

## 第一节 重要提示

- 1 年度报告摘要来自年度报告全文,为全面了解公司的经营成果、财务状况及未来发展规划,投资者应当到http://www.sse.com.cn网站仔细阅读年度报告全文。
- 2 本公司董事会、监事会及董事、监事、高级管理人员保证年度报告内容的真实性、准确性、完整性,不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏,并承担个别和连带的法律责任。
- 3 公司全体董事出席董事会会议。
- 4 普华永道中天会计师事务所(特殊普通合伙)为本公司出具了标准无保留意见的审计报告。
- 5 董事会决议通过的本报告期利润分配预案或公积金转增股本预案  
经营业绩下滑会计师事务所(特殊普通合伙)审计,公司2021年度合并报表实际归属于上市公司股东的净利润为-589,940,728.11元,其中母公司实现净利润为-613,547,032.42元。根据《公司法》和《公司章程》的有关规定,当年不计提盈余公积,2021年末公司合并报表未分配利润为606,308,416.41元,母公司实际可供股东分配的利润为170,390,496.80元。

鉴于公司2021年度业绩亏损,综合考虑公司中长期发展规划和短期生产经营实际,公司拟定2021年度利润分配预案为:不派发现金红利,不送红股,不以资本公积金转增股本。  
本预案尚须经提交公司2021年度股东大会审议。

## 第二节 公司基本情况

## 1 公司简介

股票简称	股票代码	上市交易所	成立日期	上市日期	注册地址	办公地址	信息披露网址
惠而浦	600983	上海证券交易所	1992年08月08日	2002年06月17日	上海市浦东新区川沙新镇川沙路1111号	上海市浦东新区川沙新镇川沙路1111号	http://www.whr.com.cn

名称	英文名称	中文名称
惠而浦(中国)股份有限公司	Whirlpool (China) Co., Ltd.	惠而浦(中国)股份有限公司

2 报告期内主要业务简介  
惠而浦(中国)致力于提供最好的洗衣机、冰箱和厨房解决方案,产品涵盖洗衣机、冰箱、洗碗机、干衣机以及厨房电器、生活电器等依托独立完整的研发、设计、采购、生产、销售和售后服务体系,开展国内外经营业务。

报告期内,消费市场逐渐回暖,呈现出显著的分化和不均态势。国际贸易、制造业等加速恢复,发达国家的货币宽松政策及持续扩大的全球金融市场带来一波波动,大宗商品价格、海运运费等物流成本持续上升,家电行业面临诸多不确定性风险因素继续增加大家电成本压力。

面对新形势持续挑战,惠而浦(中国)迎难而上,在格兰仕收购完成交割后,以长期主义为指导方向,变革企业管理、发展模式,以惠而浦品牌、厨电产品为基础,依托全球化和全产业链优势创新经营管理体系,为未来可持续发展夯实基础。

惠而浦(中国)一方面专注于技术升级和卓越品质的产品打造,加大投入与创新驱动力度,持续推进研发与创新与提升;另一方面,以“百年创新焕新”理念为引领,用更加优化的战略举措生活解决方案,积极推出焕新老牌,另一方面,推动惠而浦品牌在中国市场持续发展,外销渠道不断提升。

1. 格兰仕收购完成,惠而浦(中国)顺利完成,强强联手开启惠而浦(中国)新篇章  
格兰仕完成收购惠而浦(中国),格兰仕集团与惠而浦集团工程模式的合作升级,优秀的民族品牌和国际品牌携手合作,实现合作共赢,对进一步满足全球消费具有重要的意义。

作为国民经济中关系民生的支柱性产业之一,中国家电行业也是“双循环”战略的实践者和推动者,惠而浦(中国)作为“双循环”促进消费升级和打通国内市场,连接海内外两个市场的战略支点,惠而浦(中国)依托格兰仕品牌领先全球的中国制造实力,与惠而浦品牌的百年国际影响力,以1+1>2的创新力和科技力赋能面向全球市场,打造国际品牌拥抱中国制造的崭新篇章。

