青岛海尔股份有限公司 2007 年度报告摘要

（上接 D25 版）

报告期内虽然存在原材料价格高位运行、人民币持续升值等不利因素，但在公司管理层的努力经营下公司各项业务实现较好的增长。冰箱业务延续 06 年的发展势头，实现全方位的竞争力提升，在较大的基数上再次实现了较大增长。根据中怡康时代市场研究公司提供的《中国城市家电市场零售监测报告》的调查数据显示，2007 年海尔冰箱零售量份额 25.75%，零售额份额为 26.05%，双双保持国内市场第一，海尔冰箱已经连续 18 年位居行业首位。根据中怡康数据统计，海尔冷柜零售量份额为 47.14%，零售额份额 52.09%，远远高于竞争对手，稳居行业第一；海尔空调业务保持在高端市场的竞争优势，进行技术创新，引领行业发展，报告期内海尔空调零售额份额 15.75%、零售量份额 15.01%，分别位列行业第二、第三位。

报告期内公司收购完成海尔集团公司所持有的青岛海尔空调电子有限公司、合肥海尔空调器有限公司、武汉海尔电器股份有限公司、贵州海尔电器有限公司等四家公司股权。收购的完成解决了青岛海尔与四家公司存在的同业竞争，增强了公司的盈利能力和市场竞争力。

1. 报告期内主要业务经营情况的讨论与分析

（1）2007 年冰箱业务讨论与分析。

行业方面：国内冰箱行业景气度的持续提升为海尔冰箱业务持续的快速发展创造了良好的市场环境。一二级市场由于更新换代需求造成中高端产品销量稳步增加；国家惠农政策的持续出台，提升了农村市场的购买能力，农村市场庞大的购买需求持续释放，加速了三四级市场冰箱销售的持续放量。两方面因素的共同影响造成了 07 年冰箱行业繁荣景象。

作为典型的耐用消费品，国内冰箱市场消费趋势随市场消费能力不同呈现各异的表现。一二级市场，消费者价格敏感度下降，具有品牌优势的公司影响力进一步增强，消费者对公司品牌的忠诚度不断提升，具有品牌优势的公司影响力进一步增强。三四级市场的放量增长，吸引众多中小厂商进入，市场竞争进一步加剧。在农村市场具备渠道优势、品牌优势、产品规模优势的厂商将成为最后的胜利者。“家电下乡”工程的启动，将加速农村市场冰箱品牌的优胜劣汰过程。冰箱产品发展走向多样化，产品差异化主要表现在外观设计、内部风格设计以及产品功能的差异，对开门、三门、多门冰箱市场份额进一步增加、电脑温控冰箱市场份额进一步增加，产品销售主容积不断上移，产品均价随产品升级稳步提升。新品推陈出新速度逐步加快，产品生命周期逐步缩短。

低温冰箱是现代生命科学研究中的重要基础设备。目前我国生物、医学研究领域和农业、畜牧业科研机构对高效率、低成本、高可靠性和使用方便的低温冰箱的需求量日益增加；同时国家医疗健康卫生事业的发展，卫生部相关规范的出台、国家在生物科研方面的投入将提升市场对医用低温产品的需求。根据相关机构统计，我国低温冰箱每年的需求量在 25000–33000 台左右，并且以每年 12%–15% 速度递增。

经营方面：针对冰箱行业发展的新情况、新特点，海尔冰箱秉承“创新、求变”的精神，在产品销售、产品研发、产品生产等三个环节实现持续创新。

产品销售方面。针对一二级市场的高端需求，海尔冰箱加快新产品的推陈出新力度，不断提高产品竞争力。2007 年海尔冰箱重点推出全球首台超大空间法式对开门冰箱、六开门冰箱等创新型产品引领市场；根据三四级市场需求不断增加的趋势，积极拓展销售和服务网络，建立了区域化网格化渠道管理模式，在实现销售网点的迅速增长的同时保持提升对终端市场的管理能力，为三四级市场上的放量增长打下了坚实的渠道基础。2007 年 12 月海尔冰箱（柜）中标财政部、商务部的“农村家电下乡项目”，所投型号全部中标，中标仅 10 天产品到达市场终端。

医用冷柜业务方面，2007 年 9 月，海尔 –86 度超低温保存箱成功中标北京红十字血液中心“奥运稀有血液贮备与安全供应”项目；海尔药品试剂保存箱还将为奥运反兴奋剂中心的标本存储提供服务，进入了传统上由美日企业占据的市场。报告期内，海尔医用冷柜中标农业畜牧系统在福建、河北、河南、山西、甘肃冷链设备的采购项目，在农业畜牧及卫生疾控系统树立了海尔品牌。

