证券代码:600839　　证券简称:四川长虹　　公告编号:临2026-039号

四川长虹电器股份有限公司 2026年半年度业绩预告

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法律责任。

重要内容提示:

● 业绩预告的具体适用情形:实现盈利,且净利润与上年同期相比上升50%以上。

● 四川长虹电器股份有限公司(以下简称公司)2026年半年度归属于母公司所有者的净利润预计为158,000万元到190,000万元,与上年同期相比,将增加107,908.81万元到139,908.81万元,同比增加约215.42%到279.31%。

● 公司2026年半年度归属于母公司所有者的扣除非经常性损益的净利润预计为4,700万元到7,000万元,与上年同期相比,将减少9,108.83万元到11,408.83万元,同比减少约56.55%到70.82%。

一、本期业绩预告情况

(一)业绩预告期间

2026年1月1日至2026年6月30日。

(二)业绩预告情况

1.经财务部门初步测算,预计2026年半年度实现归属于母公司所有者的净利润158,000万元到190,000万元,与上年同期(法定披露数据)相比,将增加107,908.81万元到139,908.81万元,同比增加约215.42%到279.31%。

2.预计2026年半年度实现归属于母公司所有者的扣除非经常性损益的净利润4,700万元到7,000万元,与上年同期(法定披露数据)相比,将减少9,108.83万元到11,408.83万元,同比减少约56.55%到70.82%。

(三)公司本次预计的业绩未经注册会计师审计。

二、上年同期业绩情况

(一)利润总额:146,653.28万元。归属于母公司所有者的净利润:50,091.19万元。归属于母公司所有者的扣除非经常性损益的净利润:16,108.83万元。

(二)每股收益:0.1085元。

三、本期业绩变动的主要原因

报告期内,归属于上市公司股东的净利润较上年同期预计涨幅较大,主要因非经常性损益显著增长,由被投资企业四川华丰科技股份有限公司公允价值增加引起。归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润较上年同期预计降幅较大,主要受海外地缘冲突、大宗原材料上涨、关税政策变化、终端需求偏弱、行业竞争加剧、品牌推广增加以及房地产行业需求疲软等多重因素影响。

面对复杂严峻的国际环境和国内经济下行压力,2026年下半年,公司将秉持“风险应对抓机遇、强基固本提质效、整合创新谋发展”为经营方针,坚持以用户为中心,持续强化科技创新、深化AI对产品赋能,不断提升经营质效,总体保持稳健发展态势。

四、风险提示

本期业绩预告相关财务数据为公司财务部门基于自身专业判断形成的初步核算数据,未经注册会计师审计。截至本公告披露日,公司未发现影响本次业绩预告内容准确性的重大不确定因素。

五、其他说明事项

以上预告数据仅为初步核算数据,具体准确的财务数据以公司正式披露的2026年半年度报告为准,敬请广大投资者注意投资风险。

特此公告。

四川长虹电器股份有限公司董事会

2026年7月15日

证券代码:600839　　证券简称:四川长虹　　公告编号:临2026-040号

四川长虹电器股份有限公司 关于上海证券交易所关于公司2025年年度报告的信息披露监管问询函的回复公告

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法律责任。

四川长虹电器股份有限公司(以下简称公司或四川长虹)于近日收到上海证券交易所《关于四川长虹电器股份有限公司2025年年度报告的信息披露监管问询函》(上证公函【2026】1179号,以下简称《问询函》)。收到《问询函》后,公司高度重视,积极组织回复工作,并对《问询函》提及事项认真逐项核实。现就《问询函》有关问题回复如下(如无特殊说明,本公告中使用的简称或名词释义与《四川长虹2025年年度报告》一致):

一、关于经营业绩。

年报显示,公司2025年实现营业收入1,088.16亿元,同比增长4.94%;实现归母净利润9.89亿元,同比增长40.56%;但扣非归母净利润0.91亿元,同比大幅下降78.35%。非经常性损益8.98亿元,主要来自被投资企业四川华丰科技股份有限公司(以下简称华丰科技)公允价值变动。公司2025年主营业务毛利率为9.23%,同比下降0.60个百分点,其中电视业务毛利率为9.86%,同比减少1.37个百分点,空调毛利率为8.60%,同比减少0.57个百分点。分季度扣非归母净利润分别为1.38亿元、0.23亿元、0.35亿元和-1.05亿元。

请公司补充披露:(1)主营业务毛利率持续下滑且扣非利润微薄的原因;分业务板块分析主要产品收入、成本、毛利率同比变动的原因,结合各板块行业需求、关税等政策变化、竞争格局、业务模式、各经营主体业绩变动、细分行业可比公司情况等,说明报告期内营业收入同比增长但扣非净利润大幅下降的具体原因。

