海尔智家股份有限公司

公司代码：600690　　公司简称：海尔智家

2020半年度报告摘要

一 重要提示

1 本半年度报告摘要来自半年度报告全文，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半年度报告全文。

2 本公司董事会、监事会及董事、监事、高级管理人员保证半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 本半年度报告未经审计。

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

无

二 公司基本情况

2.1 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

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	明国珍	刘涛
电话	0532-88931670	0532-88931670
办公地址	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
电子信箱	finance@haier.com	finance@haier.com

2.2 公司主要财务数据

单位：元　币种：人民币

	本报告期末	上年度末		本报告期末比上年度末增减(%)
		调整后	调整前	
总资产	198,042,777,870.24	187,454,236,283.17	187,454,236,283.17	5.65
归属于上市公司股东的净资产	48,330,401,679.39	47,888,319,765.92	47,888,319,765.92	0.92
	本报告期（1-6月）	上年同期		本报告期比上年同期增减(%)
		调整后	调整前	
经营活动产生的现金流量净额	-542,919,257.40	3,619,808,314.60	3,633,833,497.74	-115.00
营业收入	95,728,097,106.65	100,023,464,237.90	98,979,793,121.16	-4.29
归属于上市公司股东的净利润	2,780,800,712.72	5,058,082,964.47	5,150,869,558.02	-45.02
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	2,569,440,497.59	4,593,356,231.54	4,703,180,815.00	-44.06
加权平均净资产收益率（%）	5.68	11.99	12.29	减少6.31个百分点
基本每股收益（元／股）	0.423	0.794	0.809	-46.73
稀释每股收益（元／股）	0.413	0.764	0.778	-45.94

2.3 前十名股东持股情况表

单位：股

截止报告期末股东总数（户）	161,351
截止报告期末表决权恢复的优先股股东总数（户）	0

前10名股东持股情况						
股东名称	股东性质	持股比例(%)	持股数量	持有有限售条件的股份数量	质押或冻结的股份数量	
海尔电器国际股份有限公司	境内非国有法人	19.13	1,258,684,824		无	
海尔集团公司	境内非国有法人	16.30	1,072,610,764		无	
香港中央结算有限公司	境外法人	10.73	706,010,686		未知	
中国证券金融股份有限公司	国有法人	2.78	182,592,697		未知	
青岛海尔创业投资咨询有限公司	境内非国有法人	2.62	172,252,560		无	
GIC PRIVATE LIMITED	境外法人	1.98	130,035,316		未知	
CLEARSTREAM BANKING S.A.（注）	境外法人	1.39	91,211,350		未知	
全国社保基金一一三组合	未知	1.26	82,917,383		未知	
青岛海创智管理咨询企业（有限合伙）	境内非国有法人	1.11	73,011,000		无	
中央汇金资产管理有限责任公司	国有法人	1.06	69,539,900		未知	
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）为海尔集团公司的一致行动人；（2）公司未知其他股东有关联关系。					
表决权恢复的优先股股东及持股数量的说明	不适用					

2.4 截止报告期末的优先股股东总数、前十名优先股股东情况表

□适用 √不适用

2.5 控股股东或实际控制人变更情况

□适用 √不适用

2.6 未到期及逾期未兑付公司债情况

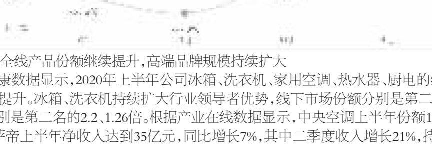
□适用 √不适用

三 经营情况讨论与分析

3.1 经营情况的讨论与分析

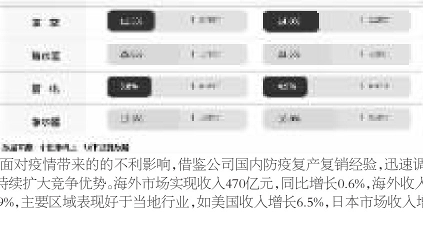
2020年新冠疫情对公司整体运营节奏带来影响，一季度国内业务受到疫情影响，二季度疫情在全球的蔓延，冲击海外业务良好的发展势头。2020年上半年，公司实现收入957.28亿元，同比下降4%，归母净利润27.8亿元，同比下降45%。海外市场实现收入470亿元，同比增长0.6%，主要区域表现好于行业，海外经营利润率由Q1的2.3%增加到Q2的3.8%。面对疫情的挑战，公司多方举措逐渐见效，二季度整体经营趋势逐月向好，6月实现收入利润双增。

公司坚持聚焦物联网智慧家庭生态品牌战略，通过人单合一模式下的链群自驱动机制，加速数据化转型，利用AI+IOT技术，构建智家体验云平台和上线“智家APP，”促进线上交互和销售，保持高端品牌引领，推出成套阳台厨房等场景方案，促进以场景替代产品、以生态覆盖行业的转型；通过“目标、流程、组织、机制”四个重构以及“产品、营销、用户、客户、物流、服务”六个上平台，推进数字化转型，优化效率，提升份额，二季度整体经营趋势逐月向好，6月已实现收入利润双位数增长。



1. 国内市场全线产品份额继续提升，高端品牌规模持续扩大

①根据中怡康数据显示，2020年上半年公司冰箱、洗衣机、家用空调、热水器、厨电的线下、线上市场零售额份额均持续提升。冰箱、洗衣机持续扩大行业领导者优势，线下市场份额分别是第二名的2.98、1.52倍，线上市场份额分别是第二名的2.2、1.26倍。根据产业在线数据显示，中央空调上半年份额11%，同比提升1.25个百分点。②卡萨帝上半年净收入达到35亿元，同比增长7%，其中二季度收入增长21%，持续扩大高端市场竞争优势。



2. 海外市场：面对疫情带来的的不利影响，借鉴公司国内防疫复产复销经验，迅速调整，积极应对，不断优化运营体系，持续扩大竞争优势。海外市场实现收入470亿元，同比增长0.6%，海外收入占公司收入的比例提升2pct，达到49%，主要区域表现好于当地行业，如美国收入增长6.5%，日本市场收入增长16.3%，东南亚市场增长7%。

3. 全面推进智慧家庭场景方案落地，持续打造生态能力。

基于智慧家电互联互通带来持续增长的场景体验需求，公司围绕“享智慧生活 上海尔智家”，以用户个性化的场景体验切入，推进海尔智家场景品牌建设：以场景替代产品，从原来为销售单品到提供成套智慧解决方案。公司基于在全球积累的上亿万级用户资源、不断提升的智能互联电器数量、公司家电的成套性和丰富的智慧家庭解决方案，利用海尔智家体验云平台根据用户画像，精准了解需求，链入不同行业上千家生态资源方，提供从一台智慧家电到智慧家庭场景的方案，满足用户最佳体验。在成套场景方案推进中，公司也并孵化出衣联网、食联网、空气网等数个生态子平台，实现“共创共赢”。

4. 公司荣誉。

2020年1月9日，世界权威市场调查机构欧睿国际发布2019年全球大型家用电器品牌零售量调研结果：海尔第十一次蝉联全球第一；美国东部时间2020年1月21日，美国《财富》杂志公布了“2020年全球最受赞赏公司”榜单，海尔智家再次上榜，公司是家电家居领域在美国本土外的唯一入选企业。2020年6月，在“2020年BrandZ最具价值全球品牌100强”榜单中，海尔连续2年作为唯一“物联网生态”品牌入选。2020年7月，在“2020年BrandZ中国全球化品牌50强”榜单中，海尔排名行业第一。2020年8月，公司再次上榜2020年《财富》杂志世界500强榜单，排名再升13名。