产品开发方面。建立了以用户需求驱动的产品研发流程和评审机制，提升了开发差异化产品的市场能力。2007 年海尔电冰箱申请专利 98 项，其中发明专利 22 项、实用新型专利 26 项。2007 年 4 月海尔彩晶三门冰箱荣获了被称为工业设计界“奥斯卡”的德国 IF 大奖；“热管技术的研究及其在半导体冰箱上的应用”与“采用 VC 保鲜技术的海尔鲜 + 变频彩晶王子系列冰箱”也分别获得山东省科技进步二、三等奖。在 2007 年 7 举行的中国国际消费电子博览会上，海尔鲜 + 变频冰箱 BCD–248WBCS 获“2007 上半年度家电 & 消费电子畅销产品”奖，六门冰箱 BCD–301W 获“2007 上半年度家电 & 消费电子技术创新奖”，法式对开门冰箱 BCD–586WS 同时荣获“2007 上半年度家电 & 消费电子创新设计奖”与“2007 上半年度最佳市场表现奖”，海尔冰箱则被评为“2007 上半年冰箱市场冠军品牌”。

在医用冷柜业务方面，海尔超低温保存箱 DW – 86L626 获得中国低温制冷行业第一个自主创新金奖；海尔 –150 度深低温保存箱在国内率先实现产业化，并代表中国成为继美国、日本之后，世界第三个拥有深低温制冷技术的国家。其中，“自调压多级自复叠制冷循环研究及应用”被国家权威科技部门鉴定达到“国际领先”水平。同时积极参与国家标准的制定，制定中国血液保存箱、药品保存箱医药行业国家标准。

产能生产方面。为了满足快速增长的市场需求，进一步优化海尔冰箱在国内的战略布局。报告期内设立合肥海尔电冰箱有限公司，预计 2008 年 2 月底投产，2008 年可生产冰箱 145 万台，2009 年以后每年可生产 200 万台以上。合肥海尔电冰箱有限公司作为海尔冰箱在华东、华中地区的生产基地，可以充分利用当地的低成本配套和配送优势，其产品将主要满足农村市场对中低价冰箱的巨大需求。在新建生产线的同时，为快速满足市场需求，公司对现有生产线进行生产效率提升。股份公司通过创新改进突破成功实现 18S/ 台的生产效率；特冰公司实现大小冰箱分线后 B 线人当台由 3.24 台 / 人提升到 7.8 台 / 人。

（2）2007 年家用空调业务讨论与分析。

行业方面：2007 年宏观经济持续向好、商品房销售面积继续增长等诸多因素为空调市场的整体走暖创造了良好的市场环境。随着国家相关标准的出台，以及消费者节能、健康、环保意识的提高，使得相对饱和的一二级市场更新换代的频率加快；随着国家各项惠农政策的实施，乡镇、农村人民生活水平的提高，三四级市场销售开始复苏。上述因素的综合影响使得 2007 年空调内销市场扭转了连续两年的下跌走势，空调市场实现复苏增长。

在出口方面，2007 年家用空调出口继续保持增长态势。在全球变暖的大气候背景下，全球除日本少数地区外大部分地区对空调的需求都在扩大；另一方面，中国完善的规模化产业链以及各方面相对低廉的成本优势，都使空调的全球化市场对中国产生了高度的依赖。

经营方面：报告期内，海尔空调业务继续保持在国内高端市场的优势。中怡康公司统计数据显示，海尔空调在中国市场囊括“单型号销量第一、高端市场第一、分制冷量多个匹数段第一。”同时自主品牌出口捷报频传。海尔空调在美国市场实现“第一个使用新型环保制冷剂；美国窗机能效比第一，进入全球第一大销售渠道，并独家买断首销权、同规格产品零售价最高”等四个第一；美国著名消费杂志《Consumer Reports》在制冷量 5000—12500BTU 的空调进行测评，中国海尔空调推荐为“BEST BUY”——“最佳购买选择”。

报告期内海尔空调延续一贯的技术创新，重视产品的推陈出新。2007 年海尔 08 奥运风空调领跑健康空调市场，获得中国环保协会唯一绿色之星、中国创新设计红星奖“最具创新奖”、“影响 2008 年家电技术与消费趋势的创新成果”等荣誉称号。

报告期内重庆海尔空调器有限公司投产运营。重庆是我国西南地区最重要的经济和交通枢纽，通过在重庆市场设立空调生产基地可以快速辐射到西南周边及南亚等地，不仅可以满足当地化的需求，更可以通过制造、物流、销售等环节创造当地的就业机会和提升当地经济的发展。海尔空调重庆生产基地的建成，不仅实现当地生产当地销售，同时更辐射西南、西北地区，为海尔空调进一步扩大西南等地的市场占有率打下了坚实的基础。