1.主营业务毛利率持续下滑且扣非利润微薄的原因

2025年,公司实现营业收入约1,088.16亿元,同比增长约4.94%,扣非归母净利润约0.91亿元,同比下降78.35%,具体指标对比如下:

单位:万元　币种:人民币

项目	2025年	2024年	变动金额/比例	变动幅度
营业收入	10,881,580.20	10,369,116.10	512,464.10	4.94%
其中:主营业务收入	10,790,284.66	10,265,082.87	525,201.79	5.12%
营业成本	9,856,512.67	9,329,967.14	526,545.53	5.64%
其中:主营业务成本	9,794,764.86	9,256,295.69	538,469.17	5.82%
毛利	1,025,067.53	1,039,148.96	-14,081.43	-1.36%
其中:主营业务毛利	995,519.80	1,008,787.18	-13,267.38	-1.32%
毛利率	9.42%	10.02%	-0.60%	下降0.6个百分点
其中:主营业务毛利率	9.23%	9.83%	-0.60%	下降0.6个百分点
公允价值变动收益	115,396.87	9,900.83	105,496.04	1,065.53%
资产减值损失	-84,101.49	-60,893.39	-23,208.10	38.11%
归母净利润	98,888.62	70,352.26	28,536.36	40.56%
归母非经常损益	89,824.51	28,490.08	61,334.44	215.28%
扣非后归母净利润	9,064.11	41,862.18	-32,798.07	-78.35%

从上表可知,公司近两年营业收入、归母净利润呈现增长趋势,毛利率、扣非后归母净利润呈现下降趋势,归母净利润增长主要系因非经常性损益显著增长,由被投资企业华丰科技公允价值增加引起。主营业务毛利率持续下滑,主要原因包括:一是公司分业务板块收入结构发生变动,低毛利业务占比上升,拉低了整体毛利率水平;二是宏观环境变化、行业竞争加剧,家电主业面临价格竞争压力,同时原材料成本高位运行,进一步压缩了利润空间。扣非归母净利润大幅下降,主要系公司主营业务毛利下降,以及结合房地产行业及公司业务实际经营状况,公司对房地产存货计提金额较大的资产减值准备所致。

2.分业务板块分析主要产品收入、成本、毛利率同比变动的原因

公司核心业务板块涵盖智慧家居(包括电视、冰箱、冰柜、空调、洗衣机等产品)、通用设备制造(以全封闭活塞压缩机为代表)、ICT综合服务业务(包括ICT产品分销与专业解决方案提供)、中间产品业务(主要为电子制造服务,简称EMS)以及特种业务等其他多元化业务,其中智慧家居、通用设备制造、ICT综合服务业务占比约89.36%,公司整体盈利表现与三大业务板块的结构变化、盈利水平高度相关。

各业务板块2024年度、2025年度收入、成本及毛利率情况详见下表:

单位:万元　币种:人民币

项目	2025年度					2024年度					变动				
	收入	收入占比(%)	成本	成本占比(%)	毛利率(%)	收入	收入占比(%)	成本	成本占比(%)	毛利率(%)	收入变动比率(%)	收入占比(%)	成本变动比率(%)	成本占比(%)	毛利率(%)
智慧家居	4,540,230.21	42.08	3,999,993.57	40.84	11.90	4,509,194.93	43.93	3,941,652.66	42.58	12.59	0.69	-1.85	1.48	-1.74	-0.69
其中:电视	1,474,740.88	13.67	1,329,268.84	13.57	9.86	1,603,720.76	15.62	1,423,617.19	15.38	11.23	-8.04	-1.95	-6.63	-1.81	-1.37
空调	1,741,713.51	16.14	1,591,850.94	16.25	8.60	1,556,280.87	15.15	1,412,584.93	15.26	9.17	11.99	0.99	12.69	0.99	-0.57
冰箱(柜)	952,693.36	8.83	771,221.20	7.87	19.05	1,019,417.65	9.93	833,122.08	9.00	18.27	-6.55	-1.10	-7.43	-1.13	0.78
洗衣机	226,068.64	2.10	179,924.32	1.84	20.41	180,564.21	1.76	141,157.25	1.52	21.82	25.20	0.34	27.46	0.32	-1.41
厨卫产品及小家电	145,012.82	1.34	127,728.27	1.31	11.92	150,211.44	1.47	131,171.20	1.42	12.68	-3.46	-0.13	-2.62	-0.11	-0.76
中间产品	276,850.55	2.57	253,079.69	2.58	8.59	314,872.37	3.07	282,542.29	3.05	10.27	-12.08	-0.50	-10.43	-0.47	-1.68
物流服务	231,694.06	2.15	222,420.83	2.27	4.00	153,330.73	1.49	145,714.61	1.57	4.97	51.11	0.66	52.64	0.70	-0.97
房地产	80,956.13	0.75	57,220.62	0.58	29.32	105,744.36	1.03	64,563.29	0.70	38.94	-23.44	-0.28	-11.37	-0.12	-9.62
特种业务	303,008.76	2.81	251,014.28	2.56	17.16	196,806.36	1.92	163,824.68	1.77	16.76	53.96	0.89	53.22	0.79	0.40
通用设备制造	1,037,960.29	9.62	888,342.46	9.07	14.41	1,011,100.59	9.85	879,862.24	9.51	12.98	2.66	-0.23	0.96	-0.44	1.43
ICT产品与服务	4,064,333.96	37.67	3,924,796.40	40.07	3.43	3,688,395.26	35.93	3,552,658.87	38.38	3.68	10.19	1.74	10.47	1.69	-0.25
网络通讯终端	161,927.17	1.50	133,128.10	1.36	17.79	163,828.38	1.60	133,060.85	1.44	18.78	-1.16	-0.10	0.05	-0.08	-0.99
其他	93,323.54	0.85	64,768.91	0.67	30.60	121,809.89	1.18	92,416.21	1.01	24.13	-23.39	-0.33	-29.92	-0.34	6.47
合计	10,790,284.66	100	9,794,764.86	100	9.23	10,265,082.87	100	9,256,295.69	100	9.83	5.12	0.00	5.82	0.00	-0.60