5. 报告期内公司重点工作如下：

（一）不断强化原创科技创新，引领技术变革和产业发展

公司持续推进全球研发与创新中心的协同，保持在模块、技术、产品、研发资源等方面的领先优势，实时动态关注用户需求更新，追踪消费热点与变化趋势，保障在全球各区域市场的产品引领，为全球用户提供有品质保障、性能领先的家电成套产品与智慧家庭解决方案。

1、冰箱/冷柜产业

作为冰箱行业全球领导者，公司通过持续的技术与产品更新迭代，致力于为用户提供健康、智慧、艺术的高品质食材储鲜方案，引领技术变革与行业发展。

（1）全面升级健康保鲜技术，首创颠覆性科技，提供高端食材储鲜和家居一体化整体解决方案。围绕为高端人群提供食材长久存储且保持营养的解决方案，提升高端人群的健康生活品质。①公司不断迭代MSA控氧保鲜技术，降低控氧抽屉内氧气含量，有效减缓果蔬的有氧呼吸，实现8倍保鲜力，新鲜如初，口感如初，营养如初；②首创三大颠覆性科技，使嵌入式冰箱真正做到0cm无界平行嵌入，真正做到无缝贴合橱柜，高效适配家居一体化的用户需求，突破视觉及使用限制，释放更多空间，完美地将厨居设计纳入整体家居审美脉络，让整体家居空间容纳更多艺术美感。

（2）发挥多品牌优势，扩大行业引领地位。①卡萨帝冰箱全面普及MSA控氧保鲜科技，打造全网爆款，推出现象级产品F+系列、内置母婴功能T型冰箱，并新发晶钻套系引爆高端市场，上半年实现卡萨帝冰箱单品价格1W+以上市场份额40.2%，持续扩大品牌势能。②Leader冰箱聚焦智能互联升级，立足储鲜潮品战略，满足用户对高颜值、智能、高性价比的场景需求，iCase智能系列实现行业引领，上半年年累智能网器销量74,921台，同比增幅159%。

2、洗衣机产业

作为全球洗涤行业领导者，海尔洗衣机致力于为用户提供卓越的洗护体验，通过持续产品创新和技术迭代，不断引领行业升级。

针对疫情期间消费者居家时间延长、快速增长的健康洗衣需求，公司从温度、时间等因素出发，研究高温消毒洗云程序，从形成创意到产品上线仅用3天时间，使共计116个型号、300万台洗衣机在3天内升级具备了衣物消毒功能，并实现2周内7次升级迭代。高温消毒云程序契合了消费者对衣物健康杀菌的防疫需求，大大提升了洗护产品的口碑，并带动了智慧电器的销售。同时，为响应防疫无接触服务，工程师开发自助安装视频，并通过直播课堂等方式提供远程指导，从而快速解决无接触安装问题。针对售后难题，公司开发远程诊断直播，在不上门情况下快速解决产品售后问题，让用户感受到真正的便利、舒心与放心。

产品方面：①首创墨盒式智能投放滚筒洗衣机，可智能配比并自动添加洗衣液、助洗液、护色液，在提升去污效果的同时，也极大呵护了衣物的颜色和纤维。②波轮洗衣机方面，首创自发电杀菌消毒技术，在洗衣的过程中，通过模块切割磁感线产生感应电动势，从而驱动UVC-LED灯珠发出深紫外波段光，实现在洗衣过程中自动的衣物除菌，且无额外耗电，极大满足了用户对衣物洗护中消毒杀菌需求。③高端品牌卡萨帝聚焦复杂多样化的用户需求，历经多次迭代升级，由最初的变温蒸汽空气洗升级为集除菌、除皱、祛味、除潮、蓬松于一体，根据面料和不同需求精准定制的空气洗程序，为真丝、羊毛、羽绒服、貂皮等高端面料带来优越洗护服务。2020年上半年，卡萨帝洗衣机在单品价格1W+的洗衣机市场份额达到75.5%，保持绝对引领优势。

3、家用空调产业

围绕市场需求变化，不断推进技术革新、产品迭代，为用户提供品质引领、功能引领、智慧引领的空气解决方案，打造“健康空调选海尔“的用户认知。同时，公司积极推进社群转型建触点，千镇万村、千区万户落实零售转型，村群、区群覆盖超20W+，减少SKU型号提升效率、加速卡萨帝空调实现高端突破等措施，加速业务发展。二季度单季度国内收入增长20%、卡萨帝空调上半年收入增长超过70%、高端市场份额持续提升：卡萨帝在高端空调市场份额达到12.6%，同比增长8.5个百分点；在单品价格1.5W+柜机市场份额持续第一，达到42.3%，同比提升6.1个百分点。

海尔空调持续聚焦为用户提供更好的健康空气解决方案，面对疫情带来的严峻挑战，率先推出56℃除菌自清洁空调，通过蒸发器表面极速降温至凝霜，剥离细菌、灰尘实现自清洁，同时通过逆平衡高温干燥除菌技术，使蒸发器内部温度高达56℃以上，实现99%的除尘率除菌率，带来“健康空气”，赢得用户认可。

卡萨帝空调创新研发射流柔风技术，颠覆百年空调制冷送风技术原理，打造出风凉而不冷、暖而不燥、极致舒适的云鼎空调；迭代升级人体感知功能，打造分区送风、专属舒适的天玺空调，以及AI智慧空气管家的指挥家空调；此外，卡萨帝UVC深紫外线杀菌天净空调，在新冠疫情爆发后更获得各医疗机构、用户认可，在武汉雷神山医院建设中投入使用并获得专家点赞。

2020年7月1日空调新能效标准正式实施，海尔积极参与新能效标准的制定和实施，提前半年升级企业标准，并且获得《企业标准“领跑者”证书》；通过提前研发新能效节能环保产品，率先切换新能效空调产品，未来将持续推进自主知识产权创新技术与产品研发，提高行业技术自主可控能力。

4、中央空调产业

报告期内，公司通过加速产品方案革新与核心技术布局，推出智慧物联、节能、健康系列产品，提升市场份额，实现跨8大行业、26类解决方案的定制，上半年主流品牌行业零售增幅第一：①针对全球新冠病毒疫情，研发出包含紫外灭菌灯、Nanomist除菌模块、纳米水离子发生器的健康空调，在全球范围内推广，得到客户高度认可。②在家庭场景中，开发并上市家中机的卡萨帝单风扇外机，以及推出海尔家中机厨卫空调，填补了厨房空调的使用空白。③针对大型工程使用场景，推出变频模块机组，大幅提升性价比，满足大型工程需求。④物联磁悬浮空调实现省电50%，国内份额超过50%。

在新技术研发上，①推出物联网身份识别技术，通过多联机产品的唯一码识别，用户可扫码进入海尔物联网平台，实现对产品使用、维护、保养等数据的智慧管控，并搭载语音空气管家，实现对空调设备的智慧操控。②开发远程在线升级技术，对电脑板信息进行实时储备升级。

5、热水器及净水器产业

聚焦家电健康化、智能化趋势，公司不断优化产品结构，创新产品功能，丰富品类布局，致力于为用户提供安全、智能、舒适的全屋用水解决方案。

热水器：①电热水器，开发第四代净水洗科技和变频瞬热黑科技，并制定七星级洗浴标准，推出搭载活水、免清洗、抑菌等功能的新品，满足用户健康、洁净、即热的用水需求。其中卡萨帝天沐SPA系列更是将70L高容内胆、双驱四核瞬热技术、85℃高水温科技融为一体，真正实现无限畅浴。海尔优异的产品创新实力和时尚简约的设计获得了国际认可，卡萨帝天泉SPA电热水器荣获艾普兰奖—优秀产品奖。②燃气热水器，在以NOCO安全技术、四分段精控微火燃烧技术等保证安全性与稳定性的同时，叠加零冷水技术、瀑布洗大水量等特性，打造极致舒适体验。