（3）2007 年商用空调业务讨论与分析。

行业方面：2007 年在上游原材料价格一路上扬的情况下，商用空调行业总体依然保持较高的增长。但是生产企业发展不平衡，一方面，有实力的企业以期通过规模化战略降低成本，实现了自身竞争力的提升；另一方面实力稍弱的中小企业面临较大的压力，有些企业不得不面临退出市场的局面。

经营方面：截至 2007 年海尔商用空调累计中标 22 个奥运项目，打造了 22 个经典样板工程。海尔商用空调在奥运项目上的成功中标拉动了海尔商用空调的市场业绩。借助奥运东风，海尔商用空调相继中标其他大型运动项目场馆项目，并连续在轨道交通行业积极拓展，中标深圳、武汉地铁等千万级大型项目，为海尔商用空调的持续发展奠定了有利基础。

根据行业和公司发展的新形势，海尔商用空调实施开放的人才战略，着眼于全球化竞争角度，建立具备全球化能力的工作团队，积极吸引海外专家，提升研发、质量、生产、营销、服务等环节的竞争力。运用信息化手段对项目进行有效管理，细分市场、用户，提升市场运作效率。积极进行产品创新，2007 年总共申请国家专利 76 项，获得国家专利 50 项，拥有高度的知识产权。报告期内海尔中央空调单元机、多联机、冷水机三大类产品入选《节能产品政府采购清单》。

2. 公司主营业务及其经营情况

（1）公司主营业务经营情况说明。

公司主营空调器、电冰箱、电冰柜、洗碗机、燃气灶等家电产品的生产与销售。

（2）主营业务分行业、分产品情况表。

单位：元 币种：人民币

分行业或分产品	营业收入	营业成本	营业利润率（%）	营业收入比上年增减(%)	营业成本比上年增减(%)	营业利润率比上年增减(%)
空调器	10,391,050,574	8,042,415,346	22.60	18.94	14.80	2.79
电冰箱	11,614,824,628	9,355,575,382	19.45	33.13	26.74	4.06
电冷柜	2,113,649,303	1,683,383,279	20.36	23.02	17.07	4.05
小家电	959,160,423	692,498,358	27.80	31.79	21.50	6.12
其他	3,659,124,852	3,408,946,379	6.84	33.75	33.48	0.19
合计	28,737,809,779	23,182,818,744	19.33	26.92	22.34	3.02

（3）主营业务分地区情况表。

单位：元 币种：人民币

地区	营业收入	营业收入比上年增减(%)
境内	23,325,838,293.20	25.32
境外	6,142,807,214.78	33.51
合计	29,468,645,507.98	26.94

（4）生产经营的主要产品及市场占有率情况的说明。

根据北京中怡康时代市场研究公司提供的《中国城市家电市场零售监测报告》的调查数据显示：海尔冰箱、空调、冷柜 2007 年零售额占有率为 26.05%、16.75%、52.09%，其中海尔冰箱、冷柜市场零售额市场占有率报告期内排名第一；海尔空调市场零售额市场占有率报告期内排名第二。

（5）占主营业务收入或主营业务利润总额 10% 以上的主要产品。

单位：元 币种：人民币

分行业或分产品	主营业务收入	主营业务成本	主营业务利润率
空调器	10,391,050,574	8,042,415,346	22.60%
电冰箱	11,614,824,628	9,355,575,382	19.45%

（6）主要供应商和客户情况。

单位：元 币种：人民币

前 5 名供应商采购金额合计	20,707,997,509.56 占采购总额比重 48.51%
前 5 名销售客户销售金额合计	14,935,632,495.24 占销售总额比重 51.97%.

3. 公司资产和利润构成变动情况。

（1）报告期公司资产构成变动分析。

单位：元 币种：人民币

项目	金额		占总资产的比例		
	报告期末	报告期初	报告期末	报告期初	变动幅度
货币资金	2,420,831,605.66	1,755,630,560.33	21.64%	17.76%	3.87%
应收账款	578,904,134.74	1,746,378,921.54	5.17%	17.67%	–12.49%
存货	2,928,666,219.28	1,689,792,797.01	26.17%	17.10%	9.08%
固定资产	2,359,037,932.68	2,377,478,032.20	21.08%	24.06%	–2.97%
应付票据	460,115,042.61	163,000,000.00	4.11%	1.65%	2.46%
预收款项	803,657,012.93	129,823,180.81	7.18%	1.31%	5.87%
应交税费	–258,495,249.50	100,316,966.21	–2.31%	1.01%	–3.33%

