

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法律责任。

重要内容提示：

公司董事会及董事、高级管理人员保证季度报告内容的真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并承担个别和连带的法律责任。

公司负责人、主管会计工作负责人及会计机构负责人(会计主管人员)保证季度报告中财务信息的真实、准确、完整。

第三季度财务报表是否经审计

□是√否

一、主要财务数据

(一)主要会计数据和财务指标

单位:元 币种:人民币

项目	本报告期	本报告期		年初至报告期末		上年报告期		年初至报告期末		上年报告期			
		上年同期	本报告期	年初至报告期末	增减变动率(%)	上年同期	本报告期	年初至报告期末	增减变动率(%)	上年同期	本报告期	年初至报告期末	增减变动率(%)
营业收入	77,559,583.08	67,348,647.40	70,823,002.60	56,497,344.00	234,053,617.00	202,071,916.00	212,805,485.00	173,041,811.00	70,734,147.00	202,071,916.00	173,041,811.00	9.98	
利润总额	6,335,496.20	5,686,426.00	8,353,017.00	8,384.00	21,332,552.00	18,425,499.00	18,815,700.00	18,505,700.00	18,205,485.00	18,425,499.00	18,815,700.00	13.38	
归属于上市公司股东的净利润	5,339,701.40	4,734,239.00	4,738,596.00	12,699.00	17,372,607.00	15,145,447.00	15,148,238.00	15,000,500.00	15,000,500.00	15,145,447.00	15,148,238.00	14.68	
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	5,189,920.00	4,524,653.00	4,524,653.00	14,701.00	16,892,526.00	14,685,158.00	14,685,158.00	14,500,000.00	14,500,000.00	16,892,526.00	14,685,158.00	15.03	
经营活动现金流量净额	不适用	不适用	不适用	17,491,126.00	13,875,667.00	270,94	14,427,377.00	354.07	21.24	102,115,845.55	85,298,926.87	113,185,632.89	3.95
基本每股收益(元/股)	0.59	0.51	0.51	15.69	1.89	1.64	1.64	1.64	15.24	1.89	1.64	1.64	
稀释每股收益(元/股)	0.58	0.51	0.51	13.73	1.87	1.63	1.63	1.63	14.72	1.87	1.63	1.63	
加权平均净资产收益率%	4.63%	4.47%	4.55%	增加 0.08 个百分点	14.97%	9.67%	14.37%	增加 0.60 个百分点	14.72	14.97%	9.67%	14.37%	
报告期末	总资产	291,516,018,779.60	299,113,822,824.61	290,736,365.97	98,75	0.27	本报告期末	291,516,018,779.60	299,113,822,824.61	290,736,365.97	98,75	0.27	
归属于上市公司股东的净资产	119,576,206,497.34	111,366,118,999.17	111,778,874.77	767.22	6.98		调整后	291,516,018,779.60	299,113,822,824.61	290,736,365.97	98,75	0.27	

注:“本报告期”指本季度初至本季度末3个月期间,下同。

追溯调整或重述的原因说明:2024年12月,公司通过表决权委托方式实现对优碧(上海)企业管理有限公司的控制,2025年3月,公司完成收购卡奥斯模具有限公司(青岛)有限公司股权相关事宜。该交易系同一控制下企业合并,根据相关会计准则,公司本期相应重述了同期可比报表。

一、收入、利润表

2025年前三季度,公司实现收入2,340.54亿元,归属于上市公司股东的净利润173.73亿元,归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润168.92亿元,分别较2024年同期增长9.98%、14.68%、15.03%;其中,2025年三季度单季度,实现收入775.60亿元,归属于上市公司股东的净收入53.40亿元,归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润51.90亿元,分别较2024年同期增长9.51%、12.69%、14.70%。

(一)中国市场需求

2025年第三季度,伴随着以旧换新政策拉动效应趋弱,家电行业需求逐渐承压,行业竞争加剧。根据奥维云网(AVC)渠道推总数据,2025年三季度度中国家电行业(不含3C)零售额达1,988亿元,同比下降3.2%;2025年1-9月家电行业零售额(不含3C)达6,701亿元,同比增长5.2%。

2025年前三季度中国区收入累计增长9.5%;三季度单季度中国区收入同比增长10.8%;

分业务板块来看,冰箱、洗衣机、水联网等优势产业保持行业领先优势,增长平稳;空调、厨电等潜力业务增长优于行业,家用家电业三季度单季度收入增长达30%。

公司三季度实现良好的经营韧性,主要依托技术创新和精益制造体系,持续打造爆款产品和套餐产品竞争力,提升用户体验,通过深度推进云库存、数字化营销等变革优化运营效率,加速触点拓展,提升用户触达与转化能力;多品牌战略持续深化,协同发力覆盖多客群;前三季度高端品牌A萨帝增长18%、Leader品牌收入增长25%。