净水机：针对净水环节消费者更为严格的水质要求，净水产业践行“健康升级、体验升级、智能升级”的产品策略，通过升级净水箱UV抑菌及末端杀菌功能，实现从制水到出水的全流程杀菌抑菌；落地零陈水、矿化水技术，实现从提供“安全水”到“健康水”的转变；对全产品线进行智能升级，通过前抽式产品设计，方便用户自助换芯，解决疫情期间上门服务的痛点。2020年3月10日，海尔净水荣获中国轻工业协会“科学技术进步奖一等奖”，成为净水行业唯一获奖品牌。

6、厨电产业

融合FPA、GEA、Candy全球领先的技术平台，加快引领产品结构调整，为用户提供高端成套智能化的厨房解决方案；聚焦卡萨帝和海尔厨电阵容布局，提升高端市场竞争力。卡萨帝品牌收入同比增长超30%。

吸油烟机：推出智慧风12方系列新品，采用与FPA联合研发的恒风量技术，针对性解决吸烟差的用户痛点，在不同安装环境下，均实现恒定最佳有效风量输出，实现高效排烟，吸排烟效果达成行业引领。

燃气灶：回归厨房烹饪的本质，围绕“便捷、健康、安全以及主动服务”的需求，为用户提供便捷、健康的烹饪场景以及能够主动服务的智慧场景。卡萨帝全新一代精控火候智能三头灶，针对不同食材属性及对烹饪的火候要求，通过无极电子比例阀精控火候和四代温度实时监测技术，实现精控火候，智慧烹饪。

消毒柜：针对细分用户需求推出海尔家用食具消毒柜，成为行业唯一达到医疗级消毒水平的食具消毒柜。其上室应用光波消毒+中温保洁技术，通过紫外C波与巴氏温度(60℃~95 ℃)的协同作用杀灭肠道致病菌、病毒，与传统的高温消毒相比，温度低、消毒效果更好、更安全；下室应用120℃红外线高温+光波消毒技术，除菌率高达99.99%。公司主导制定《家用和类似用途医疗器械消毒水平食具消毒柜》团体标准，并经中国标准化协会审核通过，是目前行业首个达到医疗器械消毒水平的食具消毒柜标准。

蒸烤箱：基于GEA、FPA专业烤箱技术与平台，推进产品技术创新。①推出内置摄像头的互联式烤箱，摄像头可将烤箱内部的实时动态发送至用户的移动设备，用户可以控制烹饪功能及选择食谱，且不同用户可相互交流烘焙经验。②推出基于热风技术的高温自清洁烤箱产品，可在420摄氏度将油污分解为碳化物，从而实现自清洁；推出RF射频烤箱，颠覆加热模式，针对不同食材精准加热，快速便捷烹饪食物。③卡萨帝指挥家系列在业内首创自动开关门技术及无线探针技术，并且为中国消费者设出适用于三种生活情境下的多菜谱引导烹饪菜单，即乐生活、快生活及随心烤／蒸。嵌入式蒸烤一体机，鲜蒸嫩烤实现原汁原味，双模鲜蒸，30℃－120℃超大温度区间，满足多种食材需求，三级可调式蒸汽辅助让烹饪化繁为简。

（二）中国区：聚焦数字化变革，提速增效

报告期内，公司对内通过数字化转型提升运营效率、对外通过智家场景方案提升用户体验。以智家体验云平台为基础，通过将产品、营销、客户、用户、物流、服务纳入数字化平台，构建差异化竞争力，建立高效触达用户的能力体系，加速业务模式转型。尽管受疫情影响2020上半年中国区家电业务收入下降9%，但二季度实现收入同比增长14%。市场份额全线提升，整体表现优于行业。

公司以数字化切入，通过客户端、用户端、员工端的数字化工具应用，提升全流程效率。（1）持续扩大统仓统配覆盖范围，继续深度推进营销网、物流网、服务网、信息网的深度融合，全面提升平台效率。（2）通过海尔智家APP实现家电销售的场景直播，帮助线下客户打通线上引流通道、赋能线下店，实现线上线下一体化运营。（3）通过反向定制爆品抢单、天网云TOC模式，实现SKU聚焦，提升产品效率、供应链效率、仓储效率。上半年，在SKU效率方面，有效运转型号数量与总型号数量的占比由40%提升至97%，物流配送及时率提升至99.5%，流程系统使用效率提升至83%，不良品率下降94%。

推进线上线下触点融合，提升触点网络质量。（1）专卖店渠道：通过零售与分销的双维度转型重塑直营渠道运营体系。启动海尔专卖店向海尔智家体验店转型，通过优化门店布局、融合线上线下、智家生态引流、统一品牌展示，提升专卖店客户在卡萨帝销售、网器销售、场景销售、线上线下一体化以及入户服务抢用户等五大能力。在县区市场通过“千家万户”抢区县用户流量；在乡镇市场通过“千镇万村”抢镇村用户流量。（2）电商渠道：通过调整线上产品规划布局，创新线上营销方式，利用社交媒体众播等多种线上营销方式，提升关注度和品牌影响力并最终转化为销售，上半年电商渠道实现收入同比增长超40%。（3）智家渠道围绕全场景智慧解决方案与“1+N”服务能力的整合落地，重点引入家装、暖通、家居、全屋智能等4类新客户，覆盖全国180个核心地市。通过打造全新门店形象、提升方案体验、设计安装等全流程能力，让用户真正体验智慧的家与未来的家。公司上海001体验中心，通过打造全新的线上线下OTO体验模式，按“方案、场景、生态”实现局部装修一体化销售，智慧家电场景方案单用户平均价格24.1万元，并入选“2020体验上海”优秀消费体验馆和2020上海“首店经济典范”。（4）工程渠道通过打造总部与小微的业务能力，保持快速增长，收入增幅22%。总部层面，通过建设工程数字化平台与工程体验云，提升工程项目效率与客户体验。区域层面，通过建立客户工程联盟、开放网格工程资源，提升在市场终端在设计、安装服务、资金等方面的能力。以地产行业战略及雄安服务中心等重特大项目切入，建立行业标杆，中标恒大、碧桂园、保利、融创、龙湖等地产用户项目。

卡萨帝持续扩大高端优势。（1）2020年上半年卡萨帝白电&厨卫产品实现收入35亿元，同比增长7%；其中二季度同比增长21%，5月、6月单月收入增幅30%，保持高端市场份额绝对引领地位，如卡萨帝冰箱在单品价格1W+的市场份额40.2%；卡萨帝滚筒洗衣机在单品价格1W+的份额75.5%。（2）推进门店升级：全国启用新一代终端展示标准，把卖场打造成智慧家庭生活体验中心，县级以上市场网络覆盖率从85%提升至95%。（3）通过成套销售，提升客单价，通过成套培训，提升人员成套销售能力。（4）服务升级：卡萨帝七星级服务围绕为用户”设计一个家、建设一个家、服务一个家“的服务理念，将七星级服务升级为七星级场景生态服务，为新装用户提供阳台、厨房、卫浴等场景定制服务；为换新用户提供局部改造服务，如拆旧换新、橱柜改造、阳台改造等增值服务。

首创体验云众播模式，推进营销转型。（1）通过覆盖员工、客户的全员直播，颠覆等客上门的销售方式，实现主动寻找用户；通过社群裂变、微信红包、小程序、云吉报等线上工具，实现持续服务用户。（2）建立四大社群内容链群，形成海量内容矩阵，在新媒体社群平台时时在线交互发酵，实现“从发布→做圈层、做粉丝，从经营产品→经营人，从卖货思维→做社群、做流量”的转型。（3）首创体验云众播模式，以智家场景为基础、以用户家生活需求为主线，吸引客户、用户、生态攸关方上平台参与共创，沉淀用户、打造场景直播体验。上半年开展5场大型众播，从用户交互、交易、平台日活多维度实现引爆引领，场景内容不断迭代升级。比如8月1日众播日，平台GMV1.34亿元、用户观看量189万人次，分别较3月31日众播日增幅283%、64%。

