

公司代码：600690

公司简称：海尔智家

**海尔智家股份有限公司**  
**2020 年年度报告摘要**

## 一 重要提示

- 1 本年度报告摘要来自年度报告全文，为全面了解本公司的经营成果、财务状况及未来发展规划，投资者应当到上海证券交易所网站等中国证监会指定媒体上仔细阅读年度报告全文。
- 2 本公司董事会、监事会及董事、监事、高级管理人员保证年度报告内容的真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担个别和连带的法律责任。
- 3 公司全体董事出席董事会会议。
- 4 和信会计师事务所（特殊普通合伙）为本公司出具了标准无保留意见的审计报告。
- 5 经董事会审议的报告期利润分配预案或公积金转增股本预案

经董事会审议的报告期利润分配预案为：以未来实施分配方案时股权登记日扣除回购专户上已回购股份后的总股本为基数，向全体股东按每 10 股派发现金股利人民币 3.66 元（含税）。

## 二 公司基本情况

### 1 公司简介

公司股票简况				
股票种类	股票上市交易所	股票简称	股票代码	变更前股票简称
A股	上海证券交易所	海尔智家	600690	青岛海尔
D股	法兰克福交易所	Haier Smart Home	690D	Qingdao Haier
H股	香港联交所	海尔智家	6690	/

	董事会秘书	证券事务代表	证券事务代表 (D股)	公司秘书 (H股)	其他
姓名	明国珍	刘涛	孙瑶 (Sophie)	伍志贤 (Trevor)	全球客服热线
联系地址	青岛市海尔路1号海尔信息产业园海尔智家股份有限公司证券部	青岛市海尔路1号海尔信息产业园海尔智家股份有限公司证券部	Haier Deutschland GmbH Konrad-Zuse-Platz 681829 München, Germany	香港中环皇后大道中99号中环中心35楼3513室	/
电话	0532-88931670	0532-88931670	+49 160 9469 3601 (德国)	+852 2169 0000	4006 999 999
传真	0532-88931689	0532-88931689	/	+852 2169 0880	/
电子信箱	finance@haier.com	finance@haier.com	Y.sun@haier.de	ir@haier.hk	/

## 2 报告期公司主要业务简介

自 1984 年成立以来，公司始终致力于做时代的企业，通过不断推出引领市场的新产品，持续创新迭代，把握行业机遇。经过 30 多年发展，公司已经成为全球大家电行业的领导者和全球智慧家庭解决方案的引领者。

- 全球大家电行业的领导者：根据权威市场调查机构欧睿国际数据显示，公司连续 12 年蝉联全球大型家用电器品牌零售量第一名。公司拥有全球家电品牌集群，包括海尔、卡萨帝、Leader、GE Appliances、Candy、Fisher&Paykel 及 AQUA。2009 年至 2020 年，海尔品牌制冷设备、洗衣设备的零售量在全球大家电品牌中分别连续 13 年和 12 年蝉联第一。

- 全球智慧家庭解决方案的引领者：根据欧睿数据统计，依托全品类的家电产品优势，公司是业内首批推出智慧家庭解决方案的家电企业之一。公司利用互联家电产品及合作资源、海尔智家 APP 及海尔智家体验云平台，与线下的体验中心和专卖店相结合，为用户提供不同生活场景的智慧家庭解决方案，满足用户美好生活需求。

经过多年发展，公司形成包括中国智慧家庭业务、海外智慧家庭业务和其他业务在内的三大业务布局。

### 中国智慧家庭业务

公司在中国市场为用户提供全品类的家电产品，并以家电产品为基础，利用在线海尔智家 APP 及线下体验中心提供增值服务，共同形成智慧家庭解决方案，满足用户不同生活场景的需求。按照不同的用户生活场景，中国智慧家庭业务由全屋食品解决方案（食联网）、全屋衣物解决方案（衣联网）、全屋空气解决方案（空气网）及全屋用水解决方案（水联网）构成。

1. 全屋食品解决方案（食联网）：公司根据全屋食品解决方案，通过中国市场销售及出口，为用户提供冰箱、冷柜、厨房电器等产品，其中具有互联功能的产品能够形成如烟灶联动、冰箱烤箱联动等智慧解决方案，实现为用户提供智慧烹饪、营养方案制定等软硬件结合的饮食增值服务，全面满足用户对便捷、健康、美味体验的需求。
2. 全屋衣物解决方案（衣联网）：公司根据全屋衣物解决方案，通过中国市场销售及出口，为用户提供洗衣机、干衣机等产品，其中具有互联功能的产品能够形成如洗干联动、自动适配投放洗衣液等智慧解决方案，实现为用户提供定制化的软硬件结合的洗护增值服务，全面满足用户对衣物清洁、呵护的需求。

