

1.1 本公司董事、监事及高级管理人员保证本报告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、准确性和完整性负个别及连带责任。

本年度报告摘要摘自年度报告全文，报告全文同时刊载于www.sse.com.cn。投资者欲详细了解内容，应当仔细阅读年度报告全文。

1.2 董事杨海阔先生因公未能亲自出席本次会议，授权副董事长梁海山先生代为出席并行使相关权利。

1.3 公司负责人员杨海阔、主管会计工作负责人梁海山及会计机构负责人、会计主管人员王吉伟声明：保证年度报告中财务报告的真实、完整。

董事长：杨海阔

## § 2 公司基本情况

2.1 基本情况简介	2.2 联系人和联系方式
股票简称 青岛海尔	
股票代码 600600	
上市交易所 上海证券交易所	
2.2 联系人和联系方式	董事会秘书 证券事务代表
姓名 阎志坚	刘海
联系地址 青岛市海尔路1号海尔信息产业园	青岛市海尔路1号海尔信息产业园
电话 0532-88935976	0532-88935976
传真 0532-88935979	0532-88935979
电子信箱 finance@haier.com	finance@haier.com

## § 3 会计数据和财务指标摘要

主要会计数据	2010年				单位：元 币种：人民币	
	2011年	2010年		本年比上年 增减(%)	2009年	
		调整后	调整前			
营业总收入	73,662,501,627.24	64,694,773,664.95	60,388,248,129.75	13,864,692,003,512.29		
营业利润	4,062,808,064.27	3,207,168,761.20	2,986,544,587.66	26,608,258,241,228.07		
利润总额	4,413,541,842.37	3,940,527,741.60	3,712,306,502.64	12,600,391,651,777.22		
归属于上市公司股东的净利润	2,690,022,207.41	2,239,980,565.53	2,034,594,665.84	20,091,383,456,268.35		
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	2,438,128,495.85	1,853,646,283.87	1,829,178,806.02	31,531,101,354,152.54		
经营活动产生的现金流量净额	6,206,678,800.94	5,956,698,682.53	5,583,625,397.34	4,205,561,025,757.02		
		-2020 年		未公布		

	2011年末	调整后	调整前	比上年 末增减 (%)	2009年末
资产总额	39,723,484,083.51	31,828,768,724.04	29,267,156,191.65	24.80	22,702,304,452.92
负债总额	28,184,535,340.69	21,445,886,593.58	19,778,368,760.58	31.42	12,988,774,555.36
归属于上市公司股东的净资产	8,337,688,908.97	7,873,080,541.94	7,019,925,242.86	5.90	7,780,487,545.94
股本	2,685,127,540.00	1,339,961,770.00	1,339,961,770.00	100.39	1,338,518,770.00

3.3 非经常性损益项目	2011年金额	2010年金额	单位：元 币种：人民币
非经常性损益项目	2011年金额	2010年金额	2009年金额
计入当期损益的政府补助，但与公司正常经营业务密切相关，符合国家政策规定、按照一定标准定额或定量持续享受的政府补助除外	83,971,343.23	61,100,958.69	29,472,861.45
除上述各项之外的其他营业外收入和支出	116,560,799.27	292,975,046.21	231,289,203.95
所得税影响额	-45,110,944.53	-31,119,745.16	-16,937,629.33
合计	251,819,711.56	386,334,281.66	282,102,115.81

注：本公司于2011年7月18日实施2010年度股东大会和临时股东大会批准的利润分配方案，根据相关会计准则的规定按最新股本调整并计算最近三年的基本每股收益、稀释每股收益、扣除非经常性损益后的基本每股收益。

经营活动产生的现金流量净额(万元)					
	2,312	2,218	4,171	4,24	4,155
2011年末	2010年末		本年末比上年末		2009年末
	调整前	调整前	增减(%)		
归属于上市公司股东的每股净资产(元)	3.105	2.932	5.239	5.90	5.806
资产负债率(%)	70.95	67.38	67.58	增加3.57个百分点	57.21

注：本公司于2011年7月18日实施2010年度资本公积转增股本10%的方案，公司根据利润分配方案的规定按照最新股本调整并列报最近三年的基本每股收益、稀释每股收益、扣除非经常性损益后基本每股收益。

