

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

2022 年年度报告摘要

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规划，投资者应当到 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 信永中和会计师事务所（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

以权益分派股权登记日总股本为基数，向全体股东每10股派发现金红利0.40元（含税）。截至2023年3月31日，公司总股本4,616,244,222股，以此计算，共计分红金额184,649,768.88元，占2022年度合并报表归属于上市公司股东净利润的39.47%；2022年度公司不送股，不实施资本公积金转增股本方案。本次利润分配预案不存在差异化分红情形。

第二节 公司基本情况

1 公司简介

公司股票简况				
股票种类	股票上市交易所	股票简称	股票代码	变更前股票简称
A股	上海证券交易所	四川长虹	600839	-

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	赵其林	杨柳絮
办公地址	四川省绵阳市高新区绵兴东路35号	四川省绵阳市高新区绵兴东路35号
电话	0816-2418436	0816-2418700
电子信箱	zhao.ql@changhong.com	yangliuxu@changhong.com

2 报告期公司主要业务简介

一、报告期内公司所处行业情况

（一）智能电视业务

地缘政治引发的多国能源危机、全球通胀及经济衰退等多重因素影响，加上房地产行业低迷、消费需求变化，用户换机周期拉长，国内彩电市场规模不断探底。AVC数据显示，2022年全球彩电，共计出货量20,250万台，同比下降5.6%，呈整体下滑趋势。国内彩电市场零售量3,634万台，同比下降5.2%；零售额1,123亿元，同比下降12.9%。大屏换代成主流，彩电平均尺寸同比增长2.8吋至57.4吋，75吋及以上占比同比增长8.4个百分点至18.1个百分点。同时，游戏电视、音乐电视等多场景需要增加。MiniLED电视成为后起之秀，规模持续扩张，销量达到39.5万台，同比增长385.3%。8K电视保持增长态势，同比增长24.5%。

（二）白电业务

冰箱行业方面：受国际复杂严峻环境影响，冰箱行业外需进一步收缩，出口高位回落趋势明显。由于行业高度成熟，产品同质化，在国内市场需求减弱以及上年度高基数效应下，市场发展进入慢车道。从整体数据来看，2022年我国冰箱行业规模面临较大的增长压力。根据产业在线数据，2022年中国冰箱销售量7,558万台，同比下滑12.6%。其中内销量为4,123万台，同比下滑3.3%，出口量为3,435万台，同比下滑21.6%。从供应链看，原材料价格冲高后回落，企业成本端压力有所缓解。

空调行业方面：由于受全球通胀、地缘政治冲突及贸易摩擦，以及国内房地产市场的持续低迷和经济增长趋缓等因素影响，空调行业需求进入新周期，整体承压能力超预期，销量连续三年下滑。尽管2022年国内多地出现罕见高温，以及行业持续推进产品结构改善，但仍难以扭转行业整体销量下滑的趋势。根据奥维推总数据，2022年中国空调市场全渠道销售量5,714万台，同比下降3.3%；销售额1,969亿元，同比略有增0.3%。

（三）冰箱压缩机业务

2022年，冰压行业面临较多不利因素，行业整体下滑。一方面，全球通胀高企、经济衰退、俄乌冲突等影响巨大；另一方面，市场需求经历前期严重透支、短暂爆发后明显回落。产业在线数据显示，2022年中国冰箱压缩机行业总销量22,940万台，同比下降10.3%，其中内销累计同比下滑10.9%，出口累计同比下滑9.2%。产品结构方面，商用产品逆势上扬，全年商用销量2,407.7万台，同比增长1.2%；变频销量下滑，全年销量5,020.6万台，同比下降3.2%。

（四）ICT综合服务业务

数字经济已经成为世界的主要经济形态之一，5G、云计算、大数据、物联网以及人工智能等新一代信息技术与社会经济各产业的融合不断深化，有力推动着各产业数字化、网络化、智能化发展进程。企业数字化转型推动了云计算技术的快速发展，其中IaaS服务持续保持高速增长。云计算平台的成长带动了系统基础架构软件的发展，应用系统大规模向云平台迁移，云原生系统发展明显加快。

