

香港交易及結算所有限公司及香港聯合交易所有限公司對本公佈之內容概不負責，對其準確性或完整性亦不發表任何聲明，並明確表示概不會就本公佈全部或任何部份內容而產生或因倚賴該等內容而引致之任何損失承擔任何責任。

Haier 海爾

HAIER ELECTRONICS GROUP CO., LTD.

海爾電器集團有限公司*

(於百慕達註冊成立之有限公司)

(股份代號：1169)

截至二零一七年十二月三十一日止年度之
全年業績公佈
及暫停辦理股份過戶登記

財務摘要

| | 二零一七年 人民幣千元 | 二零一六年 人民幣千元 (重列) | 變動 % |
|----------------|-------------------------|-------------------------|---------|
| 收入 | 78,798,324 | 63,854,877 | +23.4% |
| 毛利 | 13,824,319 | 11,071,967 | +24.9% |
| 經調整經營利潤(定義見下文) | 3,669,142 | 3,018,471 | +21.6% |
| 年內溢利 | 3,524,975 | 2,809,772 | +25.5% |
| 應佔： | | | |
| 本公司股東 | 3,358,297 | 2,785,356 | +20.6% |
| 非控股權益 | 166,678 | 24,416 | |
| | <u>3,524,975</u> | <u>2,809,772</u> | |
| 本公司普通股股東應佔 | | | |
| 每股盈利 | | | |
| 基本 | 人民幣 1.21元 | 人民幣1.00元 | +21.0% |
| 攤薄 | 人民幣 1.20元 | 人民幣0.99元 | +21.2% |
| 擬派每股末期股息 | 港幣 29分 | 港幣17分 | |

* 僅供識別

全年業績

海爾電器集團有限公司(「本公司」)董事會(「董事會」)謹此公佈本公司及其附屬公司(「本集團」)截至二零一七年十二月三十一日止年度之綜合全年業績，連同上年度之比較數字如下：

綜合損益表

截至二零一七年十二月三十一日止年度

| | 附註 | 二零一七年 人民幣千元 | 二零一六年 人民幣千元 (重列) |
|----------------|----|---------------------|------------------------|
| 收入 | 4 | 78,798,324 | 63,854,877 |
| 銷售成本 | | <u>(64,974,005)</u> | <u>(52,782,910)</u> |
| 毛利 | | 13,824,319 | 11,071,967 |
| 其他收入及收益 | 4 | 814,741 | 678,744 |
| 銷售及分銷費用 | | (7,876,752) | (6,091,216) |
| 行政費用 | | (2,351,755) | (2,033,185) |
| 其他費用及虧損 | | (51,977) | (62,618) |
| 融資成本 | 6 | (11,121) | (43,022) |
| 應佔聯營公司損益 | | <u>2,947</u> | <u>(27,323)</u> |
| 除稅前溢利 | 5 | 4,350,402 | 3,493,347 |
| 所得稅開支 | 7 | <u>(825,427)</u> | <u>(683,575)</u> |
| 年內溢利 | | <u>3,524,975</u> | <u>2,809,772</u> |
| 以下各方應佔： | | | |
| 本公司股東 | | 3,358,297 | 2,785,356 |
| 非控股權益 | | <u>166,678</u> | <u>24,416</u> |
| | | <u>3,524,975</u> | <u>2,809,772</u> |
| 本公司普通股股東應佔每股盈利 | 9 | | |
| 基本 | | <u>人民幣1.21元</u> | <u>人民幣1.00元</u> |
| 攤薄 | | <u>人民幣1.20元</u> | <u>人民幣0.99元</u> |

綜合全面收益表

截至二零一七年十二月三十一日止年度

| | 二零一七年 人民幣千元 | 二零一六年 人民幣千元 (重列) |
|-------------------------------|------------------|------------------------|
| 年內溢利 | <u>3,524,975</u> | <u>2,809,772</u> |
| 其他全面收益 | | |
| 於其後期間重新分類至損益之 其他全面收益／(虧損)： | | |
| 匯兌差額： | | |
| 換算海外業務之匯兌差額 | (114,594) | 39,721 |
| 就年內清算／出售一項海外業務之 重新分類調整 | <u>(1,118)</u> | <u>5,267</u> |
| | <u>(115,712)</u> | <u>44,988</u> |
| 年內其他全面收益／(虧損) | <u>(115,712)</u> | <u>44,988</u> |
| 年內全面收益總額 | <u>3,409,263</u> | <u>2,854,760</u> |
| 以下各方應佔： | | |
| 本公司股東 | 3,241,511 | 2,830,344 |
| 非控股權益 | <u>167,752</u> | <u>24,416</u> |
| | <u>3,409,263</u> | <u>2,854,760</u> |

綜合財務狀況表

二零一七年十二月三十一日

| | 附註 | 二零一七年 人民幣千元 | 二零一六年 人民幣千元 (重列) |
|----------------|----|-------------------|------------------------|
| 非流動資產 | | | |
| 物業、廠房及設備 | | 4,087,817 | 3,294,239 |
| 投資物業 | | 29,415 | 33,142 |
| 預付土地租賃款 | | 1,161,400 | 1,061,516 |
| 商譽 | | 424,863 | 392,485 |
| 其他無形資產 | | 88,533 | 131,156 |
| 於聯營公司的投資 | | 252,659 | 299,309 |
| 可供出售投資 | | 1,283,082 | 1,401,396 |
| 長期預付款項 | | 485,005 | 329,385 |
| 遞延稅項資產 | | 1,001,539 | 712,295 |
| 其他非流動資產 | | 45,742 | 37,515 |
| 非流動資產總值 | | <u>8,860,055</u> | <u>7,692,438</u> |
| 流動資產 | | | |
| 存貨 | | 8,414,473 | 5,183,399 |
| 應收賬款及票據 | 10 | 5,815,924 | 5,699,335 |
| 預付款項、按金及其他應收賬款 | | 3,240,961 | 4,487,778 |
| 其他財務資產 | 12 | 1,974,815 | 460,449 |
| 已質押存款 | | 119,865 | 71,272 |
| 現金及現金等值項目 | | 15,015,303 | 12,673,095 |
| 流動資產總值 | | <u>34,581,341</u> | <u>28,575,328</u> |
| 流動負債 | | | |
| 應付賬款及票據 | 11 | 6,088,616 | 4,583,217 |
| 其他應付賬款及應計負債 | | 10,936,032 | 10,316,046 |
| 計息借貸 | | 162,082 | 73,000 |
| 融資租賃應付款項 | | – | 9,338 |
| 應付一名非控股股東款項 | | – | 27,883 |
| 應付稅項 | | 841,207 | 613,045 |
| 撥備 | | 674,397 | 545,717 |
| 認沽期權負債 | | – | 15,700 |
| 可換股及可轉換債券 | | – | 1,223,220 |
| 流動負債總值 | | <u>18,702,334</u> | <u>17,407,166</u> |
| 流動資產淨值 | | <u>15,879,007</u> | <u>11,168,162</u> |
| 總資產減流動負債 | | <u>24,739,062</u> | <u>18,860,600</u> |

綜合財務狀況表(續)

二零一七年十二月三十一日

| | 二零一七年 人民幣千元 | 二零一六年 人民幣千元 (重列) |
|-----------------|--------------------------|--------------------------|
| 總資產減流動負債 | <u>24,739,062</u> | <u>18,860,600</u> |
| 非流動負債 | | |
| 計息借貸 | 30,542 | – |
| 融資租賃應付款項 | – | 7,534 |
| 遞延收入 | 160,743 | 88,883 |
| 遞延稅項負債 | 178,385 | 53,708 |
| 認沽期權負債 | 916,938 | – |
| 撥備 | 354,476 | 312,505 |
| 其他非流動負債 | 5,385 | – |
| | <u>1,646,469</u> | <u>462,630</u> |
| 非流動負債總值 | <u>1,646,469</u> | <u>462,630</u> |
| 資產淨值 | <u>23,092,593</u> | <u>18,397,970</u> |
| 權益 | | |
| 本公司股東應佔權益 | | |
| 已發行權益 | 2,995,491 | 2,876,892 |
| 限制性股份獎勵計劃所持有之股份 | (158,583) | (152,984) |
| 可換股及可轉換債券之權益部分 | – | 54,838 |
| 儲備 | 18,044,012 | 14,785,936 |
| | <u>20,880,920</u> | <u>17,564,682</u> |
| 非控股權益 | <u>2,211,673</u> | <u>833,288</u> |
| 權益總值 | <u>23,092,593</u> | <u>18,397,970</u> |

財務報表附註

二零一七年十二月三十一日

1. 公司及集團資料

海爾電器集團有限公司為於百慕達註冊成立之有限公司。本公司註冊辦事處位於Clarendon House, 2 Church Street, Hamilton HM11, Bermuda。

董事認為，於二零一七年十二月三十一日，本公司之控股公司為青島海爾股份有限公司（「青島海爾」），該公司於中華人民共和國（「中國」）成立，而本公司之最終控股公司為於中國成立之海爾集團公司（「海爾集團公司」）。

本年度內，本集團從事下列主要業務：

- 製造及銷售洗衣機
- 製造及銷售熱水器
- 銷售和分銷家電及其他產品以及提供售後及其他消費者增值服務
- 提供物流服務

2.1 編製基準

此等財務報表乃按國際會計準則理事會（「國際會計準則理事會」）頒佈之國際財務報告準則（「國際財務報告準則」），包括所有國際財務報告準則、國際會計準則（「國際會計準則」）及詮釋）、香港的公認會計原則及香港公司條例的披露規定編製。此等財務報表乃按歷史成本基礎編製，惟按公平值計量之衍生財務工具，某些權益投資和其他非流動負債除外。除特別指明外，此等財務報表均以人民幣（「人民幣」）呈列，而所有涉及金額均湊整至最接近的千元。

就共同控制下業務合併採用合併會計法

本年度內，本公司擁有94%權益之附屬公司青島海爾洗衣機有限公司以現金代價人民幣56,093,000元收購天津日日新資產管理有限公司（「天津日日新」）100%權益（「收購事項」），其中人民幣20,000,000元及人民幣36,093,000元分別於二零一六年及二零一七年支付。天津日日新為海爾集團公司之間接持有全資附屬公司，現時從事為本集團的洗衣機業務建設生產設施。

根據收購事項，本公司成為天津日日新的間接控股公司。由於本公司及天津日日新在收購事項完成前後均由海爾集團公司最終控制，故收購事項採用合併會計法入賬。

2.1 編製基準(續)

就共同控制下業務合併採用合併會計法(續)

本集團截至二零一七年及二零一六年十二月三十一日止年度之綜合損益表、綜合全面收益表、綜合權益變動表及綜合現金流量表包括當時組成本集團及天津日日新的所有公司的業績、權益變動及現金流量，猶如本集團緊隨收購事項完成後的企業架構於截至二零一七年及二零一六年十二月三十一日止年度或自其各自的收購、註冊成立或註冊日期以來(以較短者為準)一直存在。本集團於二零一六年十二月三十一日的綜合財務狀況表乃旨在呈列本集團及天津日日新的狀況(猶如本集團緊隨收購事項完成後的企業架構一直存在)，並按照於二零一六年十二月三十一日本公司應佔各公司各自的股權及／或行使控制權的權力而編製。

本集團過往呈報截至二零一六年十二月三十一日止年度之經營業績已重列，以包括天津日日新之經營業績，並載列如下：

| | 本集團 (如過往報告) 人民幣千元 | 天津日日新 人民幣千元 | 對銷 人民幣千元 | 本集團 (合併) 人民幣千元 |
|------------|-------------------------|----------------|-------------|----------------------|
| 收入 | 63,854,877 | — | — | 63,854,877 |
| 除稅前溢利／(虧損) | 3,494,210 | (863) | — | 3,493,347 |
| 年內溢利／(虧損) | 2,810,635 | (863) | — | 2,809,772 |

本集團過往呈報於二零一六年十二月三十一日之財務狀況已重列，以包括天津日日新之資產及負債，並載列如下：

| | 本集團 (如過往報告) 人民幣千元 | 天津日日新 人民幣千元 | 對銷 人民幣千元 | 本集團 (合併) 人民幣千元 |
|-------|-------------------------|----------------|-------------|----------------------|
| 非流動資產 | 7,651,630 | 60,808 | (20,000) | 7,692,438 |
| 流動資產 | 28,497,344 | 77,984 | — | 28,575,328 |
| 流動負債 | 17,315,949 | 91,217 | — | 17,407,166 |
| 非流動負債 | 462,630 | — | — | 462,630 |
| 權益總值 | 18,370,395 | 47,575 | (20,000) | 18,397,970 |

綜合基準

此等綜合財務報表包括本公司及其附屬公司(統稱「本集團」)截至二零一七年十二月三十一日止年度的財務報表。附屬公司乃由本公司直接或間接控制的實體(包括結構性實體)。當本集團對參與投資對象業務的浮動回報承擔風險或享有權利以及能透過對投資對象的權力(即本集團獲賦予目前主導投資對象相關活動的能力的既存權利)影響該等回報時，即取得控制權。

2.1 編製基準(續)

綜合基準(續)

倘本公司直接或間接擁有少於投資對象大多數投票權或類似權利，則本集團於評估其是否擁有對投資對象的權力時會考慮一切相關事實及情況，包括：

- (a) 與投資對象其他投票持有人的合約安排；
- (b) 其他合約安排所產生的權利；及
- (c) 本集團的投票權及潛在投票權。

附屬公司的財務報表是按照與本公司相同的申報期間以貫徹一致的會計政策編製。附屬公司的業績由本集團取得控制權當日起綜合入賬，並繼續綜合入賬，直至該控制權終止之日為止。

即使會導致非控股權益出現虧損結餘，損益及其他全面收益之各成份乃分配予本集團母公司擁有人及非控股權益。集團內成員公司之間之交易所產生的所有集團內公司間資產及負債、權益、收入、開支及現金流量均於綜合入賬時全部對銷。

倘事實及情況顯示上述之控制權三項元素之一項或多項有所變動，則本集團重新評估其是否控制被投資公司。對附屬公司擁有權權益之變動(並無喪失控制權)乃作為權益交易入賬。

若本集團喪失對附屬公司之控制權，則本集團須終止確認(i)附屬公司之資產(包括商譽)與負債，(ii)任何非控股權益之賬面值及(iii)於權益入賬之累積匯兌差額；並確認(i)已收代價之公平值，(ii)任何保留投資之公平值及(iii)任何於損益賬中產生的盈餘或虧絀。先前已於其他全面收益確認之本集團應佔部分應適當地重分類至損益賬或保留溢利，基準猶如本集團直接出售相關資產或負債時所規定者。

2.2 會計政策的變動及披露

本集團已為本年度的財務報表首次採納下列經修訂國際財務報告準則。

| | |
|---|--|
| 國際會計準則第7號(修訂本) | <i>披露計劃</i> |
| 國際會計準則第12號(修訂本) | <i>就未實現虧損確認遞延稅項資產</i> |
| 二零一四年至二零一六年週期的年度改進 所載國際財務報告準則第12號(修訂本) | <i>披露於其他實體的權益：澄清國際財務報告 準則第12號的範圍</i> |

