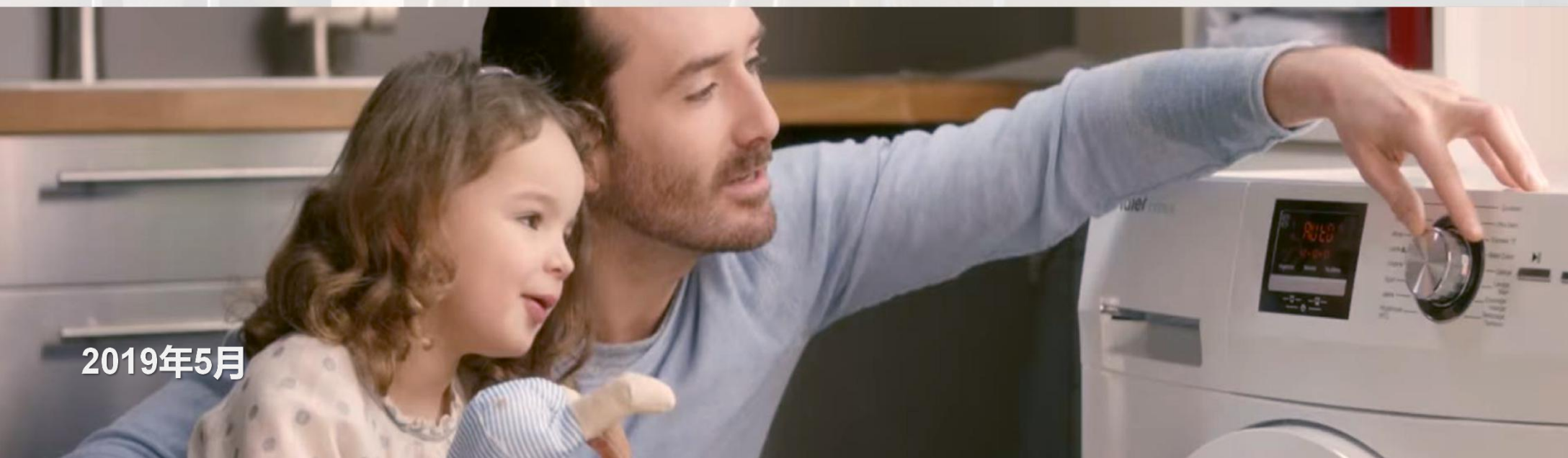




# 青岛海尔股份有限公司

路演文稿

# Haier



2019年5月

## 市场领导地位

连续**10年**全球第一



**10.5%** 大型家电市场份额

**4**大洲位居**前二**



**22.4%** 大型家电市场份额

## 标志性的品牌集群

**~100%** 收入来自自有品牌

**CANDY**

**Haier**

**Casarte**  
REFINED LIVING

**LEOGER**



GE APPLIANCES

**FISHER & PAYKEL**

**AQUA**

(收购并整合)

(收购并整合)

(收购并整合)

**~40%** 收入 来自除中国以外国际市场



**10** 个研发中心



**>100** 个国家和地区



**66** 个营销中心



**24** 个工业园



**122** 个制造中心



**>8.7万** 全球总员工

## 全球产业布局和协同



## 卓越的财务表现

**19.5%**

2015 – 18年收入 CAGR

**14.6%**

2015 – 18年净利润 CAGR

**~30%**

稳定的股息支付率

**>20%**

2018年股本回报率

## 物联网生态收入



**70亿**人民币

2018年生态收入



**28亿**人民币

2018年平台收入



备注：股东数据为截止2019年6月11日数据

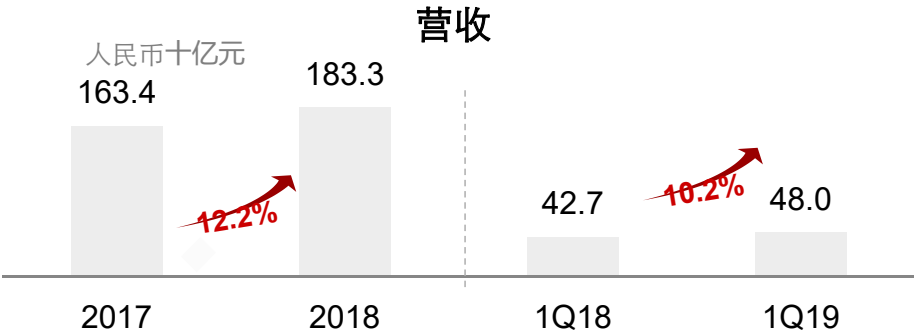
1	2018财年和2019财年第一季度业绩回顾	1
2	投资亮点	16
3	D股	18
4	增长战略	21
5	附件	30