以云计算、大数据、移动应用和社交网络为主的第三平台技术逐步发展成熟，正在成为主流的ICT系统架构。新兴信息化技术在各行各业的创新应用不断突破，新基建对于ICT的带动作用开始显现。

（五）特种电源业务

特种装备市场：近年来，新型特种装备市场需求量大，呈快速发展态势。水下及水面装备技

术发展快，新型装备逐步锂电化。通信市场空间较大，竞争加剧。

轨道交通及工业配套市场：国家交通强国战略以及关键部件国产化，轨道交通用蓄电池系统市场需求进一步扩大，高铁成为“中国制造”名片，标动、高铁加快走出去的步伐，带来高铁及轨道交通产业配套蓄电池产品的发展机会。

同时，轨道交通智能化、绿色化推动，未来在轨交站点用电源、车载充电器、UPS（不间断电源）应急供电项目等市场有较大的发展潜力，市场容量大，锂电池份额将逐步增长。

模块电源市场：近年来受益于下游通信、电力、铁路、新能源等行业的快速发展，我国模块电源市场需求呈现稳步上升的态势，从器件到成品电源，产品国产化要求已越来越高。根据中国电源学会数据，预计未来几年国产模块电源需求将保持良性增长。

二、报告期内公司从事的业务情况

（一）主要产品与业务概述

四川长虹电器股份有限公司是一家全球化综合型企业，主营“以电视、冰箱(柜)、家用空调、洗衣机等为代表的消费电器业务，以冰箱压缩机为代表的部品业务，以ICT产品分销和专业ICT解决方案提供为代表的ICT综合服务业务，以电子制造(EMS)为代表的精益制造服务业务以及其他相关特种业务”等。公司秉承“产业报国、开放创新”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，夯实内部管理，沿着智能化、网络化、协同化方向，构建强大的物联网产业体系，不断提升企业综合竞争能力，以更好的独特价值产品和服务满足全球不同地域、不同文化、不同类型的用户和客户需求，逐步将公司建设成为全球值得尊重的科技型企业。

作为一家全球化经营的企业集团，目前已构建全球一流、国内领先的全产业链价值链服务体系，公司员工超4.7万人，旗下拥有四家上市公司，分别为长虹美菱（000521.SZ）、长虹华意（000404.SZ）、长虹佳华（03991.HK）、中科美菱（835892.BJ）；一家新三板挂牌公司长虹民生（836237.NQ），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。

（二）行业地位

本集团历年来已获得多项品牌荣誉，2022年蝉联“世界品牌500强”，位列第286位，入选中国上市公司品牌价值榜总榜TOP100等。多年来，通过科技转型造就了公司在多个行业领域里的领先地位：电视与冰箱业务处于国内行业第一阵营、电视出口业务行业位列前列、冰箱压缩机业务位列全球第一、ICT综合服务位居全国前列、特种航空电源系统业务位列全国第一、轨道交通蓄电池系统业务位列全国第一等。

（三）报告期内公司主要产业的具体经营情况

1、智能电视业务

报告期内，本集团持续全面提升运营效率，依托“5G+工业互联网”的行业领先智能电视生产线深入推进大规模高端定制化生产，强化价值链竞争力，坚定深化营销转型，主动出击市场，筑牢市场，国内销售量实现逆势增长。2022年度国内销量同比增长超30%，整体市场份额同比上升0.5个百分点，排名同比提升1位，彩电零售规模保持行业前列。深挖大屏运营与价值，构建精细化运营能力，通过虹魔方运营云平台关键技术的突破，达到国内领先水平。国际化持续深入，本

集团建成国际领先的自动化智能生产线以及基于工业互联网云平台的大型模组智能制造中心，持续优化产品结构，产品产销能力进一步增强。2022年海外销量同比增长30%。受面板价格下跌带来的电视均价下跌的影响，电视业务销售收入同比有所下滑。