2. 综合营销渠道优化,提升品牌、厨电产品竞争力,全面助力中国市场发展  
2021年惠而浦(中国)在营销渠道上重点做好化,在营销渠道三个动作,在线下打造渠道合力做好优化工作,大力推进渠道改革与升级再造,全面深化中国化商业模式,提升经销商与消费者的品牌粘性,通过聚焦核心门店和核心经销商,全面提升经销商人均产出和坪效的双提升,在线下前置渠道和线上下沉渠道布局,以品类、套系化、一站式为原则,打造高价值、沉浸式消费场景,实现惠而浦专卖店前置渠道,深化与连锁经营合作的同时建立其他渠道友商的合作,积极开发设计渠道更匹配更有差异化的产品和资源,全面深化与华东区专卖店、网购零售平台和天猫优品店三大下沉渠道合作。线上渠道进一步细分,京东、惠而浦商城、平台电商三大线渠道进行精细梳理,通过内容营销和前置引流等手段打造爆款产品。

在营销渠道前置渠道零售前置管理模式下,以用户为中心的市场导向,直接面向用户打造高价值、沉浸式消费场景,同时注重重心前置的营销引流,精准布局营销,根据不同渠道特点,配备适合的产品和玩法吸引客户,新媒体平台以“健康家”“自在生活”为主题,围绕健康而活,帝蒙热门产品,紧跟热点话题,充分利用各渠道内容营销,做好“惠而浦产品鉴定”活动,邀请用户实时发布真实的用户体验报告,以形成各社交平台口碑留存与转化传播。

惠而浦中国客户“每一次服务都以用户满意”的价值观,以解决“用户痛点”为抓手,伴随数字化服务模式的深入,以“智能客服、上门服务、电子工单”等为代表的数字化服务体系,促进售后增值服务项目和内容,进一步提升用户获得感。

3. 内部流程改革优化,提升内部经营效率,大力推动内外协零部件转制,深度优化供应链建设  
随着格兰仕收购完成,惠而浦(中国)交割完成,惠而浦(中国)重新明确使命成为最好的洗衣和厨房解决方案提供者,让用户更加愉悦的享受健康服务。惠而浦(中国)的使命是一流的产品和服务赋能全球市场,与时俱进提供超越用户预期的健康生活方式。在新发展目标要求指引下,惠而浦(中国)大刀阔斧推进组织和管理体系变革,通过推动项目日管控计划,推动标准化研发平台建设,提高生产周转效率,外协转制等一系列管理变革行动,以严格的绩效考核全面提振效率降低成本,让公司整体运营效率、运营方式、商业逻辑、精细化管理等实现全面升级,实现新一轮一流的管理升级实现持续高质量发展。

4. 内控与合规管理提质增效  
报告期内,惠而浦(中国)严格按照证券相关法律法规要求,加强内控管理,持续提升合规文化,优化内部控制体系,加强运营过程的风险控制,对内完善、资金运营,应收账款风险控制等各环节不断加强管理,大幅改善了公司现金流;全面加强信息沟通与内部监督,内控执行和合规机制不断完善;同时加大宣传力度,及时将证券监管部门的文件、通知及宣传材料传达给公司董事、监事及高级管理人员等内外部相关人员及公司客户,进一步提高了公司全体员工内控和合规意识。

5. 惠而浦品牌持续发力,以“健康科技”为核心发力点,精准助力品牌增长。  
惠而浦(中国)秉持“百年创新,悦享健康”的品牌战略,立足于对行业消费趋势的前瞻性洞察,以数字化媒体为核心推动用户与品牌交互,以主流媒体为核心平台强化品牌认知度和影响力,开展了“开!就是健康家”“AWR惠而浦品牌焕新发布”“品牌健康家套一代言人赵又廷宣传”、“而今迈步从头越—格兰仕品牌”而面向年轻消费群体提升品牌美誉度“焕新”“延禧科技+家”“一键开!健康家”等系列主题品牌活动,聚焦品牌焕新与品牌增长。

2021年度通过核心区域和用户的精准营销,惠而浦实现了19.2亿曝光量,基于消费市场多元化、窄众化、个性化的判断,惠而浦(中国)充分挖掘新媒体体的优势,通过微博、微信、小红书、知乎、抖音等多渠道进行品牌发声,实现惠而浦品牌与精准用户2404万次互动。在微信、微博、抖音等主流社交平台建立惠而浦自媒体矩阵,2021年新增粉丝量达136.6万。