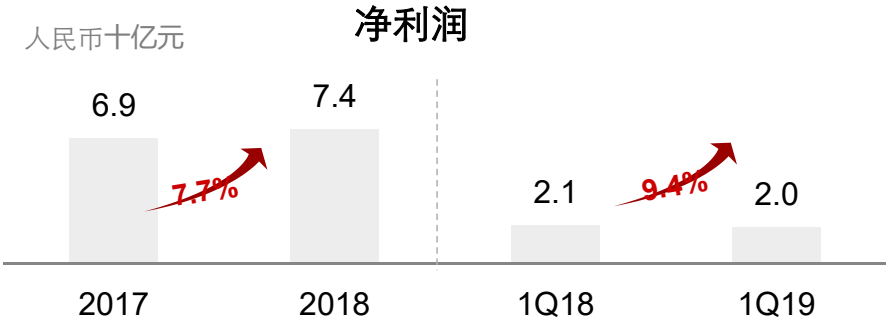
## 2018财年和2019财年第一季度业绩回顾

---

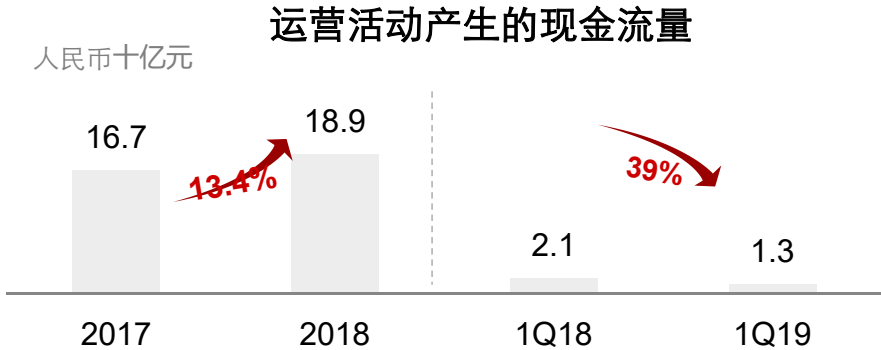
受消费升级和全球合并的推动，  
营收稳定增长



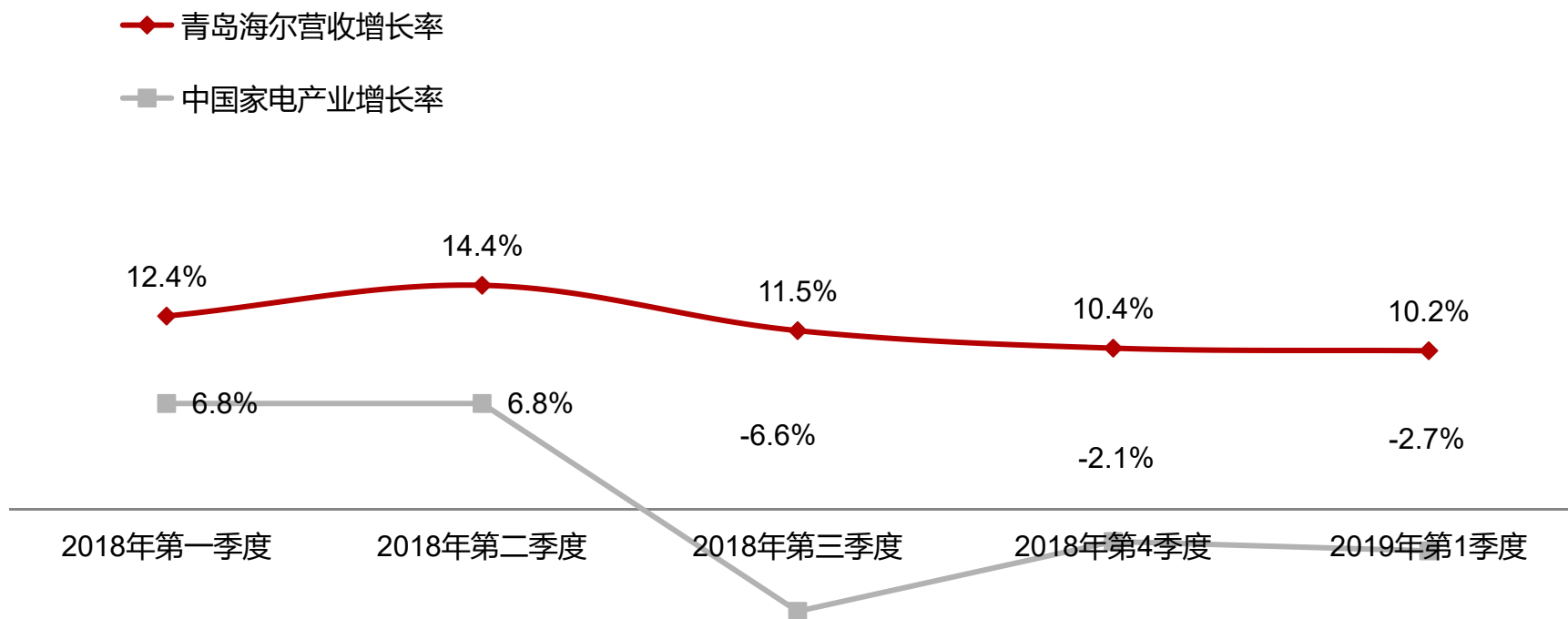
盈利能力创新高



现金流强劲

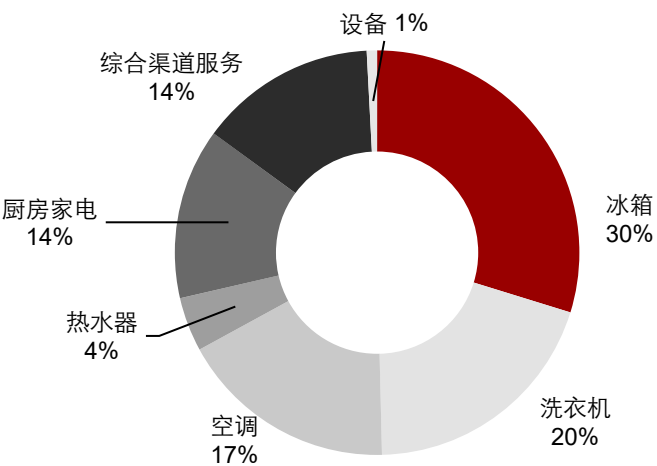


## 混合升级+全球化=可持续增长



来源: AVC

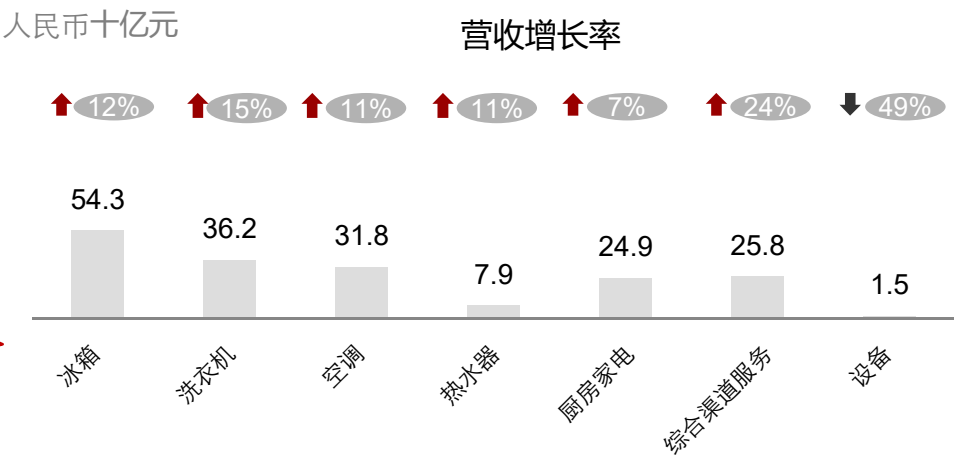
营收（按种类）



冰箱仍然是贡献最大的产品类别。

营收增长（按种类）

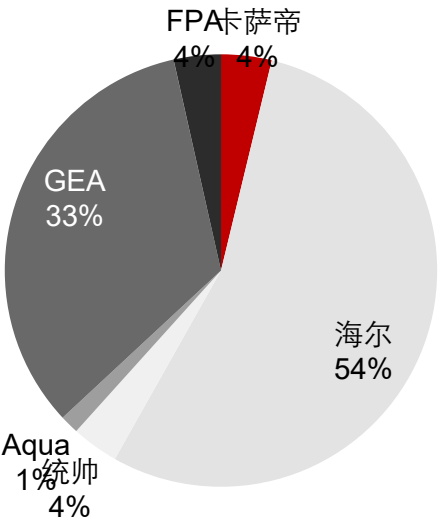
所有家电种类均实现稳定增长



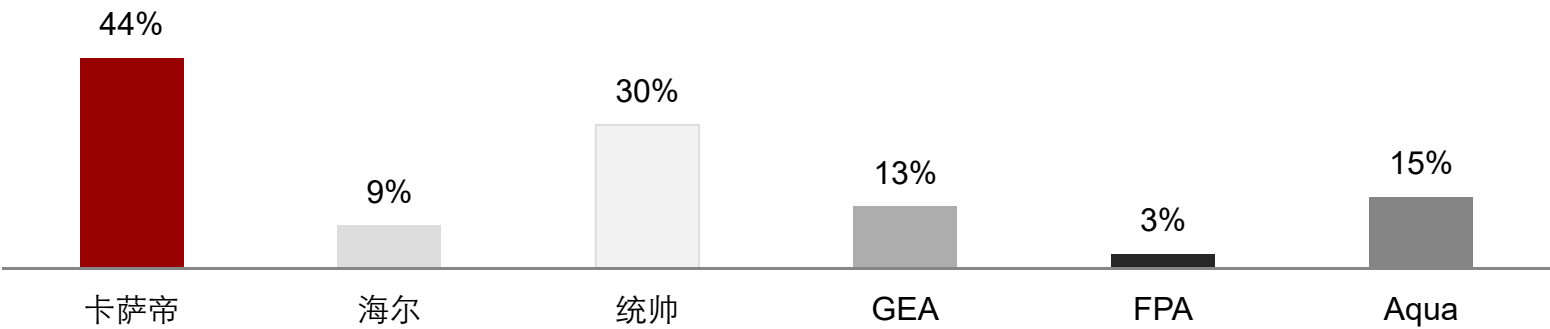


营收细目（按品牌）  
人民币十亿元

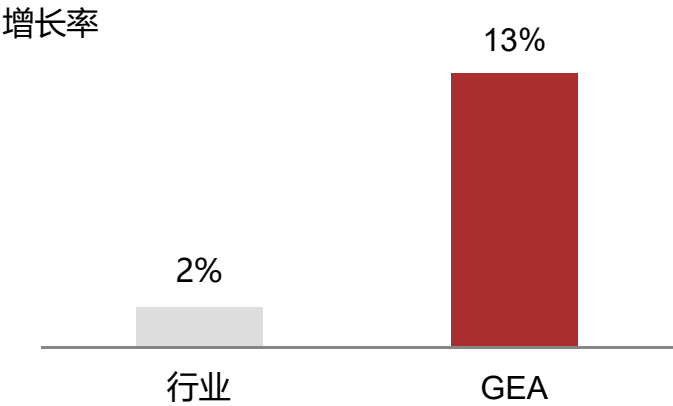
 Casarte 卡萨帝	5.9
 Haier	85
 FPA	5.5
 GE Appliances	52.2
 Fisher & Paykel	5.5
 AQUA	2.2