3. 全屋空气解决方案（空气网）：公司根据全屋空气解决方案，通过中国市场销售及出口，为用户提供家用空调、商用空调、净化器、新风系统等产品，其中具有互联功能的产品能够形成如多屋空调联动、空净联动、智慧感知、适配送风、空气质量检测、智慧杀菌除菌等智慧解决方案，全面满足用户对空气温度、湿度、洁净度、清新度等健康、舒适体验的需求。
4. 全屋用水解决方案（水联网）：公司根据全屋用水解决方案，通过中国市场销售及出口，为用户提供电热水器、燃气热水器、太阳能热水器、热泵热水器、POE净水器、POU净水器、软水处理设备等产品，其中具有互联功能的产品能够形成包括热净联动、热暖联动等全屋用水解决方案，全面满足用户净水、软水及热水等用水需求。

### **海外智慧家庭业务**

除中国市场外，公司也在北美洲、欧洲、南亚和东南亚、澳大利亚和新西兰、日本、中东和非洲等超过160个国家和地区为用户制造和销售全品类的家电产品及增值服务。

在海外市场，公司基于各市场当地消费需求生产及销售自有品牌的家电产品。公司已具有超过20年的海外运营经验。公司也通过收购海外业务，进一步扩大海外业务布局。公司于2015年收购了海尔集团公司海外白色家电业务，其中包括收购日本三洋电机公司的日本及东南亚白色家电业务，于2016年收购美国通用电气公司的家电业务，于2018年收购Fisher&Paykel公司，并于2019年收购Candy公司。自主运营业务与海外收购业务协同促进了公司的海外智慧家庭业务发展。

目前公司的海外智慧家庭业务已经进入良性发展期，成功实现了多品牌、跨产品、跨区域的全球化布局。根据欧睿数据统计，2020年，公司在亚洲大家电市场零售量排名第一，市场份额18.6%；在北美洲排名第二，市场份额22.0%；在澳大利亚及新西兰排名第二，市场份额13.4%；在中东及非洲排名第三，市场份额8.4%；在欧洲排名第五，市场份额7.2%。

### **其他业务**

基于公司已建立的智慧家庭业务，公司还发展了装备部品、生活小家电、渠道分销等其它业务。其中，装备部品业务主要为家电上游配套部件的采购、生产与销售。生活小家电业务主要为本公司设计、委托第三方代工生产并以本公司品牌销售的生活小家电产品，以丰富智慧家庭解决方案的产品。渠道分销业务主要为利用本公司的渠道网络，为海尔集团或第三方品牌的彩电、消费电子类产品等产品提供分销服务。

期内，公司处置了其它业务分部中原有的海尔卡奥斯物联生态科技有限公司（简称“卡奥斯”）

54.50%的股权。公司仍通过直接和间接合计持有卡奥斯18.75%股权。卡奥斯不再纳入公司合并报表范围，卡奥斯业务不再纳入其它业务分部。

期内，公司再次入围《财富》杂志世界 500 强，排名较 2019 年提升 13 个名次；入选《财富》杂志 2021 年全球最受赞赏公司，是家电家居领域欧亚唯一入选公司，也是除美国本土之外的唯一入选企业；同时，再次入选 BrandZ™ 2021 最具价值全球品牌 100 强，成为全球唯一入选物联网生态品牌。

## 2020 年行业总结

### （一）中国市场

受新冠疫情、复杂多变的国际环境等因素影响，中国经济增速下滑，根据国家统计局数据，2020 年，我国 GDP 总额突破 101 万亿人民币，比上年同比增长 2.3%，增速为近 5 年来最低水平。一季度，疫情的爆发对经济及企业造成了强烈冲击，居民平均收入下降，消费行为趋于谨慎，家电市场遭遇冰点，总体消费需求萎缩。但随着国内疫情得到有效控制、行业实现有序复工复产、消费需求得以释放，自二季度以来，整体家电市场逐渐摆脱疫情冲击，实现显著逐季度环比改善。据中怡康数据，国内白色家电、厨房家电全年零售额市场规模实现人民币 4487 亿元，较同期下降 11.9%，其中冰箱、洗衣机、空调、厨电等品类零售额分别负增长 3.3%、6.5%、22%、5.4%。但是，下半年零售规模达到 2329 亿元，同比负增长 2.4%，降幅较上半年明显收窄。受到后疫情时代催化，家电市场持续向健康、智能化升级，并在细分品类和渠道呈现亮点。