6. 基于惠而浦+帝度双品牌战略,聚焦科技创新,持续提升产品竞争力。  
惠而浦(中国)对全球市场的洞察洞察以及对全球市场的科学研判,惠而浦(中国)确立惠而浦+帝度双品牌战略,以品牌差异化塑造消费多元化,以此为惠而浦(中国)注入品牌增长动力。

国际品牌惠而浦秉承“百年创新,悦享健康”的品牌理念,继续其国际化品牌战略,满足消费者对于高端与高品质的消费需求,惠而浦旗下搭载健康科技洗、厨电系列全新新品,如:欧洲进口的web Cam+系列洗烘套装,为中国家庭定造的惠而浦智净W11系列洗碗机,专注智能交互的W3系列嵌入式数显烤瓷,为全球消费者带来“健康”生活的健康消费体验。报告期内,惠而浦两款U+系列创新的智能除菌除螨保鲜科技,荣获“2021年中国冰箱行业年度产品奖”产品大奖,惠而浦两款U+系列智能保鲜科技的色肤保鲜,荣获“2021年中国冰箱行业年度产品奖”产品大奖,惠而浦两款U+系列智能保鲜科技的色肤保鲜,荣获“2021年中国冰箱行业年度产品奖”产品大奖,惠而浦两款U+系列智能保鲜科技的色肤保鲜,荣获“2021年中国冰箱行业年度产品奖”产品大奖。

民族品牌帝度锁定新增消费人群,在产品卓越性能基础上,更突出产品的时尚、颜值,2021年度帝度发布帝度系列滚筒洗衣机和帝度系列滚筒洗衣机,以“自在生活”理念及更具人性化的创新设计,帝度家电荣获“焕新”“悦享健康”最具投资价值奖”、“视界”2021年度中国最具创新力品牌”荣誉。

7. 以用户需求驱动技术创新,以中国智造全球品牌,促进对外贸易转型升级。  
惠而浦中国秉承“百年创新,悦享健康”的品牌理念,通过研发创新积极打造高竞争力的高端冰洗产品,将“健康”“智慧”“智厨”等功能健康家融入在外市场热销核心,如出口到欧洲的Majesty Premium产品,深得当地消费者好评,目前已供不应求,出口到欧洲的高端滚筒洗衣机,广受当地市场认可好评。

运营服务上,惠而浦中国积极应用线上平台,加大健康产品推广力度,渠道好评如潮。经过一年多深耕细作,惠而浦中国已成为阿里巴巴国际洗衣类目下的核心供应商之一,2021年加快渠道建设,相继在欧洲、亚洲、非洲等地区开通业务并开拓上取得新突破。在服务方面,企业通过优化服务流程,提高沟通效率等方式,提高服务水平,确保了新项目高质量完成与交付。

3 公司主要会计数据和财务指标  
3.1 近三年主要会计数据和财务指标

项目	2021年	2020年	2019年
营业收入	1,237,808,246.23	1,217,000,246.23	1,217,000,246.23
归属于上市公司股东的净利润	-589,940,728.11	3,061,369,887.98	3,061,369,887.98
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	-589,940,728.11	3,061,369,887.98	3,061,369,887.98
归属于上市公司股东的现金流量净额	-227,106,497.94	1,000,000,000.00	1,000,000,000.00
经营活动产生的现金流量净额	1,000,000,000.00	1,000,000,000.00	1,000,000,000.00
归属于上市公司股东的净资产	1,000,000,000.00	1,000,000,000.00	1,000,000,000.00

项目	2021年	2020年	2019年
总资产	1,000,000,000.00	1,000,000,000.00	1,000,000,000.00
归属于上市公司股东的所有者权益	1,000,000,000.00	1,000,000,000.00	1,000,000,000.00
归属于上市公司股东的净资产	1,000,000,000.00	1,000,000,000.00	1,000,000,000.00