2.2 會計政策的變動及披露(續)

該等修訂的性質及影響如下：

- (a) 國際會計準則第7號(修訂本)要求實體作出披露，以使財務報表使用者可評估融資活動所產生的負債變動，包括現金流量產生的變動及非現金變動。
- (b) 國際會計準則第12號(修訂本)釐清實體於評估是否有應課稅溢利可用作抵扣可扣減暫時差異時，需要考慮稅務法例是否對於可扣減暫時差異撥回時可用作抵扣的應課稅溢利的來源有所限制。此外，該等修訂就實體應如何釐定未來應課稅溢利提供指引，並解釋應課稅溢利可包括收回超過賬面值的部分資產的情況。由於本集團並無任何該等修訂範圍內的可扣減暫時差額或資產，故該等修訂對本集團的財務狀況或表現並無任何影響。
- (c) 國際財務報告準則第12號(修訂本)釐清國際財務報告準則第12號之披露規定(國際財務報告準則第12號第B10至B16段之披露規定除外)適用於實體於附屬公司、合營企業或聯營公司的權益，或其於分類為持作出售或列於分類為持作出售的出售組別的合營公司或聯營公司的權益。由於本集團於二零一七年十二月三十一日並無持作出售的出售組別，故該等修訂對本集團的財務報表並無影響。

2.3 已頒佈但未生效的國際財務報告準則

本集團並未於此等財務報表中採納以下已頒佈但未生效的新訂及經修訂國際財務報告準則。

| | |
|------------------------------|--|
| 國際財務報告準則第2號(修訂本) | 以股份為基礎之付款交易的分類及計量 ¹ |
| 國際財務報告準則第4號(修訂本) | 同時應用國際財務報告準則第4號「保險合約」及國際財務報告準則第9號「金融工具」 ¹ |
| 國際財務報告準則第9號 | 金融工具 ¹ |
| 國際財務報告準則第9號(修訂本) | 提早還款特性及負補償 ² |
| 國際財務報告準則第10號及國際會計準則第28號(修訂本) | 投資者與其聯營或合營企業之間的資產出售或注資 ⁴ |
| 國際財務報告準則第15號 | 客戶合約收益 ¹ |
| 國際財務報告準則第15號(修訂本) | 澄清國際財務報告準則第15號客戶合約收益 ¹ |
| 國際財務報告準則第16號 | 租賃 ² |
| 國際財務報告準則第17號 | 保險合約 ³ |
| 國際會計準則第19號(修訂本) | 僱員福利 ³ |
| 國際會計準則第28號(修訂本) | 於聯營公司及合營企業的投資 ² |
| 國際會計準則第40號(修訂本) | 轉讓投資物業 ¹ |
| 國際財務報告詮釋委員會詮釋第22號 | 外幣交易及預付代價 ¹ |
| 國際財務報告詮釋委員會詮釋第23號 | 所得稅處理之不確定性 ² |
| 二零一四年至二零一六年週期之年度改進 | 國際財務報告準則第1號及國際會計準則第28號之修訂 ¹ |
| 二零一五年至二零一七年週期之年度改進 | 國際財務報告準則第3號、國際財務報告準則第11號、國際會計準則第12號及國際會計準則第23號之修訂 ² |

2.3 已頒佈但未生效的國際財務報告準則(續)

- 1 於二零一八年一月一日或之後開始的年度期間生效
- 2 於二零一九年一月一日或之後開始的年度期間生效
- 3 於二零二一年一月一日或之後開始的年度期間生效
- 4 尚未釐定強制生效日期，但可供採納

預期將適用於本集團的該等國際財務報告準則的進一步資料如下。於該等準則中，國際財務報告準則第9號及國際財務報告準則第15號將適用於本集團截至二零一八年十二月三十一日止財政年度，並預期在採納後產生影響。管理層已詳細評估該等準則之估計影響，惟評估乃按本集團現有資料(包括預期應用過渡性條文選擇及選擇政策)作出。採納後的實際影響可能與下述者有別，視乎本集團於應用該等準則及過渡性條文以及最終選用的政策時所得額外合理及輔助資料而定。

國際會計準則理事會於二零一六年六月頒佈的國際財務報告準則第2號(修訂本)闡述三大範疇：歸屬條件對計量以現金結算的以股份為基礎之付款交易的影響；為僱員履行與以股份為基礎之付款的稅務責任而預扣若干金額的以股份為基礎之付款交易(附有淨額結算特質)的分類；以及對以股份為基礎之付款交易的條款及條件由現金結算變為股本結算的分類修訂時的會計處理方法。該等修訂明確說明計量以股本結算以股份為基礎之付款時歸屬條件的入賬方法亦適用於以現金結算以股份為基礎之付款。該等修訂引入一個例外情況，在符合若干條件時，為僱員履行與以股份為基礎之付款的稅務責任而預扣若干金額的以股份為基礎之付款交易(附有淨額結算特質)，將整項分類為以股本結算以股份為基礎之付款交易。此外，該等修訂明確說明，倘以現金結算以股份為基礎之付款交易的條款及條件有所修訂，令其成為以股本結算以股份為基礎之付款交易，該交易自修訂日期起作為以股本結算的交易入賬。於採納時，實體須應用該等修訂而無需重列過往期間，惟當彼等選擇採用所有三項修訂並滿足其他相關標準時，可允許追溯應用。本集團將自二零一八年一月一日起採納該等修訂。該等修訂預期不會對本集團財務報表產生任何重大影響。

2.3 已頒佈但未生效的國際財務報告準則(續)

於二零一四年七月，國際會計準則理事會頒佈國際財務報告準則第9號的最終版本，將金融工具項目全盤納入，全面取代國際會計準則第39號及國際財務報告準則第9號的全部先前版本。該準則引入分類及計量、減值及對沖會計處理的新規定。本集團將自二零一八年一月一日起採納國際財務報告準則第9號。本集團將不會重述比較資料，而會將所有過渡性調整確認於二零一八年一月一日的權益年初結餘中。於二零一七年，本集團已詳細評估採納國際財務報告準則第9號之影響。涉及分類及計量以及減值規定之預期影響概述如下：

(a) 分類及計量

本集團預期採納國際財務報告準則第9號將會對其金融資產之分類及計量造成影響。本集團預期繼續按公平值計量現時按公平值持有的所有金融資產。目前根據國際會計準則第39號以成本計量的非上市股本投資將以按公平值計入其他全面收益的方式計量，此乃由於該等投資擬於可見未來持有，且本集團預期選擇於其他全面收益呈列公平值變動。該等投資終止確認時，於其他全面收益表列賬的股權投資收益及虧損不得重新計入損益。

(b) 減值

國際財務報告準則第9號規定，對於除根據國際財務報告準則第9號按公平值計入損益之項目以外的，以攤銷成本或按公平值計入其他綜合收益之債務工具、租賃應收款項、貸款承諾及財務擔保合約須作減值，並將根據預期信貸虧損模式或按十二個月基準或可使用基準入賬。本集團將採納簡化方式，並將根據於所有其應收賬款餘下年期內之所有現金差額現值估計之可使用預期虧損入賬。此外，本集團將採納一般方法，並根據其他應收款項於未來十二個月內可能發生的違約事件估計十二個月預期信貸虧損。本集團已釐定，於首次採納標準後，減值撥備將不會有重大變動。

國際財務報告準則第10號及國際會計準則第28號(修訂本)旨在明確國際財務報告準則第10號及國際會計準則第28號之間有關投資者與其聯營或合營公司之間的資產出售或注資兩者規定不一致的問題。該等修訂規定，當投資者與其聯營或合營公司之間的資產出售或注資構成一項業務時，須確認全數收益或虧損。當交易涉及不構成一項業務的資產時，由該交易產生的收益或虧損於該投資者的損益內確認，惟僅以不相關投資者於該聯營或合營公司的權益為限。該等修訂將按未來適用法應用。國際會計準則理事會已於二零一五年十二月剔除國際財務報告準則第10號及國際會計準則第28號(修訂本)的以往強制生效日期，而新的強制生效日期將於對聯營及合營公司的會計處理完成更廣泛的檢討後釐定。然而，該等修訂可於現時採納。

2.3 已頒佈但未生效的國際財務報告準則(續)

於二零一四年五月頒佈之國際財務報告準則第15號建立一個新的五步模式，以核算自客戶合約產生的收益。根據國際財務報告準則第15號，收益按能反映實體預期就交換向客戶轉讓貨物或服務而有權獲得的代價金額確認。國際財務報告準則第15號的原則為計量及確認收益提供更加結構化的方法。該準則亦引入廣泛的定性及定量披露規定，包括分拆收益總額，關於履行責任、不同期間之間合約資產及負債賬目結餘的變動以及主要判斷及估計的資料。該準則將取代國際財務報告準則項下所有現時收益確認的規定。在首次應用該準則時須作出全面的追溯應用或修訂後的追溯採納。於二零一六年四月，國際會計準則理事會頒佈國際財務報告準則第15號(修訂本)，解釋不同實施問題，包括識別履約責任，主要履約義務人與代理人及知識產權許可有關的應用指引，以及準則採納的過渡。修訂亦擬協助確保實體於採納國際財務報告準則第15號時能更加一致地應用及降低應用有關準則的成本及複雜性。本集團將自二零一八年一月一日起採納國際財務報告準則第15號，並計劃採納全面的追溯方法。於二零一七年，本集團已對應用國際財務報告準則第15號的影響進行詳細評估。

本集團的主要業務包括製造及銷售洗衣機和熱水器、銷售及分銷家電及其他產品以及提供售後及其他消費者增值服務及提供物流服務。採納國際財務報告準則第15號對本集團產生的預期影響概述如下。

(a) 銷售附帶安裝服務的洗衣機及熱水器

本集團就銷售洗衣機及熱水器提供安裝服務。目前，當對銷售的洗衣機及熱水器附帶安裝服務時，銷售洗衣機及熱水器的收入在資產的控制權轉移予客戶時(一般為交付貨品時)確認，而安裝成本則根據銷量估計撥作開支。採納國際財務報告準則第15號後，銷售洗衣機及熱水器的收入將繼續在資產的控制權轉移予客戶時確認。本集團進行評估後，認為銷售洗衣機及熱水器附帶的安裝服務可明確區分，根據國際財務報告準則第15號被視為單獨履約責任。本集團進行進一步評估後，認為鑒於客戶同時獲得並耗用本集團所提供的利益，故服務隨著時間而履行。分配予安裝服務的收入將在提供服務期間確認。本集團已釐定，當國際財務報告準則第15號獲採納時，2017年的安裝服務收入部分金額將被遞延並於安裝服務完成時確認，相關調整尚待最終確定。

2.3 已頒佈但未生效的國際財務報告準則(續)

(b) 銷售及分銷家電的可變對價

本集團就部分與客戶簽訂之家電銷售合約提供退貨、交易折扣或批量回扣的權利。目前，本集團按已收或應收對價的公平值，扣除退貨及津貼、交易折扣及批量回扣確認銷售貨品的收入。倘收入無法可靠計量，收入確認將推遲，直至不確定性解決。根據國際財務報告準則第15號，倘客戶獲得退貨權、交易折扣或批量回扣，則交易價格被認為可變。本集團需要估計其在家電銷售中將有權享有的對價金額，而可變對價估計金額將僅在確認的累計收入金額很有可能因可變對價相關的不確定性隨後得到解決而不會發生重大逆轉之情況下，方會包含在交易價格中。由於預期價值法可更好地預測本集團有權獲得的可變對價金額，故本集團已決定使用預期價值法估計將予退回的貨品。本集團估計，當國際財務報告準則第15號獲採納，2017年的收入和相關成本會根據預計銷售退回進行調整，相關調整尚待最終確定。採納國際財務報告準則第15號後，本集團將於綜合財務狀況表中單獨呈列退款負債及自客戶收回產品的權利的資產。

(c) 呈列及披露

國際財務報告準則第15號的呈列及披露規定較現行國際會計準則第18號更為詳盡。呈列規定與現行準則相比有重大變動，並將大幅增加本集團財務報表中所需披露。國際財務報告準則第15號的許多披露要求為新披露要求，而本集團已進行評估，認為若干披露要求將有重大影響。尤其是，由於就釐定該等合約交易價格所作出的重大判斷(包括可變對價、交易價格如何分配至履約責任及為估計各項履約責任的獨立售價而作出的假設)進行披露，故本集團預期財務報表附註將增加。此外，根據國際財務報告準則第15號的規定，本集團將分列就客戶合約確認的收入為不同類別，以描述收入及現金流量的性質、金額、時間及不確定性如何受經濟因素所影響。其亦將披露有關披露分類收入及就各可報告分類而披露收入資料之間的關係的資料。

2.3 已頒佈但未生效的國際財務報告準則(續)

於二零一六年一月頒佈之國際財務報告準則第16號取代國際會計準則第17號租賃、國際財務報告詮釋委員會詮釋第4號釐定安排是否包括租賃、常設詮釋委員會詮釋第15號經營租賃 — 優惠及常設詮釋委員會詮釋第27號評估牽涉租賃的法律形式的交易的內容。準則載列確認、計量、呈列及披露租賃之原則，並規定承租人就大部分租賃確認資產及負債。準則包括兩項對承租人的豁免 — 「低價值」資產的租賃及短期租賃。於租賃起始日，承租人將確認負債以支付租賃費用(即租賃負債)及表示其有權在租賃期內使用相關租賃資產的資產(即使用權資產)。出租人可選擇以全面追溯應用或部分追溯應用方式應用該準則。本集團預期自二零一九年一月一日起採納國際財務報告準則第16號。本集團現正評估採納國際財務報告準則第16號後的影響，且正考慮會否選擇利用現有可行權宜方式，以及將採用的過渡方式及寬免。於二零一七年十二月三十一日，本集團根據不可撤銷經營租約應付的未來最低租金總額約為人民幣973,184,000元。採納國際會計準則第16號後，當中所列部分金額或需確認為新增使用權資產及租賃負債。然而，本集團需作進一步分析，以確定將予確認的新增使用權資產及租賃負債，包括但不限於涉及低價值資產租賃及短期租賃的金額、所選其他可行權宜方式及寬免以及採納該準則日期前訂立的新租賃。

於二零一七年五月頒佈之國際財務報告準則第17號取代於二零零四年作為臨時準則引入的國際財務報告準則第4號。國際財務報告準則第4號允許公司使用國家會計準則對保險合約進行會計處理，導致多種不同處理方法產生。因此，投資者難以比較及對比其他類似公司的財務業績。國際財務報告準則第17號解決國際財務報告準則第4號所產生的比較問題，對投資者及保險公司均有利。保險責任將使用現值進行會計處理，而非歷史成本。有關資料將定期更新，為財務報表使用者提供更多有用資料。該等修訂預期不會對本集團的財務報表產生任何重大影響。