公司通过“夯实爆款产品竞争力”、“强阵容套系阵容”等举措构建产品优势,以更好满足用户多元化需求。(1)通过产品参与公司共建,依托全球研发与智能制造体系,提升产品品质和技术创新能力。(2)通过迭代Leader“人机洗”系列,在2025年8月上市,采用首筒直立+三筒平衡设计,在570mm超薄机身中实现12.5kg总容量(10.5kg+1kg×2),振幅≤0.3mm,小筒直径216mm,相比市面多筒直立机“过深过深”,将高度控制在850mm标准尺寸,零改造无缝嵌入橱柜,同时兼顾纸袋稳固与小件保护,解决深桶柜适配、操控困难、分区洗护。截至9月底,人洗系列累计销量突破20万台。(3)公司通过强化套系产品优势,持续升级场景化解决方案。公司充分发挥产业链协同优势,推出“卡萨帝直吸、海尔麦洗”等行业爆款套系产品,为用户提供涵盖AI智能、套系化美学设计、全屋智慧生态系统等全场景体验,激发新需求并提升单个用户价值。报告期内,公司卡萨帝品牌销售占比已提升至36%,同比提升7个百点。

公司数字化库存模式以构建更敏捷、更高的运营体系,系统性提升全流程运营效率。数字库存模式覆盖广度快速提升,自2025年4月模式变革启动以来,累计县区店铺系统上线效率稳步提升,截至2025年9月底,县区专卖店系统上线率到达86%,累计县区15个百点;区县专卖店系统,由公司直配到用户的订单占比由26%提升至74%,逐月稳步提升。在综合渠道,KA渠道同步带动客户的上线试用,推进全渠道数字化库存TC。模式变革实现了客户的轻资产运营,优化SKU与库存周转率,加速了触点拓展,以及更好把握新兴渠道增长机遇,如POP渠道三季度新引入客户61家,实现零售增量3.68亿元;公司在内容电商(抖音、小红书)与即时零售渠道等渠道增长超100%。

强化数字营销竞争力,提升全城用户转化效率。公司构建数据驱动与智能运营为核心的数字化营销能力,增强在热洞察点,内化主动经营,实现账号矩阵与供应链等各方面竞争力,打造产品热度,沉淀用户口碑,提升从品牌声量→流量用户→产品销量的全链路效率。2025年公司累计沉淀A3人群资产3,464万人,同比增长17.4%;品牌搜索占有率为(SOV)13.98%,同比提升44%;营销投入占比提升13%。公司充分发挥套系产品协同优势,通过“统一种草”,打造系统化策略,增强营销合力,降低获客成本,持续放大营销效果。

(二)海外市场表现

2025年第三季度,伴随着以旧换新政策拉动效应趋弱,家电行业需求逐渐承压,行业竞争加剧。根据奥维云网(AVC)渠道推总数据,2025年三季度度中国家电行业(不含3C)零售额达1,988亿元,同比下降3.2%;2025年1-9月家电行业零售额(不含3C)达6,701亿元,同比增长5.2%。

2025年前三季度中国区收入累计增长9.5%;三季度单季度中国区收入同比增长10.8%;

分业务板块来看,冰箱、洗衣机、水联网等优势产业保持行业领先优势,增长平稳;空调、厨电等潜力业务增长优于行业,家用家电业三季度单季度收入增长达30%。

公司三季度实现良好的经营韧性,主要依托技术创新和精益制造体系,持续打造爆款产品和套餐产品竞争力,提升用户体验,通过深度推进云库存、数字化营销等变革优化运营效率,加速触点拓展,提升用户触达与转化能力;多品牌战略持续深化,协同发力覆盖多客群;前三季度高端品牌A萨帝增长18%、Leader品牌收入增长25%。

公司通过“夯实爆款产品竞争力”、“强阵容套系阵容”等举措构建产品优势,以更好满足用户多元化需求。(1)通过产品参与公司共建,依托全球研发与智能制造体系,提升产品品质和技术创新能力。(2)通过迭代Leader“人机洗”系列,在2025年8月上市,采用首筒直立+三筒平衡设计,在570mm超薄机身中实现12.5kg总容量(10.5kg+1kg×2),振幅≤0.3mm,小筒直径216mm,相比市面多筒直立机“过深过深”,将高度控制在850mm标准尺寸,零改造无缝嵌入橱柜,同时兼顾纸袋稳固与小件保护,解决深桶柜适配、操控困难、分区洗护。截至9月底,人洗系列累计销量突破20万台。(3)公司通过强化套系产品优势,推出“卡萨帝直吸、海尔麦洗”等行业爆款套系产品,为用户提供涵盖AI智能、套系化美学设计、全屋智慧生态系统等全场景体验,激发新需求并提升单个百点。