3.5 非经常性损益项目

√适用 □不适用

非经常性损益项目	2011年金额	2010年金额
----------	---------	---------

单位：元 币种：人民币

流动资产净增加额	-1,327,266.22	-3,660,041.14	-11,496,592.88
非流动资产净增加额			
资产减值准备	83,971,343.23	61,100,958.69	29,472,861.45
公允价值变动收益			
处置固定资产、无形资产和其他长期资产损失			
汇兑收益			
其他收益			
营业外收入	116,560,877.99	292,975,351.21	231,289,203.95
营业外支出	97,799,700.79	69,038,063.05	49,774,280.58
所得税影响额	-45,110,944.53	-31,119,745.15	-16,937,637.29
合计	251,893,715.56	386,334,281.66	282,102,611.82

4.1 前10名股东、前10名无限售条件股东持股情况

4.2 公司与实际控制人之间的产权及控制关系的方框图

上述股东关联关系或无关联关系的说明

4.2 公司与实际控制人之间的产权及控制关系的方框图

4.3 管理层讨论与分析摘要	单位：元 币种：人民币
管理层讨论与分析摘要	单位：元 币种：人民币
报告期内，受全球经济增长持续低迷、国内房地产市场景气度下降、家电下乡、以旧换新及节能惠民等政策退出影响，白电行业产销增速较2010年明显放缓，家电企业面临较为严峻的挑战。在此背景下，公司持续推进商业模式创新，加大产品和技术创新力度，实施引领发展策略，深化市场营销体系，整合集团资源，推动白电顺消费升级快速发展，推进长期战略机制建设，积极应对外部环境变化带来的不利影响，不断提升公司综合竞争力，实现了业绩持续快速增长。	

报告期内，公司总体经营业绩良好，保持了有质量的增长。公司实现营业收入736.63亿元，同比增长13.86%；实现净利润36.48亿元，同比增长12.14%；实现归属上市公司股东的净利润26.90亿元，同比增长20.09%；销售毛利率为34.95%，同比提升7.03个百分点；实现经营活动产生的现金流量净额62.07亿元，同比增长4.24%。

报告期内，公司主要产品销售保持行业领先地位，在国内市场，海尔冰箱、洗衣机、电热水器等家电市场占有率继续维持行业第一，空调业务仅位居行业第二。在全球市场，世界权威市场调研机构欧睿国际(Euromonitor International)发布的全球家电市场销售结果显示：2011年，海尔大型家用电器零售量在16.7%的品牌零售量首次跃居全球第一，至此，根据欧睿国际数据，海尔已同时拥有“全球大型家用电器第一品牌”、“全球冰箱第一品牌”、“全球洗衣机第一品牌”、“全球电热水器第一品牌”和“全球空调第一品牌”五个全球第一。

报告期内，公司在成长性、股东回报、公司治理、持续创新等多个方面的努力得到市场认可，获得《董事会杂志》主办的第七届上市公司董事会“卓越董事会”“最佳董事会”和“最具创新力董事会”、《财新周刊》主办的2011年中国上市公司社会责任“卓越奖”、《中国上市公司治理管理研究中心评选的》2011年中国上市公司创新奖等荣誉。《财经观察网》评选的2011中国上市公司口碑榜“最佳大股东奖”等荣誉，入选第七届中国上市公司社会责任奖，入选最佳上市公司。

公司主要业务及经营情况

前十名无限售条件股东持股情况		
股东名称	持有无限售条件股份的数量	股份种类及数量
海尔电器国际股份有限公司	629,342,412	人民币普通股
海尔集团公司	536,305,382	人民币普通股
青岛海尔创业投资咨询有限公司	80,298,880	人民币普通股
中国建设银行-鹏华价值优势股票型证券投资资金	53,860,777	人民币普通股
中国农工银行-大成创新成长混合型证券投资基金	46,374,396	人民币普通股

报告期内，海尔集团公司工商登记为股份有限公司，根据青岛市国有资产领导小组办公室2002年6月1日出具的说明，认定海尔集团公司企业性质为集体所有制企业。

5.1 管理层讨论与分析摘要

报告期内，受全球经济增长持续低迷、国内房地产市场景气度下降、家电下乡、以旧换新及节能惠民等政策退出影响，白电行业产销增速较2010年明显放缓，家电企业面临较为严峻的挑战。在此背景下，公司持续推进商业模式创新，加大产品和技术创新力度，实施引领发展策略，深化市场营销体系，整合集团资源，推动白电顺消费升级快速发展，推进长期战略机制建设，积极应对外部环境变化带来的不利影响，不断提升公司综合竞争力，实现了业绩持续快速增长。