首先，疫情“黑天鹅”事件在对各经济领域产生影响的同时，也重塑了居民的消费理念。由于居家时间延长，居民对家电产品的依赖程度增强，比如因囤积食物的需求带来对大容量冰箱的追捧，对居家洗护频次的提升带来对大容量洗衣机、热水器的青睐。同时，用户对品质生活有了更高要求，推动了产品功能升级，消毒杀菌、环保类品质家电成为消费热点。主打新风、自清洁及舒适风感的空调，具备高温杀菌功能的洗衣机、兼顾保鲜及净味抑菌的冰箱及消毒柜、净水机、净化器等家电等产品有明显增长。根据中怡康零售监测数据针对 2020 年线上家电市场主要卖点调查显示，洗衣机、电饭煲、加湿器等产品中，健康功能品类销售额均居高位。

其次，家电产品功能的升级也进一步推动了智能家居的发展。得益于物联网、云计算、大数据、人工智能等技术的驱动，智能家居以其无接触的交互方式及多产品联动、自主学习特性，为居家生活带来了极大便利。例如，智能化程度较高的扫地机器人可以一机多用，并且通过 AI

学习和自动识别掌握房间布局，并提供家庭安防服务，成为客厅新的连接中心。单品智能化也推动了全屋智能的兴起，从单品购买到套系化定制、从单一网器到智慧场景已成为未来家电产业的发展趋势，众多巨头纷纷入局。同时，随着更多开放云平台出现，硬件开发成本降低，智慧家庭生态链日渐成熟。而用户对智能家居消费习惯正在逐渐强化，对成套购买和场景购买的比例日渐提升。

再次，随着新兴消费群体的成熟，健康品质生活理念的深入，具备单价低、体积小、免安装、轻服务特性的小家电成为新的市场热点。尤其在疫情期间，小家电凭借更加贴合直播电商的线上销售模式，实现了逆势增长。如根据奥维云网数据，2020年，破壁机、微蒸烤复合机等品类线上销售额增速分别达到108.7%、43.8%。在传统大家电增速放缓的背景下，兼具功能性与享受性的小家电不仅可以打探市场上行空间，也为新品类的发展提供了机会。

最后，在渠道方面，由于线下卖场受到疫情防控影响，线上渠道成为需求释放的主要渠道。根据奥维云网市场销售数据，在整体消费下降的背景下，空调、冰箱、洗衣机等品类线上市场零售量占比均有所上升，分别达到51.5%、60.3%、64.6%，提升7.4、8.0、9.3个百分点。由于居家时间延长、新一代年轻群体偏好网购，电商作为无接触、云体验的营销媒介，对用户购买意向和决策产生巨大的影响。而直播电商依托平台资源和技术优势，凭借移动化、社交化、场景化的特点，提高了传播效率并加速流量变现，成为当前重要电商营销模式之一。未来，伴随KOL、KOC等核心用户圈层的兴起，以及5G网络的普及和VR技术的日趋成熟，线上内容平台将更加丰富，电商直播有望带给企业和用户更深入直接的交互。

## （二）海外市场

全球各地区家电市场呈现差异化发展态势。在发达国家和地区，家电市场依托新增住房、细分市场需求多样化及家电升级换代获得发展势能，而在发展中国家，由于家电保有率仍较低，整体市场仍具备快速增长潜力。另一方面，新冠疫情在世界多国爆发，经济社会活动受限、居民收入减少、房地产面临销售及交付压力，一系列因素导致用户对家电的需求下降，对各地区带来不同程度负面影响。在渠道方面，尽管线下渠道仍占主导地位，线上渠道快速发展，全球家电市场分销渠道日益呈多元化的发展趋势。面对零售渠道变革，线上渠道的快速发展及与线下销售渠道的整合进一步增强了线上渠道的增长潜力。

### 分市场来看：

（1）**美国市场：**受疫情影响，美国市场上半年消费疲弱。但随着社交隔离等疫情防控政策常态化，据欧睿国际统计，2020年下半年家电行业实现双位数增长，全年增幅达到5%。美国家电



市场的复苏首先得益于居家延长刺激了用户对家电产品的需求，将旅游及娱乐支出转移至居家消费；其次，较成熟的电商渠道促进了居家消费的活跃；再次，政府实施的一系列刺激政策有效拉动居家消费增长；最后，房贷利率创纪录新低，新房开工大增，现房销售维持 2006 年以来的最高水平，进一步刺激了居民对家电产品的需求。