（三）海外市场：“三位一体”本土化运营促双循环、实现高质量发展

2020年上半年，公司海外市场实现收入470亿元，同比增长0.6%，占公司整体收入49%。面对严峻的市场挑战以及二季度新冠疫情的影响，海外业务基于本地创牌和当地运营基础，一方面迅速复制国内防疫经验，最大化保障海外员工的身体健康和供应链的复工复产，另一方面及时调整产品结构、渠道和营销策略，探索实践线上营销新模式。在行业整体下滑的情况下，海外业务在多个国家实现逆势增长，从二季度4月、5月、6月收入同比增幅分别为-22%、-12%、20%，海外家用空调在诸多重点市场收入超2019年全年收入。

1、高端产品引领。公司持续坚持的高端、智慧、健康产品的发展方向，推出一系列差异化引领的健康卖点产品和解决方案，契合疫情期间消费者需求变化，提高用户黏性。加大对全品类健康产品在各市场区域内的推广，如冰箱主打“杀菌、保鲜”功能，洗衣机聚焦“ABT抑菌、双喷淋除菌、蒸汽洗杀菌”技术，空调主打“全健康、自清洁”系列产品。公司上半年海外健康产品收入超过4.3亿美元，同比增长21%。

2、渠道转型。各区域基于自身市场特点，通过拓展主流渠道、建设自有网络、发力电商渠道、加强前置类渠道布局等措施，全面优化渠道结构、提升网络覆盖率。疫情影响下，线上渠道成为行业拓展重点，公司海外强化电商平台品牌旗舰店建设和用户交互体验，带动线上销售高效转化，上半年海外电商渠道销额同比提升32.4%。

3、零距离营销体验。围绕“用户零距离”理念，深耕用户需求，把科技发展的福利切实地转化为消费者在使用家电时可以感受到的便利，并通过智慧健康网器+无接触安装服务等提升用户口碑。报告期内，聚焦疫情下全球消费者社交行为的变化和机会，迅速推进数字化营销转线上，通过电商平台直播、Vlog短视频营销和体验云众播，成功圈粉、积累品牌口碑，真正实现产业的全球联动、全球发声和全球引爆。在6月份召开的线上广交会上，海尔联合12个国家的创客、用户、生态方进行10*24小时全天候交互的体验云众播，让全球亿万用户看到海尔智造的魅力。截至6月底，海外Facebook粉丝量已近千万，交互量同比提升51%。

4、全球主要市场业绩简述如下：

（1）北美市场：2020年上半年实现销售收入295亿元，同比增长6.5%；GEA核心家电份额提升2.5个百分点，所有核心家电品类份额均实现增长。

①疫情防控，公司对工厂防疫高度重视，成立专项小组统筹防疫工作，保障员工健康；同时，GEA积极履行企业社会责任，为需要帮助的一线人员捐赠家电，与社区紧密链接，积极捐赠物资，持续支持公益组织。②品牌上，GEA坚持高端转型策略，重视高端品牌建设和知名度提升：旗下高端品牌Café收入同比增长30%，Profile收入同比增长14%；③供应链端，持续智能工厂和仓储体系建设，提升自动化程度，优化制造与仓储效率；④渠道端，针对因调整营业时间、增大社交距离和限制人流给线下购物带来的不便，通过店外取货、自购自取等安全购物方式，保障线下购物体验；线上通过直播、短视频等工具加强与消费者的互动和交互，如上线全球交互式直播烹饪平台——Chibo，借助直播的方式打造强交互协作式烹饪体验。⑤国际权威市场调研组织IoT Breakthrough连续两年授予GE家电“物联网突破年度大奖”；GEA被UL认定为首个实现金牌级物联网安全评级的家电品牌。

（2）欧洲市场：实现收入67亿元，同比下降6.6%，其中海尔品牌收入在德国、意大利分别同比增长61%、52%。市场份额方面：①2020年上半年，在欧盟主要国家双品牌（Haier+Candy）洗衣机销量的市场份额14%，位居Top2，销额的市场份额12.6%，位居Top3；②冰冷产品销额在欧洲4国（法国、英国、意大利、俄罗斯）整体市场份额8.8%，位居Top 5。海尔洗衣机和冰箱价格指数分别为112、117。

①在疫情发展之初，欧洲团队积极与国内总部沟通，详细了解国内疫情变化趋势及销售的变化趋势，特别是线下实体店和线上销售的变化情况，通过借鉴国内的相关经验，快速实现线下转线上的销售，积极推进社交网络媒体的线上营销力度，加强与用户的交互；②产品方面，针对疫情快速推出提高消费者生活舒适度和便捷性的产品，包括超大容量的全空间保鲜冰箱、蒸汽消毒杀菌的洗衣机、大容量冷柜、智能互联的全系列厨具产品以及56℃空调产品系列等；③生产供应链方面，欧洲工厂提前充分准备，严格按照当地政府要求做好防疫措施，成为当地的样板企业；同时借鉴中国总部防疫经验，在确保安全生产的前提下，保证了生产的持续性，满足了多个市场订单需求；④积极承担作为当地企业的社会责任，在最为严重的意大利伦巴底大区及威内托大区，海尔欧洲都给当地医院捐赠了防护服及口罩等防疫物资；在其他欧洲国家，结合当地的需求向医院和社区捐赠相关的防疫物资，获得诸多好评。

（3）南亚市场：实现收入27亿元，同比下降36%。

印度市场：1-2月份公司在印度市场保持良好增长，但疫情导致3月份全国性的封城，直至5月中旬逐渐开放，造成公司销售停滞。随着市场的逐步解封，公司通过实施园区防疫方案，保障工厂生产有序恢复，并结合政府指引，边防疫边生产，满足市场供货需求。

巴基斯坦市场：通过内部运营、提效降费、严控风险、聚焦新渠道等措施，本币销售额同口径下降10%，远好于行业市场容量的缩减幅度。①产品：完善冰箱、空调产品阵容，并实现特殊定制，其中冰箱电子变频系列、空调卡拉奇区域定制防腐蚀系列，取到较好的市场反馈，同时加大高端型号、智慧型号销售占比，冰洗空产品单价均得到提升；②渠道：海尔专卖店数量逐步提升，上半年新增20家，且三四线城市渗透率不断提高，电商渠道销售额也显著增长，同比增幅达500%。

（4）澳新市场：实现收入25亿元，同比下降1.5%。FPA核心家电收入实现了3%的纽币增长，其中澳大利亚市场趋势持续向好，上半年同比增17%，双品牌均实现两位数增长。①加快线上终端转型，以场景化的品牌店代替单一的产品展示，实现线上销售翻番增长、销售比例大幅提升；②在商用渠道不断突破，销额增长12%；③产品方面，加快新品迭代上市节奏，海尔565 T门冰箱新品上市，带动当月T门冰箱整体销额增长280%，产品组合得到大幅优化；FPA超高端Collumn冰箱及TFT触屏烤箱获两项“红点奖”。

（5）日本市场：实现收入18亿元，逆势同比增长16.3%。①推出AQUA全箱Delie系列冰箱，扩大超大型、大型产品阵容，实现上半年超大型冰箱销量逆势增长24.3%、销额增长48.5%；②围绕用户在疫情期间食材储存对大容量冰冷产品的需求，迅速上市280L业界最大容量立式冷柜以及变温系列冰箱等高端新品，及时满足用户体验升级；③“海尔+AQUA”双品牌已覆盖市场约90%的主流渠道，上半年新增与两家连锁超市渠道的合作，同时积极规划建设自有线上渠道。