说明：

①、货币资金期末账面余额较期初账面余额增加 665,201,045.33 元，较期初增加 37.89%，主要是应收账款减少所致。

②、应收款期末账面余额较期初账面余额减少 1,167,474,786.80 元，较期初减少 66.83%；存货期末账面余额较期初账面余额增加 1,238,873,422.27 元，较期初增加 73.32%，主要原因系公司经营模式发生变化，原通过海尔集团的关联销售改由新设立的销售公司进行，因此应收关联方帐款大幅减少，同时新设立的销售公司存货增加。

③、固定资产期末账面余额较期初账面余额减少 18,440,099.52 元，较期初减少 0.78%，主要是累计折旧增加所致。

④、应付票据期末账面余额较期初账面余额增加 297,115,042.61 元，较期初增加 182.28%，主要原因为公司本期采用票据方式结算采购款增加所致。

⑤、预收款项期末账面余额较期初账面余额增加 673,833,832.12 元，较期初增加 519.04%，主要原因系公司经营模式发生变化，对海尔集团外部客户的终端产品销售主要采用预收款模式所致。

⑥、应交税费期末账面余额较期初账面余额减少 358,812,215.71 元，较期初减少 357.68%，主要原因为公司未抵扣增值税进项税增加所致。

（2）报告期经营成果重大变动分析。

单位：元 币种：人民币

项目	报告期	去年同期	同比增减
营业费用	3,502,458,838.78	1,997,315,727.94	75.36%
管理费用	1,187,483,078.84	910,135,094.55	30.47%
财务费用	47,970,512.41	3,110,116.29	1442.40%
所得税	125,828,881.14	168,635,214.36	–25.38%

说明：

①、营业费用期末账面余额较去年同期余额增加 1,505,143,110.84 元，较期初增加 75.36%；管理费用期末账面余额较去年同期余额增加 277,347,984.29 元，较期初增加 30.47%%，主要原因为公司业务上涨、营业收入增加所致。

②、财务费用期末账面余额较去年同期账面余额 44,860,396.12 元，较期初财务费用本期发生额较上期发生额增加 1,442.40%，主要原因是受人民币升值影响汇兑损益增加所致

③、所得税期末账面余额较去年同期账面余额减少 42,806,333.22 元，较期初减少 25.38%，主要原因为递延所得税资产增加所致。

4. 公司现金流量构成情况、同比发生重大变动情况说明。

单位：元 币种：人民币

项目	报告期	去年同期	同比增减
经营活动产生的现金流量净额	1,278,857,488.17	1,378,182,243.41	–7.21%
投资活动产生的现金流量净额	–301,288,183.98	–167,235,448.02	–80.16%
筹资活动产生的现金流量净额	–312,368,258.86	–198,315,433.93	–57.51%

说明：

①、经营活动产生的现金流量净额期末账面余额较去年同期账面余额减少 99,324,755.24 元，较同期减少 7.21%，主要是公司业务增加导致的应收票据增加所致。

②、投资活动产生的现金流量净额期末账面余额较去年同期账面余额减少 134,052,735.96 元，较期初减少 80.16%，主要是新设立公司及对子公司追加投资所致。

③、筹资活动产生的现金流量净额期末账面余额较去年同期账面余额减少 114,052,824.93 元，较期初减少 57.51%，主要是偿还银行贷款，同时借款减少所致。

5. 主要控股公司及参股公司的经营情况及业绩分析。

单位：元 币种：人民币

公司名称	业务性质	主要产品或服务	注册资本	总资产	净资产	净利润
青岛海尔电冰箱有限公司	中外合资	无氟电冰箱加工制造等	2402 万美元	821,120,267.30	634,989,440.05	97,182,102.64
青岛海尔电冰箱(国际)有限公司	中外合资	电冰箱加工制造等	2554.86 万美元	423,194,568.10	423,194,568.10	489,165.12
青岛海尔智能电子有限公司	有限公司	电子产品及自动控制系统的设计开发	14737万元	300,504,964.12	207,347,641.69	48,532,124.56
青岛海尔特种电冰箱有限公司	中外合资	无氟电冰箱生产销售	2000万元 万美元	515,488,743.91	256,741,305.56	63,565,247.18
青岛海尔空调器有限总公司	有限公司	家用空调器的生产与经营	21835.5 万元	1,486,533,836.43	863,543,177.37	354,783,684.84
合肥海尔空调器销售有限公司	有限公司	空调器及制冷设备销售、安装、维修	50万元	103,330,789.53	61,123,769.88	40,358,274.56
青岛海尔特种电冰柜有限公司	中外合资	电冰柜及其他制冷产品研制生产销售	37310万元	625,061,335.00	419,177,603.01	12,673,799.89
青岛海尔空调制冷设备有限公司	中外合资	家用电器、电子产品的生产	2000万元	182,851,568.33	77,956,926.67	45,856,483.77
重庆海尔家电销售有限公司	有限公司	家电销售	1000万元	2,576,156,010.93	–42,557,632.02	–52,557,632.02
青岛海尔空调电子有限公司	有限公司	空调器生产销售	1196万美元	918,311,443.98	343,365,650.69	55,785,022.47