(2) **欧洲市场：** 2020 年受疫情影响，大家电市场增幅为 3.9%，其中制冷增长 3.9%，洗衣机增长 1%，嵌入式厨电增长 4%。

(3) **南亚和东南亚市场：** ①为了应对疫情影响，印度政府在 3 月下旬至 6 月下旬实施严格封锁，全国销售基本停滞，据当地经销商预计数据，行业同比下降 25% 以上。②其他地区的商业活动也收到政府隔离政策的限制，零售额和零售量均下降，五六月开始逐渐恢复。

(4) **澳新市场：** ①受居家令促进澳洲家电和家具市场在短期增长强劲，行业竞争更加激烈，企业纷纷积极布局线上平台并持续改善线下购物体验。②新西兰的家电连锁渠道集中化愈发明显，中小渠道份额持续降低；线上销售额占比提升至 5%。

(5) **日本市场：** 受新冠疫情影响，白电行业整体销量下降 2.3%。其中，冰箱销售量及销售额均下降；洗衣机销售量下降 2.9%、销售额提升 2.4%。此外，冷柜在疫情中成为消费热点，销售量同比增长 53.3%、销售额增长 42.5%（数据来自 GFK）。

### （三）2021 年行业展望

**中国市场：** 预计各个行业于 2021 年呈现复苏态势。①冰箱：行业将量额双涨，同时结构升级的替换需求也进一步推动市场规模上涨。预期 2021 年冰箱市场零售额规模将实现中个位数增长。出口市场预计源于同期高基数的影响下，增速将有所放缓。②洗衣机：国内零售市场以及出口市场均将呈正增长态势。国内洗衣机市场仍在持续恢复中，产品在健康洗涤、“洗衣+护衣”方面不断创新，同时作为新兴品类如干衣机、烘衣机等切合当下用户对品质生活的追求，规模迅速扩张；出口市场海外疫情持续反复，出口订单或将持续增加。③家用空调：将迎来量额齐涨。2021 宏观经济预期复苏以及同期低基数，同时叠加产品均价上涨，预计空调零售量、零售额均将实现双位数增长；出口方面预计将延续 2020 年二季度以来增长态势。④此外，热水器市场亦将迎来复苏，线下市场源于同期低基数，增速将高于线上市场，线上市场增速预计将放缓。⑤厨电市场整体规模将较 2020 年回升；一方面虽房地产市场管制政策趋紧，但二手房成交比例上升，带动厨电品类量增长的同时质亦提升；另一方面洗碗机、集成灶以及嵌入式一体机等新兴品类仍将延续高增长态势。

**全球市场：**展望 2021 年，家电作为消费必需品，长期需求依然稳定，且随着全球许多国家将逐渐恢复经济社会活动，以及随疫苗大范围应用接种，疫情有望得以控制，全球家电零售市场将恢复增长。根据欧睿数据预测，2021 年全球大家电（不含 3C 等）市场规模将再回 3 万亿元以上，同比增幅达到 4% 左右。

### 3 公司主要会计数据和财务指标

#### 3.1 近 3 年的主要会计数据和财务指标

单位：元 币种：人民币

	2020年	2019年	本年比上年 增减(%)	2018年
总资产	203,459,495,879.65	187,454,236,283.17	8.54	168,091,571,652.14
营业收入	209,725,821,099.44	200,761,983,256.57	4.46	184,108,481,959.27
归属于上市公司股东的净利润	8,876,593,208.19	8,206,247,105.96	8.17	7,483,659,016.04
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	6,457,813,335.37	5,765,164,700.75	12.01	6,601,505,599.79
归属于上市公司股东的净资产	66,816,422,614.55	47,888,319,765.92	39.53	39,742,745,893.42
经营活动产生的现金流量净额	17,599,111,715.51	15,082,630,942.73	16.68	19,142,782,481.20
基本每股收益 (元/股)	1.337	1.286	3.97	1.217
稀释每股收益 (元/股)	1.306	1.191	9.66	1.189
加权平均净资产收益率(%)	17.67	19.12	减少1.45个百分点	20.88

注：由于卡奥斯业务于2020年9月底出表，2020年第四季度不再包括卡奥斯收入。如2019年第四季度不包括卡奥斯业务收入，同口径下2020年收入全年增长8%、四季度增长20%。