报告期内，公司总体经营业绩良好，保持了有质量的增长。公司实现营业收入736.63亿元，同比增长13.86%；实现净利润36.48亿元，同比增长12.14%；实现归属上市公司股东的净利润26.90亿元，同比增长20.09%；销售毛利率为34.95%，同比提升7.03个百分点；实现经营活动产生的现金流量净额62.07亿元，同比增长4.24%。

报告期内，公司主要产品销售保持行业领先地位，在国内市场，海尔冰箱、洗衣机、电热水器等家电市场占有率继续维持行业第一，空调业务仅位居行业第二。在全球市场，世界权威市场调研机构欧睿国际(Euromonitor International)发布的全球家电市场销售结果显示：2011年，海尔大型家用电器零售量在16.7%的品牌零售量首次跃居全球第一，至此，根据欧睿国际数据，海尔已同时拥有“全球大型家用电器第一品牌”、“全球冰箱第一品牌”、“全球洗衣机第一品牌”、“全球电热水器第一品牌”和“全球空调第一品牌”五个全球第一。

报告期内，公司在成长性、股东回报、公司治理、持续创新等多个方面的努力得到市场认可，获得《董事会杂志》主办的第七届上市公司董事会“卓越董事会”“最佳董事会”和“最具创新力董事会”、《财新周刊》主办的2011年中国上市公司社会责任“卓越奖”、《中国上市公司治理管理研究中心评选的》2011年中国上市公司创新奖等荣誉。《财经观察网》评选的2011中国上市公司口碑榜“最佳大股东奖”等荣誉，入选第七届中国上市公司社会责任奖，入选最佳上市公司。

公司主要业务及经营情况

说明,认定海尔集团为公司企业性质为集体所有制企业。

## 5 董事会报告

### 5.1 管理层讨论与分析概要

1. 公司总体经营情况分析

报告期内,受经济结构调整、低通胀、国内房地产行业景气下降、家电下乡、以旧换新等节能惠民“双促进”政策的影响,白电行业增速与2010年明显放缓,家电全面面临挑战,深化的品牌竞争。在此背景下,公司持续推进商业模式创新,加大产品与技术创新能力,实施全面发展战略,深化品牌战略,整合集团家电业务资源,推动白电产业链流通业务快速发展,持续推进激励机制建设,积极应对对外部环境带来的不利影响,不断提升公司综合竞争力,实现了业绩持续快速增长。

报告期内,公司总体经营业绩良好,保证了实质性的增长。公司实现营业收入736.93亿元,同比增长3.86%;实现利润总额48.48亿元,同比增长12.14%;实现归属于上市公司股东的净利润29.60亿元,同比增长3.60%。

报告期内，海尔集团公司工商登记为股份有限公司，根据青岛市国有资产领导小组办公室2002年6月1日出具的说明，认定海尔集团公司企业性质为集体所有制企业。

5.1 管理层讨论与分析摘要

报告期内，受全球经济增长持续低迷、国内房地产市场景气度下降、家电下乡、以旧换新及节能惠民等政策退出影响，白电行业产销增速较2010年明显放缓，家电企业面临较为严峻的挑战。在此背景下，公司持续推进商业模式创新，加大产品和技术创新力度，实施引领发展策略，深化市场营销体系，整合集团资源，推动白电顺消费升级快速发展，推进长期战略机制建设，积极应对外部环境变化带来的不利影响，不断提升公司综合竞争力，实现了业绩持续快速增长。

报告期内，公司总体经营业绩良好，保持了有质量的增长。公司实现营业收入736.63亿元，同比增长13.86%；实现净利润36.48亿元，同比增长12.14%；实现归属上市公司股东的净利润26.90亿元，同比增长20.09%；销售毛利率为34.95%，同比提升7.03个百分点；实现经营活动产生的现金流量净额62.07亿元，同比增长4.24%。

报告期内，公司主要产品销售保持行业领先地位，在国内市场，海尔冰箱、洗衣机、电热水器等家电市场占有率继续维持行业第一，空调业务仅位居行业第二。在全球市场，世界权威市场调研机构欧睿国际(Euromonitor International)发布的全球家电市场销售结果显示：2011年，海尔大型家用电器零售量在16.7%的品牌零售量首次跃居全球第一，至此，根据欧睿国际数据，海尔已同时拥有“全球大型家用电器第一品牌”、“全球冰箱第一品牌”、“全球洗衣机第一品牌”、“全球电热水器第一品牌”和“全球空调第一品牌”五个全球第一。