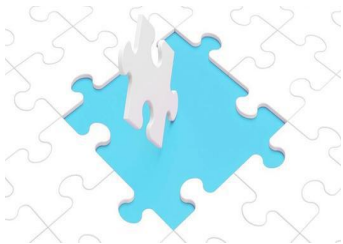
营收增长（按品牌）



远高于行业水平



协同效应

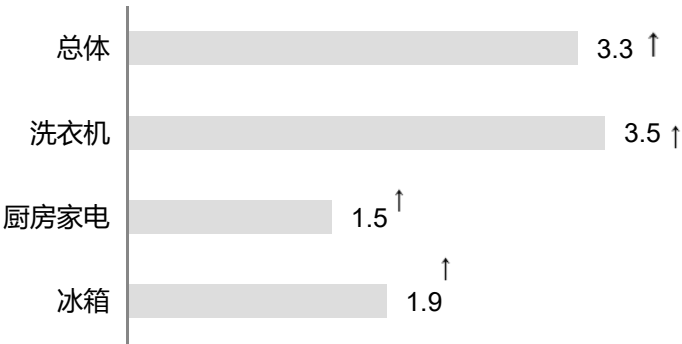


已确定的合作项目共价值7,900万美元

GEA已在中国开设20家门店



市场份额扩大



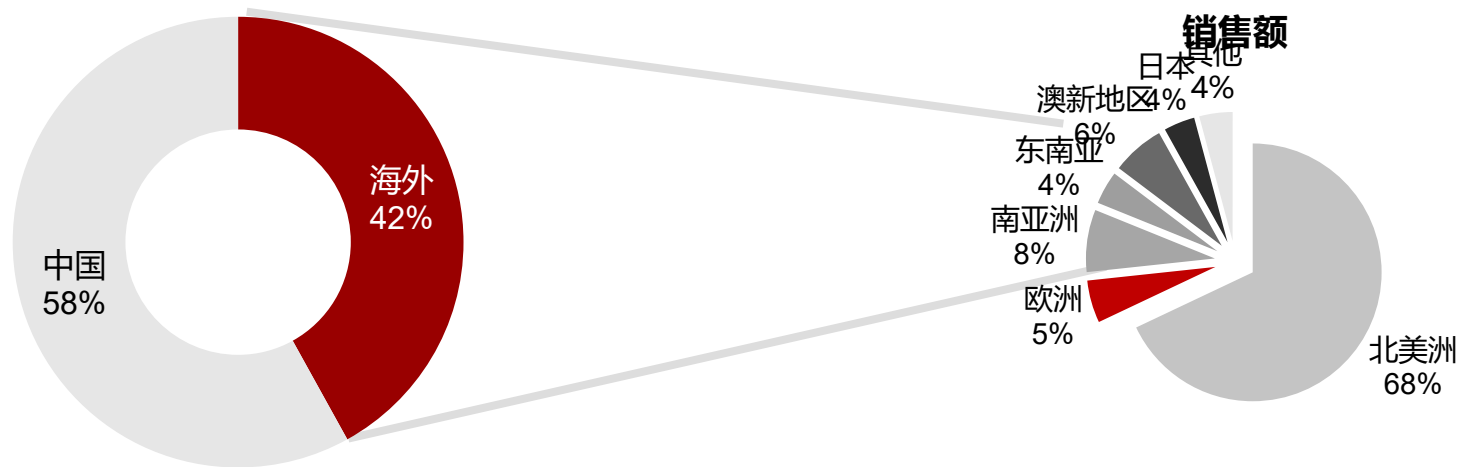
广受认可

《家电Movers & Shakers榜单前10名》



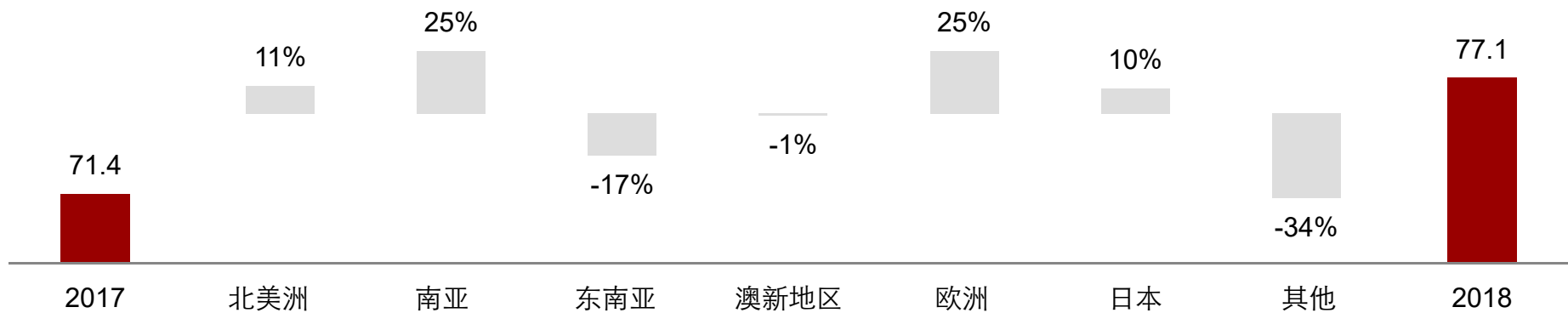
来源：美国家用电器制造商协会

营收细目（按地区）



营收增长率（按地区）

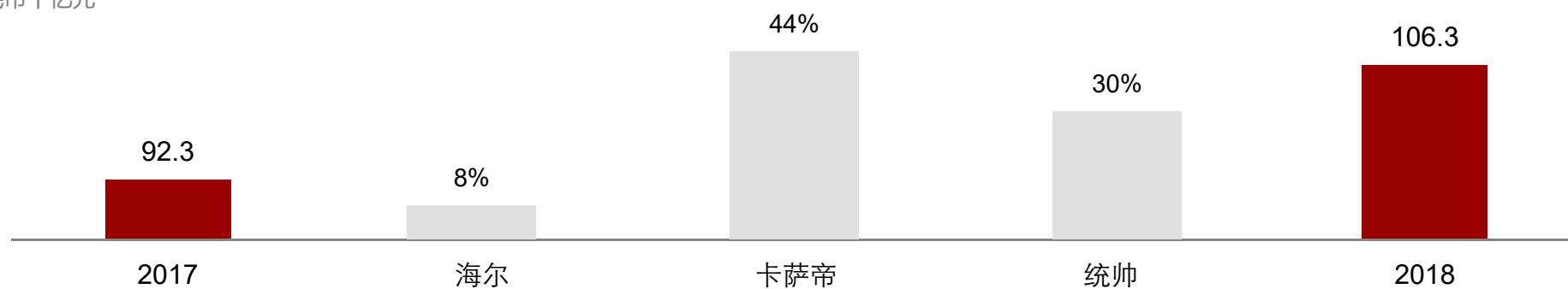
人民币十亿元

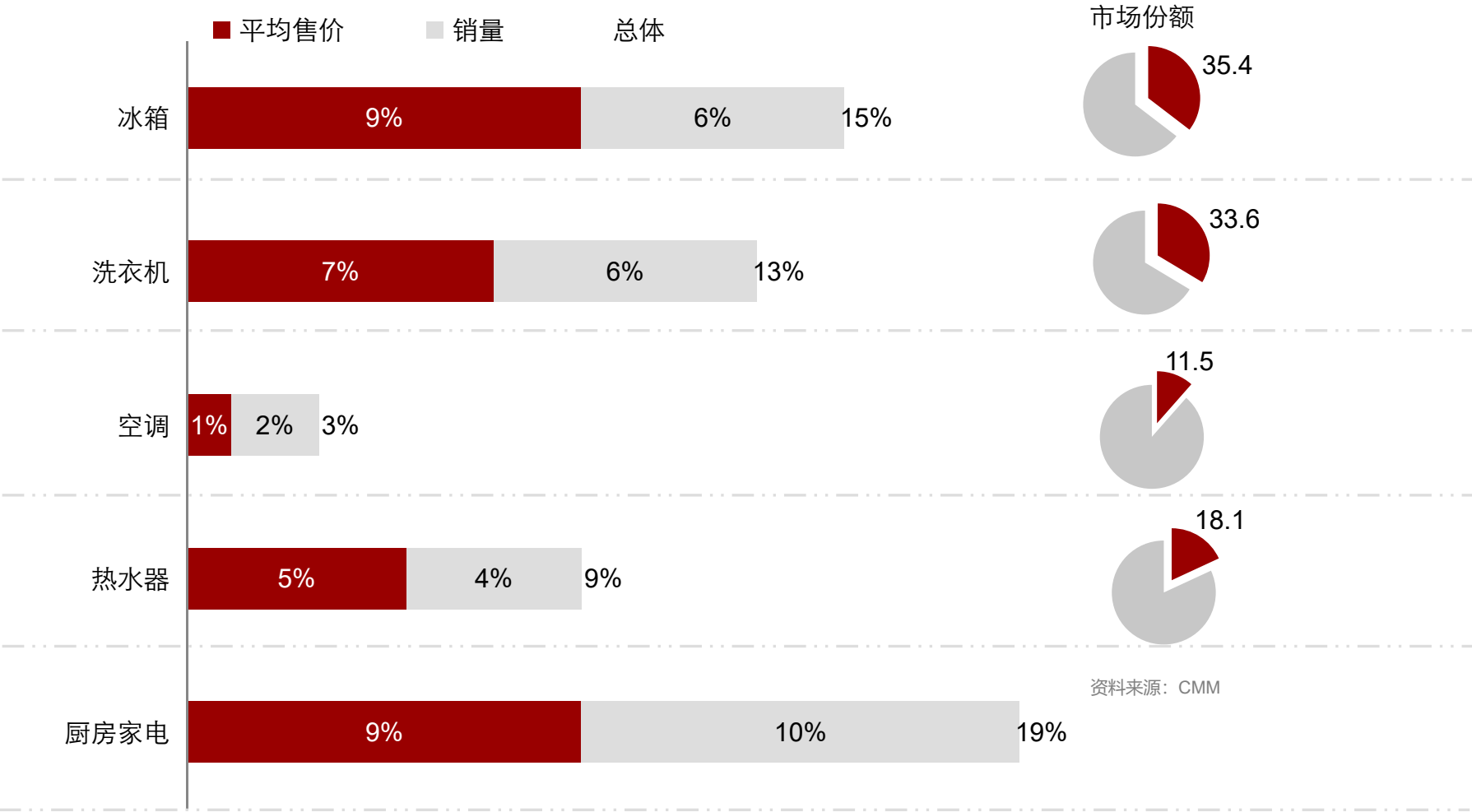


营收细目（按品牌）

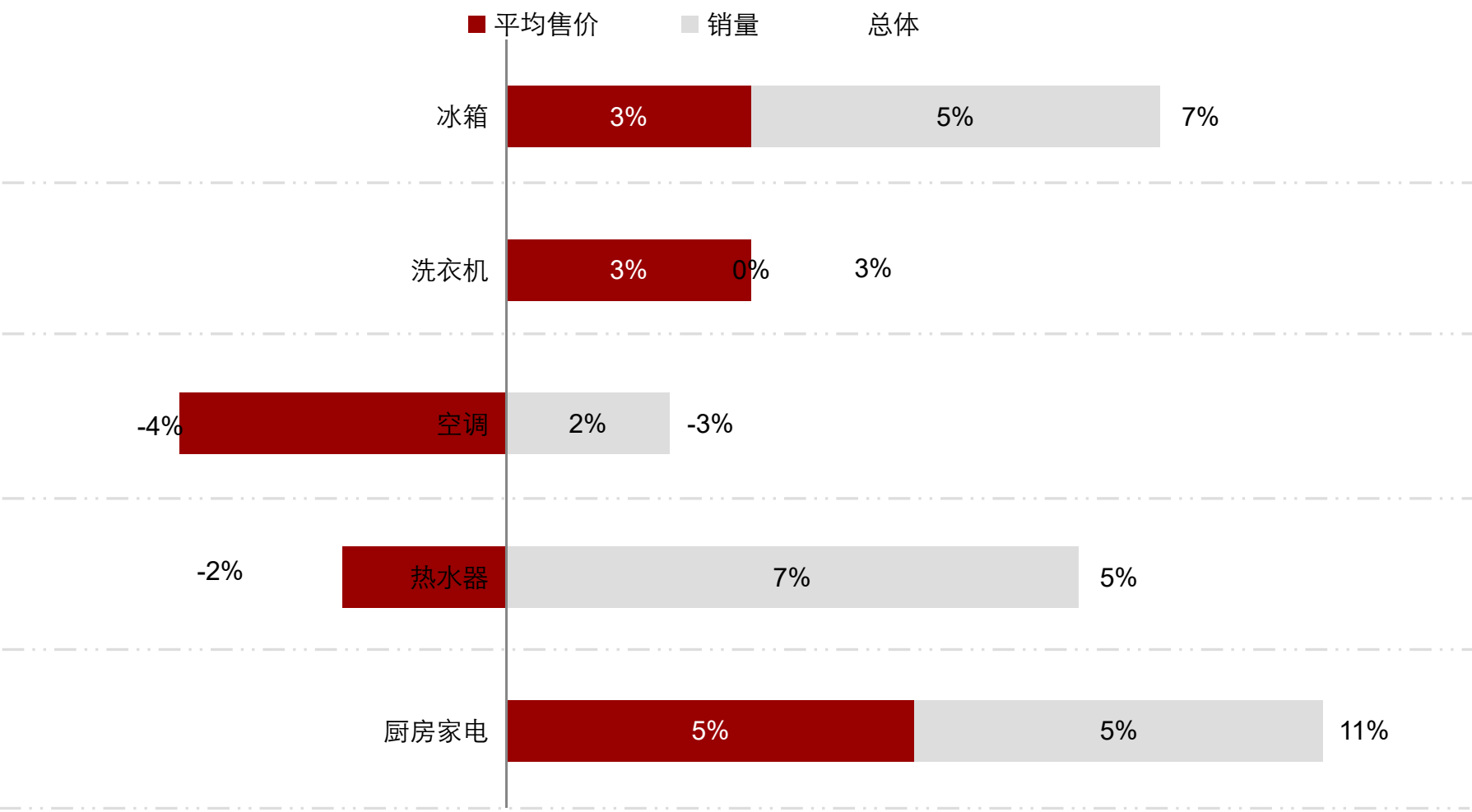


营收增长率（按品牌）  
人民币十亿元





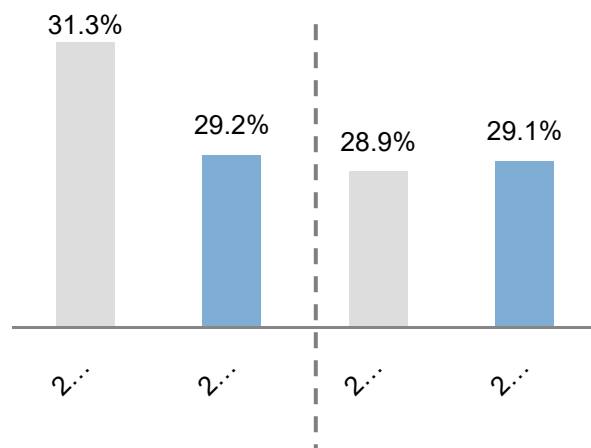