报告期内，电视业务实现营业收入约135.28亿元，同比下降约2.27%。

2、白电业务

报告期内，本集团克服行业、市场等诸多不利因素的影响，以围绕“一个目标”，紧扣“三条主线”，做实“四个管理体系”，坚定不移深化营销转型为经营思路开展各项工作，实现了销售规模的逆势增长，经营质量大幅改善，向着良性稳健经营迈出坚实的一步。

冰箱（柜）业务方面：国内市场坚持“精品+爆品+精爆品”产品策略，围绕“鲜、薄、大、嵌”进行产品布局，线下“大窄门”系列、线上“无忧嵌”、“魔法石”系列产品成功上市，推动业务良性经营。基础渠道方面，数字化转型区域扩大，规模提升，策略性拓展前装市场、ODM业务，规模增幅较大；线上C端运营能力稳步提升，损益改善，B端拓展能力提升，线上规模同比增长近30%。海外坚持“以柜定产”，坚持产销供一体化，提高直发比例、降低库存总量，提高库存周转率，以提升资金效率。在市场拓展方面，抓住机遇提升机会市场，提升产品、客户结构夯实优势市场，自主品牌业务打造根据地，重点开拓“一带一路”市场。

空调业务方面：国内市场方面，线上做爆单品柜机、挂机，线下做大独特价值产品，通过开发新客户、做单品等方式拓增量，在渠道提升方面，推行专项行动方案并初见成效。此外，全国大范围高温天气对零售拉动明显，O2O下沉渠道爆发超预期，同比增幅较大；加强与核心战略客户合作，ODM业务增幅较大。海外市场聚焦大客户，推高、推新、推变频，不断提升客户服务能力，保交付、促翻单，集中资源，快速突破，TOP10大客户门槛进一步提升；聚焦拉美、中东等根据地市场，抓住市场发展新机会，加大核心市场收入占比；加大新客户开拓，为业务发展不断注入动力。

报告期内，空调冰箱业务实现营业收入约180.97亿元，同比增长约17.79%。

3、冰箱压缩机业务

报告期内，面对严峻复杂的经营形势，本集团确立“转变观念、调整结构、稳中求进、良性经营”工作主线，克服高温及限电等困难，推进了业务的稳健经营。通过优化营销策略，抓关键客户，保订单交付，与欧、美、日本等国家地区的关键客户保持长期战略合作，在全球高端客户的销售份额排名中优势明显。产品结构不断优化，在先进性技术上取得突破，其中家用超高效变频机COP提升至2.20，达到了全球领先水准。同时加快数字化建设，推进组织间的协同整合，经营效能不断增强，团队能力不断提升。报告期内，冰箱压缩机总销量6,731万台，同比下降0.90%，其中商用压缩机销量734万台，同比增长1.10%；变频压缩机销量1,631万台，增长18.45%。业务规模连上新台阶，跑赢大盘，行业领先优势继续扩大，保持销量第一。

报告期内，冰箱压缩机业务实现营业收入约91.96亿元，同比增长约2.13%。

4、ICT综合服务业务

报告期内，顺应数字经济发展大潮，ICT业务以“新认知、新动能、智慧好伙伴”为经营方针，把握万物互联、云应用时代新机遇，培育发展新模式、新动能，加快构建云端解决方案服务平台CSP、制造业出海服务平台MCC等云综合服务创新业务模式，持续推进业务转型升级。报告期内，

ICT业务整体保持稳定的业绩表现和良好的发展态势，在细分市场领域仍保持行业领先地位。因重点渠道合作规模下降，消费类电子产品销售规模缩小。

报告期内，ICT综合服务业务实现营业收入约331.17亿元，同比下降约12.24%。

海量类业务方面：加强与核心厂商的沟通和合作，全力拓展及丰富优势产品线。通过线上线下载渠道深度融合发展，实现全域全渠道营销的同时，满足不同伙伴的个性化营销场景需求。以数智技术为支撑，创新业务模式，向上下游伙伴提供高效的智能化营销服务。积极拓展印尼地区消费者产品和渠道体系，稳步推进海外业务发展。创新发挥全渠道营销优势，联接并赋能国货品牌，为其提供从设计、生产、市场、销售及服务等全链路品牌综合解决方案，打造全链路服务型品牌。