（6）东南亚市场：实现收入21亿元，同比增长7%；基于市场需求变化，公司聚焦健康主题，继续深化主推型号，推进健康产品销售，如冰箱新品Magic Cooling系列，进一步升级变温、杀菌，保鲜等功能，突显产品杀菌保鲜监控功能点；滚筒聚焦525大桶径和健康洗，其中UV杀菌、高温洗、抗菌窗垫，为疫情下的用户带来更加便捷、健康、安静的洗涤体验。营销创新向线上转型并利用社交媒体直播推广中高端产品，加速电商业务的发展。在本土化供应链建设方面，引入全球通用供应商，快速实现供应商优化，降低采购成本。

（四）打造海尔智家体验云平台，构建物联生态

海尔智家体验云通过将传统家电升级为智慧网器，再基于智慧网器的互联互通构建智慧厨房、智慧阳台等成套的场景解决方案，建立一个连接亿万家庭，用户、企业、生态方共创共赢、不断进化的平台，实现以场景替代产品、生态覆盖行业的转型，为用户提供衣食住娱等全生态服务体验。

2020年上半年，公司智慧家电销量同比增长20%；网器绑定量增长111%；成套销量增长55%，成套销售占比29.64%，同比提升4.8个百分点，成套销额同比增长107%，成套单用户价值提升89%；场景方案销售62.7万套，同比增长65.75%；物联网生态收入37.7亿，同比增长96%。截止2020年7月，海尔智家APP用户日活峰值达到52.2万人，较20年4月增长132%，活跃资源方9289家，较20年4月增长194%。

1、不断强化“AI+IoT”能力，从全流程实现智慧家庭的主动服务。融合IoT、大数据和AI三大能力，基于用户家电状态和使用习惯，打造定制化智能感知决策场景，向用户提供最合理的响应和最贴心的交互体验。①搭建业内首个针对智能家电的数据赋能平台——主动服务技能管理平台，并制定行业首个《基于大数据主动服务标准》，统一智能家电在不同用户使用习惯、不同家庭环境下为用户提供主动提醒、智能推荐、故障自反馈等个性化服务的功能要求和评价办法的标准。②智家APP聚焦“设计一个家、建设一个家、服务一个家，体验一个家”的价值交互，覆盖用户衣、食、住、娱、健康等各个方面，打造智慧家庭全场景的沉浸式交互体验。此外，售后服务一站式体验也全面上线，可提供在线售后服务从送装、保养到清洁、维修、移机等全场景服务，实现全流程可视。

2、积极推进“1+N”智慧家庭场景解决方案的转型升级与落地。①推进“1+N”服务体系建设，抓住用户痛点和需求：“1”是项目经理，是用户的服务管家，1对1对接用户，为用户提供一管到底的服务；N是相关资源方，包含各家电服务人员、成套服务商、经销商、橱柜商、家装公司等，由服务管家对接资源方为用户提供家电、家装一体化服务；②打造全新的线上线下OTO体验模式。上海001体验中心自2019年9月6日开业，以“方案、场景、生态”实现局部装修一体化销售，单用户平均价格24.1万元，累计吸引2.5万人进店体验，实现智慧场景解决方案的价值引领，入选“2020体验上海”优秀消费体验馆和2020上海“首店经济典范”。上半年新增225家海尔智家001号店。③智家场景直播新生态：体验云众播，公司从场景直播迭代至体验云众播，开创行业差异化模式，着眼于智能控制、多屏互动、主动服务、大健康，涌现出智慧空气洗、母婴场景、空调56℃除菌等爆款场景。

3、建设衣联网、食联网、空气网等生态品牌，探索智慧新生态商业模式。（1）海尔衣联网与洗衣液市场头部资源品牌共同打造海尔首台墨盒洗衣机，墨盒洗护生态方案以超强去污力、精准自投放和洗涤剂智能提醒、一键购等领先科技与便捷服务体验，获得用户认可。此外，通过与鞋靴洗护服务资源、运动用品连锁品牌和鞋靴品牌合作，共同打造鞋靴洗、护、存、定制的全场景体验，2020年4月发起中国标准化协会《带有消毒和联网功能的鞋柜》标准编写并发布。新冠疫情期间，衣联网家庭全场景防疫解决方案，从回家→居家→出行场景布局，为用户提供一站式健康防护方案。衣联网覆盖15个行业、融入5300多家资源方，其中服装2100余家、家纺1000余家、鞋70余家、洗护用品50余家，实现物联网生态收入同比增长57%。（2）海尔食联网为用户搭建“吃在智家”的服务体验，与12大类（食品、物流、厨房电器、炊具、橱柜、厨房周边、家装、协会组织、教育培训、影音娱乐、IT技术、媒体等）近千家资源方一起，搭建食联生态菜谱管理平台，实现智慧菜谱、图文菜谱的新建、查询和精准标签化，不断完善菜谱推荐算法逻辑，为用户提供全过程的智慧厨房场景体验。（3）海尔空气网根据人的活动轨迹从家庭空间到校园空间或到公共空间，创建智家生态、校园生态、出行生态三大生态圈，覆盖家居、家具、除菌、酒店、移动出行、金融、教育、公寓等12个行业，共同搭建物联网空气生态品牌。疫情期间，通过云端升级，打造智慧除菌、空气除菌、舒适睡眠等爆款场景，主导发布《基于大数据的智慧家庭服务平台评价技术规范-智慧卧室》，填补行业空白。

（五）智能制造：互联工厂利用IOT与AI技术，继续大规模制造向大规模定制的转型升级引领

报告期内，公司继续推进以用户为中心的大规模制造向大规模定制的转型升级，通过建设互联工厂、“灯塔工厂”等，实现生态体系的互联互通和智能优化。截至2020年6月，公司已建成22家互联工厂，构建物联网时代下以用户为中心的大规模定制体系，形成全球引领的高端制造示范标杆。

公司智能5G互联工厂通过基于数据的仿真建模验证、生产高效协同、质量精准管控，探索实践出更多场景化的物联网智能产品、智慧组合解决方案及AI技术应用，有效优化生产效率、制造成本、不入库率等产能指标，实现互联工厂的全流程信息“自感知”、全要素事件“自决策”与全周期场景“自迭代”，形成行业智能制造的强大竞争力。

公司智能制造的探索实践获得国内国外的权威认可。①2020年1月份，海尔沈阳冰箱互联工厂通过部署可扩展的数字化平台，实现企业与用户资源和供应商资源的端到端连接，当选世界经济论坛灯塔工厂。自2018年首批灯塔工厂公布名单以来，中国有5家本土企业入选，其中海尔为世界贡献了两座灯塔工厂。②2020年5月份，海尔中德滚筒互联工厂当选首批中国标杆智能工厂，是目前全球规模最大、柔性最高的衣联生态大规模定制示范基地。

（六）坚持人单合一模式，推进链群自驱动机制的组织变革

链群自驱动机制是在高度网络化链接、供需不断变化的社会中，企业产销各节点组织为不断满足用户需求变化，形成相互链接协同迭代生存的能力，是公司适应时代创世界级物联网模式的基本组织机制保证。链群组织由“体验链群”和“创单链群”融合而成，“体验链群”是与用户直接交互的社群与触点，其不断与用户交互，实时获取用户需求；“创单链群”包括研发、制造等节点，其通过并联各方资源，输出不断迭代的场景解决方案。在同一目标下，“体验链群”和“创单链群”融合、相互倒逼咬合，形成自驱动共同满足用户需求。链群组织可以根据用户群的不断细分自裂变，也可以依据新的市场机会自涌现，链群承接市场引领目标，保证用户体验迭代的满足。链群的这种自组织自驱动能够满足不同用户需求的自适应，这种自适应的非线性网络使得链群与用户零距离融合，不断提升交易效率。