於二零一八年二月頒佈之國際會計準則第19號(修訂本)要求實體使用經更新的精算假設釐定有關事件發生後的年度報告期間餘下時間的當前服務成本及淨利息。該修訂本亦澄清計劃修訂、縮減或結算的會計要求如何影響資產上限要求，惟並不涉及在並無修訂、縮減或結算計劃的情況下有關「重大市場波動」的會計處理。該等修訂預期不會對本集團的財務報表產生任何重大影響。

於二零一七年十月頒佈之國際會計準則第28號(修訂本)澄清公司使用國際財務報告準則第9號對聯營公司或合營企業的長期權益進行會計處理(不應用權益法)。應用國際財務報告準則第9號時，實體並不考慮因應用此準則而產生的長期權益賬面值的任何調整。該等修訂預期不會對本集團的財務報表產生任何重大影響。

2.3 已頒佈但未生效的國際財務報告準則(續)

於二零一六年十二月頒佈之國際會計準則第40號(修訂本)澄清實體應將物業(包括建設中或發展中物業)轉撥至或轉撥自投資物業的時間。該等修訂指明,物業的用途發生變動需要其符合或不再符合投資物業的定義且有證據證明用途發生變動。單憑管理層對物業用途的意向產生變動不足以證明其用途有所變動。該等修訂本應就實體首次應用該等修訂本的年度報告期初或其後產生的用途變動,以未來適用法應用。實體應重新評估於首次應用該等修訂本當日所持有的物業分類(如適用),並重新分類物業以反映當日的實際情況。僅在毋須採用事後確認時,方可追溯應用。本集團預期自二零一八年一月一日起於未來採納該等修訂。該等修訂預期不會對本集團的財務報表產生任何重大影響。

於二零一六年十二月頒佈之國際財務報告詮釋委員會詮釋第22號就應用國際會計準則第21號於實體收取或支付以外幣預付代價及確認非貨幣資產或負債的情況時如何釐定交易日期提供指引。該詮釋澄清,就釐定於初步確認有關資產、開支或收益(或其中部分)所用的匯率時,交易日期為實體初步確認因支付或收取預付代價而產生的非貨幣性資產(如預付款項)或非貨幣性負債(如遞延收入)之日。倘確認有關項目前存在多筆預付款項或預收款項,實體必須就預付代價的每筆付款或收款釐定交易日期。實體可自實體首次應用該詮釋的報告期初或於實體首次應用該詮釋的報告期間的財務報表呈列為可比較資料的前一報告期初,按全面追溯基準或預期基準應用該詮釋。本集團預期將自二零一八年一月一日起採納該詮釋。該等修訂本預期不會對本集團財務報表產生任何重大影響。

於二零一七年六月頒佈之國際財務報告詮釋委員會詮釋第23號存在當稅項處理涉及影響國際會計準則第12號的應用的不確定性(通常指「不確定稅務狀況」)時的所得稅(即期及遞延)會計處理。該詮釋並不適用於國際會計準則第12號範圍外的稅項或徵稅,且尤其不包括不確定稅項處理相關的權益及處罰相關規定。該詮釋旨在明確(i)實體是否考慮單獨處理不確定稅項;(ii)實體對稅務機關的稅項處理檢查所作的假設;(iii)實體如何釐定應課稅溢利或稅項虧損、稅基、未動用稅項虧損、未動用稅收抵免及稅率;及(iv)實體如何考慮事實及情況變動。該解釋將不採用事後確認全面追溯應用,或作為首次應用日期的期初權益的調整而在累計效應下追溯應用(不重列可比較資料)。本集團預期將自二零一九年一月一日起採納該詮釋。該等修訂本預期不會對本集團財務報表產生任何重大影響。

3. 經營分類資料

本集團按其產品及服務規劃業務單位，以便管理。本集團現有下列四個可報告分類：

- (a) 洗衣機業務分類製造及銷售洗衣機；
- (b) 熱水器業務分類製造及銷售熱水器；
- (c) 渠道服務業務分類銷售和分銷家電及其他產品，以及提供售後及其他消費者增值服務；及
- (d) 物流業務分類提供物流服務。

管理層獨立監控本集團各經營分類之業績，作為資源分配及評核表現之決策基礎。分類表現評估乃基於可報告分類溢利，分類溢利為經調整除稅前溢利之計量。除銀行利息收入、其他財務資產利息收入、公司及其他未分配收入及收益、公司及其他未分配支出及虧損以及融資成本於計量中剔除外，該經調整除稅前溢利計量與本集團除稅前溢利一致。

分類資產不包括遞延稅項資產、其他財務資產、已質押存款、現金及現金等值項目以及公司及其他未分配資產，因為該等資產於集團層面管理。

分類負債不包括遞延稅項負債、應付稅項、計息借貸、可換股及可轉換債券和公司及其他未分配負債，因為此等負債於集團層面管理。

洗衣機及熱水器業務的分類間銷售為透過本集團的渠道服務銷售洗衣機及熱水器。物流業務的分類間銷售為提供予洗衣機、熱水器及渠道服務的物流服務，而銷售渠道服務業務的分類間銷售為提供予洗衣機、熱水器及物流業務的售後服務。該等分類間銷售及轉撥乃根據有關各方相互協定之條款及條件進行。

3. 經營分類資料(續)

| | 洗衣機業務 | | 熱水器業務 | | 渠道服務業務 | | 物流業務 | | 綜合 | |
|---------------------|----------------|------------------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|------------------------|
| | 二零一七年 人民幣千元 | 二零一六年 人民幣千元 (重列) | 二零一七年 人民幣千元 | 二零一六年 人民幣千元 | 二零一七年 人民幣千元 | 二零一六年 人民幣千元 | 二零一七年 人民幣千元 | 二零一六年 人民幣千元 | 二零一七年 人民幣千元 | 二零一六年 人民幣千元 (重列) |
| 分類收入： | | | | | | | | | | |
| 向外間客戶銷售 | 6,458,087 | 5,230,282 | 1,064,082 | 983,028 | 63,384,144 | 51,209,399 | 7,892,011 | 6,432,168 | 78,798,324 | 63,854,877 |
| 分類間銷售 | 13,094,783 | 10,690,169 | 5,373,037 | 4,375,132 | 279,286 | 275,599 | 1,108,424 | 1,129,907 | 19,855,530 | 16,470,807 |
| 總計 | 19,552,870 | 15,920,451 | 6,437,119 | 5,358,160 | 63,663,430 | 51,484,998 | 9,000,435 | 7,562,075 | 98,653,854 | 80,325,684 |
| 調整： | | | | | | | | | | |
| 對銷分類間銷售 | | | | | | | | | (19,855,530) | (16,470,807) |
| 分類收入 | | | | | | | | | 78,798,324 | 63,854,877 |
| 分類其他收入及收益 | 184,600 | 195,873 | 64,618 | 52,661 | 34,882 | 72,504 | 82,144 | 48,122 | 366,244 | 369,160 |
| 分類收入以及其他收入 及收益總額 | | | | | | | | | 79,164,568 | 64,224,037 |
| 分類業績 | 1,876,536 | 1,521,438 | 790,089 | 677,994 | 1,138,315 | 859,149 | 432,651 | 323,075 | 4,237,591 | 3,381,656 |
| 調整： | | | | | | | | | | |
| 對銷分類間業績 | | | | | | | | | (174,405) | (28,656) |
| 銀行利息收入 | | | | | | | | | 228,608 | 175,937 |
| 其他財務資產利息收入 | | | | | | | | | 45,853 | 10,293 |
| 公司及其他未分配收入及 收益 | | | | | | | | | 175,508 | 140,121 |
| 公司及其他未分配支出及 虧損 | | | | | | | | | (151,632) | (142,982) |
| 融資成本 | | | | | | | | | (11,121) | (43,022) |
| 除稅前溢利 | | | | | | | | | 4,350,402 | 3,493,347 |

3. 經營分類資料(續)

| | 洗衣機業務 | | 熱水器業務 | | 渠道服務業務 | | 物流業務 | | 綜合 | |
|------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|-------------------|-------------------|
| | 二零一七年 人民幣千元 | 二零一六年 人民幣千元 | 二零一七年 人民幣千元 | 二零一六年 人民幣千元 | 二零一七年 人民幣千元 | 二零一六年 人民幣千元 | 二零一七年 人民幣千元 | 二零一六年 人民幣千元 | 二零一七年 人民幣千元 | 二零一六年 人民幣千元 |
| | (重列) | | | | | | | | | |
| 分類資產 | 5,945,689 | 5,377,021 | 1,509,232 | 1,716,104 | 10,880,636 | 8,834,850 | 6,079,775 | 5,275,453 | 24,415,332 | 21,203,428 |
| 調整： | | | | | | | | | | |
| 對銷分類間應收款項 | | | | | | | | | (5,295,645) | (4,164,175) |
| 遞延稅項資產 | | | | | | | | | 1,001,539 | 712,295 |
| 其他財務資產 | | | | | | | | | 1,974,815 | 460,449 |
| 已質押存款 | | | | | | | | | 119,865 | 71,272 |
| 現金及現金等值項目 | | | | | | | | | 15,015,303 | 12,673,095 |
| 公司及其他未分配資產 | | | | | | | | | 6,210,187 | 5,311,402 |
| 資產總值 | | | | | | | | | <u>43,441,396</u> | <u>36,267,766</u> |
| 分類負債 | 3,897,607 | 2,582,047 | 1,801,037 | 1,364,051 | 12,540,198 | 11,714,437 | 3,436,952 | 2,963,105 | 21,675,794 | 18,623,640 |
| 調整： | | | | | | | | | | |
| 對銷分類間應付款項 | | | | | | | | | (5,295,645) | (4,164,175) |
| 遞延稅項負債 | | | | | | | | | 178,385 | 53,708 |
| 應付稅項 | | | | | | | | | 841,207 | 613,045 |
| 計息借貸 | | | | | | | | | 192,624 | 73,000 |
| 可換股及可轉換債券 | | | | | | | | | — | 1,223,220 |
| 公司及其他未分配負債 | | | | | | | | | 2,756,438 | 1,447,358 |
| 負債總值 | | | | | | | | | <u>20,348,803</u> | <u>17,869,796</u> |

4. 收入、其他收入及收益

收入指售出貨品之發票淨值，扣除增值稅、退貨備抵及貿易折扣以及於年內提供服務的價值。

收入、其他收入及收益分析如下：

| | 二零一七年 人民幣千元 | 二零一六年 人民幣千元 (重列) |
|---------------|--------------------------|--------------------------|
| 收入 | | |
| 銷售貨物 | 70,649,457 | 57,094,548 |
| 提供服務 | <u>8,148,867</u> | <u>6,760,329</u> |
| | <u>78,798,324</u> | <u>63,854,877</u> |
| 其他收入 | | |
| 銀行利息收入 | 228,608 | 175,937 |
| 其他財務資產利息收入 | 45,853 | 10,293 |
| 政府獎勵* | 218,282 | 237,982 |
| 已收供應商賠償 | 91,556 | 85,328 |
| 租金收入總額 | 2,352 | 2,734 |
| 可供出售投資之股息收入 | 41,053 | 26,353 |
| 其他 | <u>29,919</u> | <u>30,694</u> |
| | <u>657,623</u> | <u>569,321</u> |
| 收益 | | |
| 附屬公司清盤收益 | 14 | — |
| 出售聯營公司之收益 | 132,512 | 98,080 |
| 出售一項可供出售投資之收益 | 1,007 | — |
| 購買聯營公司之議價收益 | — | 7,544 |
| 出售一項業務之收益 | 23,585 | — |
| 出售無形資產之收益 | — | 2,400 |
| 衍生金融工具公平值變動 | <u>—</u> | <u>1,399</u> |
| | <u>157,118</u> | <u>109,423</u> |
| | <u>814,741</u> | <u>678,744</u> |

* 本公司附屬公司在中國內地若干地區進行投資及本集團在技術上取得進步而獲得多項政府獎勵。有關獎勵並無尚未達成之條件或或然事項。

5. 除稅前溢利

本集團之除稅前溢利已扣除／(抵免)下列各項：

| | 附註 | 二零一七年 人民幣千元 | 二零一六年 人民幣千元 (重列) |
|-----------------------------|----|------------------|------------------------|
| 售出存貨成本 | | 57,277,613 | 46,564,744 |
| 提供服務成本 | | 7,215,757 | 5,880,716 |
| 物業、廠房及設備折舊 | | 319,464 | 286,819 |
| 投資物業折舊 | | 2,134 | 2,121 |
| 確認預付土地租賃款 | | 28,454 | 22,277 |
| 無形資產攤銷* | | 12,160 | 9,889 |
| 長期預付款項攤銷 | | 1,877 | 4,595 |
| 研究及開發費用** | | 626,466 | 580,894 |
| 核數師酬金 | | 8,200 | 7,575 |
| 僱員福利開支： | | | |
| (包括董事及行政總裁酬金)： | | | |
| 工資及薪金 | | 3,660,160 | 3,303,937 |
| 福利 | | 60,566 | 58,470 |
| 退休金計劃供款 | | 359,330 | 348,431 |
| 以股份為基礎之付款開支／(抵免)*** | | 13,899 | (5,580) |
| 以股本結算之購股權開支／(抵免)淨額 | | (27,243) | 29,794 |
| 以股本結算之限制性股份獎勵計劃開支 | | 154,501 | 52,489 |
| | | <u>4,221,213</u> | <u>3,787,541</u> |
| 土地及樓宇經營租約之最低租金款項 | | 155,332 | 167,672 |
| 產品保養及安裝撥備 | | 1,000,150 | 861,184 |
| 過時及滯銷存貨撥備淨額# | | 171,879 | 89,063 |
| 應收賬款之減值撥備／(撥回撥備)淨額## | 10 | 3,533 | (4,540) |
| 預付款項及其他應收賬款之減值撥備／(撥回撥備)淨額## | | (4,287) | 37,801 |
| 出售／撤銷物業、廠房及設備項目之虧損淨額### | | 6,818 | 16,990 |
| 出售／撤銷無形資產之虧損### | | 34,467 | — |
| 無形資產減值虧損### | | 9,966 | — |
| 出售附屬公司之虧損淨額## | | 1,480 | 6,302 |
| 附屬公司清盤虧損### | | — | 5,765 |
| 出售一項可供出售投資之虧損### | | — | 300 |
| 匯兌差額淨額 | | <u>26,075</u> | <u>(38,463)</u> |

5. 除稅前溢利(續)