公司数字化库存模式以构建更敏捷、更高的运营体系,系统性提升全流程运营效率。数字库存模式覆盖广度快速提升,自2025年4月模式变革启动以来,累计县区店铺系统上线效率稳步提升,截至2025年9月底,县区专卖店系统上线率到达86%,累计县区15个百点;区县专卖店系统,由公司直配到用户的订单占比由26%提升至74%,逐月稳步提升。在综合渠道,KA渠道同步带动客户的上线试用,推进全渠道数字化库存TC。模式变革实现了客户的轻资产运营,优化SKU与库存周转率,加速了触点拓展,以及更好把握新兴渠道增长机遇,如POP渠道三季度新引入客户61家,实现零售增量3.68亿元;公司在内容电商(抖音、小红书)与即时零售渠道等渠道增长超100%。

强化数字营销竞争力,提升全城用户转化效率。公司构建数据驱动与智能运营为核心的数字化营销能力,增强在热洞察点,内化主动经营,实现账号矩阵与供应链等各方面竞争力,打造产品热度,沉淀用户口碑,提升从品牌声量→流量用户→产品销量的全链路效率。2025年公司累计沉淀A3人群资产3,464万人,同比增长17.4%;品牌搜索占有率为(SOV)13.98%,同比提升44%;营销投入占比提升13%。公司充分发挥套系产品协同优势,通过“统一种草”,打造系统化策略,增强营销合力,降低获客成本,持续放大营销效果。

(二)海外市场表现

2025年第三季度,在房地产市场偏弱、消费趋势谨慎的环境下,公司通过产品结构升级、空间与服务扩能,以及持续的成本化与效率提升,保持经营韧性。

(1)高端结构升级:GE Appliances强化中高端产品(如咖啡机内置取水冰箱、Monogram台下式酒柜/冰箱/嵌入式微波二烤箱一体机、嵌入式电磁灶等),进一步优化产品结构并提升价格实现率。

(2)加快空气和水产业发展:新上市的侧风空调和扩充的管道机产品线共同拉动销售增长,空气与水业务第三季度同比增长超20%。

(3)强化本地化优势:美国本土工厂“提效+北美区域产能扩充”共同保障稳定与成本竞争力,在持续的关税相对压力下为业务的可持续增长提供支撑。

2.欧洲市场

报告期内,公司在西欧&东欧市场的白电业务经营质量持续提升,市场份额稳步扩张;根据GfK监测数据,公司在英国、意大利、法国、西班牙等市场的冰箱、洗衣机的零售量份额分别同比增长1.2个百分点,0.5个百分点。

(1)产品结构优化:驱动产品力提升,通过精准化设计、高性价比产品满足客户分层需求,提升产品竞争力,通过数字化管理,提升产品设计与制造效率,降低成本,提高产品附加值。

(2)运营效率提升:在供应链、物流配送、渠道管理等方面持续优化,提升运营效率,降低运营成本,在渠道层面,通过提升网点质量与转化率,我们在重点市场实现了零售额与渠道毛利率的稳步增长。

2025年第三季度,欧洲通胀压力延续,增长势头减弱,单季收入同比增长超10%。海外市场持续保持增长态势,主要受益于产品力提升和成本优势,通过精细化运营,提升产品竞争力,通过数字化管理,提升产品设计与制造效率,降低成本,提高产品附加值。

(1)对内外贸:截至报告期末,公司及子公司的对外担保均为公司与公司子公司之间的担保,对外担保余额合计为84,671.00万元,占公司最近一期经审计净资产的7.6%。

(2)对外销售:截至报告期末,公司外币汇率产品余额为19,990.00万元,占公司最近一期经审计净资产的1.8%。

(3)委托理财:截至报告期末,公司委托理财余额34,76.00万元,包括两部分:(1)公司部分子公司闲置资金理财,在确保主营业务日常经营资金需求的前提下,提高暂时闲置资金的收益率,提高股东回报,公司部分子公司按照总裁办会议纪要和公司权限,以保障资金安全为前提,从大型商业银行等购买了部分短期保本型理财产品,以提高闲置资金的运用效率。

截至报告期末,该部分委托理财余额34,54.00万元。(2)员工持股计划管理人账户闲置资金,公司员工定期划转至计划账户的闲置资金余额为1,000.00万元,拟回购金额不超过人民币20亿元且不低于10亿元,实

施期间需自董事会审议通过回购股份方案之日起12个月内。截至报告期末,公司已累计回购A股股份40,482,500股,回购金额1,016,824,165.24元。详见公司每月发布的回购进展公告。

四、季度财务报表

(一)审计意见类型

□适用√不适用

(二)财务报表

合并资产负债表

2025年9月30日

编制单位:海尔智家股份有限公司

单位:元 币种:人民币 审计类型:未经审计

项目

2025年9月30日

2024年12月31日

2024年9月30日

2024年1月1日

2025年1-9月

2025年1-9月

2024年1-9月

2024年1-9月