说明：

①、青岛海尔空调电子有限公司、合肥海尔空调器有限公司、武汉海尔电器股份有限公司及贵州海尔电器有限公司为本公司报告期内完成收购并控股的子公司，详见本报告“重要事项 – 资产交易事项”。

②、合肥海尔电冰箱有限公司为本公司在报告期内新设立的公司，详见本报告“非募集资金项目情况”。

第二部分：对公司未来发展的展望

1. 所处行业发展趋势以及公司面临的市场竞争格局。

2008 年钢铁等原材料成本持续上升、欧美发达国家经济走弱、发达国家技术壁垒提高、人民币升值等不利因素短期内对家电行业发展造成一定压力，但是国内家电消费升级与农村家电消费潜力的持续释放形成的国内需求将成为支撑白电发展的长期积极因素。

冰箱行业持续景气使得 2007 年厂商纷纷扩大产能，2008 年市场供给将呈现逐步增加的趋势，市场竞争将更加激烈，国内冰箱市场仍处于整合的过程之中。家电下乡项目的推广，将激发农村居民购买家电产品的积极性，进一步扩大农村市场家电的消费规模。中国冰箱市场仍处于城市以品牌力竞争为主，农村以渠道竞争力为主的市场局面。新能耗标准的出台将会逐步抬升生产成本，但主流厂商凭借自身优势，与上游厂商的全面合作，快速推出高能效水平的产品，通过快速满足市场需求扩大市场份额。消费者对冰箱产品的关注点向两个因素集中：保鲜与人性化，对消费者需求有着深刻研究和洞察并能迅速满足市场需求的企业将引导市场潮流的发展。

家用空调：尽管国内宏观经济政策进一步紧缩，但扩大内需、开拓农村市场依然是政府主要推行方针，宏观环境依然良好。受新增住房增加、一二级市场更新换代频率增加、三四级市场持续增长等因素影响市场需求将持续增加；同时产品结构的提升、新能效标准的实施抬升行业平均价格。根据中华商务网预测 2008 年内销市场规模有望突破 800 亿元。出口方面相对面临较大的压力，出口退税、汇率等方面要素使价格成本提升，但是中国作为世界空调制造基地优势明显，中国空调出口还将保持稳定增长。但受出口退税以及汇率等因素影响，出口的平均单价增长有限。

商用空调：在家用空调市场已趋向饱和且竞争日趋激烈的情况下，商用空调市场进入一个新的发展阶段。根据业内专家统计，市场增长率在 20% 左右。在全球经济成长和全球气候变暖因素的驱动下，全球空调市场规模未来将持续增长。其中，日本和美国基本处于稳定发展期，未来增长点主要在亚洲、欧洲、中东和中南美洲。但是由于商用空调行业的广阔发展空间和较高的盈利水平，吸引了众多企业加入该行业，行业竞争进一步激烈。

2 未来发展机遇、发展战略和新年度的经营计划。

（1）公司未来发展机遇。

2008 年北京奥运会是中国企业走出去的最佳时机。海尔集团公司作为 2008 年北京奥运会白电唯一赞助商，将借助奥运会召开的时机提升海尔品牌形象。作为集团旗下主要从事白电生产的公司之一，海尔在全球品牌的提升将带动公司各项业务的发展，提升公司全球运作能力。

农村市场启动，发展潜力巨大。农村家庭占全国家庭总量近七成，是我国最大的消费群体。近些年，随着国家对农网改造的完成以及交通条件的改善，为农村家电市场的启动提供了基础保障。同时国家减免农业税、加大对三农的投入等支农惠农政策的实施提高了农民收入水平。国家统计局数据显示，2007 年我国农村居民人均纯收入 4140 元，比上年增长 15.4%，扣除价格因素，实际增长 9.5%。收入水平的提高及消费观念的变化使农村市场对家电的潜在需求成为现实购买力。

2006 年国家统计局数据显示，彩电、冰箱、洗衣机、空调在农村地区每百户拥有量分别为 89 台、22.5 台、42.9 台、7.3 台，同城市市场相比，农村家电普及水平较低。而随着“社会主义新农村建设”的逐步实施，农村经济有望继续保持较大幅度增长。农村市场的购买力也将逐步释放。