- * 年內無形資產攤銷已於綜合損益表列入「行政費用」內。
- ** 研究及開發費用包括模具費支出人民幣308,756,000元(二零一六年：人民幣248,387,000元)已於綜合損益表列入「銷售成本」內。
- *** 本集團部分附屬公司的管理層根據若干歸屬條件獲授相應附屬公司之股權。以股份為基礎之付款開支乃參考股權於授出日期的公平值計量，並於達成有關表現及／或服務條件之期間內予以確認。
- # 年內過時及滯銷存貨撥備淨額已於綜合損益表列入「銷售成本」內。
- ## 應收賬款、預付款項及其他應收賬款之減值撥備／(撥回撥備)淨額、出售／撤銷物業、廠房及設備項目及無形資產之虧損淨額、無形資產減值虧損、出售附屬公司及附屬公司清盤虧損淨額及出售一項可供出售投資之虧損已於綜合損益表列入「其他費用及虧損」內。

6. 融資成本

融資成本分析如下：

| | 二零一七年 人民幣千元 | 二零一六年 人民幣千元 |
|-------------|----------------|----------------|
| 借貸利息 | 10,657 | 4,679 |
| 融資租賃利息 | 464 | 1,042 |
| 可換股及可轉換債券利息 | — | 37,301 |
| | <u>11,121</u> | <u>43,022</u> |

7. 所得稅

香港利得稅乃根據年內於香港產生之估計應課稅溢利按16.5%(二零一六年：16.5%)之稅率計提撥備。

於中國內地就應課稅溢利徵收之稅項，乃按照適用中國企業所得稅(「企業所得稅」)稅率計算。本集團若干附屬公司有權享有稅項優惠待遇，按寬減的企業所得稅率15%繳稅。

| | 二零一七年 人民幣千元 | 二零一六年 人民幣千元 |
|----------|------------------|-----------------|
| 即期 | | |
| 年內支出 | 1,007,626 | 752,481 |
| 過往年度超額撥備 | (11,679) | (9,988) |
| 遞延 | <u>(170,520)</u> | <u>(58,918)</u> |
| 年內稅項支出總額 | <u>825,427</u> | <u>683,575</u> |

8. 股息

| | 二零一七年 人民幣千元 | 二零一六年 人民幣千元 |
|----------------------------------|----------------|----------------|
| 擬派末期股息 – 每股普通股港幣29分(二零一六年：港幣17分) | <u>676,866</u> | <u>425,248</u> |

年內擬派末期股息須經本公司股東於應屆股東週年大會上批准。

9. 本公司普通股股東應佔每股盈利

每股基本盈利之金額乃根據年內本公司普通股股東應佔溢利及年內已發行普通股加權平均數2,784,235,089股(二零一六年：2,780,520,334股)計算(經調整以剔除根據限制性股份獎勵計劃發行或回購的股份)。

每股攤薄盈利之金額乃根據年內本公司普通股股東應佔溢利計算，已調整以反映可換股及可轉換債券的利息。計算所用之普通股加權平均數乃用於計算每股基本盈利時所用之年內已發行普通股數目，以及假設視作行使或兌換所有潛在攤薄普通股為普通股而無償發行之普通股加權平均數。

每股基本及攤薄盈利按以下各項計算：

| | 二零一七年 人民幣千元 | 二零一六年 人民幣千元 (重列) |
|-------------------------|------------------|------------------------|
| 盈利 | | |
| 用於計算每股基本盈利之本公司普通股股東應佔溢利 | 3,358,297 | 2,785,356 |
| 可換股及可轉換債券利息 | <u>-</u> | <u>37,301</u> |
| | <u>3,358,297</u> | <u>2,822,657</u> |

9. 本公司普通股股東應佔每股盈利(續)

| | 股份數目 | |
|---------------------------|-----------------------------|----------------------|
| | 二零一七年 | 二零一六年 |
| 股份 | | |
| 用於計算每股基本盈利之年內已發行普通股加權平均股數 | 2,784,235,089 | 2,780,520,334 |
| 攤薄影響 – 普通股加權平均股數： | | |
| 購股權 | 3,414,062 | 45,782 |
| 限制性股份獎勵計劃項下的獎勵股份 | 16,942,647 | 3,835,523 |
| 可換股及可轉換債券 | – | 69,855,280 |
| | <u>20,356,709</u> | <u>73,736,585</u> |
| 總計 | <u>2,804,591,798</u> | <u>2,854,256,919</u> |

10. 應收賬款及票據

| | 二零一七年 人民幣千元 | 二零一六年 人民幣千元 |
|---------|-------------------------|------------------|
| 應收賬款及票據 | 5,873,683 | 5,759,444 |
| 減值 | (57,759) | (60,109) |
| | <u>5,815,924</u> | <u>5,699,335</u> |

本集團與其客戶之間的貿易條款以信貸為主，惟新客戶例外，通常新客戶須預付款項。信貸期通常為30天至90天。各客戶均有信貸期上限。本集團致力於嚴謹監控尚未收回應收賬款以減低信貸風險。逾期結餘由高級管理層定期審閱。鑒於上述以及本集團應收賬款與眾多多元化客戶有關，故並無重大集中的信貸風險。本集團並無就該等應收賬款結餘持有任何抵押品或其他信貸提升條件。應收賬款並不計息。

10. 應收賬款及票據(續)

於報告期末應收賬款之賬齡按發票日期分析如下：

| | 二零一七年 人民幣千元 | 二零一六年 人民幣千元 |
|-------|-------------------------|-------------------------|
| 應收賬款： | | |
| 一個月內 | 2,579,109 | 2,076,686 |
| 一至兩個月 | 408,106 | 420,688 |
| 兩至三個月 | 101,091 | 133,624 |
| 超過三個月 | 184,173 | 154,210 |
| | <u>3,272,479</u> | <u>2,785,208</u> |
| 應收票據 | <u>2,543,445</u> | <u>2,914,127</u> |
| | <u><u>5,815,924</u></u> | <u><u>5,699,335</u></u> |

應收賬款減值撥備之變動如下：

| | 二零一七年 人民幣千元 | 二零一六年 人民幣千元 |
|--------------|----------------|----------------|
| 於一月一日 | 60,109 | 78,575 |
| 收購附屬公司 | 2,458 | – |
| 出售附屬公司 | (1,176) | – |
| 已確認減值虧損(附註5) | 12,261 | 15,402 |
| 撤銷為無法收回之金額 | (7,165) | (13,926) |
| 撥回減值虧損(附註5) | (8,728) | (19,942) |
| | <u>57,759</u> | <u>60,109</u> |

計入以上應收賬款減值撥備為個別已減值應收賬款撥備人民幣57,759,000元(二零一六年：人民幣60,109,000元)，其撥備前之賬面值為人民幣128,868,000元(二零一六年：人民幣160,676,000元)。

個別已減值應收賬款與存在財政困難或拖欠利息及／或本金付款之客戶有關，預期僅有部分應收賬款可予收回。

10. 應收賬款及票據(續)

應收賬款及票據之賬齡分析及相關減值情況如下：

| 二零一七年 | 未減值 | 已減值 | | 總計 |
|--------|------------------|---------------------|-----------------|------------------|
| | | 應收賬款 撥備前 之賬面值 | 撥備 | |
| | 人民幣千元 | 人民幣千元 | 人民幣千元 | 人民幣千元 |
| 未逾期 | 5,675,217 | 110 | (110) | 5,675,217 |
| 逾期少於一年 | 62,211 | 69,182 | (11,611) | 119,782 |
| 逾期一至兩年 | 7,387 | 59,576 | (46,038) | 20,925 |
| | <u>5,744,815</u> | <u>128,868</u> | <u>(57,759)</u> | <u>5,815,924</u> |
| 二零一六年 | 未減值 | 已減值 | | 總計 |
| | 人民幣千元 | 應收賬款 撥備前 之賬面值 | 撥備 | 人民幣千元 |
| | 人民幣千元 | 人民幣千元 | 人民幣千元 | 人民幣千元 |
| 未逾期 | 5,500,623 | 412 | (412) | 5,500,623 |
| 逾期少於一年 | 71,974 | 111,660 | (18,459) | 165,175 |
| 逾期一至兩年 | 26,171 | 48,604 | (41,238) | 33,537 |
| | <u>5,598,768</u> | <u>160,676</u> | <u>(60,109)</u> | <u>5,699,335</u> |

未逾期及未減值之應收款項與近期並無欠款紀錄之客戶有關。

已逾期但未減值之應收款項與多名於本集團往績記錄良好之客戶有關。根據過往經驗，本公司董事認為毋須就該等結餘作出減值撥備，原因為信貸質素並無重大變動，而該等結餘仍被認為可全數收回。

本集團之應收賬款及票據分別包括應收海爾集團公司及其附屬公司及／或聯營公司(統稱「海爾聯屬公司」)款項人民幣1,591,400,000元(二零一六年：人民幣1,295,980,000元)、應收聯營公司款項人民幣1,836,000元(二零一六年：人民幣16,695,000元)及應收非控股股東(及其聯屬公司)款項人民幣476,742,000元(二零一六年：人民幣139,123,000元)，該等款項須按與給予本集團主要客戶之信貸條款相若之信貸條款償還。

於二零一七年十二月三十一日，本集團若干應收票據約人民幣14,235,000元(二零一六年：人民幣60,421,000元)獲質押，以抵押本集團若干應付票據。

於二零一七年十二月三十一日，本集團若干應收賬款約人民幣57,203,000元(二零一六年：無)獲質押，以抵押授予本集團之貸款。

11. 應付賬款及票據

於報告期末應付賬款之賬齡按發票日期分析如下：

| | 二零一七年 人民幣千元 | 二零一六年 人民幣千元 |
|-------|-------------------------|-------------------------|
| 應付賬款： | | |
| 一個月內 | 5,291,611 | 3,930,123 |
| 一至兩個月 | 396,369 | 175,503 |
| 兩至三個月 | 71,930 | 150,387 |
| 超過三個月 | 222,301 | 213,124 |
| | <u>5,982,211</u> | <u>4,469,137</u> |
| 應付票據 | <u>106,405</u> | <u>114,080</u> |
| | <u><u>6,088,616</u></u> | <u><u>4,583,217</u></u> |

應付賬款及票據不計利息，並一般按介乎30至180日之信貸期償還。

本集團之應付賬款分別包括應付海爾聯屬公司款項人民幣3,244,557,000元(二零一六年：人民幣2,154,999,000元)及應付聯營公司款項人民幣1,773,000元(二零一六年：人民幣3,486,000元)，該等款項須按與本集團其他相若供應商給予之信貸條款相若之信貸條款償還。

於二零一七年十二月三十一日，本集團若干應付票據以本集團之銀行存款人民幣112,365,000元(二零一六年：人民幣71,272,000元)及本集團之應收票據人民幣14,235,000元(二零一六年：人民幣60,421,000元)作抵押。

12. 其他財務資產

其他財務資產指當從銀行收購時原到期日為一年以內的財務產品。該等財務產品的本金乃由銀行作擔保，且不能於到期日前提取。

主席函件

家電行業在過去一年令人興奮，2017年家電網購的比例已經到了26.5%（《2017家電網購分析報告》），不覺間我們高端子品牌卡薩帝洗衣機已經在中國高端市場市場份額超過40%，不覺間我們開發的順逛平台交易額已經突破45億元人民幣，當然也欣喜地看到，二零一七財年我們的收入、利潤再創新高，我們的股東價值全年增長了76%，於2017年底達到600億港幣，並於2018年3月20日突破800億港幣。

但正如在去年年報所提，儘管行業變遷，客戶需求多變，我們不懈創新、堅守用戶價值的初心未變，這使得海爾歷經三十年發展，為全世界消費者貢獻了一個源於中國世界級品牌，為中國貢獻了一個全球化企業。

2017年，全面進擊的一年

我們的四個業務分部均取得了快速增長，主要是源於以下增長策略：

創新驅動增長

我們的增長速度遠高於行業平均倍數，這一切都依賴於以創新作為生命線，以消費者為老闆的態度和堅持不懈的投資研發精神。

我們首創的複式雙滾筒「雲裳」系列上市3年以來，佔據行業雙筒洗衣機80%以上的份額，其獨特的上下滾筒設計至今無人能模仿。「雲裳」高端系列為海爾洗衣機在行業中樹立了引領者地位，抬高了高端洗衣機市場的競爭門檻，並為海爾和卡薩帝品牌帶來了眾多的擁躉以及明星效應。進一步，針對用戶的高端衣物開發「織見」系列，首創空氣洗功能，為高檔織物提供纖維級洗護，徹底解決了水洗帶來的擦傷和乾洗帶來的化學殘留問題。這些創新產品均供不應求，也使得在家電競爭最激烈的中國最發達城市上海，海爾洗衣機力壓其他外資品牌，奪得市場份額第一。

我們也不斷迭代升級服務水平，解決用戶痛點。2017年日日順物流開發了多種個性化服務，為了解決商家高端、長尾貨品布倉問題，開通了7倉發全國業務；為解決電商大促用戶快速響應問題，佈局前置倉進一步縮短配送時長至24小時；同時我們在全國建立了17個公眾服務中心，可以為用戶和商家提供定損、退換貨等增值服務。

持續投資於未來

2017年洗衣機以Cosmo系統(海爾集團的COSMOplat平台是中國發改委批准的基於工業互聯網的智能製造集成應用示範平台，是全球首個引入用戶全流程參與體驗的工業互聯網平台)為核心，建立了物聯網時代領先標準的工廠。該互聯工廠的特點是採用大量自動化技術，實現製造的高度柔性化，以大數據平台為核心實現與模塊商、設備商、研發、物流和服務商實時互聯，並全面支持基於用戶個性化需求的大規模定制。

熱水器的增長空間會更多來自燃氣熱水器、太陽能熱水器，而本集團燃氣熱水器二零一七年收入同比增長了超過45%，本集團在燃氣熱水器上大量開發、利用新技術，包括應用了源於火箭助推器燃燒的富氧藍焰技術，源於太空艙廢氣檢測的主動消除一氧化碳安防技術，源於生命溫度控制系統的零波動恒溫技術等，在燃氣熱水器3200+價位段的高端市場，海爾燃氣熱水器增幅達100%。2017年5月，本集團控股收購了全球最大平板太陽能製造商GreenOneTEC，將歐洲領先的太陽能技術和中國市場需求相結合，下一步將為家用和商用客戶提供系統設計、製造、安裝、運維等全流程太陽能服務。

建設共贏生態圈

在物聯網時代，我們正在透過技術手段，和我們的供應商、分銷夥伴建設一種分享和協作的創新型同盟關係，共同創造和分享用戶價值。

過去基於企業內部資源的封閉式研發已經不適合瞬息萬變的互聯網時代，基於海爾集團的Hope平台，企業、用戶和資源方被吸引到一個完全開放、交互生態圈，用戶可以發佈技術需求，Hope平台利用大數據自動匹配，甚至推動到內部創客，直接驅動產品創新。我們推動的開放式創新生態圈，可以高效整合全世界創新資源，更好實現顛覆式創新。

我們自2016年來大力推廣的順逛平台現在成為了我們與消費者交互的重要觸點網絡，消費者可以在其中參與產品定制、交互。順逛同時也是支持經銷商經營全渠道用戶資源的有效賦能工具，實現了手機端的微店與實體店的庫存的共享，幫助實體門店足不出戶也可以實現與用戶的營銷。2017年順逛上聚集了微店主80萬個，交易額大幅增長109%。