# 2019财年第一季度中国营收细目（按种类）



	2018财年	变动	同比变化* 重新分类的物流支出	原因
营收	183,317	12.2%		
毛利率	29.0%	-2.1个百分点	-0.4个百分点	GEA受原材料通货膨胀影响
销售支出比率	15.6%	-2.1个百分点	-0.4个百分点	GEA的效率提高
一般和行政支出比率	7.3%	+0.2个百分点	+0.2个百分点	
运营利润 (毛利-销售费用-研发费用-管理费用)	10,247	8.5%		
运营利润率	5.6%	-0.1个百分点		

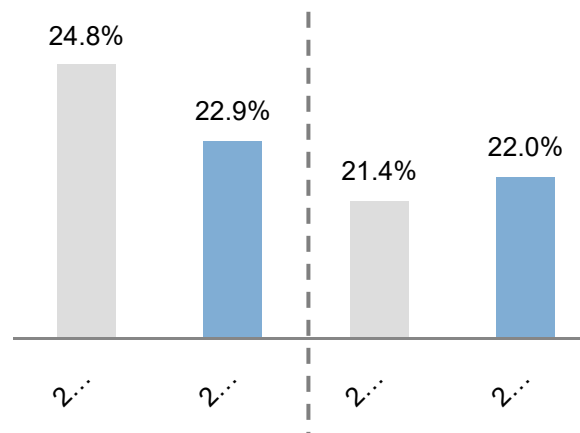
人民币万元

## 毛利率



- 受物流支出重新分类的影响，毛利率下降2.1个百分点至29.2%
- 2019年第一季度毛利率上升0.2个百分点

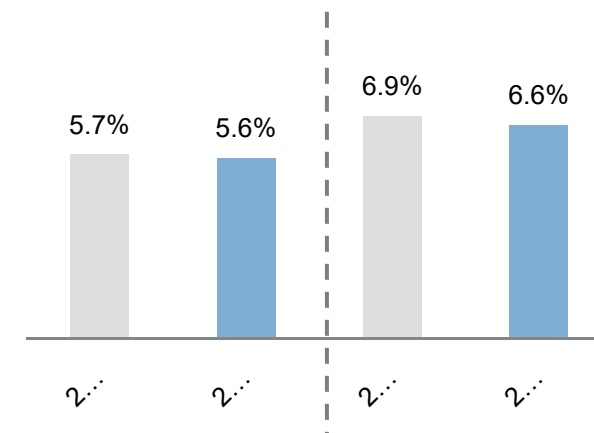
## 运营支出比率



- 2018年销售、一般及行政支出（SG&A）比率下降2个百分点至20.3%
- 2019年第一季度销售、一般及行政支出比率略微上升0.6个百分点（主要因销售费用率增加）