报告期内，公司在成长性、股东回报、公司治理、持续创新等多个方面的努力得到市场认可，获得《董事会杂志》主办的第七届上市公司董事会“卓越董事会”“最佳董事会”和“最具创新力董事会”、《财新周刊》主办的2011年中国上市公司社会责任“卓越奖”、《中国上市公司治理管理研究中心评选的》2011年中国上市公司创新奖等荣誉。《财经观察网》评选的2011中国上市公司口碑榜“最佳大股东奖”等荣誉，入选第七届中国上市公司社会责任奖，入选最佳上市公司。

公司主要业务及经营情况

0000)公司持续投入巨量资金建设和运行分网络,目前已经实现在县市场的9000+门店数接近9000家,覆盖了全国9000+县,覆盖率达近100%。

①主营业务分行业、分产品情况

主营业务分产品情况							单位：元 币种：人民币
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	12,101,356,411.89	9,481,102,413.63	21.65	6.19	1.20	增加386个百分点	
电冰箱	25,048,345,309.13	17,730,961,872.95	29.21	9.81	5.29	增加314.03个百分点	
小家电	1,740,387,493.46	1,252,630,211.38	28.03	35.04	36.43	减70.73个百分点	
洗衣机	12,214,869,870.91	8,689,205,210.31	28.86	5.89	7.12	减19.48个百分点	
热水器	3,828,303,409.78	2,166,449,778.30	43.41	22.44	25.73	减14.48个百分点	
装备部品	8,307,240,237.72	7,512,483,796.82	9.57	1.66	2.66	减0.88个百分点	
金融资产及其他	9,741,957,830.25	9,042,904,078.81	7.18	73.95	71.34	增加1.41个百分点	

报告期内，海尔集团公司工商登记为股份有限公司，根据青岛市国有资产领导小组办公室2002年6月1日出具的说明，认定海尔集团公司企业性质为集体所有制企业。

5.1 管理层讨论与分析摘要

报告期内，受全球经济增长持续低迷、国内房地产市场景气度下降、家电下乡、以旧换新及节能惠民等政策退出影响，白电行业产销增速较2010年明显放缓，家电企业面临较为严峻的挑战。在此背景下，公司持续推进商业模式创新，加大产品和技术创新力度，实施引领发展策略，深化市场营销体系，整合集团资源，推动白电顺消费升级快速发展，推进长期战略机制建设，积极应对外部环境变化带来的不利影响，不断提升公司综合竞争力，实现了业绩持续快速增长。

报告期内，公司总体经营业绩良好，保持了有质量的增长。公司实现营业收入736.63亿元，同比增长13.86%；实现净利润36.48亿元，同比增长12.14%；实现归属上市公司股东的净利润26.90亿元，同比增长20.09%；销售毛利率为34.95%，同比提升7.03个百分点；实现经营活动产生的现金流量净额62.07亿元，同比增长4.24%。

报告期内，公司主要产品销售保持行业领先地位，在国内市场，海尔冰箱、洗衣机、电热水器等家电市场占有率继续维持行业第一，空调业务仅位居行业第二。在全球市场，世界权威市场调研机构欧睿国际(Euromonitor International)发布的全球家电市场销售结果显示：2011年，海尔大型家用电器零售量在16.7%的品牌零售量首次跃居全球第一，至此，根据欧睿国际数据，海尔已同时拥有“全球大型家用电器第一品牌”、“全球冰箱第一品牌”、“全球洗衣机第一品牌”、“全球电热水器第一品牌”和“全球空调第一品牌”五个全球第一。

报告期内，公司在成长性、股东回报、公司治理、持续创新等多个方面的努力得到市场认可，获得《董事会杂志》主办的第七届上市公司董事会“卓越董事会”“最佳董事会”和“最具创新力董事会”、《财新周刊》主办的2011年中国上市公司社会责任“卓越奖”、《中国上市公司治理管理研究中心评选的》2011年中国上市公司创新奖等荣誉。《财经观察网》评选的2011中国上市公司口碑榜“最佳大股东奖”等荣誉，入选第七届中国上市公司社会责任奖，入选最佳上市公司。

公司主要业务及经营情况

4.4 公司主要业务及经营情况	单位：元 币种：人民币					
主要业务及经营情况	单位：元 币种：人民币					
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)(%)	营业利润比上年增(减)(%)
空调	12,101,356,411.89	9,481,102,413.63	21.65	6.19	1.20	增加386个百分点
电冰箱	25,048,345,309.13	17,730,961,872.95	29.21	9.81	5.29	增加314.03个百分点
小家电	1,740,387,493.46	1,252,630,211.38	28.03	35.04	36.43	减70.73个百分点
洗衣机	12,214,869,870.91	8,689,205,210.31	28.86	5.89	7.12	减19.48个百分点
热水器	3,828,303,409.78	2,166,449,778.30	43.41	22.44	25.73	减14.48个百分点
装备部品	8,307,240,237.72	7,512,483,796.82	9.57	1.66	2.66	减0.88个百分点
金融资产及其他	9,741,957,830.25	9,042,904,078.81	7.18	73.95	71.34	增加1.41个百分点