2017年利用海爾集團開發的巨商匯系統，我們實現了對加盟客戶全流程訂單100%在線管理，經銷商自主下單和平台自動化處理，二零一七年透過巨商匯交易的平均日在線加盟客戶達1.7萬人，客戶月訪問量達到790萬次。繼巨商匯之後的易理貨系統，為經銷商提供了數據化決策的工具幫助經銷商用數據化的方式管理旗下門店，大大提升了傳統門店的經營思路和管理效率。本集團透過全面應用移動時代的客戶管理系統，大大優化了全渠道的庫存周轉，經銷商的庫存周轉提升了11%。

展望

我們充滿信心，期待更美好的下一章

在中國消費升級市場環境下，消費者對商品品質以及商品個性化的要求越來越高，特別是80年後出生人群已經成為中國家電市場主流消費買家，他們更願意投資於高品質的家庭消費；而經過二十年不懈努力，海爾不僅帶來全球化的設計水準，並且產品更加貼近本地化客戶需求，品牌形象和服務口碑深得中國消費者認可。

作為海爾集團的香港上市旗艦，本集團家電業務的未來戰略新機會在於為消費者打造智慧家庭的美好全屋用水場景，為用戶提供洗衣機、熱水器、淨水乃至全屋用水解決方案。可以說，我們所服務的場景佔據了居家生活的相當重要的時間，不僅關係著用戶的生活品質甚至有關整個家庭的健康。

我們正處在由產品公司向服務方案解決公司的轉型過程中，我們會整合傳感器、互聯網、新能源、水處理等各種技術，打造用戶健康用水、智能用水的美好生活場景。這樣的消費場景不僅以產品為核心載體，而且會融入生態圈資源，比如洗滌劑、洗護產品、浴室周邊產品等，以創造貼心、個性化、無間隔的用戶體驗。

我相信本集團的品牌溢價、高端產品引領和個性化定制能力可使得我們在未來的服務領域免於價格戰，實現大幅領先行業水平的增長，並維持健康利潤率。

為響應不斷變化的客戶需求，我們必須開發一個線上線下融合、隨時觸及、響應客戶需求的分銷平台，不僅是傳統的服務客戶的渠道，更是連接用戶的觸點網絡。

本集團分銷業務的戰略舉措一是根據產品和用戶的匹配程度優化渠道管理，在存貨管理、物流方面和廣泛的線上線下渠道商全面打通，實現和用戶的零距離互動；二是持續賦能於遍佈全國的加盟合作夥伴，大力開發基於共創、共享社群生態的自有渠道平台。本集團管理著海爾集團累積三十年建立的深入每一個村鎮的、被用戶熟知和信任的觸點網絡 — 3萬餘家海爾門店、80萬家微店、1,400多家雲店以及遍佈城市的社區服務驛站。未來會繼續推進實體店、雲店和微店的「三店合一」，在已有深度分銷渠道基礎上，增強社群交互和社區服務能力，大力開發順逛平台的生態收入。

堅守人單合一文化，維持組織的活力

我們面臨的中國市場，所處的家電行業，面臨異常激烈的競爭環境，唯有不斷創新才能生存，而執行創新戰略需要一個有效運作的組織和文化，以支持創新為企業的生命線。我們人單合一多年的實踐，充分證明，「人」也即員工和「單」也即用戶價值的合二為一，可以充分激發員工的熱情和創造力，使得員工在和用戶價值的共融共生中成為了企業內部的創業者、合夥人，實現了自我的價值。未來，我相信人單合一會和彰顯個性化定制的物聯網時代有更多的化學反應，協同發展。

與中國時代共同繁榮

2017年中國國內生產總值(GDP)佔世界經濟的比重已經達到15%左右，並且還在快速增長；中國正步入以消費為主的發展階段，中國家電市場也愈來愈由消費升級驅動，中高端家電市場的增長會快過低端市場，產品均價具備長期提升空間。

以海爾為首的中國家電品牌以本土市場為依托，逐步實現了全球化佈局，而本集團也可以充分利用到母公司全球化的研發和創新資源，將全球經驗轉化成本土競爭優勢，聚焦中國家電市場這個全球最大家電市場，更好滿足中國用戶對美好生活和升級消費的需要。

中國經濟仍然維持著快速增長態勢，增長重點越來越轉向高質量增長，節能、減排、環保等可持續發展理念得到政策落實。增長質量的提升會帶來產業轉型升級的機會，中國企業的微觀經營環境不斷優化，為本集團這樣立足聚焦產業創新、關注長遠社會責任的企業創造了更好的經營環境。

中國政府進一步推動平衡發展，振興鄉村戰略，本集團在三四線市場和深入佈局和誠信社群口碑，有助於抓住低層級市場的快速增長機會。

感恩我們的夥伴

2017年8月，我將CEO職位交接給李華剛而繼續留任董事會主席之職。很榮幸和本集團的管理團隊和創客們共同奮鬥這麼多年，我們的團隊有著力爭上游、挑戰自我的信念，不辱使命的決心，不斷進化的能力，一定能夠在這個偉大而充滿挑戰的時代脫穎而出，我也會繼續在戰略層面支持公司發展。

我們的股東，感謝你們對我們的信任，雖然過去資本市場曾經波動。我們有信心維持快速收入和盈利增長，繼續強化市場地位和創造更強大的用戶價值。我們也會繼續全力投入打造海爾電器平台，在今天基礎上更上一層樓，在香港這樣一個國際化的資本市場繼續創造股東價值。

業務回顧

行業分析

2017年雖然整體家電行業都經歷了原材料價格大幅上漲所帶來的成本壓力，但消費升級對於家電行業，尤其是中高端家電品牌及滲透率較低的家電品類仍起著相當明顯的拉動作用。中怡康線上線下推總數據顯示，2017年家電市場總體規模同比增長9.0%，其中洗衣機增長11.4%，熱水器增長9.7%，而增幅較快的品類如空調、淨水設備及空氣淨化設備的市場增幅均達到30%左右的水平。主要家電品類的市場份額進一步向優質的品牌商集中。

紅頂獎組委會發佈的《2017中國高端家電產品消費者調查報告》顯示，為提升生活品質，越來越多的家庭和個人願意為高端家電產品買單：高端消費人群（一線城市的家庭月可支配收入在30,000元以上、其它城市在15,000元以上）在最近半年或過去一年都有過高端家電消費經歷；並且，他們十分注重健康領域的產品和服務，相比價格更注重品質，除產品質量與品牌外，高端消費人群對於家電的藝術品味、環保性能、定制化能力等也十分關注。

工信部賽迪研究院發佈的《2017家電網購分析報告》數據顯示，2017年我國B2C家電網購市場規模近5,000億元，同比增幅27.6%，其中洗衣機、冰箱、空調、彩電四大家電的增幅超過50%。過去一年，線上家電銷售呈現以下幾個趨勢：用戶結構的年輕化，產品結構的高端化和新國貨的主流化。80後及90後用戶佔家電網購消費群體的比例已高達71%，他們的消費能力及品位在很大程度上推動著家電網購市場的快速增長及產品結構的高端化。報告顯示，2017年線上家電產品均價提升明顯，空調、洗衣機和冰箱產品均價分別提升12%、15%和20%，增幅遠高於線下。部分優質的國內品牌商憑藉卓越的創新能力及相較外資高端品牌而言較高的性價比，成為新國貨的代表品牌。2017年度，空調、手機、平板電視、廚房電器、冰箱這五大品類的國貨品牌，在天貓銷售金額佔比超過50%，其中，海爾成為冰箱和洗衣機兩個品類的銷售冠軍。

2017年，家電網購滲透率已高達26.5%，隨著獲客成本的不斷攀升，線上流量紅利正在逐漸淡化。與此相對，作為與消費者建立情感連接的重要場所，線下實體店在消費者溝通、售前體驗及售後服務等方面仍具有明顯優勢，年輕群體在線上線下消費意願上的差距逐漸收窄。

消費者的訴求最終落在高品質的商品上，因而對於線下場景的改造最終也會從供應鏈的下游向上游，也即製造端回溯，並突破傳統的供應鏈模式和結構分工。線上銷售通過海量消費數據的匯集，在消費者行為和產品認同度等方面累積了豐富的經驗，線下渠道應基於自身的固有優勢對此善加利用，並結合數字化的互動式的營銷體驗，將渠道融合的優勢充分發揮出來。

隨著整體物流行業逐步發展成熟，不同類型的市場參與者紛紛介入第三方物流，引發了物流各細分領域日益激烈的競爭。在自身專注的領域之外，各物流公司也紛紛將觸角延伸至其他物流領域，同時經營多品類、多行業的物流業務來進行跨界競爭。在快遞行業，國內的順豐及「三通一達」都在原有的快遞產品上向更大公斤數的零擔快運

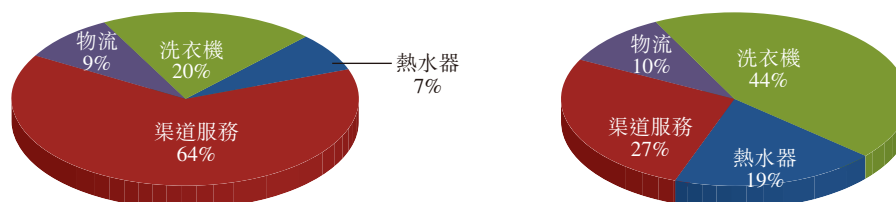
領域延伸，以促進各環節的資源共享及成本優化；電商平台也從自營自建物流體系轉向開放化的平台模式，以京東為例，在完成了倉儲、配送和團隊建設之後，於2016年將內部物流作為獨立的品牌和平台進行發展。

物流企業向供應鏈管理轉型已成為重要的發展趨勢。2017年10月，國務院辦公廳發佈了《關於積極推進供應鏈創新與應用的指導意見》，引導傳統流通企業向供應鏈服務企業轉型，提出到2020年基本形成覆蓋我國重點產業的智慧供應鏈體系，上下游產業鏈逐漸由分工合作轉向跨界融合，以適應消費者在服務質量和時效方面越來越高的要求。新零售催生了新物流，物流行業也正經歷著快速的自我進化以趨於適應商業模式的變革。未來隨著物流行業整合度的提升，倉儲網絡和配送網點將進一步下沉，配送時效性的要求越來越高，最後一公里和終端服務能力愈加重要。同時，物流企業還需提升綜合能力來滿足客戶定制化的需求，如多式聯運及冷鏈能力，全鏈條訂單管理能力等。

2017全年本集團錄得收入788億元人民幣，同比增長23.4%，歸母淨利潤33.6億元，同比增長20.6%。白電業務、渠道服務業務和物流業務均錄得快速增長，得益於本集團秉持專注為用戶創造價值、通過一流產品、體驗和服務獲取企業的終身用戶。白電板塊抓住消費升級的大趨勢，通過推出高品質的產品，提升產品結構。渠道服務業務通過順逛及智慧雲店增加用戶的觸點網絡，通過體驗式營銷提升門店的轉化率。物流業務在滿足電商訂單高速增長的需求的同時，大力發展家居類大件等新品類的機會，提升增長的動力。

二零一七年的分類收入及業績構成比例如下：

分部收入佔合併抵銷前收入比重 分部利潤佔合併抵銷前利潤比重



上述餅圖構成比例是按照分類收入及業績合計數列示，未考慮收入及業績分部間內部抵銷數據。分類間抵銷指的是洗衣機和熱水器業務銷售到本集團內分銷渠道產生的收入、渠道服務版塊對洗衣機熱水器提供的售後安裝和維修管理服務費收入以及物流業務為洗衣機、熱水器和分銷業務提供倉儲和運輸服務產生的收入。二零一七年，洗衣機、熱水器、渠道服務和物流業務分部的分類間抵銷金額如下：

商品或服務的接受方

| 業務分部 | 商品或服務的接受方 | | | |
|------|-----------|-----|---------|-------|
| | 洗衣機 | 熱水器 | 渠道服務 | 物流 |
| 洗衣機 | 無 | | 130.9億元 | 無 |
| 熱水器 | 無 | | 53.7億元 | 無 |
| 渠道服務 | 2.6億元* | | 無 | 0.2億元 |
| 物流 | 11.0億元 | | 0.1億元 | 無 |

* 渠道服務分部為家電分部提供有關售後服務的平台管理而產生的收入

洗衣機業務

二零一七年，本集團洗衣機業務保持高速增長，錄得總收入人民幣195.5億元人民幣，較去年同期增長22.8%。根據歐睿國際的市場統計，二零一七年海爾洗衣機銷售量在

全球的市場佔有率為14.6%，連續第九年全球份額第一。根據中怡康發佈的市場研究報告顯示，二零一七年中國市場洗衣機行業增長為11.4%（按銷售額統計），本集團洗衣機業務連續維持了按銷售額及銷售量計的市場份額雙項第一。按中怡康線下數據，本集團按銷售額統計的市場佔有率為29.9%，同比增長2.3個百分點；按銷售量統計的市場佔有率為27.6%，同比上升0.8個百分點。

為迎合消費升級的大趨勢，2017年洗衣機廠商紛紛升級產品，提升均價。根據中怡康線下數據，洗衣機行業中智能滾筒洗衣機銷售額同比增長79.7%，洗衣機行業均價提升11%。市場品牌競爭激烈，份額向領導品牌集中，以本集團為例，按中怡康的數據，其2017年洗衣機產品線上線下市場份額分別提升了5.6及2.3個百分點。

海爾洗衣機作為中國市場的引領者，多年來致力於產品創新，一直引領中國洗衣機市場的技術革新。我們以FPA獨有的直驅變頻電機為動力，並結合強大而專注的研發能力，開發了纖見、雙子雲裳等多個市場引領的產品系列，並在2017年針對洗衣機的高端應用場景成功開發了「卡薩帝空氣洗」這種新型的洗滌方式。

自從2015年我們推出了世界上唯一的上下雙滾筒洗衣機雲裳以來，以高端品牌卡薩帝為代表的海爾洗衣機在產品中高端的份額上高歌猛進，產品結構持續提升。卡薩帝洗衣機全年銷售額增長50.8%，佔洗衣機總收入7%，同比提升1.2個百分點，根據中怡康線下數據統計，本集團在零售價為6,300元人民幣以上的高端市場銷售額份額達到41.5%。

圍繞著用戶在使用場景中的痛點，我們持續進行產品創新。針對某些家庭衣物不易混合洗滌的痛點，我們開創性用的100次／秒的動態自動補償算法設計了單機雙滾筒的雙子系列。在家庭衣物分離洗滌的場景中，以雲裳為代表的海爾分桶洗衣機2017年更是佔據了92%的分桶洗衣機零售額份額（中怡康線下數據），單機型擁有78項發明型專利的雙子雲裳至今無人能夠模仿。