#### 3.2 报告期分季度的主要会计数据

单位：元 币种：人民币

	第一季度 (1-3 月份)	第二季度 (4-6 月份)	第三季度 (7-9 月份)	第四季度 (10-12 月份)
营业收入	43,141,448,203.28	52,586,648,903.37	58,683,716,582.79	55,314,007,410.00
归属于上市公司股东的净利润	1,070,333,404.45	1,710,467,308.27	3,519,706,790.82	2,576,085,704.65
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的	943,123,999.14	1,626,316,498.45	1,522,917,638.14	2,365,455,199.64



净利润				
经营活动产生的现金流量净额	-5,787,626,102.33	5,244,706,844.93	6,254,123,931.85	11,887,907,041.06

季度数据与已披露定期报告数据差异说明

适用 不适用

#### 4 股本及股东情况

##### 4.1 普通股股东和表决权恢复的优先股股东数量及前 10 名股东持股情况表

单位：股

截止报告期末普通股股东总数（户）					160,301		
年度报告披露日前上一月末的普通股股东总数（户）					193,236		
前 10 名股东持股情况							
股东名称 （全称）	报告期内 增减	期末持股数 量	比例 （%）	持有有 限售条 件的股 份数量	质押或冻结情况		股东 性质
					股份 状态	数量	
HKSCC NOMINEES LIMITED（注）		1,820,935,022	20.17		未知		境外法人
海尔电器国际股份有限公司（现名“海尔卡奥斯股份有限公司”）		1,258,684,824	13.94		无		境内非国有法人
海尔集团公司		1,072,610,764	11.88		无		境内非国有法人
HCH (HK) INVESTMENT MANAGEMENT CO., LIMITED		538,560,000	5.97		无		境外法人
香港中央结算有限公司		472,115,774	5.23		无		未知
中国证券金融股份有限公司		182,592,697	2.02		无		未知
青岛海尔创业投资咨询有限公司		172,252,560	1.91		无		境内非国有法人
ALIBABA INVESTMENT LIMITED		83,823,993	0.93		未知		境外法人
CLEARSTREAM BANKING S.A.（注）		74,465,750	0.82		未知		未知
青岛海创智管理咨询企业（有限合伙）		73,011,000	0.81		无		境内非国有法人
上述股东关联关系或一致行动的说明		（1）海尔电器国际股份有限公司（现名“海尔卡奥斯股份有限公司”）是海尔集团公司的控股子公司，海尔集团公司对其持股 51.20%。青岛海尔创业投资咨询有限公司、青岛海创智管理咨询企业（有限合伙）、HCH (HK) INVESTMENT MANAGEMENT CO.,					

	LIMITED 为海尔集团公司的一致行动人；(2) 公司未知其他股东是否存在关联关系。
表决权恢复的优先股股东及持股数量的说明	不适用

#### 4.2 公司与控股股东之间的产权及控制关系的方框图

适用 不适用



#### 4.3 公司与实际控制人之间的产权及控制关系的方框图

适用 不适用



#### 4.4 报告期末公司优先股股东总数及前 10 名股东情况

适用 不适用

### 5 公司债券情况

适用 不适用

#### 5.1 公司债券基本情况

单位:元 币种:港元

债券名称	简称	代码	发行日	到期日	债券余额	利率 (%)	还本付息方式	交易场所
Harvest International Company HK\$8,000,000,000 Zero Coupon Guaranteed Convertible Bonds due 2022	/	ISIN XS17167966 41	2020.12.2 3	2022.11.2 3	7,993,000,000	5.1 1	到期 一次 性还 本付 息	香港 联交 所

## 5.2 公司债券付息兑付情况

√适用 □不适用

报告期内，尚在存续期内的上述由本公司子公司 Harvest International Company 发行的可转换债券（简称“H 股可转债”）采取到期还本付息的方式，到期一次性偿还债券剩余面额的 105.11%。

## 5.3 公司债券评级情况

□适用 √不适用

## 5.4 公司近 2 年的主要会计数据和财务指标

√适用 □不适用

单位:元 币种:人民币

主要指标	2020 年	2019 年	本期比上年同期增减 (%)
息税折旧摊销前利润	19,967,111,801.70	21,042,832,181.06	-5.11
流动比率	1.04	1.05	-0.54
速动比率	0.78	0.76	2.00
资产负债率 (%)	66.52	65.33	1.83
EBITDA 全部债务比 (%)	31.80	33.53	-5.16
利息保障倍数	11.21	9.37	19.62
现金利息保障倍数	13.26	8.63	53.61
EBITDA 利息保障倍数	15.05	12.04	24.92