报告期内，海尔集团公司工商登记为股份有限公司，根据青岛市国有资产领导小组办公室2002年6月1日出具的说明，认定海尔集团公司企业性质为集体所有制企业。

5.1 管理层讨论与分析摘要

报告期内，受全球经济增长持续低迷、国内房地产市场景气度下降、家电下乡、以旧换新及节能惠民等政策退出影响，白电行业产销增速较2010年明显放缓，家电企业面临较为严峻的挑战。在此背景下，公司持续推进商业模式创新，加大产品和技术创新力度，实施引领发展策略，深化市场营销体系，整合集团资源，推动白电顺消费升级快速发展，推进长期战略机制建设，积极应对外部环境变化带来的不利影响，不断提升公司综合竞争力，实现了业绩持续快速增长。

报告期内，公司总体经营业绩良好，保持了有质量的增长。公司实现营业收入736.63亿元，同比增长13.86%；实现净利润36.48亿元，同比增长12.14%；实现归属上市公司股东的净利润26.90亿元，同比增长20.09%；销售毛利率为34.95%，同比提升7.03个百分点；实现经营活动产生的现金流量净额62.07亿元，同比增长4.24%。

报告期内，公司主要产品销售保持行业领先地位，在国内市场，海尔冰箱、洗衣机、电热水器等家电市场占有率继续维持行业第一，空调业务仅位居行业第二。在全球市场，世界权威市场调研机构欧睿国际(Euromonitor International)发布的全球家电市场销售结果显示：2011年，海尔大型家用电器零售量在16.7%的品牌零售量首次跃居全球第一，至此，根据欧睿国际数据，海尔已同时拥有“全球大型家用电器第一品牌”、“全球冰箱第一品牌”、“全球洗衣机第一品牌”、“全球电热水器第一品牌”和“全球空调第一品牌”五个全球第一。

报告期内，公司在成长性、股东回报、公司治理、持续创新等多个方面的努力得到市场认可，获得《董事会杂志》主办的第七届上市公司董事会“卓越董事会”“最佳董事会”和“最具创新力董事会”、《财新周刊》主办的2011年中国上市公司社会责任“卓越奖”、《中国上市公司治理管理研究中心评选的》2011年中国上市公司创新奖等荣誉。《财经观察网》评选的2011中国上市公司口碑榜“最佳大股东奖”等荣誉，入选第七届中国上市公司社会责任奖，入选最佳上市公司。

公司主要业务及经营情况

4.4 公司主要业务及经营情况	单位：元 币种：人民币					
主要业务及经营情况	单位：元 币种：人民币					
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)(%)	营业利润比上年增(减)(%)
空调	12,101,356,411.89	9,481,102,413.63	21.65	6.19	1.20	增加386个百分点
电冰箱	25,048,345,309.13	17,730,961,872.95	29.21	9.81	5.29	增加314.03个百分点
小家电	1,740,387,493.46	1,252,630,211.38	28.03	35.04	36.43	减70.73个百分点
洗衣机	12,214,869,870.91	8,689,205,210.31	28.86	5.89	7.12	减19.48个百分点
热水器	3,828,303,409.78	2,166,449,778.30	43.41	22.44	25.73	减14.48个百分点
装备部品	8,307,240,237.72	7,512,483,796.82	9.57	1.66	2.66	减0.88个百分点
金融资产及其他	9,741,957,830.25	9,042,904,078.81	7.18	73.95	71.34	增加1.41个百分点

报告期内，海尔集团公司工商登记为股份有限公司，根据青岛市国有资产领导小组办公室2002年6月1日出具的说明，认定海尔集团公司企业性质为集体所有制企业。

5.1 管理层讨论与分析摘要

报告期内，受全球经济增长持续低迷、国内房地产市场景气度下降、家电下乡、以旧换新及节能惠民等政策退出影响，白电行业产销增速较2010年明显放缓，家电企业面临较为严峻的挑战。在此背景下，公司持续推进商业模式创新，加大产品和技术创新力度，实施引领发展策略，深化市场营销体系，