3.2 与上一会计期间相比，会计政策、会计估计和核算方法发生变化的情况、原因及其影响

□适用 √不适用

3.3 报告期内发生重大会计差错更正需追溯重述的情况、更正金额、原因及其影响。

□适用 √不适用

董事长：梁海山
海尔智家股份有限公司
2020年8月28日

股票代码：600690　　股票简称：海尔智家　　公告编号：临2020-055

海尔智家股份有限公司
第十届董事会第十二次会议决议公告

本公司董事会及全体董事保证本公告内容不存在任何虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对其内容的真实性、准确性和完整性承担个别及连带责任。

海尔智家股份有限公司（以下简称“公司”）第十届董事会第十二次会议于2020年8月28日下午在青岛市海尔信息产业园创牌大楼中118会议室召开，应到董事9人，实到董事9人，其中董事谭丽霞、武常岐、林绥、阎焱、戴德明、钱大群、王克勤以通讯方式参会，出席人数符合法律法规和《公司章程》的规定。本次会议通知于2020年8月17日以电子邮件形式发出，公司监事和高级管理人员列席了会议，会议的通知和召开符合《公司法》和《公司章程》的规定，会议由董事长梁海山先生主持。经与会董事认真审议，审议通过了以下议案：

一、《海尔智家股份有限公司2020年半年度报告及摘要》（表决结果：同意9票、反对0票、弃权0票）

根据法律法规及上海证券交易所信息披露要求，公司董事、监事和高级管理人员在全面了解和审核公司2020年半年度报告及摘要后，认为：

1、公司严格按照企业会计准则规范运作，公司2020年半年度报告及摘要公允地反映了公司本报告期的财务状况和经营成果；

2、我们保证公司2020年半年度报告及摘要所披露的信息真实、准确、完整，承诺其中不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其内容的真实性、准确性和完整性承担个别及连带责任。

内容详见与本公告同日刊登在上海证券交易所网站上的《海尔智家股份有限公司2020年半年度报告》及摘要。

二、《海尔智家股份有限公司2020年半年度募集资金存放与实际使用情况专项报告》（表决结果：同意9票、反对0票、弃权0票）

内容详见与本公告同日刊登在上海证券交易所网站上的《海尔智家股份有限公司2020年半年度募集资金存放与实际使用情况专项报告》。

特此公告。

海尔智家股份有限公司董事会
2020年8月28日

股票代码：600690　　股票简称：海尔智家　　公告编号：临2020-056

海尔智家股份有限公司
第十届监事会第十一次会议决议公告

本公司监事会及全体监事保证本公告内容不存在任何虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对其内容的真实性、准确性和完整性承担个别及连带责任。

海尔智家股份有限公司(以下简称“公司”)第十届监事会第十一次会议于2020年8月28日下午在海尔信息产业园创牌大楼中118会议室召开，会议应到监事3人，实到监事3人，占公司监事总数的100%，符合《公司章程》规定的法定人数，公司高级管理人员列席了会议。会议通知于2020年8月18日以邮件形式发出，本次会议的通知和召开符合《公司法》与《公司章程》的规定。会议由监事会主席王培华先生主持。经与会监事审议，通过了以下议案：

一、审议通过《对〈海尔智家股份有限公司2020年半年度报告及摘要〉审核意见的报告》（表决结果：同意3票、反对0票、弃权0票）

根据《中华人民共和国证券法》和中国证监会《公开发行证券的公司信息披露内容与格式准则第3号——半年度报告的内容与格式》（2017年修订）及上海证券交易所信息披露要求，监事会对海尔智家股份有限公司（以下简称“公司”）编制的《海尔智家股份有限公司2020年半年度报告》及摘要进行了认真严格的审核，并提出如下的书面审核意见。

与会全体监事一致认为：

1、2020年半年度报告及摘要的编制和审议程序符合法律、法规、公司章程和公司内部管理制度的各项规定。

2、2020年半年度报告及摘要的内容和格式符合中国证监会和证券交易所的各项规定，所包含的信息能从各方面真实地反映出公司报告期内的经营管理和财务状况等事项。

3、在提出本意见前，未发现参与2020年半年度报告及摘要编制和审议的人员有违反保密规定的行为。

因此，我们保证《海尔智家股份有限公司2020年半年度报告》及摘要所载资料不存在任何虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对其内容的真实性、准确性和完整性承担个别及连带责任。

内容详见与本公告同日刊登在上海证券交易所网站上的《海尔智家股份有限公司2020年半年度报告》及摘要。

二、审议通过《海尔智家股份有限公司2020年半年度募集资金存放与实际使用情况专项报告》（表决结果：同意3票、反对0票、弃权0票）

内容详见与本公告同日刊登在上海证券交易所网站上的《海尔智家股份有限公司2020年半年度募集资金存放与实际使用情况专项报告》。

特此公告。

海尔智家股份有限公司监事会
2020年8月28日

股票简称：海尔智家　　股票代码：600690　　编号：临2020-057

海尔智家股份有限公司
关于延期回复上海证券交易所问询函的公告

本公司董事会及全体董事保证本公告内容不存在任何虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对其内容的真实性、准确性和完整性承担个别及连带责任。

海尔智家股份有限公司（以下简称“公司”）于2020年8月14日收到上海证券交易所下发的《关于对海尔智家股份有限公司重大资产购买暨关联交易报告书信息披露的问询函》（上证公函【2020】2447号）（以下简称“问询函”），要求公司收到《问询函》后五个交易日内进行书面回复，并对《海尔智家股份有限公司重大资产购买暨关联交易报告书（草案）》（以下简称“《草案》”）进行修订，履行相应的信息披露义务。公司于2020年8月21日披露了《关于延期回复上海证券交易所问询函的公告》（公告编号：2020-054）。

公司在收到上述《问询函》后高度重视，立即组织相关人员进行《问询函》的回复工作。因《问询函》所涉及的部分事项仍需进一步确认和完善，并由相关中介机构发表意见，预计无法按期完成《问询函》的回复工作。为保证回复内容的真实、准确、完整，经公司向上海证券交易所申请，公司拟延期5个交易日公告相关文件。延期回复《问询函》期间，公司将进一步加大工作力度，积极协调各方推进《问询函》的回复工作，争取尽快向上海证券交易所提交回复文件。

公司郑重提醒广大投资者，公司指定信息披露媒体为《中国证券报》、《上海证券报》、《证券日报》、《证券时报》及上海证券交易所网站（www.sse.com.cn），公司所有信息均以在上述指定媒体刊登的公告为准，敬请广大投资者理性投资，注意投资风险。

特此公告。

海尔智家股份有限公司
2020年8月28日

股票代码：600690　　股票简称：海尔智家　　公告编号：临2020-058

海尔智家股份有限公司
关于公司与海尔电器集团有限公司发布联合公告的提示性公告

本公司董事会及全体董事保证本公告内容不存在任何虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对其内容的真实性、准确性和完整性承担个别及连带责任。

海尔智家股份有限公司（以下简称“公司”）就拟议私有化海尔电器集团有限公司（01169.HK，以下简称“海尔电器”）事项，于2020年8月28日与海尔电器在香港交易所披露易网站（http://www.hkexnews.hk）发布了一项联合公告（以下简称“联合公告”）。联合公告的主要内容包括：