## 运营利润率

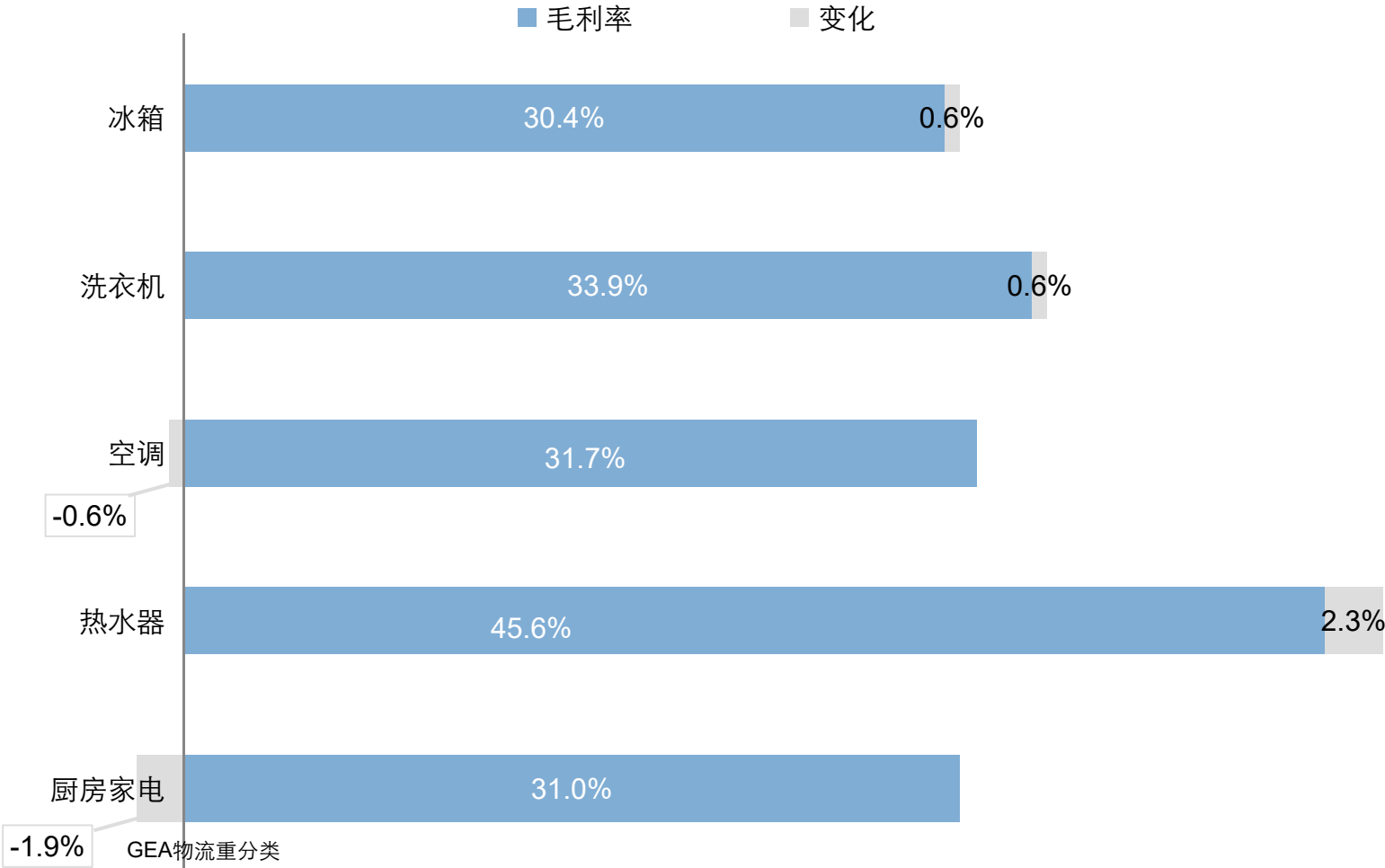
人民币百万元



- 运营利润率在2018年下降0.1个百分点，在2019年第一季度下降0.3个百分点

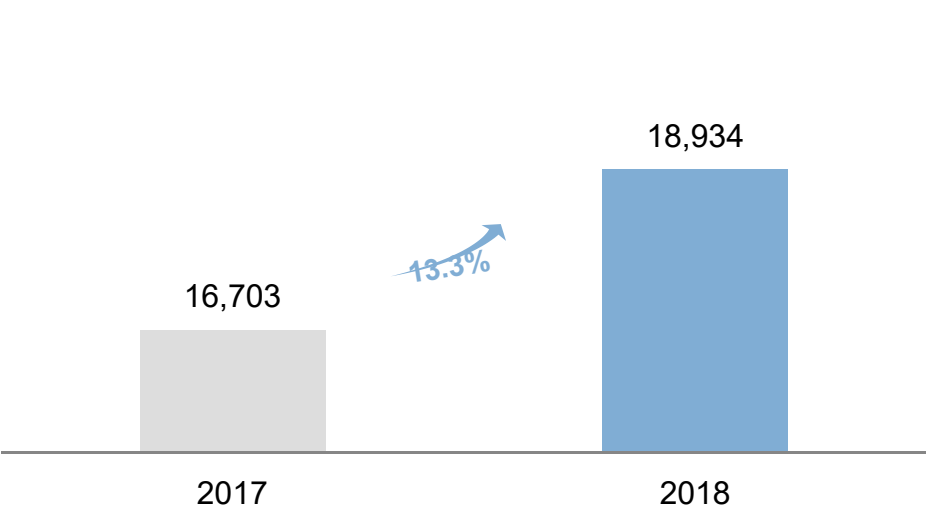


毛利率（按种类）



运营活动产生大量现金流量

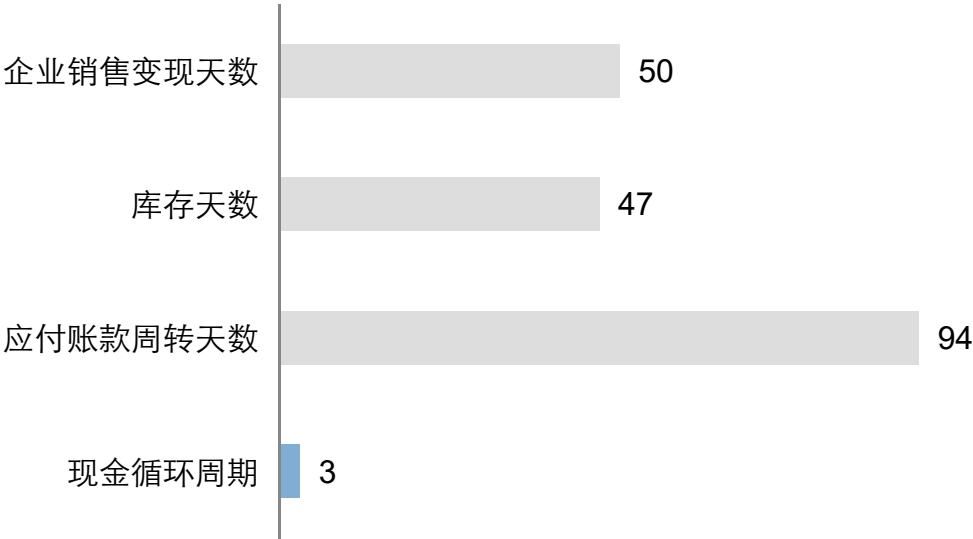
人民币百万元



- 运营利润的大幅增长和不断减少的运营资本令运营活动所产生的现金流量大大增加。
- 增长率和运营活动产生的现金流量远超利润，表明增长质量良好。

运营资本管理高效

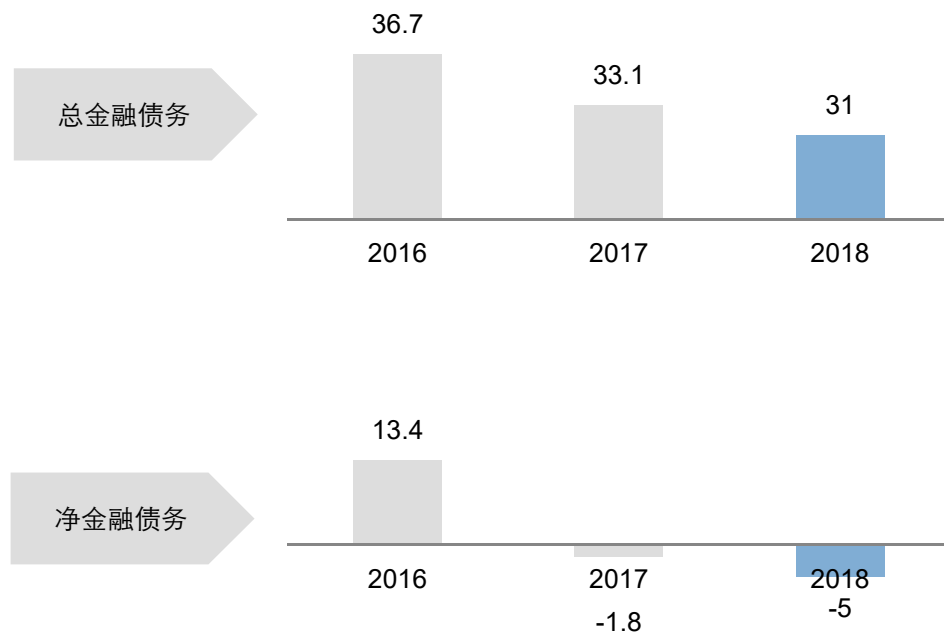
天



- 运营资本管理高效，现金周转期控制在3天以内

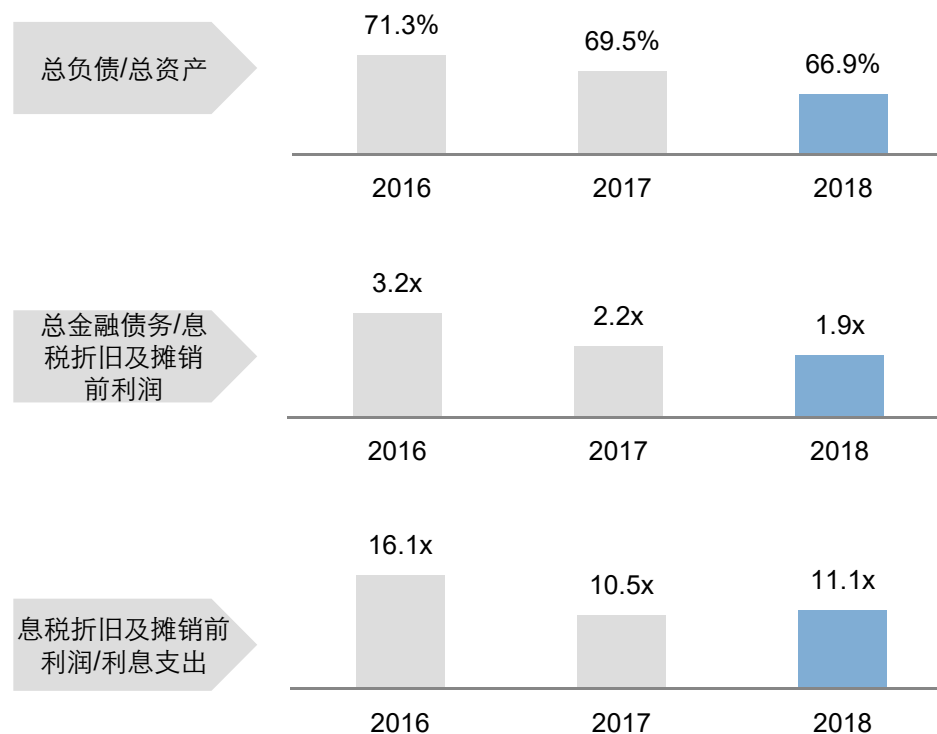
## 借贷趋势

人民币十亿元



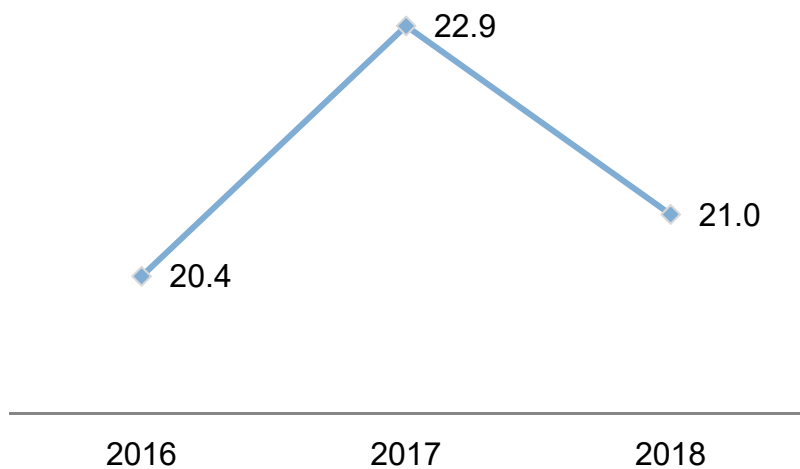
- 2016年借款大幅增加的原因是为收购GE Appliances进行了债务融资
- 2018年总债务有所下降，其原因是利用巨大的运营现金流量偿还了借款