我們堅信高端洗衣機的最終價值來自於對洗滌和織物之間的專業理解。我們在實驗室中用了40多台洗衣機歷經7年時間7天24小時不間斷的運轉，收集各種面料在不同的機洗參數下的狀態，最終制定出各種面料的專業機洗方案。通過直驅電機精準的轉速控制和織見機型1000次／秒的溫度傳感技術，我們最終成就「卡薩帝空氣洗」這一顛覆性洗衣模式。新的洗衣模式不僅可以清洗貂絨、羊絨等高端衣物上的異味、黴菌，而且讓織物纖維重新恢復到初始的彈性。

殺手級的產品需要配合特質化的營銷，我們在年內加強場景和社群化營銷。為了推廣「空氣洗」的洗衣模式，我們在一萬五千個線下門店推廣免費為用戶現場洗衣。為了讓用戶可以直觀體驗直驅變頻機型的穩定性，我們的洗衣機參加了各類平衡術的展示和比賽，讓平衡大師在高速旋轉的洗衣機上立樹葉、立硬幣和立椅子等等。並在年內取得兩項世界記錄，分別在運轉的洗衣機上立起來1.882米的硬幣塔和搭起5.045米高的椅子高台。用戶在全國各地成立了海爾洗衣機的平衡術社團，讓用戶和社群變為海爾洗衣機的宣傳者。

集團洗衣機的海外出口業務穩健增長，同比增長28.9%，出口業務佔總體洗衣機銷售額的9.1%。在全球的出口市場中，澳洲、亞洲等市場增長表現強勁。在澳洲市場我們借助費雪派克的渠道網絡產品進入The Good Guy渠道銷售，在澳洲投放的雙子等高差異化產品，澳洲市場銷售同比增長超過22.4%；在南亞市場我們大力發展電商網絡推廣海爾產品，並增強了本土市場的售後服務能力；歐洲市場增速也在雙位數以上，主要受益於推出了符合當地消費群體的差異化產品，植入國內直銷員的模式和品牌島展台。

2017年我們在產品升級的同時也進行生產技術的升級。我們2017年在青島黃島和天津建造了新的洗衣機工廠以擴充我們的產能，預計投產後將顯著提升滾筒洗衣機的生產能力將提升51%。我們持續在生產線自動化和智能化上進行投入，工廠大量應用3D仿真、RFID、視覺識別和噪音自動檢測等先進技術，實現了製造節點自動感測，內筒生產線和箱體生產線無人化。

年內我們加強了對產品成本的掌控力度，通過增強中低端的設計感和簡化繁複的功能，增加中低端產品的毛利空間；並通過產品的中高端化，使得產品毛利率提升0.4個百分點。

熱水器業務

本集團熱水器業務致力於開發全系列競爭力產品，主要包括電熱、燃熱、太陽能、熱泵四種熱水器，為消費者提供舒適的洗浴解決方案。二零一七年本集團熱水器業務持續高速增長，實現收入達人民幣64.4億元，較去年同期增加20.1%，熱水器收入的增幅主要源於市場佔有率的提升以及產品升級帶來的單價提升。

根據中怡康發佈的月度零售監測報告顯示，本集團熱水器按銷量統計的市場佔有率仍然維持全國第一達18.77%，同比增加0.23個百分點。按銷售額統計市場佔有率為16.96%，同比增加1.26個百分點。

電加熱熱水器作為傳統的熱水器類別，有著廣泛的適用性，在中國的北方尤為普及。電熱水器主要是儲水式熱水器，優點在於出水溫度高，恆溫效果好，缺點在於加熱時間長、佔用浴室空間大、易受細菌和水垢影響等等。2017年海爾電熱水器銷售收入增長超過10%，銷售量市場佔有率25.91%，較同期上升0.2個百分點，繼續引領中國電熱市場（中怡康零售監測）。

電熱的成功源於我們在產品研發的不斷投入，由海爾主導的防電牆技術更是被列為中國國家標準。2017年針對行業用戶的痛點，我們發佈了中國家電院認可的中國首款一級智能熱水器Smart系列，通過3D瞬熱技術做到15分鐘內的洗浴只需預熱5分鐘。為了保障用戶的洗浴健康，我們發佈了雙效抑垢術和三級淨化技術，有效抑制熱水器中水垢的生成，同時對洗滌水質進行三級淨化，有效除去水中的泥沙，鐵銹，餘氯，細菌等有害物質。

燃氣熱水器相較電熱水器有著熱效率高，佔地小、即開即用的優勢，在洗浴頻率較高的中國南方更受歡迎。長時間以來，因為燃氣技術壁壘高，安全需求大同時需要配合

著地區天然氣普及，因此品牌眾多但產品用戶體驗差異較大，單價雖高但激烈的競爭導致單品利潤率較薄。

海爾的燃氣熱水器通過差異化的技術，專注於用戶的洗浴體驗和安全保障，2017年全年銷售額增長超過45%，市場佔有率8%，同比增長1.3個百分點。通過推出的智能雙氣安防系統和NOCO安全系統，我們的產品解決了用戶家中天然氣和一氧化碳排放的擔心；通過推出恆溫和零冷水產品，我們解決了用戶洗浴中水溫波動的痛點。為了提升熱效率降低排放，我們研發了專利富氧藍焰燃燒技術，中國燃熱行業首創，獲得13項國家專利，廢氣排放僅為國家標準的30%，於2017年12月獲得中國專利保護協會頒發的中國專利優秀獎，為行業中唯一獲此殊榮的技術專利。

太陽能熱水器使用太陽能為熱源，部分產品輔以電能為後備能源，是較電熱、燃熱更為綠色的一種熱水器。太陽能熱水器行業參與者眾多，但是中小品牌普遍存在技術傳統、產品偏向低端的特點。本集團憑藉先進的技術和創新性產品，年內本集團的太陽能產品銷售額增長超過20%，太陽能熱水器零售量佔中國市場份額第一，達到32%（中怡康線下數據）。

為了強化太陽能和光伏行業的競爭優勢，本集團於2017年5月收購了全球最大的平板集熱器生產企業，位於奧地利的GREENoneTEC Solarindustrie GmbH公司（GoT公司）的51%的股權。GoT公司在太陽能集熱器、大型多能源熱水採暖系統領域有先進的技術和設備。此次併購增厚了我們在平板集熱器和光伏上的技術儲備。我們在2017年下半年將GoT公司的技術進行中國市場本土化，提升太陽能熱水器產品熱效率；並在國內拓展在大型光熱工程系統等新行業的機會。

空氣能熱泵熱水器是利用壓縮空氣產生的熱量將水加熱，是能效最優也是最為安全的熱水器。熱泵熱水器具有儲水量大可以低成本24小時為全屋提供熱水的優勢，但是普通的熱泵熱水器具有較嚴格的工作環境溫度以及出水溫度限制。海爾的空氣能熱水器在能耗和水溫極限上遠高於行業水平，商用機型可以做到-35攝氏度超低溫運行，純熱泵加熱的出水溫度可達90攝氏度。家用機的「天沐」系列採用直流變頻技術，比國

家一級能耗標準高9個能耗等級。海爾空氣能已有五項技術被中國輕工業聯合會鑒定為「國際領先」，憑藉技術創新全面領跑空氣能熱泵行業。本集團的空氣能熱水器2017年也取得高速發展，銷售額同比增長超過50%。

熱水器的渠道佈局與其他白電產業稍有不同，熱水器的購買時點多是發生在浴室裝修時期，因此熱水器的渠道更加注重建材和裝修市場的佈局。我們在2017年對熱水器渠道進行了升級，在商業中心和CBD的形像體驗店主推中高端和成套水解決方案；在三四級渠道加強了建材市場的門店展示，使用戶在消費決策的早期階段就可以和海爾熱水器發生交互。

熱水器部門在關注產品的同時也注重生態圈的建設，我們和多家衛浴行業品牌及浴室智能硬件產品一道，在浴室空間內搭建智慧物聯方案，並聯合淨水產業新開發出全屋智慧用水系統解決方案，提供全屋採暖用水、淨水、軟水、熱水等方面的最佳智能體驗。

2017年熱水器進行了產能的擴張和技術生產線的升級，新增武漢電熱水器自動化前處理線一條，開發自動拉伸膽項目設備並預計在2018年上半年實現量產。我們在膠南、重慶進行了熱泵和然熱的總裝線信息化升級。2018年會在黃島、鄭州建設新廠，增加新能源熱水器的生產能力。

渠道服務業務

2017年全年渠道服務分部實現銷售收入637億元，同比增幅達23.7%，其中線上渠道實現銷售收入147億元，佔渠道服務分部收入的比重為23%，同比增幅高達62%。線上渠道中，透過京東、天貓、ehaier及順逛渠道銷售的比例分別約為46%、37%及15%，在2017年11月1日至11月11日的雙十一期間，集團的全網家電零售份額達18.2%，居全網第一，在天貓、京東等電商平台的同比零售額增幅均超過50%；在零售額快速增長的

同時，線上產品高端化的比重不斷提升，雙十一期間的集團的平均產品單價同比提升近35%，是行業均值的兩倍以上；與此同時，用戶滿意度同比改善並高於行業平均水平。

海爾集團自有產品實現線下渠道銷售收入453億元，同比增幅近21%，產品結構持續優化，零售端庫存周轉效率進一步提升。以海爾專賣店及綜合店(多品牌店)為例，2017年產品平均零售單價提升16%，零售端庫存金額降幅達10%，零售商毛利率顯著提升。

延續2015年底以來集團的高端化品牌戰略，渠道改革繼續向著改善產品結構，提升客戶，也即零售商利潤水平的方向發展。2017年集團渠道部門力爭幫助客戶在毛利水平、平均單價、庫存周轉、零售規模和市場份額五個方面實現第一，把對客戶的銷售壓力化轉為海爾的服務動力，將「客戶履約率」轉變成「海爾履約率」。具體而言，表現為以下三個方面：

第一，增加銷售觸點，提升客戶到店率。以線上渠道為例，除集團自建官網旗艦店、單品類旗艦店之外，還鼓勵海爾專賣店店主開設線上專賣店及順逛微店，同時給予產品、營銷等方面的政策和資源支持。就線下而言，根據商圈特性增設單品牌店，如在一二線城市新開卡薩帝品牌專賣店；同時將已有其他渠道轉化為海爾線下店，如在商超、社區服務站內增設智慧雲店，以較低的拓店成本和靈活的開店形式帶動整體銷售。2017年四季度以來，集團以「店面小型化、出樣智能化」為出發點打造「輕資產」的門店類型，將智慧雲店滲透至小區、裝飾公司、家居建材市場、購物中心、區縣和鎮村的小賣部等各類場所，將線下的單一觸點聯通至集團的產品雲和服務雲，以最低的成本最大化用戶的選擇。2017年共建成智慧雲店1,400多家，提升銷售額近2億元，2018年目標新增逾20,000家。

第二，精耕細作強體驗，提升到店轉化率。用生活化的服務方案將賣場變為體驗場景，通過全方位認知感受的調動，充分發掘用戶需求，結合海爾集團品牌豐富、品類齊全的優勢，並通過提供定制化戶型設計、成套解決方案等幫助用戶高效的完成購買

決策。為幫助線下門店提升銷售轉化率及客單價，集團利用自身對於消費者需求的精準把握及豐富的產品營銷經驗，為門店的銷售團隊提供「成套實景銷售師」的培訓服務。2017年，在已植入成套實景銷售模式的約900家門店中，套系購買的比例已超過30%。

第三，進行社區互動，提升線下專賣店的品牌口碑。「海爾專賣店」不僅是銷售產品的門店，更是一個有溫度和社會責任感的品牌。2017年，通過在3萬多家海爾專賣店內搭建萬屏互聯體系，集團為中國的留守兒童和其父母們精心構建了一張覆蓋全國的免費視頻通話的網絡；在全國範圍內展開的《「助夢前行•愛無止境」少年夢想家》活動，通過與當地的希望小學攜手，已幫助8000多名學生實現了他們的階段性夢想，並為100多所希望小學建立了愛心圖書館。海爾專賣店旨在成為消費者們「有溫度」的好鄰居，除提供專業而貼心的購買體驗外，也應當能夠給予消費者真誠而親切的情感感受。

物流服務業務

本年度，日日順物流業務繼續穩健快速增長，收入同比上升19.0%至人民幣90.0億元，其中電商物流以及家居物流均實現高速增長。據2017《互聯網周刊》和eNet研究院對國內物流企業綜合競爭力發佈的百強排行榜，日日順物流以良好的服務、口碑和運營，力壓眾多優質物流企業，獲得綜合排名第六名。

電商物流板塊為天貓平台、京東平台和海爾自有線上商城提供倉儲、幹線和最後一公里的送裝服務。2017年電商物流收入保持了較高速增長，收入增幅超過30%。我們為客戶提供供應鏈一體化解決方案的同時，提升逆向物流、維修保養等方面的增值業務的能力。在雙十一電商購物節期間，日日順送達準時率更是高達92.7%，高於同行業平均水平。

日日順憑藉自身在大件家電領域的優勢及子公司貝業新兄弟對家居行業的理解，積極拓展家居品類物流服務能力，2017年線上家居板塊收入增長超過40%。我們用加盟的模式在全國佈局家居送裝網絡，為網點輸出服務的標準化和培訓，並在廣東規劃家居物流中心，在家居集散地為客戶提供倉儲和攬收服務。

上海貝業新兄弟年內收入增長18.4%，在原有大客戶宜家、科勒等的訂單增長的同時，貝業新兄弟也積極拓展家居、日化和營養品行業的客戶資源。本集團於今年完成了對上海廣德物流有限公司的投資並實現控股，進一步開發了冷鏈物流和生鮮食品供應鏈業務。上海廣德專注於第三方冷鏈物流服務，通過佈局企劃深度市配服務網絡，為食品行業客戶提供到B端的冷鏈倉儲和配送服務。

年內，日日順物流也在積極佈局倉儲和運力平台，並實驗家電品類等大件的自動分揀倉庫。截止2017年底，集團倉庫總面積達360萬平方米，其中自建倉共121.5萬平米，自建倉比例達到33.8%。針對家電大件領域日日順在探索全國首個智能倉庫，在設備智能、管理智能和服務智能方面形成差異化競爭力，引領大件物流行業標準。

本公司面臨的主要風險和不明朗因素

本集團受各類風險的影響，如外部風險、戰略性風險、財務風險及運營風險。本集團以積極主動的方式，監控併力圖最小化關鍵風險。

原材料價格的波動和人工成本的波動是影響製造業毛利率的重要因素。近兩年來，以冷軋鋼板、熱鍍鋅板、銅和塑料PP料為主的原材料價格一直處於動態上揚的趨勢，原材料及零部件佔洗衣機和熱水器90%以上的製造成本，如果未來原材料價格繼續上漲，可能會對製造業的毛利率產生壓力，但我們會通過提升生產工藝、優化產品結構等方式降低原材料上漲對毛利率的影響。