一、可交换债券持有人大会审议通过EB转CB方案

根据联合公告，可交换债券持有人大会已于2020年8月28日召开并审议通过EB转CB方案。EB转CB方案的相关内容请见公司于2020年8月25日在上海证券交易所网站上披露的《海尔智家股份有限公司2020年第二次临时股东大会、2020年第一次A股类别股东大会、2020年第一次D股类别股东大会会议材料》之临时股东大会议案二十八、A股类别股东大会和D股类别股东大会议案二《关于公司通过境外全资子公司发行的可交换债券调整方案的议案》。

二、海尔电器的股权结构发生变化

根据联合公告，就公司境外全资子公司FLOURISHING REACH LIMITED（以下简称“FRL”）收购公司境外全资子公司海尔股份（香港）有限公司（以下简称“香港海尔”）所持海尔电器全部股份（约占海尔电器已发行股份的31.74%）的交易（以下简称“本次调整”），FRL已与香港海尔签署收购协议。本次调整不会对公司私有化海尔电器的交易条款产生影响，该项交易完成后，公司仍直接及间接持有海尔电器约45.68%的已发行股份。本次调整已经公司第十届董事会第十次会议审议通过，基本情况请见公司于2020年8月1日在上海证券交易所网站上披露的《海尔智家股份有限公司第十届董事会第十次会议决议公告》（编号：临2020-050）之议案四十四。

关于联合公告的更多信息，请见香港交易所披露易网站。

公司将按照相关规定及时履行信息披露义务。敬请广大投资者理性投资，注意投资风险。

特此公告。

海尔智家股份有限公司董事会
2020年8月28日

大连华锐重工集团股份有限公司

证券代码：002204　　证券简称：大连重工　　公告编号：2020-052

2020半年度报告摘要

一、重要提示

本半年度报告摘要来自半年度报告全文，为全面了解本公司的经营成果、财务状况及未来发展规划，投资者应当到证监会指定媒体仔细阅读半年度报告全文。

所有董事均已出席了审议本报告的董事会会议。

非标准审计意见提示

□ 适用 √ 不适用

董事会审议的报告期普通股利润分配预案或公积金转增股本预案

□ 适用 √ 不适用

公司计划不派发现金红利，不送红股，不以公积金转增股本。

董事会决议通过的本报告期优先股利润分配预案

□ 适用 √ 不适用

二、公司基本情况

1、公司简介

股票简称	大连重工	股票代码	002204
股票上市交易所	深圳证券交易所		

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	卫旭峰	李慧
办公地址	大连市西岗区八一路169号	大连市西岗区八一路169号
电话	0411-86852187	0411-86852802
电子信箱	dlzg002204@dhidcw.com	dlzg002204@dhidcw.com

2、主要会计数据和财务指标

公司是否需追溯调整或重述以前年度会计数据

□ 是 √ 否

	本报告期	上年同期	本报告期比上年同期增减
营业收入（元）	3,635,273,009.58	2,742,266,427.97	32.56%
归属于上市公司股东的净利润（元）	14,251,755.47	7,299,839.42	95.23%
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润（元）	468,740.37	-22,455,654.46	-
经营活动产生的现金流量净额（元）	232,388,982.30	-14,751,000.22	-
基本每股收益（元/股）	0.0074	0.0038	94.74%
稀释每股收益（元/股）	0.0074	0.0038	94.74%
加权平均净资产收益率	0.22%	0.11%	0.11%
	本报告期末	上年度末	本报告期末比上年度末增减
总资产（元）	16,727,885,641.86	16,775,730,564.57	-0.29%
归属于上市公司股东的净资产（元）	6,620,193,280.94	6,665,129,802.97	-0.67%

3、公司股东数量及持股情况

单位：股

报告期末普通股股东总数	74,634	报告期末表决权恢复的优先股股东总数	0

前10名股东持股情况						
股东名称	股东性质	持股比例	持股数量	持有有限售条件的股份数量	质押或冻结情况	
					股份状态	数量
大连重工·起重集团有限公司	国有法人	55.71%	1,075,898,974	0	质押	120,000,000
大连市国有资产投资经营集团有限公司	国有法人	6.47%	124,981,784	0	质押	62,000,000
中央汇金资产管理有限责任公司	国有法人	1.96%	37,939,200	0		
张佳华	境内自然人	1.24%	23,861,693	0		
曾远彬	境内自然人	1.19%	22,985,710	0		
中国长城资产管理股份有限公司	国有法人	0.84%	16,205,533	0		
香港中央结算有限公司	境外法人	0.49%	9,494,478	0		
徐开东	境内自然人	0.31%	6,000,000	0		
吴定发	境内自然人	0.31%	5,971,700	0		
广发基金－农业银行－广发中证金融资产管理计划	其他	0.23%	4,512,638	0		
上述股东关联关系或一致行动的说明	上述股东中，国有法人股东大连重工·起重集团有限公司与大连市国有资产投资经营集团有限公司存在关联关系，属于规定的一致行动人。未知其他股东间是否存在关联关系、是否属于规定的一致行动人。					
参与融资融券业务股东情况说明	公司前10名股东中，股东张佳华通过信用账户持有23,690,893股公司股份；股东曾远彬通过信用账户持有20,434,710股公司股份；股东徐开东通过信用账户持有6,000,000股公司股份；股东吴定发通过信用账户持有5,971,700股公司股份。					

4、控股股东或实际控制人变更情况

控股股东报告期内变更

□ 适用 √ 不适用

公司报告期控股股东未发生变更。

实际控制人报告期内变更

□ 适用 √ 不适用

公司报告期实际控制人未发生变更。

5、公司优先股股东总数及前10名优先股股东持股情况表

□ 适用 √ 不适用

公司报告期无优先股股东持股情况。

6、公司债券情况

公司是否存在公开发行并在证券交易所上市，且在半年度报告批准报出日未到期或到期未能全额兑付的公司债券

否

三、经营情况讨论与分析

1、报告期经营情况简介

公司是否需要遵守特殊行业的披露要求：否

2020年上半年，公司积极贯彻落实党中央、省市有关疫情联防联控工作部署要求，紧紧围绕疫情防控和生产经营两条主线，科学研判，积极应对，全面部署防控措施，有效克服和化解了新冠肺炎疫情对生产经营带来的冲击和影响，保障生产经营不停滞，营业收入、新增订货、货款回收等主要经营指标同比均有所增长，为推动公司持续健康发展，完成全年目标任务奠定基础。

报告期内，公司实现营业收入36.35亿元，同比增长32.56%；实现利润总额4,271.21万元，同比增长299.72%；实现归属于上市公司股东的净利润1,425.18万元，同比增长95.23%；基本每股收益为0.0074元/股?截至2020年6月30日，公司总资产为167.28亿元，较年初下降0.29%；归属于上市公司股东的净资产为66.20亿元，较年初下降0.67%；归属于上市公司股东的每股净资产为3.43元/股。

报告期内，公司重点开展了以下工作：

（1）有序推进复工复产，全力推动快产快销

报告期内，面对突如其来的新型冠状病毒肺炎疫情，公司坚持疫情防控和生产经营“两手抓、两手硬、两不误”，紧紧聚焦合同执行，及时启动特殊时期生产组织应对机制，坚定推进“计划驱控”的生产管理体系，建立了从设计源头到安装现场全流程覆盖，上下游、国内外全供应链联动，生产组织节拍快速有效调整的“大生产”管理模式，以时间换空间，为保市场、保供应链赢得了先机。报告期内，公司精准打通了产销、物流等堵点，坚持防控不松懈、生产不间断、服务不打折，在非常时期确保企业生产经营平稳运行的同时，全力为国家重点工程保驾护航、支援行业重点顾客复工复产，合同履约率高达99.86%，同比提高1.23个百分点，产、销总量分别实现13.16%和32.56%的增长。