## 信用指标概览



- 2017和2018年的主要信用指标反映信用的优化趋势明显

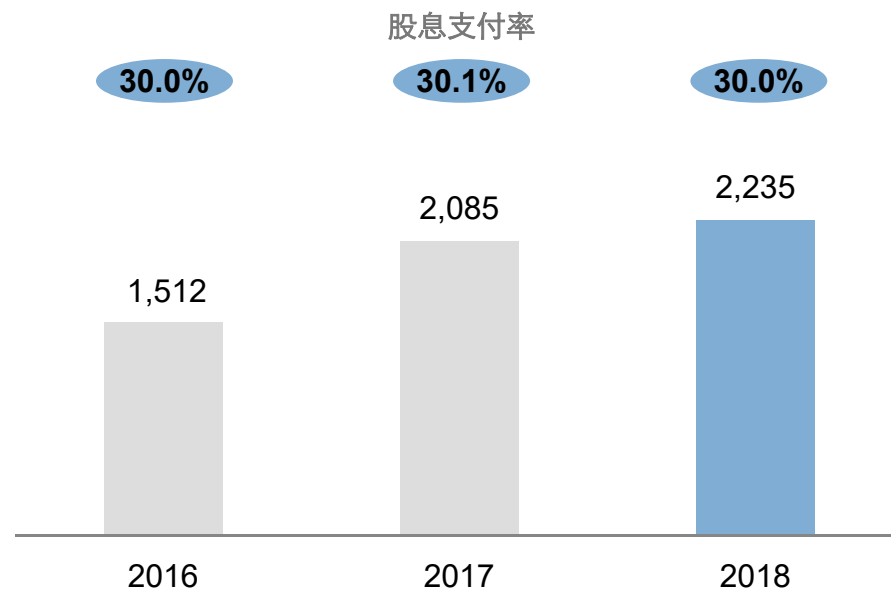
## 股权收益率 (ROE) 不断提高



- 平均股权收益率三年来不断提高

## 积极的派息政策

人民币百万元

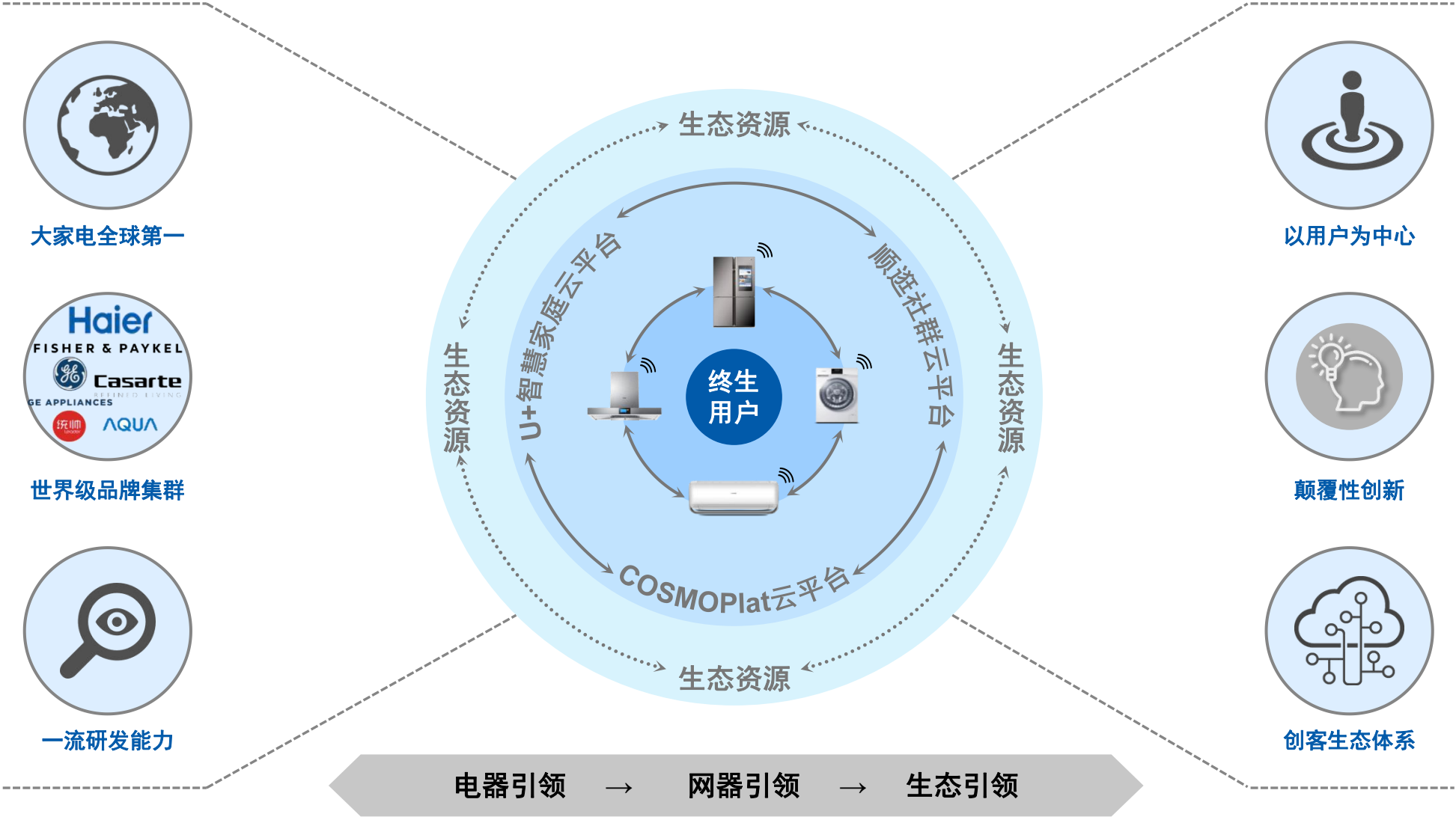


- 近3年以来，现金股息比率/本年可分配净利润比率均超过30%

# Haier

## 投资亮点

---



# Haier

1

一体化家电领导者，在全球拥有强大市场地位，全品类持续增长

2

强大的品牌集群，锁定各细分消费市场

3

U+智慧家庭：领先的全场景、定制化、交互式的智慧家庭平台，具备兼容互通的开放性

4

COSMOPlat：用户全流程参与、以大规模定制模式为核心的领先工业互联网平台

5

顺逛：广泛的线上线下微店一体化分销、零售和服务网络社群交互，促进体验迭代

6

世界级研发能力及开放式创新平台，引领产品技术潮流

7

物联网时代下引领的“人单合一”模式，经验丰富、高瞻远瞩的管理团队

# Haier

D股

---

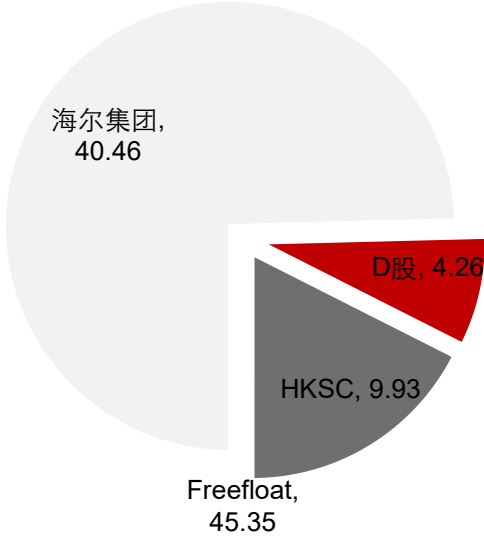




股份信息

	A股	D股
彭博股票代码	600690:CH	690D:GR
国际证券识别编码	CNE000000CG9	CNE1000031C1
证券交易所	上海	Xetra、法兰克福、斯图加特、柏林、杜塞尔多夫、慕尼黑、Tradegate
细分市场	不适用	主板市场
指定保荐人	不适用	巴德尔银行
指数	SSE180指数	Prime all shares指数
记名股份	61亿	2.71亿

D股上市后的股权架构



- 第一，也是唯一一家以A+D模式在德国主板上市的中国公司
- 首次公开发售前分红优先考虑长期投资者
- 中德两国的法规均适用
- 对国际投资者最大化透明度
- 所有国际投资者可直接认购
- 以欧元交易
- D股股东在股息和表决权方面拥有平等权利

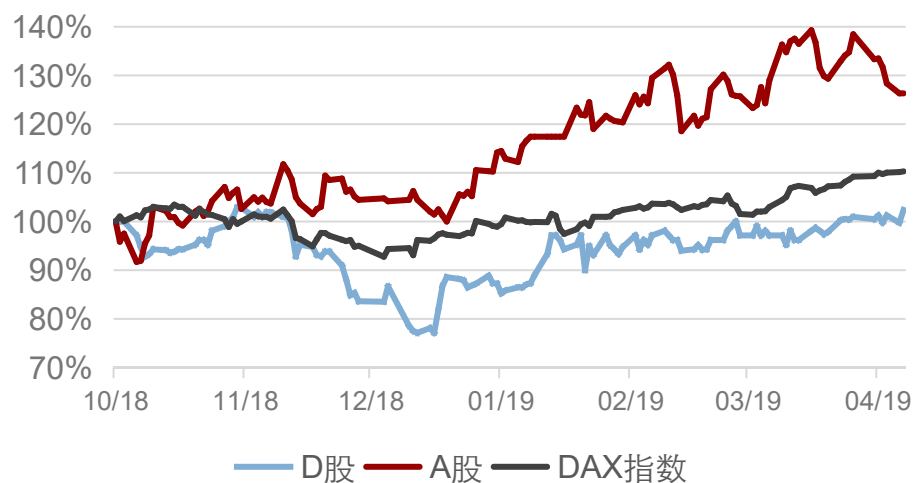
## 自首次公开发售以来的海尔D股价格



## D股潜力

- 市值**2.862亿欧元**——截至2019年4月30日：交割价格为1.08欧元
- D股的股价收益率为**6.6%**（A股为14.2%）
- D股的股息率为4.8%，极具吸引力
