

公司代码:600839

公司简称:四川长虹

## 四川长虹电器股份有限公司

## [2024] 年度报告摘要

## 第一节 重要提示

1、本年度报告摘要来自年度报告全文,为全面了解本公司的经营成果、财务状况及未来发展计划,投资者应当到上海证券交易所(www.sse.com.cn)、公司官网(www.changhong.com)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、天健会计师事务所(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、董事会议通过的本报告期利润分配预案或公积金转股方案

公司2024年拟以实施权益分派股权登记日的总股本为基数分配利润,向全体股东每10股派发现金红利0.50元(含税),如在实施权益分派股权登记日前公司总股本发生变动,维持每股分派金额不变。截至2025年3月31日,公司总股本为4,616,244,222股,以此计算合计拟派发现金红利230,812,211.10元(含税)。2024年度公司不进行资本公积转增股本,不送红股,剩余未分配利润结转至下一年度。本利润分配方案尚需提交公司股东大会审议批准。

第二章 公司基本情况

1、公司简介

公司股票简称	股票代码	股票代码	变更前股票简称
长虹电器	600839	600839	—

公司股票上市地

上海证券交易所

股票上市交易所代码

600839

公司法定代表人

柳江先生

公司住所

四川省绵阳市高新区高绵路二段88号

公司网址

www.changhong.com

电子邮箱

changhong@changhong.com

2、报告期公司主要业务简介

电视行业:受“以旧换新”国补政策推动,市场结构加速向高端化转型,国内彩电市场呈现“量跌额增”特征。根据奥维云网(AVC)推总数据,2024年内国内彩电市场零售量为3,086.7万台,同比下降1.8%,但零售额达1,271.21亿元,同比增长16.7%,海外市场表现稳健,品牌格局进一步分化,大厂效应明显,技术差异更趋激烈,北美、西欧因需求和促销活动增速显著。

市场调研机构Omdia数据显示,2024年全球电视出货总量为2.08亿台,同比增长3.7%,大屏化、高端化、场景化、智能化趋势愈发显著。

冰箱行业:国内市场“以旧换新”国补政策实施下现结构性复苏,大容量及自由嵌入式冰箱占比大幅提升。根据奥维云网(AVC)推总数据,2024年内全国渠道零售量达4,019万台,同比增长4.9%,零售额达1,434亿元,同比增长12.6%。量级冰箱反弹市场从“价格竞争”向“价值升级”转型。海外市场方面,中国家电出口全价值链竞争力持续增强,叠加海外需求增长的因素,同比实现较大幅度的增长。产业在线数据显示,2024年冰箱出口量为5,180万台,同比增长18.6%。

空调行业:2024年,“以旧换新”政策促进行业市场复苏。虽然投资、净出口贡献度大幅提升,但消费贡献度下滑,国内需求仍呈明显下降趋势。根据奥维云网(AVC)推总数据,2024年内内销市场零售量为4,979万台,同比下降7.1%,零售额2,071亿元,同比下降2.8%。海外市场受益于“一带一路”建设,带动沿线基础设施的完善,推动需求增长,欧美成熟市场库存低位且需求稳定恢复,新兴市场持续推动增长。根据产业在线数据,2024年全年空调出货量为5,800万台,同比增长28.3%。

洗衣机行业:2024年,“以旧换新”政策促进行业市场复苏。虽然投资、净出口贡献度大幅提升,但消费贡献度下滑,国内需求仍呈明显下降趋势。根据奥维云网(AVC)推总数据,2024年内内销市场零售量为4,297万台,同比下降7.3%;零售额2,014亿元,同比下降10.6%。海外方面,2024年国内海运费、国际局势的多重影响,出口增速有所减缓,根据产业在线数据,2024年全年洗衣机出口量为4,511万台,同比增长17.3%。