分业务板块及各经营主体业绩变动具体分析如下:

(1)智慧家居板块

智慧家居主要为本公司的电视业务及公司下属控股子公司长虹美菱股份有限公司(股票代码:000521.SZ,股票简称:长虹美菱)旗下冰箱(柜)、空调、洗衣机、厨卫及小家电等业务。

报告期内,公司智慧家居业务营业收入同比增长0.69%,毛利率同比下降0.69个百分点,因其收入规模占公司营业收入比重达42.08%,故对整体毛利额影响最为明显(同比下降约2.73亿元)。具体影响因素分析如下:

1)行业需求

2024年至2025年上半年,家电以旧换新等补贴政策(以下简称国补)提前释放了部分终端换新需求,导致2025年下半年政策衔接期零售额显著下滑。根据奥维云网(AVC)全渠道推总数据,2025年国内家电行业仅空调零售量小幅增长4.7%,彩电、冰箱柜、洗衣机零售量额均同比下降。其中彩电零售额同比下降7.3%,空调零售额同比下降0.4%,冰箱(柜)零售额同比下降11.1%,洗衣机零售额同比下降4.6%。整体来看,家电行业需求偏弱,全品类均存在价格竞争、部分企业以低价策略争取份额的情况,终端售价普遍难以向上调整。

2)关税政策变化

国际关税政策的变化对公司海外业务产生一定影响,贸易壁垒抬升出口综合成本。公司已通过调整市场策略及海外供应链布局等多种方式积极应对,但过程中依然产生了交付周期拉长、客户订单分流等不利影响。目前相关影响已整体可控,未对公司海外业务的稳定运营构成重大不利影响。

3)竞争格局

国内家电市场竞争激烈,头部厂商依托自有资源、成熟全球化品牌及供应链优势,通过价格策略抢占市场,叠加ODM业务竞争加剧,行业整体承压。海外市场方面,头部厂商持续扩大全球化布局,在欧美、东南亚等核心市场与公司形成直接竞争,进一步加剧了出口业务的竞争压力。公司为维持市场份额,加大了价格补贴及渠道促销投入,使得毛利率与头部企业的差距有所扩大。

4)业务模式

公司对智慧家居业务采取自主品牌业务与ODM业务双轮驱动、国内市场与海外市场双循环的策略。

5)各经营主体业绩变动

智慧家居中电视业务主要集中在公司母公司、下属控股子公司广东长虹,以及内部销售主体;空调、冰箱(柜)、洗衣机、厨卫产品及小家电业务主要集中在公司下属控股子公司长虹美菱及其内部销售主体。2025年度,长虹美菱合并报表实现营业收入约304.08亿元,同比增长约6.32%;其中主营业务收入约301.33亿元,同比增长约6.34%,增幅高于板块整体(智慧家居同比增长0.69%),综合毛利率约10.23%,同比下降约0.61个百分点,降幅低于板块整体(智慧家居同比下降0.69个百分点)。受行业需求及竞争格局等因素影响,电视业务业绩承压最为明显。合并抵消后整体业务如下:

电视:2025年度公司电视业务营业收入约147.47亿元,同比减少约8.04%,营业成本约132.93亿元,同比减少约6.63%,毛利率约9.86%,同比下降约1.37个百分点。在行业价格竞争激烈、DDR4及eMMC等存储芯片核心物料价格上涨、渠道补贴力度加大、国际海运运费和保险费上涨等复杂因素影响下,为维持市场规模,公司部分型号产品相应采取以价换量策略,国内业务盈利空间受到阶段性挤压。在上述多重因素影响下,2025年公司电视业务收入、毛利出现双下滑。

空调:2025年度公司空调业务营业收入约174.17亿元,同比增加约11.99%,营业成本约159.19亿元,同比增加约12.69%,毛利率约8.60%,同比下降约0.57个百分点。毛利率下降的主要原因:①大宗原材料价格高位运行,持续推高营业成本,叠加市场竞争加剧导致品牌业务产品均价承压;②业务收入结构发生变动,拉低整体毛利率水平。

冰箱(柜):2025年度公司冰箱(柜)业务营业收入约95.27亿元,同比减少约6.55%,营业成本约77.12亿元,同比减少约7.43%,毛利率约19.05%,同比增长约0.78个百分点。毛利率增长的主要原因:①公司持续推进产品结构优化与成本管控,在采购、制造环节强化精益管理,有效压降单位变动成本,成本下降幅度大于收入下降幅度;②公司持续推进高端化升级,陆续推出M鲜生、冻鲜生等中高端新品,优化产品矩阵,高端产品占比提升对毛利率形成正向拉动。

洗衣机:2025年度公司洗衣机业务营业收入约22.61亿元,同比增加约25.20%,营业成本约17.99亿元,同比增加约27.46%,毛利率约20.41%,同比下降约1.41个百分点。收入增长主要得益于公司差异化产品矩阵的市场拓展,如升级蓝氧烘护套装、如手洗大白鲸等重点产品。但在原材料方面,铜、铝等大宗材料价格维持高位且同比持续上涨,直接推高整机生产成本,不断侵蚀毛利;同时行业竞争激烈,业务收入产品结构变化,导致毛利率同比下滑。受益于整体收入规模的增长,毛利额未出现下滑。

厨卫产品及小家电:2025年度公司厨卫产品及小家电业务营业收入约14.50亿元,同比减少约3.46%,营业成本约12.77亿元,同比减少约2.62%,毛利率约11.92%,同比下降约0.76个百分点。收入下滑的主要原因:①受市场需求疲软、行业竞争加剧及价格竞争影响;②受房地产市场调整影响,新增装修需求减少,厨卫产品作为后周期家电品类,销售受到一定拖累。在行业竞争加剧、原材料价格持续高位的情况下,量、利均承压。

整体来看,全行业存量竞争加剧压制终端售价,原材料与渠道成本持续上涨,产品结构调整效果尚未充分显现,房地产市场调整影响新增需求,同时受关税等政策环境综合影响,公司智慧家居业务在2025年利润承压明显。公司将持续推进产品结构优化,推动“智改数转”提速改驱,加快产业高端化、智能化、绿色化、融合化发展,通过国内外一体化协同,强化内部挖潜提效,进一步提升经营质效。

(2)ICT综合服务板块

ICT综合服务主要为公司下属控股子公司长虹佳华控股有限公司(股票代码:03991.HK,股票简称:长虹佳华)旗下业务。长虹佳华为数智化综合服务商,聚焦ICT分销、行业解决方案及交付。

报告期内,ICT综合服务业务实现营业收入约406.43亿元,同比增长约10.19%,营业成本约392.48亿元,同比增长约10.47%,毛利率约3.43%,同比减少约0.25个百分点。收入规模增长主要系消费类业务方面,与核心厂商紧密合作,积极拓展优势产品,稳固渠道下沉布局,深化线上线下融合零售,PC业务保持领先市场份额;企业类业务方面,紧抓AI领域爆发式增长的市场机遇,持续打造云生态服务平台和解决方案聚合平台,同时在AI大模型部署应用、新一代智算中心、云服务等领域拓展深化品牌合作,提供优质数字产品、应用解决方案及差异化技术服务,持续提升业务价值。毛利率同比减少主要系市场竞争加剧,进一步压缩利润空间,同时,互联网、人工智能等技术演变导致ICT分销行业的商业模式和价值链条发生变化,分销业务的毛利率逐步下降。具体影响因素分析如下:

1)行业需求

尽管“国补”政策与AI算力需求带动服务器等产品出货量增长,但市场竞争激烈,硬件成本上升,利润空间被挤压,渠道竞争加剧导致行业呈现“增收不增利”特征。

2)关税政策变化

长虹佳华核心业务为ICT软硬件分销及技术服务,仅存在少量电子配件、终端设备、存储设备等进口,受关税政策影响极小。

3)竞争格局

中国ICT分销行业呈现出多元化、分散化的特点,市场上既有神州数码等大型综合性分销商,也有专注于某一领域或产品的专业分销商。ICT分销商在市场竞争中,通过不断创新和提升服务质量,形成各自的优势和特色。同时,ICT国际厂商和国内厂商的竞争也日益激烈,分销商需要不断寻找新的服务价值和业务增长点应对市场变化。

4)细分行业可比公司情况

单位:万元　币种:人民币

公司	主营业务收入		毛利率	
	2025年	同比	2025年	同比
四川长虹(ICT综合服务业务)	4,064,333.95	10.19%	3.43%	下降0.25个百分点
神州数码	14,339,683.97	12.14%	3.33%	下降0.74个百分点
翰林汇	3,455,756.84	10.06%	3.19%	下降0.11个百分点

公司ICT综合服务业务毛利率变动趋势与神州数码、翰林汇等同行业可比公司保持一致。行业需求总量扩容,但渠道竞争加剧、上游硬件成本上升,行业整体呈现“增收不增利”特征,全行业毛利率同步小幅下行。

(3)通用设备制造板块

通用设备制造主要为公司下属控股子公司长虹华意压缩机股份有限公司(股票代码:000404.SZ,股票简称:长虹华意)旗下全封闭活塞压缩机业务及新能源汽车空调压缩机业务。

报告期内,通用设备制造业务实现营业收入约103.80亿元,同比增长约2.66%,营业成本约88.83亿元,同比增长约0.96%,毛利率约14.41%,同比增加1.43个百分点。收入及成本同比增长主要系聚焦高效节能、低噪环保与智能控制等方向开展研发,持续提升客户定制化服务能力,抢抓细分市场机遇,产品销售规模增长所致;毛利率增长主要系持续优化产品结构,深度推进精益管理、智能化建设以及增收降本等工作,盈利能力稳步增强。具体影响因素分析如下:

1)行业需求

2025年,受全球经济复苏缓慢、贸易摩擦等多重因素影响,全封闭活塞压缩机市场需求增长乏力。产业在线统计数据显示,2025年中国全封闭活塞压缩机行业销量2.98亿台,销量增速大幅回落至1.3%(2024年同期为15.4%)。面对全球经贸形势动荡、全封闭活塞压缩机行业需求低增长,行业供过于求矛盾更加突出等困难问题,长虹华意主动优化客户结构,聚焦高附加值产品,推出行业领先技术和产品,深化与客户合作,积极应对市场压力。

2)关税政策变化

当前国际关税政策变化对长虹华意出口压缩机产生直接影响,也因关税政策对下游冰箱、冰柜出口的影响而导致其对压缩机的需求产生间接影响。长虹华意将充分发挥西班牙、墨西哥、泰国(规划投建中)海外基地的枢纽作用,持续推进全球化产能布局,灵活应对地缘政治变化及关税政策调整带来的挑战。???

3)竞争格局

全封闭活塞压缩机行业市场化竞争充分,行业长期产能过剩、供大于求格局短期难以扭转,叠加上游原材料价格周期性波动、下游市场竞争持续加剧,行业整体竞争态势激烈。长虹华意依托技术、服务、规模优势持续巩固行业龙头地位,自2013年销量站上全球行业第一后,至2025年已经连续十三年保持全球第一地位。面对严峻行业环境,长虹华意努力通过加大技术研发,不断推出有竞争力的产品;调整产品结构,加大商用、变频等附加值较高产品的占比(2025年长虹华意商用压缩机销量约1,469万台,同比增长35%;变频压缩机销量约3,074万台,同比增长14%);加强市场拓展,以优质的服务深化与战略客户的合作;深入推进精细化管理、全员增收降本和提升生产效率和产品质量等工作,不断提升自身的综合竞争能力,应对激烈的市场竞争。

4)业务模式

长虹华意保持直销主导(2025年占比96.91%),深度绑定全球战略大客户,销售模式未发生本质变化。

5)细分行业可比公司情况

单位:万元　币种:人民币

公司	主营业务收入		毛利率	
	2025年	同比	2025年	同比
四川长虹(通用设备制造业务)	1,037,960.29	2.66%	14.41%	增长1.43个百分点
东贝集团(压缩机业务)	435,014.02	-4.64%	5.88%	下降3.95个百分点