- 股息政策对股东有利，股息支付率超过30%

## 表现对比



## 缩小价格差距的办法

- 减少品牌认知度
  - ➔ 品牌与企业运营形成协同效应
- A股和D股不可互换
  - ➔ 进一步开放中国资本市场
- 减少股本和交易量
  - ➔ 在投资人关系和公共关系的范围内大量开展活动

- 1 关键支柱策略是跻身欧洲市场的前2名
- 2 有能力在海外以欧元筹集直接资金以实施欧洲发展战略
- 3 提高欧洲市场中的品牌认知度
- 4 为将来的增长筹集并购资金
- 5 打造A+D资本市场平台以发扬全球化策略，尤其是实现在德国的扩张
- 6 海外员工激励平台

# Haier

## 增长战略

---

- 1 继续全球扩张，特别是在欧洲市场
- 2 通过技术创新和新产品开发，持续强化海尔的品牌价值
- 3 继续发展大顺逛分销及零售网络，进一步渗透市场
- 4 继续开发U+ 智慧家庭解决方案，以应对不断变化的消费者需求
- 5 继续推广COSMOPlat智能制造体系，加速大规模定制转型

终生用户

交互用户

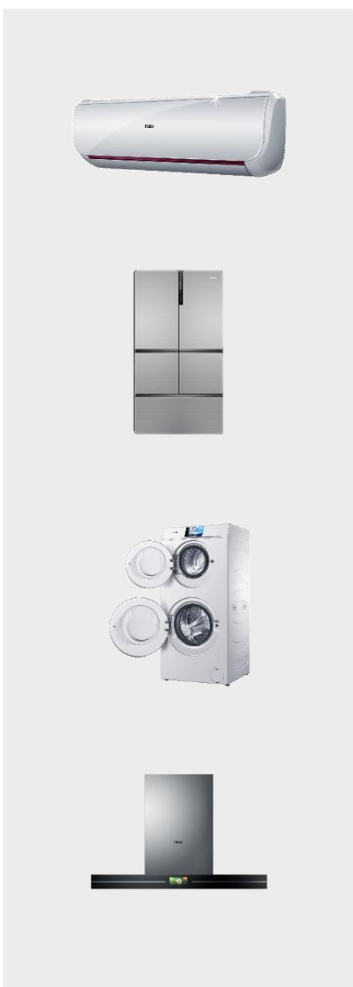
顾客



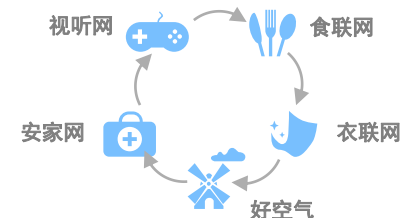
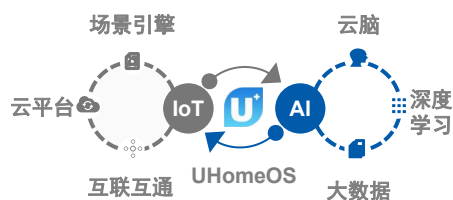
# U+智慧家庭：领先的全场景、定制化、交互式的智慧家庭平台，具备兼容互通的开放性

Haier

以产品为核心的单次消费



最佳定制化消费体验，使用户成为终身海尔用户





# COSMOPlat：用户全流程参与、以大规模定制模式为核心的领先工业互联网平台

COSMOPlat平台的核心是以用户为中心的大规模定制模式，实现用户终身价值

- 不是简单的机器换人，而是由物理空间变成用户交互的网络空间，最终实现产消合一
- 由为库存生产到为用户生产，生产线的每台产品都是有主的

## 1 个核心

- 用户体验为中心的大规模定制模式

## 2 个差异化

- 高精度指引下的高效率
  - 本质是联用户
- 大数据基础上的小数据
  - 本质是体验迭代

## 3 个特征

- 全周期、全流程、全生态



# COSMOPlat: 用户全流程参与、以大规模定制模式为核心的领先工业互联网平台

Haier

Haier



9 大互联工厂



提升生产效率



交付时间缩短



提升产品竞争力



平台生态收入27.83亿元 (2018年上半年)