冰箱柜机行业:内外市场需求旺盛。内销方面,受国家“以旧换新”政策刺激,下游冰箱柜机以及家用冰机、车载冰箱等行业稳步增长,旺盛的整机生产带动压缩机市场的集中释放;外销方面,随着欧美库存释放以及新兴市场的需求增长,推动了部分地区整体企业生产持续回暖。根据产业在线数据,2024年全年冰箱柜机出口量同比增长15.4%。

ICT综合服务行业:ICT产业通过技术创新与要素优化持续赋能传统产业升级,升级在人工智能、云计算、“出海”等领域投资的不断增加,生成式人工智能对算力的需求也成为ICT市场增长的主要推动。根据国际数据公司(IDC)预测,未来五年全球ICT市场将保持稳健增长态势,2028年全球市场规模将达6.16万亿美元(CAGR 6.3%),中国市场规模将接近5,176亿美元,五年复合增长率为5.4%。

特种行业:特种电源行业向多电化、全电化发展,电源系统向高压储能、起动和应急启动领域,轨道交通电源系统向集成化、模块化发展。目前特种电源处于中长期调整阶段,短期内市场增长面临较大压力,因相关领域预计逐年递增,特种装备更新迭代加快,特种电源中长期增长逻辑仍具备较强支撑。

本公司前身创立于1958年,1988年以电视业务为基础,由国营长虹机器厂发起设立四川长虹电器股份有限公司,并于1994年3月在上海证券交易所挂牌上市交易。历经数十年的发展,从彩电行业,兴业,到如今的信息电子及相关产品,已成为集智能家电、核心器件

研发与制造、ICT综合服务于一体的全球化的科技企业集团。

本集团秉承“科技创新、产业报国”的价值理念,坚持以用户为中心、以市场为导向,强化技术创新,持续为消费及企业级客户提供高品质的产品与服务。

本公司主要经营项目包括:电视、冰箱(柜)、空调、洗衣机等为代表的智能家电业务,以冰箱压缩机为代表的制冷设备制造业务,以IC产品、部件和专业IC解决方案提供为代表的ICT综合服务业,以电子制造(EMS)为代表的中间产品业务以及其他业务。目前,本集团员工超45万人,在全球建有11个研发基地,17个制造基地,产品和服务遍布全球160多个国家和地区,为2亿多用户提供服务。

本公司具有视听产品供应链服务等的深厚积累和完备的供应链体系,拥有绵阳、中山、广元、印度尼西亚、捷克、越南等6个生产基地,向全球用户提供优质的智能电视产品和解决方案。根据奥维云网(AVC)推总数据,公司产品国内全渠道零售量位于国内前列;出口规模保持稳定增长,持续保持行业前三水平。

长虹美菱旗下冰箱(柜)业务涵盖液晶电视/平板电视/意式等多系列冰箱及多型商用、家用冰柜,满足不同层次的消费者需求;变频业务拥有绵阳、中山、印度尼西亚、巴基斯坦等4个生产基地,目前产品覆盖家用分体空调、家用及商用中央空调系列;洗衣、冰洗产品包括滚筒、波轮等不同形式涵盖高、中、低档不同层级;厨卫及小家电主要为厨卫大电和生活小电,聚焦茶饮、清洁和热播产品。

长虹华意主要家庭和商业用途制冷电器产品,拥有景德镇、荆门、荆州、长沙、巴塞罗那、墨西哥等多个冰箱冰柜压缩机研发、制造、销售基地,是全球最大的冰箱(柜)压缩机企业,为国内外、外著名企业提供产品和服务,产品远销全球50多个国家、300多家冰箱企业。

长虹佳华以“做帮助成长、支持成功的好伙伴”为企业经营理念,定位于新时代卓越的数字化综合服务商,以数字化、智能化核心能力赋能自身及伙伴价值提升,致力为合作伙伴提供泛ICT线上线下新生态服务。ICT基础设施及服务、上云与云上数字智能服务。

特种行业主要为特种电源及其他特种业务。本集团秉承“人至诚、业至精”的经营理念,以电源系统发展为核心,运用电池系统优势技术,拓展产品功能,拓宽应用领域,主要产品包括特种电源、机车列、新能源及储能产品、通信产品。