项目	2021年	2020年	2019年
归属于上市公司股东的净资产	1,000,000,000.00	1,000,000,000.00	1,000,000,000.00
归属于上市公司股东的净资产	1,000,000,000.00	1,000,000,000.00	1,000,000,000.00
归属于上市公司股东的净资产	1,000,000,000.00	1,000,000,000.00	1,000,000,000.00

项目	2021年	2020年	2019年
归属于上市公司股东的净资产	1,000,000,000.00	1,000,000,000.00	1,000,000,000.00
归属于上市公司股东的净资产	1,000,000,000.00	1,000,000,000.00	1,000,000,000.00
归属于上市公司股东的净资产	1,000,000,000.00	1,000,000,000.00	1,000,000,000.00

项目	2021年	2020年	2019年
归属于上市公司股东的净资产	1,000,000,000.00	1,000,000,000.00	1,000,000,000.00
归属于上市公司股东的净资产	1,000,000,000.00	1,000,000,000.00	1,000,000,000.00
归属于上市公司股东的净资产	1,000,000,000.00	1,000,000,000.00	1,000,000,000.00

项目	2021年	2020年	2019年
归属于上市公司股东的净资产	1,000,000,000.00	1,000,000,000.00	1,000,000,000.00
归属于上市公司股东的净资产	1,000,000,000.00	1,000,000,000.00	1,000,000,000.00
归属于上市公司股东的净资产	1,000,000,000.00	1,000,000,000.00	1,000,000,000.00

项目	2021年	2020年	2019年
归属于上市公司股东的净资产	1,000,000,000.00	1,000,000,000.00	1,000,000,000.00
归属于上市公司股东的净资产	1,000,000,000.00	1,000,000,000.00	1,000,000,000.00
归属于上市公司股东的净资产	1,000,000,000.00	1,000,000,000.00	1,000,000,000.00

项目	2021年	2020年	2019年
归属于上市公司股东的净资产	1,000,000,000.00	1,000,000,000.00	1,000,000,000.00
归属于上市公司股东的净资产	1,000,000,000.00	1,000,000,000.00	1,000,000,000.00
归属于上市公司股东的净资产	1,000,000,000.00	1,000,000,000.00	1,000,000,000.00

项目	2021年	2020年	2019年
归属于上市公司股东的净资产	1,000,000,000.00	1,000,000,000.00	1,000,000,000.00
归属于上市公司股东的净资产	1,000,000,000.00	1,000,000,000.00	1,000,000,000.00
归属于上市公司股东的净资产	1,000,000,000.00	1,000,000,000.00	1,000,000,000.00

项目	2021年	2020年	2019年
归属于上市公司股东的净资产	1,000,000,000.00	1,000,000,000.00	1,000,000,000.00
归属于上市公司股东的净资产	1,000,000,000.00	1,000,000,000.00	1,000,000,000.00
归属于上市公司股东的净资产	1,000,000,000.00	1,000,000,000.00	1,000,000,000.00

项目	2021年	2020年	2019年
归属于上市公司股东的净资产	1,000,000,000.00	1,000,000,000.00	1,000,000,000.00
归属于上市公司股东的净资产	1,000,000,000.00	1,000,000,000.00	1,000,000,000.00
归属于上市公司股东的净资产	1,000,000,000.00	1,000,000,000.00	1,000,000,000.00

项目	2021年	2020年	2019年
归属于上市公司股东的净资产	1,000,000,000.00	1,000,000,000.00	1,000,000,000.00
归属于上市公司股东的净资产	1,000,000,000.00	1,000,000,000.00	1,000,000,000.00
归属于上市公司股东的净资产	1,000,000,000.00	1,000,000,000.00	1,000,000,000.00

项目	2021年	2020年	2019年
归属于上市公司股东的净资产	1,000,000,000.00	1,000,000,000.00	1,000,000,000.00
归属于上市公司股东的净资产	1,000,000,000.00	1,000,000,000.00	1,000,000,000.00
归属于上市公司股东的净资产	1,000,000,000.00	1,000,000,000.00	1,000,000,000.00

项目	2021年	2020年	2019年
归属于上市公司股东的净资产	1,000,000,000.00	1,000,000,000.00	1,000,000,000.00
归属于上市公司股东的净资产	1,000,000,000.00	1,000,000,000.00	1,000,000,000.00
归属于上市公司股东的净资产	1,000,000,000.00	1,000,000,000.00	1,000,000,000.00