（2）、公司发展战略和业务规划。

2008 年青岛海尔将按照“开放、对等、共享、全球运作”的发展主题，通过流程再造、组织再造、人的再造，创新整合“1+1+N”人力资源模式，打造青岛海尔卓越运营的商业模式，以优良的业绩回报股东！

冰箱业务：将巩固在海尔冰箱在国内市场的霸主地位，持续提升冰箱产品的研发、创新能力，巩固和提升高端产品的市场份额；在农村市场继续深耕渠道，提升渠道的渗透能力。借助“农村家电下乡”活动，提升农村市场占有率。针对海外市场方面，以通过创新的差异化产品和创新的渠道战略合作模式为突破口，实现海外市场的高速增长和品牌地位的提升；借助于奥运会 2008 年的召开，进一步提升在海外的品牌影响力。在市场研发方面，提升 PLM 竞争力，通过建立 BOM 模块化研发模式，提升单型号竞争力和高端产品创新能力，实现即需即制。在供应链管理方面，通过以优化端对端的供应链运营模式，整合国际化分供方参与设计，进行联合采购等方式提升供应链效率；以设计可靠性为切入点，建立全流程的质量和保障体系，降低市场损失率；以优化供应链流程为切入点，提升供应链反应速度；团队建设上：通过 1+1+N 团队工作机制，整合全球一流人才，提升全球化运作能力。

空调业务：2008 年空调业务增强产业链各个业务环节的力量，全面提升业务竞争力。在产品研发环节保持高端产品研发优势的同时，根据各地区产品差异研发适合不同地区需求的产品；完善产品中长期规划，提升公司企划竞争力。

在市场营销环节，根据客户需求对市场进行充分细分，提升市场终端销售竞争力；对各区域实现分渠道平衡营销，合理规划渠道内高中低产品的组合方案。完善渠道布局，重点提升工程渠道竞争力，提升渠道竞争力。通过组织结构优化，完善市场终端考核机制等方式调动市场终端工作人员积极性。

积极进行海外市场拓展，充分整合利用海尔在全球市场的品牌优势和渠道优势，根据当地化的产品、当地化的营销组合策略进行销售，提升在海尔空调在全球的市场占有率。

商用空调业务：08 年将通过组织、流程体系的构建，开放的人才机制、引进信息化管理体系实现卓越运营。在市场营销方面，以千万级项目为切入点，努力成为企业级客户的最佳合作战略伙伴。继续优化推进营销模式的创新，为客户提供整体解决方案，满足大客户全过程增值的需求，提升海尔商用空调在大型项目中的份额，提升品牌价值。加大海外市场的拓展能力，通过 08 年产品系列的补充完整和商业模式的改变，保持提价能力以及应对汇率等原因带来的风险。加大对印度、俄罗斯、中东等空调市场增长快速地区的投入，扩大渠道分销能力。在产品研发方面，积极响应国家倡导的节能减排政策，依托海尔全球化的研发实力，整合全球资源，进行产品的换代升级。在产品服务上秉承海尔一贯的服务优势，建立行业独有的、与商用空调工程相匹配的“五段全程服务标准”：采购消费透明化、设计方案个性化、安装管理军事化、工程监理专业化、维保服务标准化，满足消费者需求为客户创造最大价值。

（3）新的年度经营计划。

2007 年度主营业务收入预算为 257 亿元，实际实现主营业务收入 295 亿元，预算执行率为 114.79%；上市公司 2008 年主营业务收入预算为 400 亿元，较 2007 年实际完成数增长 35.59%。

3、资金需求和使用计划。

08 年资金需求主要为公司正常生产经营所需流动资金，项目投资需根据公司运作情况提交董事会等决策机构审议后实施，目前尚未确定。

4、公司面临的风险因素。

（1）钢板、石油等原材料价格走高：受铁矿石、煤炭等原材料价格的持续走高增加了钢材成本；同时原油价格的走高给下游产品带来较大的成本压力。冰箱、空调、冰柜产品主要零部件、原材料中钢板、塑料件等化工产品占有相当大的比例，产品原材料价格大范围的持续上涨将对产品成本形成较大的压力。

（2）人民币升值：由于世界经济体对美元区经济看弱，以及对中国经济的看好，2008 年人民币对美元汇率将继续上升，人民币升值带来出口产品价格上涨，直接导致出口产品价格竞争力降低，对公司出口业务形成一定经营压力。

（3）以美国为首的发达经济体经济放缓导致全球性的增长放缓：在金融市场动荡以及不确定性上升的情况下，2008 年全球经济增长的前景被明显看低，影响未来全球经济增长的风险正在增加，以美国为首的发达经济体增长的放缓将影响居民对相关产品的需求。