此外,报告期内,本集团持续开展了包括中间产品、网络终端、物流服务等业务。中间产品主要业务包括:家电等终端产品提供部件、模具、包装等相配套业务;网络终端业务主要为电信运营商、综合服务运营商,各类生态服务公司以及物联网垂直行业服务提供商等客户,提供产品和服务,产品主要包括路由器、网关、光猫、盒顶等宽带网络、物联网系统及终端;物流服务主要提供干线运输、仓储、装卸、区域配送、多式联运、国际货代、物流信息咨询等服务。

3、公司主要会计数据和财务指标

3.1近3年的主要会计数据和财务指标

单位:元 币种:人民币

	2024年	2023年	2022年
总资产	99,371,402,040.00	94,400,260,197.38	8,27
流动资产	36,537,738,308.04	37,000,300,717.00	—
非流动资产	62,833,691,731.00	67,399,986,491.38	—
总资产合计	99,371,402,040.00	94,400,260,197.38	—

3.2报告期分季度的主要会计数据

单位:元 币种:人民币

	第一季度	第二季度	第三季度	第四季度
营业收入	23,771,741,150.83	27,647,150,539,226.00	26,393,048,256.40	26,393,048,256.40
净利润	3,777,244,103.00	3,119,000,384.00	3,000,000,000.00	3,000,000,000.00
经营活动产生的现金流量净额	19,693,334,477.00	104,302,537.00	64,949,500,000.00	36,956,000,000.00
净利润率	13.07%	12.02%	3.16%	3.16%
扣除非经常性损益的净利润	130,071,236.00	66,028,290.00	—	—
扣除非经常性损益的净利润率	0.53%	0.23%	—	—
经营活动产生的现金流量净额/净利润	5,120,000.00	3,200,000.00	1,200,000.00	1,200,000.00
经营活动产生的现金流量净额/净利润率	13.22%	10.00%	4.00%	4.00%

季度数据与已披露定期报告数据差异说明

□适用 □不适用

4、股东情况

4.1报告期末及年报披露前一个月末的普通股股东总数、表决权恢复的优先股股东总数和持有特别表决权股份的股东总数及前 10 名股东情况

单位:股

	报告期末	报告期末
普通股股东总数	1,011,093,560	1,022,000
表决权恢复的优先股股东总数	0	0
持有特别表决权股份的股东总数	0	0
前十名股东情况	1,011,093,560	1,022,000

4.2公司与控股股东之间的产权及控制关系的方框图

□适用 □不适用

4.3公司与实际控制人之间的产权及控制关系的方框图

□适用 □不适用

4.4报告期末公司优先股股东总数及前 10 名股东情况

□适用 □不适用

4.5公司债券情况

□适用 □不适用

4.6最近一年公司债券发行、兑付、展期情况

□适用 □不适用

4.7最近五年公司利润分配情况

□适用 □不适用

4.8报告期内履行社会责任情况

□适用 □不适用

4.9报告期内接待调研、沟通、采访活动情况

□适用 □不适用

4.10公共媒体披露临时报告统计情况

□适用 □不适用

4.11报告期内接待咨询、沟通、采访活动情况

□适用 □不适用

4.12报告期内接待咨询、沟通、采访活动情况

□适用 □不适用

4.13报告期内接待咨询、沟通、采访活动情况

□适用 □不适用

4.14报告期内接待咨询、沟通、采访活动情况

□适用 □不适用

4.15报告期内接待咨询、沟通、采访活动情况

□适用 □不适用

4.16报告期内接待咨询、沟通、采访活动情况

□适用 □不适用

4.17报告期内接待咨询、沟通、采访活动情况

□适用 □不适用

4.18报告期内接待咨询、沟通、采访活动情况

□适用 □不适用

4.19报告期内接待咨询、沟通、采访活动情况

□适用 □不适用

4.20报告期内接待咨询、沟通、采访活动情况

□适用 □不适用