（2）谋势应变逆势突围，积极拓展市场空间

报告期内，公司努力克服疫情影响，主动调整自身战略，在“疫情防控”与“生产经营”两个主战场同时发力，以“毅”战“疫”，主动出击，采取云投标、云服务、提前隔离检测等多种方式走访和服务顾客，努力将疫情影响的时间抢回来。上半年，公司新开拓合同额千万级以上客户19家，包括中化赛鼎、华丰集团、天津中车、永锋集团等，成功签订了宝武集团450t铸造起重机、沙钢集团3000t/h链斗式连续卸船机、秦皇岛港6000t/h装船机、国家地震工程模拟研究设施起重机、澳大利亚IB公司废料输送设备等重量级订单。公司报告期实现新增订货56.3亿元，同比增长12.1%。其中，风电产品和冶金机械占订货总量的50%以上；新产品订货同比增长26%；设备全生命周期后服务订货增长25.5%；维保合同续签率保持在95%以上；智能化产品订货也保持增长态势，企业创新求变带来的产品结构性调整有力支撑了订货放量增长。

（3）以市场为导向促研发，为发展积蓄新动能

公司以市场和问题为导向，以“智能高效、节能环保、安全可靠”为主要方向，以“产品结构优化升级、拉动盈利作用明显”为主要目标，将科技成果市场推广纳入研发过程管理，大力开展精益设计和产品研发储备。上半年，公司科技投入约1.38亿元，占营业收入的3.8%，主要用于华龙一号核环吊、热室吊车等新产品试制，等离子喷涂旋转靶材等新工艺研究，防震起重机等新产品设计开发，焦炉机械智能决策分析系统等新技术研发设计等。其中，投入港口机械类产品研发费用占比40.8%、冶金机械类占比34.2%、起重机械类占比9%、风电设备类占比6.7%、其他类产品占比9.3%。另外，经过近五年来的技术储备，公司在传统产品智能化升级方面取得了突飞猛进的进展，实现技术和市场双突破。1-6月，公司智能化产品获得8.4亿元的市场业绩，占同期营业收入比重为23%；完成起重机无人挂钩测试、焦炉机械智能决策分析系统验收、连续卸船机扫描识别软件等多项关键技术攻关，申报知识产权16项；制定冶金起重机智能化分级定义和差异化配套方案，促进订货近5,000万元。

（4）聚焦供货合同风险 ，强化“事前”、“事中”管控

公司基于风险思维，聚焦供货合同的全过程风险管控，将防控重点逐渐从“事后”清理转向“事前”和“事中”的预防和控制上，有效增强公司应对市场风险能力，进一步提升企业运营控制能力。截至报告期末，公司各类型合同、协议合法性审核率达100%，对近1,800名主要顾客实施信用评价，对应制定了风险控制标准，并将供货合同划分为“重点关注项目、执行异常项目、风险迹象项目、风险项目”等“四个风险层级”实施动态管理，对重点在执行合同进行动态监控，促使风险“早发现、早报告、早应对、早解决”，风险因素识别控制能力进一步增强。在此基础上，公司制定了诉讼强制启动标准，即以顾客的信用等级授予其一定信用期限，超出信用期限又不能达成付款协议的，坚决提起诉讼维护公司合法权益，为公司稳定发展提供了坚实的法律支撑和可靠保障。

（5）精益管理激发活力，经营管理水平进一步提高

公司在持续导入卓越绩效管理模式的基础上，创新采取精益设计、精益工艺、精益采购、精益生产、精益成本、精益管理六大精益运营模式，向管理改善要效益，由浅到深、由显性到隐性逐步改善企业运行质量，有效破除内生活力制约因素。报告期内，公司围绕存货和应收账款，以压缩总量和提升周转效率为目标，以限期“销号”方式开展问题账款、暂停项目等八个专项清理，加速存货周转，减少合同执行过程的停滞、占用和账款逾期等问题，持有资金和票据余额同比增加93%，外部贷款及敞口较年初压缩2.4亿元，应收账款回款20.8亿元，同比增长20%。与此同时，公司大力开展精益设计、精益工艺和精益采购，努力消除生产全过程一切不产生附加价值的劳动和资源，重复性问题大幅减少，隐性成本大幅压缩，产品制造效率和质量明显提升。

（6）以目标成本管理为抓手，逐步提升企业运行质量

公司以市场为导向，以提升产品边贡率为目的，以优化成本管控为主要手段，用管理会计的思维全力推进目标成本管控体系的建立和健全。报告期内，公司对70多个具体实施项目试点开展了产品成本产前各环节管控工作，并按产品类别逐一对实施项目进行成本细化管理，部分类别产品的中标率与市场占有率稳步提升，实施效果开始逐步显现。下一步，公司将逐渐把目标成本管控范围覆盖至生产及服务等环节，并将目标成本管理与精益设计、精益工艺、精益采购等精益管理工作相结合，形成相互联动、相互促进、相互提升的良性循环，逐步提升企业运行质量。

2、涉及财务报告的相关事项

（1）与上一会计期间财务报告相比，会计政策、会计估计和核算方法发生变化的情况说明

√ 适用 □ 不适用

①会计政策变更

A.执行新收入准则导致的会计政策变更

财政部于2017年7月5日发布了《企业会计准则第14号——收入（2017年修订）》（财会〔2017〕22号）（以下简称“新收入准则”）。经本公司第四届董事会第四十二次会议于2020年2月27日决议通过，本公司于2020年1月1日起开始执行前述新收入准则。

新收入准则为规范与客户之间的合同产生的收入建立了新的收入确认模型。为执行新收入准则，本公司重新评估主要合同收入的确认和计量、核算和列报等方面。根据新收入准则的规定，选择仅对在2020年1月1日尚未完成的合同的累积影响数进行调整，以及对于最早可比期间期初（即2019年1月1日）之前及2020年1月1日之前发生的合同变更予以简化处理，即根据合同变更的最终安排，识别已履行的和尚未履行的履约义务、确定交易价格以及在已履行的和尚未履行的履约义务之间分摊交易价格。首次执行的累积影响金额调整首次执行当期期初（即2020年1月1日）的留存收益及财务报表其他相关项目金额，对可比期间信息不予调整。

执行新收入准则的主要变化和影响如下：

本公司将因转让商品而预先收取客户的合同对价从“预收款项”项目变更为“合同负债”项目列报。

本公司的一些应收款项不满足无条件（即：仅取决于时间流逝）向客户收取对价的条件，本公司将其重分类列报为合同资产（或其他非流动资产）；本公司将未到收款期的应收质保金重分类为合同资产（或其他非流动资产）列报。

本公司向客户提供的质量保证服务，原作为预计负债核算，在新收入准则下因向客户提供了所销售商品符合既定标准之外的额外服务，被识别为单项履约义务，在相关服务履行时确认收入。

B.对2020年1月1日财务报表的影响

单位：元

报表项目	2019年12月31日（变更前）金额		2020年1月1日（变更后）金额	
	合并报表	公司报表	合并报表	公司报表
应收账款	4,747,784,342.23	4,421,226,185.82	2,933,718,339.70	2,881,972,550.78
合同资产			1,814,066,002.53	1,539,253,635.04
预收款项	3,691,494,011.76	1,756,500,725.53		
合同负债			3,471,788,251.37	1,627,346,367.67
其他流动负债	30,038,494.52	11,812,957.64	249,744,254.91	140,967,315.50

②会计估计变更

公司本报告期无会计估计变更。

（2）报告期内发生重大会计差错更正需追溯重述的情况说明

□ 适用 √ 不适用

公司报告期无重大会计差错更正需追溯重述的情况。

（3）与上一会计期间财务报告相比，合并报表范围发生变化的情况说明

□ 适用 √ 不适用

公司报告期无合并报表范围发生变化的情况。

大连华锐重工集团股份有限公司
法定代表人：丛红
2020年8月27日