（4）贸易壁垒的影响不断增加。中国家电业是目前遇到反倾销调查较多的行业，由于反倾销调查所引起的国际影响较大，欧美国家纷纷采取新的贸易壁垒，如技术壁垒、环境壁垒等，提高进口产品的准入壁垒。在 WEEE 和 ROHS 指令实施后，欧盟新的 EUP 指令也已经付诸实施，提升产品的出口成本。

6.2 主营业务分行业、产品情况表

请见前述 6.1

6.3 主营业务分地区情况

请见前述 6.1

6.4 募集资金使用情况

□适用 √不适用

变更项目情况

□适用 √不适用

6.5 非募集资金项目情况

√适用 □不适用

单位：万元 币种：人民币

项目名称	项目金额	项目进度	项目收益情况
章丘海尔电机有限公司压缩机电机二期项目	3,481	公司正式运营	实现利润 449 万元
合肥海尔电冰箱有限公司	4,900	公司正式运营	亏损 52 万元
上海海尔集成电路设计有限公司	1,080	公司正式运营	亏损 1367 万元
合计	9,461	/	亏损 970 万元

6.6 董事会对会计师事务所“非标准审计报告”的说明

□适用 √不适用

6.7 董事会本次利润分配或资本公积金转增预案

经山东汇德会计师事务所审计，2007 年公司实现的归属于母公司股东的净利润为 643,632,017.77 元。2007 年度公司提取法定盈余公积金 57,980,560.31 元、提取职工福利及奖励基金 11,723,587.27 元，加上以前年度结转的未分配利润（已按新会计准则要求进行调整）426,469,671.31 元，减去 2007 年已实施的利润分配 179,470,957.36 元，公司未分配利润为 820,926,584.14 元。

经董事会研究决定，2007 年度的利润分配预案为：以公司 2007 年末股本 1,338,518,770 股为基数，每 10 股派 2 元（含税），共分配 267,703,754 元，剩余利润结转下一年度。

公司 2007 年末资本公积金为 3,016,378,138.68 元，经董事会研究决定：本年度不进行资本公积金转增股本方案。

公司本报告期内盈利但未提出现金利润分配预案

□适用 √不适用

§7 重要事项

7.1 收购资产

√适用 □不适用

单位：万元 币种：人民币

交易对方或最终控制方	被收购资产	购买日	收购价格	自购买日起至本年末为公司贡献的净利润	本年初至本年末为公司贡献的净利润（适用于同一控制下的企业合并）	是否为关联交易（如是，说明定价原则）	所涉及的资产权是否已全部过户	所涉及的债权债务是否已全部转移
海尔集团公司	青岛海尔空调电子有限公司 75% 的股权、合肥海尔空调器有限公司 90% 的股权、武汉海尔电器股份有限公司 60% 的股份及贵州海尔电器有限公司 59% 的股权。	2007 年 5 月 22 日	70,597.03	10,181.36	12,041.76	是，2005 年 12 月 31 日为评估基准日的评估值	是	是

1)、本次交易消除了青岛海尔与四家公司之间的同业竞争，提高公司的盈利能力，有利于上市公司的长远发展，符合公司及全体股东的利益 本次交易前青岛海尔资产负债率较低，本次交易完成后青岛海尔的资产负债率有所上升，目前资产收购已经完成。

7.2 出售资产

□适用 √不适用

7.3 重大担保

□适用 √不适用

7.4 重大关联交易

7.4.1 与日常经营相关的关联交易

√适用 □不适用

单位：万元 币种：人民币

关联方	向关联方销售产品和提供劳务		向关联方采购产品和接受劳务	
	交易金额	占同类交易金额的比例（%）	交易金额	占同类交易金额的比例（%）
海尔集团电器产业有限公司	4,685,673,327.57	27.96	690,570,066.15	3.21
青岛海尔零部件采购有限公司	2,385,512,260.15	14.23	16,302,954,034.84	75.90
海尔集团(大连)电器产业有限公司	1,316,431,576.50	7.85	1,172,858,707.87	5.46
合肥日日顺电器有限公司	3,872,805,727.68	23.11		
河南日日顺电器有限公司	2,823,496,976.44	16.85		
青岛日日顺电器有限公司	835,952,987.69	4.99		
合肥海尔物流有限公司			1,723,324,965.71	8.02
全国 42 家海尔工贸有限公司			818,289,734.99	3.81
合计	15,919,872,856.03	94.99	20,707,997,509.56	96.4