本集團的洗衣機和熱水器在中國市場按銷量市佔率達到第一，為了進一步提升市場佔有率和品牌形象，我們一直本著產品創新和多品牌策略優化產品結構。作為產品創新的重要部分，本集團在高端零部件上有著自身獨有的專利和零部件作為技術壁壘，但行業中有其他的行業對手也在研發高端電機和高端的機型與我們相爭，並且競爭對手可能透過直接高價挖走我們的技術人才、複製技術資料等手段來快速模仿。我們唯有建立以用戶需求為本的持續性、系統化創新體系，開發殺手級產品，不斷迭代升級，才能維持產品競爭優勢。

本集團一直本著堅持在海外實施品牌化策略，不對其他品牌進行代工和貼牌生產。涉及到海外出口的主要是本集團9.1%的洗衣機業務。在部分海外市場海爾仍然不是市場的主流品牌，本集團在海外市場的渠道未像中國市場如此完善。進軍海外的創牌之路是艱辛的，戰爭、政權變更、匯率波動和貿易戰都有可能引發未來海外出口收入和毛利率的不確定性。

隨著智能製造和智能產品的逐漸普及，我們依賴於信息化技術來改善和監控我們的生產流程、提升管理效率、收集用戶需求，以及確保我們財務的有效性和準確性。如果信息化系統故障，包括信息化系統供應商的失誤會短期擾亂我們的正常生產、銷售、拖延產品的交付時間和降低用戶的產品體驗。我們有專業的團隊在對信息化進行升級和運維，也有合理的備份服務器來大大降低這種風險發生的可能。

大規模定制化的生產離不開多種多樣的零部件供應商。我們對零部件提供商有著近乎嚴苛的品控和篩選流程。由於部分零部件採購只能局限於小範圍的供應商，在極端情況下零部件供應商有可能出現產能不足或者價格波動的風險。如果出現類似情況，可能會影響到我們產品交付的時間和產品的毛利率波動。

中國家電銷售渠道構成正發生重大改變。天貓、京東等電商平台取代了國美蘇寧成為新的高速成長渠道，線下經銷商渠道也受到線上平台的衝擊。如果我們在這個轉變過程中，不能及時建立渠道管理能力，建立專門團隊，使用各種線上營銷和廣告工具，就可能丟失線上市場份額。同時，海爾品牌在線上市場的快速發展如果是基於犧牲線下專賣店渠道的份額獲得，會對本集團的分銷業務帶來不利衝擊。為此本集團採取了

線上線下同價，開發順逛平台支持線下經銷商等戰略舉措，和集團協助開發巨商匯提升經銷商運營效率和技術化管理水平，優化全渠道管理。

大件物流本身有倉儲、運輸和最後一公里的特殊性，為行業後進者樹立了不低的准入門檻。隨著物流行業競爭的加劇，許多快遞、快運公司和第三方合同物流公司在本行業競爭紅海中試圖拓展進入大件貨品的服務領域。在無差異的服務領域中可能會導致價格競爭和客戶流失的風險。日日順在大件物流有著最後一公里的送裝能力以及在家電和家居專業的入戶優勢，我們會利用自身的差異化開發更多的用戶增值服務來努力規避競爭帶來的服務定價壓力。

電商的發展給了我們渠道和物流新的機會，特別是電商的訂單已經是日日順物流增長的主要驅動力之一。我們在分享著電商高增長的同時，電商也對配送範圍和服務質量提出了新的訴求。我們會加大物流在覆蓋面積和運營能力上的投入，但在訂單密度不足的地區很容易出現投入和收益不能匹配的先期成本，會對我們的物流利潤率造成壓力。

為了加快物流業務新行業拓展，我們在歷史上會進行業務併購、戰略投資和合資。例如，我們併購了盛豐物流集團有限公司、上海貝業新兄弟物流有限公司和上海廣德物流有限公司等多家公司增強我們在物流服務品類上的拓展。即使我們在投資前期對被併購公司進行了應有的商業、財務和法律盡職調查，但文化衝突、經營模式差異總會帶來整合風險。公司將投入專門資源負責投後管理，加快培育被併購公司對日日順物流企業文化的認同。

高端製造業和全渠道的零售都需要領軍型的人才來實現企業的發展。能否尋找到和培養適合公司戰略發展的人才是每個公司面臨的重要課題。我們唯有以與時俱進的經營理念、務實的人才戰略和小微創客的激勵機制來確保集團擁有一流的團隊並積極培養後備人才為未來未雨綢繆。

我們非常看重資產的流動性，在對自有渠道客戶和內部結算我們通常都是採用貨到付款的結算方式。在我們對外的結算中，有部分第三方客戶存在著應收賬期，雖然我們對應收賬期的客戶有嚴格的信用審查，但在頻繁的貿易中和波動的中國商貿環境中，我們無法保障每一個客戶都能順利的按時將款項繳足。

財務回顧

二零一七年本集團收入達人民幣78,798,324,000元，較二零一六之人民幣63,854,877,000元上升23.4%。實現本公司股東應佔溢利為人民幣3,358,297,000元，較二零一六年之人民幣2,785,356,000元(重列)增長了20.6%。本公司普通股股東應佔每股盈利(基本)為人民幣1.21元，較二零一六年之人民幣1.00元(重列)上升21.0%。

1. 收入及溢利分析

| 項目 | 二零一七年 人民幣千元 | 二零一六年 人民幣千元 (重列) | 變動 % |
|----------------------|-----------------|------------------------|---------------|
| 收入 | | | |
| 洗衣機業務 | 19,552,870 | 15,920,451 | +22.8% |
| 熱水器業務 | 6,437,119 | 5,358,160 | +20.1% |
| 渠道服務業務 | 63,663,430 | 51,484,998 | +23.7% |
| 物流業務 | 9,000,435 | 7,562,075 | +19.0% |
| 內部抵銷 | (19,855,530) | (16,470,807) | +20.5% |
| 合併收入 | 78,798,324 | 63,854,877 | +23.4% |
| 經調整經營利潤 * | 3,669,142 | 3,018,471 | +21.6% |
| 本公司股東應佔溢利 | 3,358,297 | 2,785,356 | +20.6% |
| 本公司普通股股東應佔每股盈利 基本 | <u>人民幣1.21元</u> | <u>人民幣1.00元</u> | <u>+21.0%</u> |
| 攤薄 | <u>人民幣1.20元</u> | <u>人民幣0.99元</u> | <u>+21.2%</u> |

* 經調整經營利潤定義為稅前利潤扣除利息收支、投資損益(包括應佔聯營公司損益)、衍生金融工具公平值變動、政府獎勵以及包含商譽在內的非金融資產減值。

二零一七年本集團收入為人民幣78,798,324,000元，較二零一六年之人民幣63,854,877,000元上升23.4%。收入的增加主要源於洗衣機、熱水器、渠道服務及物流業務的收入提升。

洗衣機業務之收入由二零一六年之人民幣15,920,451,000元，上升至二零一七年之人民幣19,552,870,000元，增長22.8%。主要得益於海爾洗衣機在產品和技術方面的持續領先和創新，並在品牌、營銷、渠道建設上升級效果明顯，線上線下渠道均實現大幅增長。其中，滾筒洗衣機的收入錄得超過百分之四十的增長，收入佔比顯著提升，產品結構持續優化。

熱水器業務之收入由二零一六年之人民幣5,358,160,000元，上升至二零一七年之人民幣6,437,119,000元，增長20.1%。主要得益於技術創新和產品升級，建材和家裝渠道的拓展與建設，終端品牌形象的提升。其中，燃氣和新能源熱泵熱水器的收入更分別錄得超過百分之四十和百分之五十的高速增長。

渠道服務業務之收入由二零一六年之人民幣51,484,998,000元，上升至二零一七年之人民幣63,663,430,000元，增長23.7%。主要得益於本集團海爾產品在「三店合一」戰略引領下帶來的線上、線下的快速增長。其中海爾品牌線下分銷渠道增幅超過百分之二十，主要得益於本集團在線下渠道增加網絡觸點，為用戶提供了更好的消費場景和更方便快捷的服務體驗。海爾品牌線上分銷渠道更是錄得超過百分之六十的增幅，主要得益於本集團在各電商平台上加強品牌傳播，通過交互式營銷全面提升了用戶的體驗度和感知度，通過服務能力提升實現用戶口碑升級。

物流業務之收入由二零一六年之人民幣7,562,075,000元，上升至二零一七年之人民幣9,000,435,000元，增長19.0%，主要得益於核心家電全流程服務業務的穩定增長，同時，家居版塊逐漸形成行業影響力，健康器材及冷鏈等業務也取得突破。

本公司股東應佔溢利

二零一七年本公司股東應佔溢利為人民幣3,358,297,000元，較二零一六年之人民幣2,785,356,000元(重列)增長20.6%。二零一七年本公司普通股股東應佔每股盈利(基本)為人民幣1.21元，較二零一六年之人民幣1.00元(重列)上升21.0%。

經調整經營利潤

經調整經營利潤定義為稅前利潤扣除利息收支、投資損益(包括應佔聯營公司損益)、衍生金融工具公平值變動、政府獎勵以及包含商譽在內的非金融資產減值。透過扣除該等項目，管理層及投資者更易於將本集團多個期間的財務業績進行比較，並分析經營趨勢。

經調整經營利潤用作評估本集團經營業績，其為非國際財務報告準則規定的衡量方法。這項衡量方法能反映因已變現的資本收益及虧損、衍生金融工具公平值變動、處置經營業務收益、虧損及就其他重大非經常性或特殊項目的淨影響而未能反映的趨勢，為投資者瞭解本集團持續營運表現提供有價值的信息。

二零一七年本集團經調整經營利潤為人民幣3,669,142,000元，較二零一六年之人民幣3,018,471,000元(重列)增長21.6%，經調整經營利潤的提升主要受惠於本集團業務的穩定增長以及運營效率的持續提升。

毛利率

二零一七年，本集團整體毛利率為17.5%，相比二零一六年的17.3%上升了0.2個百分點，整體毛利率的提升主要得益於洗衣機及渠道服務業務毛利率的提升。

洗衣機業務之毛利率為27.9%，相比二零一六年的27.5%上升了0.4個百分點，洗衣機業務之毛利率提升主要源於卡薩帝等高端產品強勢增長帶來的產品結構持續優化。

熱水器業務之毛利率為36.6%，相比二零一六年的36.9%下降了0.3個百分點。熱水器業務之毛利率下降主要由於新併購的GOT公司其經營產品的毛利率低於國內熱水器業務。

渠道服務業務之毛利率為10.4%，相比二零一六年的10.3%上升了0.1個百分點。

物流業務之毛利率為10.1%，相比二零一六年的10.6%下降了0.5個百分點。主要是由於為了支持線上家居快裝業務的發展，二零一七年加大了對家居服務網絡的建設投入。

銷售及分銷費用

洗衣機及熱水器業務之銷售及分銷費用佔該業務分類收入比率從二零一六年的15.8%上升至二零一七年的16.2%，上升了0.4個百分點，主要是由於本年度本集團加強品牌廣告及場景和社群營銷投入所致。

渠道服務業務之銷售及分銷費用佔該業務分類收入比率為7.7%，與二零一六年持平。

物流業務之銷售及分銷費用佔該業務分類收入比率從二零一六年的1.5%降至二零一七年的1.0%，下降了0.5個百分點，主要由於日日順物流員工及組織重組，運營效率提升所致。

管理費用

二零一七年，洗衣機及熱水器業務、渠道服務業務、物流業務的管理費用佔該業務分類收入比率分別為4.5%、0.9%、5.3%，較二零一六年的4.8%、1.0%、5.5%分別下降0.3個百分點、0.1個百分點和0.2個百分點。

主要由於收入增長帶來的規模效應以及組織運營效率提升所致。

2. 財務狀況

| 項目 | 二零一七年 人民幣千元 | 二零一六年 人民幣千元 (重列) |
|-------|-------------------|------------------------|
| 非流動資產 | 8,860,055 | 7,692,438 |
| 流動資產 | 34,581,341 | 28,575,328 |
| 流動負債 | 18,702,334 | 17,407,166 |
| 非流動負債 | 1,646,469 | 462,630 |
| 資產淨值 | <u>23,092,593</u> | <u>18,397,970</u> |

現金及現金等值項目

二零一七年本集團之現金及現金等值項目結餘從二零一六年十二月三十一日之人民幣12,673,095,000元(重列)上升18.5%至二零一七年十二月三十一日之人民幣15,015,303,000元，主要得益於本年度主營業務盈利帶來的現金流量淨額增加。

資產淨值

本集團之資產淨值從二零一六年十二月三十一日之人民幣18,397,970,000元(重列)，增加25.5%至二零一七年十二月三十一日之人民幣23,092,593,000元。資產淨值的增加主要由於年內溢利貢獻及阿里巴巴可換股及可轉換債券行權所致。

營運資金

應收賬款及票據周轉天數

本集團洗衣機及熱水器業務於二零一七年年末的應收票據周轉天數為35天，較二零一六年年末下降13天，主要由於付款環節票據結算比例提升所致。

本集團洗衣機及熱水器業務於二零一七年年末的應收賬款周轉天數為14天，較二零一六年年末下降3天，主要由於傳統渠道零售改善，客戶積極回款所致。應收票據金額佔應收賬款及票據總額的比例為70.6%(二零一六年十二月三十一日：73.6%)，主要為銀行承兌匯票，其違責風險甚微。

本集團渠道服務業務中的海爾品牌業務於三、四級市場的客戶多為小型客戶，銷售通常為收到貨款後發貨，目的體現集團勤進快銷商業模式。二零一七年年末的應收賬款周轉天數為2天，較二零一六年年末下降1天。

本集團物流業務於二零一七年年末的應收賬款周轉天數為76天，較二零一六年年末上升7天，主要由於臨近年末期間運量大幅增加，年末之應收賬款大幅提升所致。

存貨周轉天數

本集團在「庫存最優化目標下的即需即供」策略下，實施了滾動定單預測、按單生產、按單採購等一系列改革措施從而保持較低的庫存。洗衣機及熱水器業務於二零一七年年末的庫存周轉天數為24天，較二零一六年年末上升3天，主要由於年末洗衣機及熱水器存貨增加以備旺季供貨。

渠道服務業務於二零一七年年末的庫存周轉天數為50天，較二零一六年年末上升13天，主要由於空調產品備貨節奏提前所致。

應付賬款周轉天數

本集團洗衣機及熱水器業務於二零一七年年末的應付賬款周轉天數為57天，較二零一六年年末增加了19天。主要由於為年末備貨生產，原材料採購增加，導致應付賬款增加所致。

渠道服務業務於二零一七年年末的應付賬款周轉天數為4天，較二零一六年年末減少了4天。主要由於退出社會化業務，應付賬款餘額下降所致。

物流業務於二零一七年年末的應付賬款周轉天數為113天，較二零一六年年末增加了10天，主要得益於對供應商的賬期管理持續優化。

3. 現金流變動分析

| 項目 | 二零一七年 人民幣千元 | 二零一六年 人民幣千元 (重列) |
|-------------------------|-------------------|------------------------|
| 年初之財務狀況表中所列之現金及 現金等值 | 12,673,095 | 10,245,006 |
| 經營活動之現金流量淨額 | 4,172,756 | 3,594,154 |
| 投資活動之現金流量淨額 | (2,537,546) | (917,878) |
| 融資活動之現金流量淨額 | 772,060 | (325,994) |
| 匯率變動影響淨額 | (65,062) | 77,807 |
| 年末之財務狀況表中所列之現金及 現金等值 | <u>15,015,303</u> | <u>12,673,095</u> |