## 三 经营情况讨论与分析

### 1 报告期内主要经营情况

2020 年，公司坚持物联网智慧家庭战略，持续扩大全球市场领先地位。全年实现收入 2097.26 亿元，增长 4.46%，其中四季度收入 553.14 亿元，增长 9.5%。由于卡奥斯业务于 2020 年 9 月底出表，2020 年第四季度不再包括卡奥斯收入。如 2019 年第四季度不包括卡奥斯业务收入，同口径下 2020 年收入全年增长 8%、四季度增长 20%。收入增长缘于国内业务与海外业务齐头并进。如，2020 年，国内家电业务收入 988.80 亿元，增长 6.6%，其中下半年增长 18.5%。增长缘于公司持续推出引领成套产品、卡萨帝不断拓展高端份额、深化零售转型优化效率。海外市场收入

1,006.22 亿元，增长 8.3%，其中下半年增长 15.8%。增长缘于公司持续坚持高端创牌战略，聚焦本土化研发、制造、营销的运营能力建设，人单合一机制保障各区域小微在疫情挑战下的快速反应，依托全球采购、供应链、研发平台充分发挥全球资源布局优势，克服外部环境带来的不利影响，实现业务持续发展。

公司全年实现净利润 113.23 亿元，下降 8.20%，主要为 2019 年有物流业务出表的投资收益影响；全年持续经营净利润 113.23 亿元，同比增长 25.31%；全年归母净利润 88.77 亿元，增长 8.17%；其中四季度单季度净利润达到 33.04 亿元，创出历年同期新高。全年利润增长缘于收入增长、费用率优化等。全年毛利率 29.68%，同比下降 0.15 个百分点，主要是上半年毛利率受疫情影响造成的下降 1.03 个百分点；随着下半年收入规模持续快速增长、卡萨帝收入占比持续提升以及海外市场结构优化等因素，下半年毛利率提升 0.46 个百分点。销售及管理费用率合计下降 0.98 个百分点，其中下半年下降 2.8 个百分点；其中，中国区通过四个重构与六个上平台为切入点的数字化转型实现提效，而海外通过规模效应提升及精细化运营，实现费用率优化。

公司全年经营活动现金流量净额为 175.99 亿元，增长 16.68%；其中四季度经营活动现金流量净额 118.88 亿元，同比增长 79.9%。

## 2 导致暂停上市的原因

适用 不适用

## 3 面临终止上市的情况和原因

适用 不适用

## 4 公司对会计政策、会计估计变更原因及影响的分析说明

适用 不适用

## 5 公司对重大会计差错更正原因及影响的分析说明

适用 不适用

## 6 与上年度财务报告相比，对财务报表合并范围发生变化的，公司应当作出具体说明。

适用 不适用

①本期发生的非同一控制下企业合并取得子公司青岛日日顺乐家物联科技有限公司、广东黑龙智能科技有限公司、青岛海瑞洁净电子有限公司。

②本期处置子公司海尔卡奥斯物联生态科技有限公司、GREEN one TEC Solarindustrie GmbH、青岛日日顺蔚蓝机电设备有限公司。

③其他原因的合并范围变动如下：

(1) 本公司于本期出资设立了全资子公司海尔智家体验云生态科技有限公司。

(2)本公司之子公司海尔智家体验云生态科技有限公司于本期出资设立了全资子公司海尔智家（青岛）网络有限公司。

(3)本公司之子公司海尔智家体验云生态科技有限公司于本期出资设立了全资子公司海尔智家（青岛）网络运营有限公司。

(4)本公司之子公司青岛海尔特种电冰柜有限公司于本期出资设立了全资子公司青岛酒联网物联科技有限公司。

(5) 本公司于本期出资设立了全资子公司青岛海达诚采购服务有限公司。

(6)本公司之子公司青岛海尔空调电子有限公司于本期出资设立了全资子公司青岛菱海空调设备有限公司。

(7)本公司之子公司青岛海尔空调器有限总公司于本期出资设立了全资子公司北京海享汇科技有限公司。

(8)本公司之子公司青岛云裳羽衣物联科技有限公司于本期出资设立了全资子公司重庆云裳衣联科技有限公司。

(9)本公司之子公司青岛云裳羽衣物联科技有限公司于本期出资设立了全资子公司深圳云裳衣联科技有限公司。

(10) 本公司于本期出资设立了全资子公司青岛海享学人力资源有限公司。

董事长：梁海山  
海尔智家股份有限公司  
2021年3月30日