依托行业地位、技术研发、客户及品牌等核心竞争优势,公司通用设备制造业务行业竞争优势持续巩固。

综上所述,2025年,公司整体营收增长但整体毛利率下降,主要系低毛利业务增长速度较快,包括ICT综合服务业务、智慧家居的ODM业务,导致公司整体毛利率下降。

3.说明报告期内营业收入同比增长但扣非净利润大幅下降的具体原因

公司2025年度收入增长主要源于低毛利的空调ODM业务和ICT分销业务规模扩张,但并未转化为有效的经常性利润。扣非净利润大幅下降系“毛利下降”与“减值增加”双重挤压的结果。具体分析如下:

(1)毛利下降:2025年公司主营收入约1,079.03亿元,主营业务成本约979.48亿元,主营业务毛利率9.23%,主营业务毛利减少约1.33亿元,毛利率同比下降0.6个百分点,盈利空间收窄,带动本期扣非净利润同比减少。

(2)资产减值计提情况:

单位:亿元　币种:人民币

项目	2025年	2024年
存货跌价损失	-7.49	-5.34
长期股权投资减值损失	-0.50	-0.03
无形资产减值损失	-0.17	-0.23
投资性房地产减值损失	-0.13	-0.01
固定资产减值损失	-0.09	-0.23
开发支出减值损失等	-0.03	-0.25
合计	-8.41	-6.09

2025年资产减值损失计提总额约8.41亿元,其中存货跌价损失约7.49亿元,占比约89.06%;计提长期股权投资减值损失0.5亿元,占比约5.95%;计提无形资产减值损失约0.17亿元,占比约2.02%;计提投资性房地产、固定资产及开发支出等减值损失合计约0.25亿元,占比约2.97%。

存货跌价损失中2025年计提总额约7.49亿元,转销约5.91亿元,减少利润总额约1.58亿元;其中房地产存货2025年计提约2.4亿元,转销约0.97亿元,减少利润总额约1.43亿元,占存货跌价损失减少利润总额的比重约90.51%。

受全国房地产市场持续调整及项目实际状况影响,公司房地产项目面临较大的去化压力。公司2025年新增计提房地产存货跌价准备约2.4亿元,同比大幅增加约73.91%,对2025年扣非净利润造成较大冲击。具体原因如下:

1)全国房地产市场整体走弱,行业量价同步承压

宏观层面,全国房地产市场仍处于深度调整期。根据国家统计局及中指研究院数据显示,2025年全国新建商品房销售面积约为8.81亿平方米,同比下降8.7%;其中住宅销售面积约7.33亿平方米,同比下降9.2%。同时,住宅销售均价降至9,527元/m2,同比下滑4.28%,行业整体面临量价双重挤压。

2)细阳本地市场需求持续收缩

公司房地产项目主要集中在绵阳区域。根据绵阳市政府备案系统数据显示,绵阳主城区2025年新建住宅销售面积约122万㎡,同比下降19.28%。全年成交均价为8,663元/㎡,与2024年基本持平,主要系受新规产品(如更大赠送面积、光厅入户、封窗交付等优势)入市,加上国家“好房子”政策推动,高品质改善型产品成交占比增加,结构性拉高了均价,但本地市场有效需求不足、刚需房产交易价格承压。

(二)华丰科技公允价值变动的具体计量方法及会计核算,相关会计处理是否符合会计准则的规定;说明公允价值的确定依据,并结合2025年四季度后华丰科技的公允价值变动情况,提示公允价值后续波动风险。

1.华丰科技公允价值变动的具体计量方法及会计核算,相关会计处理是否符合会计准则的规定

四川长虹通过联营企业申万长虹基金(公司持股48.39%)和子公司长虹创投(公司持股95%)持有华丰科技股权。两家主体对华丰科技股权的会计分类与后续计量路径不同,但均符合《企业会计准则》相关规定,具体如下:

(1)联营企业申万长虹基金持有部分

四川长虹在申万长虹基金投委会5席中占据2席,能够对申万长虹基金施加重大影响,根据《企业会计准则第2号——长期股权投资》第二条及第九条,将对申万长虹基金的投资确认为长期股权投资,采用权益法核算。截至2025年末,申万长虹基金持有华丰科技11,345,760股首发限售股,占华丰科技股权比例约为2.46%。

申万长虹基金作为投资性主体,将对华丰科技的股权投资分类为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产,列报于“其他非流动金融资产”。申万长虹基金期末净资产已反映华丰科技股权的公允价值变动,四川长虹按持股比例48.39%确认应享有的净资产份额,相应调整长期股权投资账面价值并确认损益。