本年經營活動之現金流入淨額為人民幣4,172,756,000元，較去年上升16.1%，主要源於主營業務盈利帶來的現金流量淨額增長。

本年投資活動之現金流出淨額為人民幣2,537,546,000元，較去年增加176.5%。投資活動之現金流入主要包括出售附屬公司及聯營公司股權等收到現金款項人民幣212,017,000元、收到中國石化銷售有限公司的現金股息人民幣40,956,000元及取得與購置長期資產相關的政府補助人民幣89,770,000元。投資活動之現金流出主要包括股權併購支出人民幣82,372,000元、購買理財產品現金支付人民幣1,514,366,000元、資本開支相關項目現金支付人民幣1,287,827,000元。

本年融資活動之現金流入淨額為人民幣772,060,000元。融資活動現金流出主要包括派發股利人民幣415,019,000元、支付少數股東股利人民幣12,418,000元及償還借款淨額人民幣60,849,000元。融資活動現金流入主要為日日順物流吸引投資，包括阿里巴巴增資人民幣340,000,000元及其他外部投資者投入人民幣924,485,000元。

流動資金及財務資源

本集團著重現金流管理，且財政及流動資金狀況穩健，於二零一七年十二月三十一日之流動比率為184.9%，較二零一六年十二月三十一日的164.2%(重列)上漲20.7個百分點。

| 項目 | 二零一七年 人民幣千元 | 二零一六年 人民幣千元 (重列) |
|----------------|-----------------------------|-----------------------------|
| 現金及現金等值項目 | 15,015,303 | 12,673,095 |
| 減： | | |
| 計息借款 | 192,624 | 73,000 |
| 股東借款 | — | 27,883 |
| 可換股及可轉換債券之負債部分 | — | 1,223,220 |
| 計息認沽期權負債 | 861,428 | — |
| 融資租賃應付款 | — | 16,872 |
| | <u> </u> | <u> </u> |
| 現金結餘淨額 | <u>13,961,251</u> | <u>11,332,120</u> |

於二零一七年十二月三十一日本集團之現金結餘淨額為人民幣13,961,251,000元(二零一六年十二月三十一日：人民幣11,332,120,000元(重列))，較二零一六年上升23.2%。

本集團將在二零一七年運營活動中繼續維持穩定之流動資金用以確保未來一年運營資金需求，及用以互聯工廠、智慧物流網絡建設以及電商平台建設，並且在未來戰略性投資機會出現時，在財務上具備靈活性。

資本性支出

本公司不時評估洗衣機、熱水器及物流業務的資本性支出及投資，年內資本開支為人民幣1,332,094,000元(二零一六年：人民幣876,935,000元(重列))，其中用於發展物流業務包括自建倉項目建設人民幣563,865,000元(二零一六年：人民幣470,854,000元)，用於洗衣機、熱水器新工廠建造及設備升級改造人民幣768,229,000元(二零一六年：人民幣406,081,000元(重列))。

負債資本比率

於二零一七年十二月三十一日，本集團之負債資本比率(定義為按借貸總額(包括可換股及可轉換債券負債部份、計息認沽期權負債及融資租賃應付款)除以資產淨值計算)為4.6%(二零一六年十二月三十一日：7.3%(重列))。

庫務政策

本集團採取審慎現金管理及風險監控。本集團大部份收支以人民幣結算。現金一般存作人民幣、港元、美元短期存款。由於人民幣負債將與本集團收益(大部份來自於中國之國內銷售、以人民幣計值，且本集團僅約3.9%之收益乃來自出口銷售及以其他貨幣計值)大幅對銷，因此外匯風險雖未全面緩和，但已大為降低。本集團擁有整體現金結餘淨額，故此本集團並無任何重大利率風險。本集團並無運用任何財務工具進行對沖。

資本承擔

於二零一七年十二月三十一日，本集團之已訂約但未撥備之資本承擔為人民幣735,691,000元(二零一六年十二月三十一日：人民幣352,305,000元(重列))，主要為本集團互聯工廠建設及物流業務自建倉項目。

資產押記

於二零一七年十二月三十一日，本集團若干賬面淨值為人民幣117,952,000元(二零一六年十二月三十一日：人民幣30,171,000元)的樓宇及租賃土地，賬面淨值為人民幣9,367,000元(二零一六年十二月三十一日：無)的所屬土地、賬面淨值為人民幣53,670,000元(二零一六年十二月三十一日：無)的應收賬款已質押作為本集團獲授若干銀行借款的抵押品。

此外，本集團於二零一七年十二月三十一日之其他短期貸款以本集團總額為人民幣3,533,000元(二零一六年十二月三十一日：無)的應收賬款作出押記擔保。

此外，於二零一七年十二月三十一日，本集團若干應付票據以本集團之銀行存款人民幣112,365,000元(二零一六年十二月三十一日：人民幣71,272,000元)及本集團之應收票據人民幣14,235,000元(二零一六年十二月三十一日：人民幣60,421,000元)作抵押。

或然負債

於報告期末，本集團或本公司均無任何重大或然負債。

環境政策及表現

本集團認識到，在現代生態挑戰中，環境的持續發展至為重要。因此本集團在營運的多個方面，都會引入環境保護的概念及元素。在生產過程、產品設計、日常營運及重大用途等方面已遵從「綠色發展」的策略。

本集團已持續審閱其環保目標、環保成就、重大流向分析及倡議，以減少排放及節能，繼而建立綠色發展、勇於履行社會責任的企業形象。

該等活動之進一步討論，請參閱環境、社會及管治報告，其將在符合香港聯合交易所有限公司（「聯交所」）證券上市規則（「上市規則」）所要求的期限內單獨披露。

遵守法律及法規

董事會在內部審計部門、法律部門及公司秘書部門的協助下，負責審查及監督本集團有關遵守法律及法規規定的政策及措施。本公司已制訂合規程序，以確保遵守與本集團相關的法律及法規。

除適用於本公司（作為上市公司）的法律及法規外，其他司法權區的法律及法規亦適用於本集團的非香港業務且對其有重大影響，例如就本集團於中國的製造、渠道服務及物流服務等業務的有關製造過程、產品規格及設計、勞工及環境保護的法律及法規。

本集團定期向員工介紹相關新法律或法律及法規變動的最新情況，以提升彼等的合規責任意識。

年內，本集團已遵守對本集團運營有重大影響的相關法律及法規。

與僱員之關係及薪酬政策

本集團深明僱員為寶貴資產，確保僱員薪金待遇具有競爭力，僱員一般獲發定額月薪，另加按表現酌情發放之花紅、購股權及股份獎勵計劃，而薪酬通常每年作回顧，此外並建立完善的培訓及晉陞機制讓僱員不斷自我提升。

本集團之僱員總數由二零一六年十二月三十一日之15,476人精簡至二零一七年十二月三十一日之15,241人，下降約1.5%。

與客戶及供應商之關係

本集團將客戶與供應商視為重要合作者和利益攸關方，乃由於健康而具有競爭力的合作夥伴關係網絡對本集團的成功至關重要。

本集團與其洗衣機、熱水器及物流業務客戶之間的貿易條款以信貸為主，惟新客戶例外，通常新客戶須預付款項。信貸期通常為30天至90天。各客戶均有信貸期上限。本集團應收賬款與眾多多元化客戶有關，故並無重大集中的信貸風險。

本集團渠道服務業務於三、四級市場的客戶多為小型客戶，銷售通常為收到貨款後發貨，目的體現集團勤進快銷商業模式。

本集團致力於建立與供應商合作夥伴共創共享和其之間公平競爭的機制。供應商合作夥伴可以通過智能製造雲平台等渠道直接交互，供應商通過網上模塊資源平台參與前端設計，本集團通過研發資源平台引入全球一流研發、設計、供應鏈等資源，為創造用戶最佳體驗提供資源保障。

本集團亦引入了網上邀標、網上投標、網上開標、網上評標等全流程網上競標機制，並確保了競標機制的合規性和高效性，保證公平競爭機制。

重大收購

為加強在平板集熱器和光伏上的技術儲備，本集團本年度以7,000,000歐元(約合人民幣52,359,000元)及其他條件收購了全球最大的平板集熱器生產企業，位於奧地利的GREENoneTEC Solarindustrie GrmbH公司51%的股權。

股息

董事會建議向於二零一八年七月五日(星期四)名列本公司股東名冊之股東，派發截至二零一七年十二月三十一日止年度的末期股息，每股派發現金股息港幣29分。所有股息將在本公司應屆股東週年大會獲股東批准後派發。末期股息將於二零一八年八月十日(星期五)前後派發。

上述股息佔年內本公司股東應佔溢利約20%並將自本公司之繳入盈餘賬戶內支付。本集團須保留充裕現金以維持穩健的財務狀況以便於適當時機進行策略性投資。

暫停辦理股份過戶登記

為確定有權出席將於二零一八年六月二十六日(星期二)舉行之應屆股東週年大會之股東身份，本公司將自二零一八年六月二十日(星期三)至二零一八年六月二十六日(星期二)(包括首尾兩天)暫停辦理股份過戶登記手續，在此期間將不辦理股份過戶登記。為符合資格出席股東週年大會及於大會上投票，所有股份過戶文件連同相關股票須於二零一八年六月十九日(星期二)下午四時三十分前送交本公司香港股份過戶登記分處卓佳登捷時有限公司，地址為香港皇后大道東183號合和中心22樓。

為確定有權收取建議末期股息之股東名單，本公司亦將於二零一八年七月三日(星期二)至二零一八年七月五日(星期四)期間(包括首尾兩日)暫停辦理股份過戶登記手續，在此期間將不辦理股份過戶登記。所有股份過戶文件連同相關股票須於二零一八年六月二十九日(星期五)下午四時三十分前送交本公司香港股份過戶登記分處卓佳登捷時有限公司，地址為香港皇后大道東183號合和中心22樓。

購買、贖回或出售本公司上市證券

本年內本公司根據於二零一四年四月十五日所公布之限制性股份獎勵計劃在公開市場以總代價13,523,060港元購買本公司1,013,000股股份，以及自董事及僱員收取1,067,426股本公司股份以代替彼等行使獎勵股份的個人所得稅21,491,000港元。除上述事項外，本公司及其任何附屬公司於截至二零一七年十二月三十一日止年度並無購買、贖回或出售本公司任何上市證券。

遵守上市規則之企業管治常規

除下列偏離外，本公司一直遵守上市規則附錄十四所載之企業管治守則（「守則」）之守則條文：

根據守則條文第A.2.1條，主席與行政總裁（「行政總裁」）之角色應有區分，並不應由一人兼任。直至二零一七年八月二十五日，執行董事周雲杰（「周先生」）擔任本公司主席，彼亦兼任行政總裁。董事會已持續檢討主席與行政總裁之角色區分，周雲杰先生於二零一七年八月二十五日起不再擔任行政總裁，由該日起，李華剛先生獲委任為行政總裁，對於主席與行政總裁之角色應有區分，本公司已符合守則條文第A.2.1條。

經評估本公司情況及考慮周先生的經驗及以往表現後，董事會認為由周先生在直至二零一七年八月二十五日的該期間擔任本公司主席及行政總裁兩個職位是合適及符合本集團的最佳利益，這可以讓本集團維持政策的延續性及業務的穩定性。這亦有助提高本公司制訂及執行策略的效率，令本集團可更高效及時地掌握商機。董事會由絕大多數非執行董事所組成，並定期於每季度舉行會議，檢討本集團的業務以及考慮影響本集團業務的其他主要事宜。因此，董事會確信有關的安排將不會對本公司董事會與管理層之間的權力和權限的平衡帶來負面影響。此外，在董事會及獨立非執行董事的持續監管下，通過制衡機制，股東的利益繼續能夠得以充分及公平的體現。

根據守則條文A.4.1，非執行董事之委任應有指定任期，並須接受重新選舉。現時，本公司之非執行董事之委任均無指定任期，惟彼等須根據本公司之公司細則於本公司股東週年大會上輪流退任並膺選連任，而彼等之委任將於到期膺選連任時經提名委員會及董事會檢討。

根據守則第A.6.7條守則條文，非執行董事(包括獨立非執行董事)應出席股東大會。四位非執行董事曾因另有公務在身，未能出席本公司年內的股東大會。本公司已提醒所有非執行董事出席股東大會，以對股東的意見有公正的了解。

本公司企業管治常規及守則應用情況之進一步資料將載於本公司二零一七年年報所載之企業管治報告內，而年報將於稍後寄發予本公司股東。

董事進行證券交易之標準守則

本公司已採納一套董事進行證券交易之標準守則(「海爾電器標準守則」)，該守則之條款與上市規則附錄十所載上市發行人董事進行證券交易之標準守則同樣嚴格。經本公司作出查詢後，本公司全體董事已確認彼等已於截至二零一七年十二月三十一日止年度內一直遵守海爾電器標準守則所載之規定標準。

審核委員會及審閱財務報表

本公司所成立之審核委員會由本公司兩名獨立非執行董事及一名非執行董事組成。審核委員會經已與管理層檢討本集團所採用之會計原則及慣例，並討論財務報告事項包括審閱本集團截至二零一七年十二月三十一日止年度之綜合年度財務報表，及與內部審計部討論內部監控事項，並無異議。

本集團外聘核數師安永會計師事務所已就本公佈所載財務資料與本集團截至二零一七年十二月三十一日止年度綜合財務報表所列數額核對一致。安永會計師事務所就此履行的工作並不構成按照香港會計師公會頒佈的香港審計準則、香港審閱應聘服

務準則或香港保證應聘服務準則所進行的保證應聘服務，因此安永會計師事務所並未就本公佈發表任何保證。

於本公佈日期，就本公司董事會所知悉，於本公佈中刊載的資料與本公司二零一七年度報告刊載的資料一致。

於本公司及聯交所網站刊載

此業績公佈將於本公司網站(<http://www.haier.com.hk>)及聯交所披露易網站(<http://www.hkexnews.hk>)刊載。二零一七年年報將盡快寄發予本公司股東以及於本公司及聯交所披露易網站刊載。

承董事會命
海爾電器集團有限公司
主席
周雲杰

香港，二零一八年三月二十一日

於本公佈日期，執行董事為周雲杰先生(主席)及孫京岩先生；非執行董事為梁海山先生、譚麗霞女士、王漢華博士及印井先生；獨立非執行董事為俞漢度先生、鄭李錦芬女士及鄒開蓮女士。