用户参与



中国生产的产品不入库率很高



标准制定



牵头制定大规模定制模式标准



牵头制定大规模定制模式标准



具有中国自主知识产权、且是用户全流程参与体验的消费工业互联网平台



首批国家级工业互联网+  
智能制造集成应用示范平台  
(2018年)



Gartner  
供应链创新奖  
(2017年)

工业4.0概念（提高工业生产的数字化程度）的主要支持者、德国物理学家兼商人**孔翰宁博士**在工业博览会上对**COSMOPlat平台的创造性惊叹不已。**

SmartFactory KL e.V.的执行总裁**Detlef Zuehlke**评价道：“**这项技术将物联网技术和大规模生产的商业模式结合在一起，这就是为什么我们需要一个工业网络来连接全球领先的制造供应商和用户，而海尔的COSMOPlat平台正是我们所需要的。**”

COSMOPlat是一种新的商业模式，它以数字化手段将工厂流程中的所有操作和供应链整合加以整合，为我们提供了一种全新的愿景和对待普通用户的新方式。

世界领先的研究与咨询公司——高德纳公司认可COSMOPlat在推动工业供应链创新和转型方面的作用，于2017年为其颁发高德纳供应链创新大奖，这使得海尔成为了亚太地区唯一一家获得此殊荣的公司。

2018年4月25日



# Haier

附件

---



受益于强劲的经济增长和消费水平提升，中国和亚洲是全球家电市场增长的主要驱动力



随着居住条件的持续改善，中国市场消费升级的需求将继续推动全品类的快速增长



欧美市场在几个主要品类提供具有吸引力的增长机会，如欧洲的空调和冰箱品类、美国的冰箱和洗衣机品类



与美国和中国市场相比，欧洲市场竞争格局较为分散，为后来者提供了追赶和整合的战略机遇



中国制造向中国品牌的转型时代，同时中国企业在欧洲(尤其是中东欧)和东南亚的发展将受益于“一带一路”的倡议



物联网时代的到来为具有互联网思维的企业提供了重塑竞争格局的机会



智能家电的发展已经从单一产品为核心的模式向全场景交互式智慧家庭体验转型

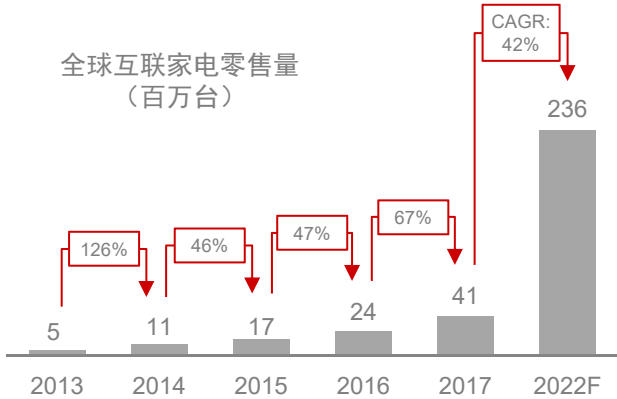
# 智能家电市场高速发展，并从个体互联互通向一站式、全场景、定制化的全屋解决方案方向发展



便利性  
个性化  
智能化

一站式  
全场景  
定制化

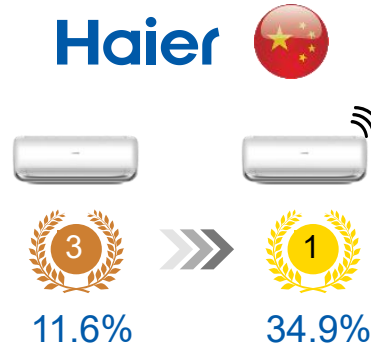
## 1 互联家电由消费需求推动高速发展



## 2 大型家电已逐步开始“上线”



## 3 提供重塑竞争格局的机会



## 4 用户场景需求的多样化及不确定性



## 5 全屋智能体验，满足消费者需求



# 合并利润表

(人民币百万元)	2017年	2018年	2018年第1季度	2019年第1季度
营收	163,429	183,317	43,610	48,043
销售成本	(112,607)	130,154	(30,999)	34,051
毛利	50,822	53,163	12,610	13,992
营业税和附加费	(822)	(857)	(224)	(232)
销售及分销开支	(28,996)	(28,653)	(6,423)	(7,180)
行政及其他费用	(11,675)	(13,405)	(2,953)	(3,403)
运营利润	9,329	10,247	3,009	3,177
投资收入	1,483	1,923	243	296
净财务收入/成本	(1,604)	(939)	(518)	(441)
减值收益/(损失)	(671)	(858)	(249)	(282)
其他支出和损失	1,966	1,256	416	402
税前利润	10,503	11,629	2,901	3,152
所得税支出	(1,475)	(1,859)	(461)	(486)
本年利润	<b>9,028</b>	<b>9,770</b>	<b>2,440</b>	<b>2,666</b>
归属				
公司所有者	6,908	7,440	1,953	2,136
非控制性权益	(2,121)	(2,330)	(488)	(530)
每股收益 (人民币)	1.13	1.21		
每股股息 (人民币)	0.34	0.35		

# 资产负债表

(人民币百万元)	2017年	2018年	2019年第1季度
<b>流动资产</b>			
现金及现金等价物	35,825	37,456	35,978
存货	22,537	22,377	22,906
应收账款	32,220	26,274	37,646
<b>总流动资产</b>	<b>90,582</b>	<b>94,260</b>	<b>96,530</b>
<b>非流动资产</b>			
固定资产	13,279	21,192	22,717
商誉	20,344	21,155	22,532
无形资产	8,226	9,209	11,135
其他长期资产	24,733	20,883	24,529
<b>非流动资产总额</b>	<b>66,582</b>	<b>72,439</b>	<b>80,913</b>
<b>总资产</b>	<b>157,164</b>	<b>166,699</b>	<b>177,444</b>
<b>流动负债</b>			
应付账款	42,616	47,385	47,451
短期债务	10,878	6,298	7,849
其他流动负债	27,817	26,398	32,033
<b>流动负债总额</b>	<b>81,311</b>	<b>80,081</b>	<b>87,333</b>

(人民币百万元)	2017年	2018年	2019年第1季度
<b>非流动负债</b>			
非流动债务	16,036	15,541	13,578
其他非流动负债	11,967	15,946	19,373
<b>非流动负债总额</b>	<b>28,003</b>	<b>31,487</b>	<b>32,951</b>
<b>总负债</b>	<b>109,315</b>	<b>111,569</b>	<b>120,284</b>
<b>所有者权益</b>			
股本	6,097	6,368	6,368
储备金	4,852	6,175	5,712
留存收益	22,350	26,859	28,996
<b>归属于公司所有者权益总额</b>	<b>33,299</b>	<b>39,402</b>	<b>41,076</b>
<b>非控制性权益</b>	<b>14,549</b>	<b>15,727</b>	<b>16,083</b>
<b>总股权</b>	<b>47,849</b>	<b>55,130</b>	<b>57,160</b>

# 现金流量表



截至12月31日止年度（人民币百万元）	2017年	2018年	2018年 第1季 度	2019年第 1季度
<b>经营活动的现金流量</b>				
税前利润	10,503	11,629		
折旧、摊销和减值	4,111	3,999		
其他运营资本、其他非现金项目的变化	(1,041)	(3,218)		
<b>运营资本变化前的运营利润</b>	<b>13,573</b>	<b>12,410</b>		
递延税资产增加	(484)	261		
递延税负债增加/（减少）	210	62		
库存（增加）/减少	(7,300)	160		
应收账款及应收票据减少/（增加）	119	1,272		
应付账款及应付票据增加/（减少）	9,617	4,769		
<b>运营活动产生的现金流量净额</b>	<b>16,703</b>	<b>18,934</b>	<b>2,170</b>	<b>1,323</b>
<b>投资活动使用的现金净额</b>				
资本支出	(4,334)	(6,757)		
其他	(1,407)	(908)		
<b>投资活动使用的现金净额</b>	<b>(5,741)</b>	<b>(7,665)</b>	<b>(1,737)</b>	<b>(5,327)</b>

截至12月31日止年度（人民币百万元）	2017年	2018年	2018年 第1季度	2019年 第1季度
<b>筹资活动产生的现金流量</b>				
已付股东股息	(2,898)	(3,819)		
其他	(2,388)	(6,670)		
<b>融资活动产生/（使用）的现金净额</b>	<b>510</b>	<b>(10,489)</b>	<b>(1,674)</b>	<b>3,224</b>
<b>现金及现金等价物增加/（减少）净额</b>	<b>11,110</b>	<b>1,045</b>	<b>(1,645)</b>	<b>(920)</b>
<b>期初现金及现金等价物</b>	<b>23,877</b>	<b>34,988</b>	<b>34,861</b>	<b>36,044</b>
外汇利率变化的影响	(362)	277	(402)	(140)
<b>期末现金及现金等价物</b>	<b>34,988</b>	<b>36,044</b>	<b>33,216</b>	<b>35,124</b>