其中：报告期内公司向控股股东及其子公司销售产品或提供劳务的关联交易金额 16,761,034,831.13 元。

7.4.2 关联债权债务往来

□适用√不适用

7.4.3 2007 年资金被占用情况及清欠进展情况

□适用 √不适用

截止 2007 年末，上市公司未完成非经营性资金占用的清欠工作的，董事会提出的责任追究方案

□适用 √不适用

7.5 委托理财情况

□适用 √不适用

7.6 承诺事项履行情况

7.6.1 公司或持股 5%以上股东在报告期内或持续到报告期内的承诺事项

√适用 □不适用

股改承诺及履行情况：

股东名称	承诺事项	承诺履行情况
海尔集团公司以及海尔电器国际股份有限公司	海尔集团公司以及海尔电器国际股份有限公司持有的青岛海尔股份，在获得上市流通权之日起六十个月内将不通过证券交易所挂牌交易方式出售	报告期内海尔集团公司以及海尔电器国际股份有限公司持有的青岛海尔股份未出售；
海尔集团公司	在股权分置改革实施完成后，就如何解决海尔集团公司控制的青岛海尔空调电子有限公司、合肥海尔空调器有限公司、武汉海尔电器股份有限公司、贵州海尔电器有限公司与青岛海尔之间存在的同业竞争问题，根据相关法律、法规之规定，尽快与青岛海尔达成协议。	2007年5月15日，本公司向海尔集团公司收购的上述四家公司的股权已变更至本公司名下，完成了工商变更登记程序。2007 年 5 月 8 日，山东汇德会计师事务所有限公司就本次发行股票收购资产之事项出具了验资报告［(2007）汇所验字第 5–003 号］。2007 年 5 月 22 日，本公司在中国证券登记结算有限责任公司上海分公司完成了本次发行股票的登记托管手续；
海尔集团公司	在股权分置改革实施完成后，就如何减少海尔集团公司控制的青岛海尔工贸有限公司等 42 家工贸公司与青岛海尔的关联交易问题，尽快提出解决方案。	为解决与大股东的关联销售问题，2006 年 12 月 22 日召开的公司第五届董事会第十三次会议审议通过了《公司关于设立重庆海尔家电销售有限公司及 42 家分公司的议案》。公司董事会经研究决定在重庆设立重庆海尔家电销售有限公司，自 2007 年 1 月 1 日起，公司及控股子公司范围内生产的相关产品在境内将通过重庆海尔家电销售有限公司及 42 家分公司进行销售
海尔集团公司	在本次股权分置改革实施完成后，根据相关法律、法规之规定，启动青岛海尔股份有限公司股权激励方案研究论证工作。	2006年12月22日，公司第五届董事会第十三次会议审议通过了《青岛海尔股份有限公司股票期权激励计划(草案)》及摘要、《青岛海尔股份有限公司股票期权激励计划实施考核办法》等议案，根据中国证监会《关于加强上市公司治理专项活动有关事项的通知》要求，公司在公司治理专项活动期间暂停了股权激励计划的申报和实施计划。2007 年 10 月底公司治理专项活动结束后，公司重新开始了股权激励实施计划。鉴于公司治理专项活动期间，公司原激励计划制定时所面临的内外环境发生了较大变化，公司拟对原公告的《青岛海尔股份有限公司股票期权激励计划（草案）》进行修订。公司目前正稳步推进原激励计划的修订工作，待原激励计划修订结束后，公司将继续申报，并将在获中国证监会批准、股东大会通过后积极推进实施。

（下转 D27 版）

（上接 D25 版）

一、预计 2008 年全年日常关联交易的基本情况（单位：万元）

关联交易类别	按产品或劳务等进一步划分	关联人	08年预计总金额		占同类交易比例	去年的总金额
采购原材料、模具等	采购原材料等	青岛海尔零部件采购有限公司	2,263,800	2,935,900	95. 00%	2,148,049
	采购原材料等	合肥海尔物流有限公司	334,100			
	采购原材料等	海尔集团(大连)电器产业有限公司	132,700			
	采购原材料等	海尔集团电器产业有限公司	75,100			
	采购原材料等	重庆海尔物流有限公司	50,000			
	采购模具	青岛海尔模具有限公司	27,600			
	采购原材料等	大连海尔国际贸易有限公司	16,600			
	采购原材料等	青岛海尔物流有限公司	12,400			
	采购商品	莱阳海尔电器有限公司	6,800			
	采购原材料等	青岛海尔国际贸易有限公司	6,100			
	采购模具	青岛海科精密模具研制有限公司	3,300			
	采购原材料等	青岛海尔信息塑胶研制有限公司	2,200			
	采购原材料等	青岛海尔特种塑料研制开发有限公司	2,000