(2)子公司长虹创投持有部分

长虹创投于2008年12月出资4,500万元投资华丰科技,初始持股12.53%。自2019年9月起,随着华丰科技实施员工持股计划并引入战略投资者以推进股改上市,长虹创投的股权比例被动稀释至6.6856%。长虹创投未在华丰科技董事会中提名董事,对其日常经营活动不构成重大影响。2020年12月,公司执行新金融工具准则。根据《企业会计准则第22号——金融工具的确认与计量》相关规定,长虹创投将对华丰科技的股权投资分类为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产核算,列报于“其他非流动金融资产”。2023年6月华丰科技上市后,长虹创投持股数量为24,068,160股(首发限售股),持股比例进一步稀释至5.22%。此后,依据《企业会计准则第39号——公允价值计量》关于活跃市场报价优先使用的规定,长虹创投每季度末以华丰科技股票的市场价格为基础考虑流动性折扣后确定公允价值,相关公允价值变动计入公允价值变动损益。

综上,四川长虹对华丰科技股票的会计分类清晰、核算路径明确,相关处理符合企业会计准则的规定。

2.说明公允价值的确定依据

华丰科技为科创板上市公司,股票在上海证券交易所活跃交易,2025年12月31日收盘价为100.06元/股。根据《企业会计准则第39号——公允价值计量》第八条及第二十二条,公司持有的华丰科技股票系公开市场持续有报价的权益工具,年末公允价值以报告期末公开市场交易价格(收盘价)为基础作为输入值,属于《企业会计准则第39号——公允价值计量》所述的第一层次输入值。

申万长虹基金和长虹创投持有的华丰科技股票均为IPO前取得的限售股,存在36个月的限售期约束,不能在报告期内自由变现。根据《企业会计准则第39号——公允价值计量》第三十四条规定,当资产存在交易限制时,应以市场报价为基础并考虑受限因素对公允价值的影响。

基于上述原则,申万长虹基金聘请格律(上海)资产评估有限公司对其持有的华丰科技限售股公允价值进行评估,并出具了资产评估报告(格律沪评报字(2026)第148号)。本次评估参照中国证券投资基金业协会《证券投资基金投资流通受限股票估值指引(试行)》的通行做法,采用亚式期权(AAP)模型对限售股流动性折扣进行测算,计算得出流动性折价37.40%,最终确定华丰科技股票2025年末公允价值为62.64元/股。长虹创投对华丰科技持股的公允价值,参照申万长虹基金聘请的评估机构出具的评估结果确定。

综上,公司对华丰科技股权的公允价值确定,以活跃市场报价为起点,对限售特征的影响采用市场通行模型予以量化调整,估值过程所采用的输入值以可观察市场数据为主,依据充分、计量方法恰当,符合《企业会计准则第39号——公允价值计量》第八条、第二十二条及第三十四条的相关规定。

3.结合2025年四季度后华丰科技的公允价值变动情况,提示公允价值后续波动风险

(1)2025年四季度后公允价值变动情况

2026年一季度末、二季度末华丰科技股票收盘价分别为103.28元/股、187.51元/股,较2025年末的变动幅度分别为3.22%、87.40%。

(2)公允价值后续波动风险提示

基于上述持股结构与估值方法,华丰科技股票公允价值的后续波动主要受两方面因素影响:

1)股价波动风险:华丰科技公允价值与二级市场股价高度关联。若股价下跌,四川长虹长期股权投资及其他非流动金融资产的账面价值将随之下降。

2)流动性折价变化风险:随着限售期剩余期限逐步缩短,限售股流动性折价将自然衰减并趋近于零;2026年6月29日,华丰科技首发股东限售股份已解除限售。根据《上市公司股东减持股份管理暂行办法(2025年修订)》第十条第一款的规定,本公司下属子公司长虹创投持有的前述股份已解除限售,但因华丰科技自上市之日起首个会计年度至今未实施现金分红(满足现金分红条件需累计现金分红金额大于同期年均归属于上市公司股东净利润的30%),该等股份不得通过证券交易所集中竞价交易或者大宗交易方式减持。

公司将持续关注华丰科技的股价走势、限售期变动及流动性折扣假设的合理性,及时评估对财务状况的影响。敬请投资者注意投资风险。

(三)第四季度扣非净利润大幅亏损的原因,并结合2026年第一季度有关情况,说明相关不利影响是否消除或改善。

1.第四季度扣非净利润大幅亏损的原因

公司2025年第一季度、第二季度、第三季度、第四季度扣非归母净利润分别约为1.38亿元、0.23亿元、-0.35亿元和-1.05亿元,第四季度转为亏损,主要原因系年末计提大额资产减值损失(详见本公告一、(一)3.之相关说明)及主营业务盈利持续承压双重因素叠加所致。公司主营业务盈利能力在第四季度处于全年最低水平,主要源于:

(1)家电“国补”政策效应消退:2025年上半年“国补”“以旧换新”政策提前释放了部分终端换新需求,下半年多地补贴资金进入政策衔接期,刺激效果阶段性回落,终端零售额出现显著下滑。第四季度作为下半年收官季度,受此影响最为直接。

(2)行业价格战与成本压力持续:在存量竞争格局下,头部品牌持续以低价策略抢占份额,公司为完成全年销售目标并消化库存,于第四季度加大了终端促销与渠道返利力度,致使产品售价进一步承压,毛利率水平降至年内低点。

2.结合2026年第一季度有关情况,说明相关不利影响是否消除或改善

2026年第一季度,公司经营业绩已明显改善,扣非归母净利润实现扭亏为盈,表明导致2025年第四季度亏损的部分阶段性、季节性因素已逐步消除或缓解。具体对比如下:

单位:万元　币种:人民币

项目	2026年第一季度	2025年第四季度	变动额	变动幅度
营业收入	2,727,641.04	2,682,692.82	34,948.22	1.30%
归母净利润	9,847.83	-1,894.37	11,742.20	619.85%
扣非后归母净利润	3,033.50	-10,523.15	13,556.65	128.83%

(1)部分业务盈利边际改善

从扣非净利润的表现来看,2026年第一季度实现盈利约0.30亿元,相较2025年第四季度亏损约1.05亿元,扭亏幅度约1.35亿元,表明剔除减值因素后,主营业务的盈利能力也在环比改善:

1)收入端保持韧性:营业收入同比增长约1.30%,在行业整体需求仍未明显回暖的背景下实现了正增长。

2)政策窗口期重启:进入2026年,新一轮国家促消费政策或地方补贴活动在部分区域陆续启动,对家电消费需求起到阶段性托底作用,终端销售压力较2025年下半年有所缓解。

3)2026年,房地产整体市场依旧呈现“量升价跌”的态势,仍处于调整阶段,绵阳市房地产市场依托《绵阳市促进房地产市场高质量发展深化措施》政策及春节返乡置业,在持续提升销售策略及能力情况下,公司房地产业务2026年第一季度销售业绩较2025年第四季度的低谷趋于稳定。2026年第一季度签约额环比2025年四季度增加约1,317万元,增幅约4%。

(2)不利因素是否已根本消除仍需持续关注

尽管2026年第一季度环比改善明显,但尚不能判断所有不利影响已根本消除:

1)市场需求承压风险:国内消费刺激政策效应逐步释放,但需求恢复基础尚不牢固,供强需弱矛盾依然突出;海外市场地缘冲突、贸易摩擦、供应链扰动频发,全球终端需求增长动能偏弱,叠加成本高企下价格传导不畅,公司国内外业务盈利端持续承压。

2)原材料及物流成本上行风险:能源、铜、铝等大宗商品及铁路、海运物流成本维持高位;同时受AI算力需求拉动、原厂产能向高端产品倾斜、消费级供给收紧等因素影响,自2025年第四季度以来,主要存储产品价格持续大幅上涨,同比涨幅达400%至900%不等。2026年涨势延续,短期内供需紧张局面难以缓解,公司成本端仍面临持续压力。

3)海外关税与市场竞争加剧风险:在当前高关税环境下,黑白电产品直接出美受限,公司虽通过海外设厂对冲影响,但整体供应链周期拉长,带动存货、应收增加。关税成本高企同时也抑制终端需求,进口商缩减订单量,要求降价,北美市场拓展难度加大。此外,行业内企业纷纷加大对南美、欧洲等其他市场的开拓力度,北美以外市场的竞争将进一步加剧,对公司存量客户维护和新客户开发形成冲击。

4)房地产业务减值风险:房地产市场仍处于调整阶段,尚未明确企稳,公司房地产业务面临市场下行压力,绵阳地区政府补贴在2026年9月到期后是否持续具有不确定性,后续存货减值风险取决于市场修复进度。

综上,2026年第一季度,随着减值因素影响减弱及主营业务环比改善,公司扣非净利润已实现扭亏为盈,部分不利影响已呈现阶段性缓解。但行业竞争加剧、业务结构失衡等深层次矛盾依然存在,盈利改善的可持续性仍需后续季度持续验证。

【年审会计师意见】

(一)针对营业收入、营业成本、资产减值损失等关键科目,我们实施了以下主要核查程序:

1.了解与收入确认、成本核算及资产减值相关的关键内部控制,评价这些控制的设计,确定其是否得到执行,并测试相关内部控制的运行有效性;

2.检查销售合同,了解主要合同条款或条件,评价收入确认方法是否适当;

3.对分业务、分产品的收入及毛利率变动,结合行业趋势