项目	2021年	2020年	2019年
归属于上市公司股东的净资产	1,000,000,000.00	1,000,000,000.00	1,000,000,000.00
归属于上市公司股东的净资产	1,000,000,000.00	1,000,000,000.00	1,000,000,000.00
归属于上市公司股东的净资产	1,000,000,000.00	1,000,000,000.00	1,000,000,000.00

项目	2021年	2020年	2019年
归属于上市公司股东的净资产	1,000,000,000.00	1,000,000,000.00	1,000,000,000.00
归属于上市公司股东的净资产	1,000,000,000.00	1,000,000,000.00	1,000,000,000.00
归属于上市公司股东的净资产	1,000,000,000.00	1,000,000,000.00	1,000,000,000.00

项目	2021年	2020年	2019年
归属于上市公司股东的净资产	1,000,000,000.00	1,000,000,000.00	1,000,000,000.00
归属于上市公司股东的净资产	1,000,000,000.00	1,000,000,000.00	1,000,000,000.00
归属于上市公司股东的净资产	1,000,000,000.00	1,000,000,000.00	1,000,000,000.00

项目	2021年	2020年	2019年
归属于上市公司股东的净资产	1,000,000,000.00	1,000,000,000.00	1,000,000,000.00
归属于上市公司股东的净资产	1,000,000,000.00	1,000,000,000.00	1,000,000,000.00
归属于上市公司股东的净资产	1,000,000,000.00	1,000,000,000.00	1,000,000,000.00

项目	2021年	2020年	2019年
归属于上市公司股东的净资产	1,000,000,000.00	1,000,000,000.00	1,000,000,000.00
归属于上市公司股东的净资产	1,000,000,000.00	1,000,000,000.00	1,000,000,000.00
归属于上市公司股东的净资产	1,000,000,000.00	1,000,000,000.00	1,000,000,000.00

项目	2021年	2020年	2019年
归属于上市公司股东的净资产	1,000,000,000.00	1,000,000,000.00	1,000,000,000.00
归属于上市公司股东的净资产	1,000,000,000.00	1,000,000,000.00	1,000,000,000.00
归属于上市公司股东的净资产	1,000,000,000.00	1,000,000,000.00	1,000,000,000.00

项目	2021年	2020年	2019年
归属于上市公司股东的净资产	1,000,000,000.00	1,000,000,000.00	1,000,000,000.00
归属于上市公司股东的净资产	1,000,000,000.00	1,000,000,000.00	1,000,000,000.00
归属于上市公司股东的净资产	1,000,000,000.00	1,000,000,000.00	1,000,000,000.00

项目	2021年	2020年	2019年
归属于上市公司股东的净资产	1,000,000,000.00	1,000,000,000.00	1,000,000,000.00
归属于上市公司股东的净资产	1,000,000,000.00	1,000,000,000.00	1,000,000,000.00
归属于上市公司股东的净资产	1,000,000,000.00	1,000,000,000.00	1,000,000,000.00

项目	2021年	2020年	2019年
归属于上市公司股东的净资产	1,000,000,000.00	1,000,000,000.00	1,000,000,000.00
归属于上市公司股东的净资产	1,000,000,000.00	1,000,000,000.00	1,000,000,000.00
归属于上市公司股东的净资产	1,000,000,000.00	1,000,000,000.00	1,000,000,000.00

项目	2021年	2020年	2019年
归属于上市公司股东的净资产	1,000,000,000.00	1,000,000,000.00	1,000,000,000.00
归属于上市公司股东的净资产	1,000,000,000.00	1,000,000,000.00	1,000,000,000.00
归属于上市公司股东的净资产	1,000,000,000.00	1,000,000,000.00	1,000,000,000.00

项目	2021年	2020年	2019年
归属于上市公司股东的净资产	1,000,000,000.00	1,000,000,000.00	1,000,000,000.00
归属于上市公司股东的净资产	1,000,000,000.00	1,000,000,000.00	1,000,000,000.00
归属于上市公司股东的净资产	1,000,000,000.00	1,000,000,000.00	1,000,000,000