增值类业务方面：加大国产品牌合作力度，与ICT基础设施、新能源等领域头部厂商建立深度合作关系，持续推进重点国产品牌深耕拓展。强化服务、技术和研发的多点能力建设，着力提升重点行业客户服务价值，构建贸服技研一体化业务体系。依托于自身技术及资源优势，整合云厂商和生态圈资源，创新打造数字化云生态运营综合服务平台，加快构建上云及云上创新服务模式。

转型业务方面：整合云厂商和数字化转型产品资源，创新打造数字化云生态运营综合服务平台。联合云厂商打造制造业出海服务平台MCC，提供跨境电商与产业带数字化服务，完成MCC平台功能开发；构建云端解决方案服务平台CSP，助力渠道伙伴以多样化解方案一站式满足客户需求；与部分厂商建立战略合作，吸纳专业型人才，深入工业制造、教育教学等不同领域，提供专业的产品组合解决方案。

5、特种电源业务

报告期内，依托在特种电源市场的基础优势，本集团大力推进新型航空产品科研开发及成果转化，实现特种装备产品配套数量快速提升，通过深入挖掘用户需求，及时开展技术攻关，在多个配套锂电池系统领域取得市场突破，在多个领域的市场份额不断扩大。作为电源业务的核心部分，装备市场业务收入占比超过60%。

通过技术创新升级，紧抓高铁动车组国产化机遇，对地铁、有轨电车等实现蓄电池系统批生产供货，市场份额不断增长。

报告期，特种电源业务实现营业收入约15.18亿元，同比增长约19.91%。

6、公司其他业务情况

报告期内，立足物联网及数字经济发展机遇，本集团在泛智能物联网终端、系统解决方案、软件等业务方面积极布局，推进与电信运营商等客户的广泛合作，积极拓展企业级客户，争取智慧城市、央企信息化等重大项目订单。报告期内，实现营业收入约27.3亿元。

同时，本集团立足自身资源禀赋，根据市场情况稳步推进自有土地的开发变现，为本集团贡献现金流和利润。目前，本集团在建及存量项目处于所在城市核心地段，均为优质资源，具有较好的抗风险能力以及市场潜力。报告期内，实现营业收入约15.13亿元。

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

	2022年	2021年	本年比上年 增减(%)	2020年
总资产	85,537,738,104.04	79,399,816,241.76	7.73	78,587,641,010.31
归属于上市公司股东的净资产	13,660,368,717.81	13,314,325,563.49	2.60	13,011,838,119.96
营业收入	92,481,659,367.24	99,631,851,815.19	-7.18	94,448,167,904.45
归属于上市公司股东的净利润	467,872,369.98	284,604,901.86	64.39	45,366,319.31
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	326,841,103.13	251,861,482.89	29.77	-62,818,339.20
经营活动产生的现金流量净额	3,295,442,609.27	4,688,101,032.83	-29.71	1,387,432,734.31
加权平均净资产收益率(%)	3.4929	2.1691	增加1.3238个百分点	0.3483
基本每股收益(元/股)	0.1014	0.0617	64.34	0.0098
稀释每股收益(元/股)	0.1014	0.0617	64.34	0.0098

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 (1-3月份)	第二季度 (4-6月份)	第三季度 (7-9月份)	第四季度 (10-12月份)
营业收入	20,087,156,224.09	23,861,270,381.83	23,163,376,519.68	25,369,856,241.64
归属于上市公司股东的净利润	50,304,626.55	101,747,280.06	74,118,364.26	241,702,099.11
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润	34,884,226.67	-58,997,621.23	-23,690,983.53	374,645,481.22
经营活动产生的现金流量净额	-4,334,483,186.50	2,028,242,100.92	2,844,454,830.82	2,757,228,864.03

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

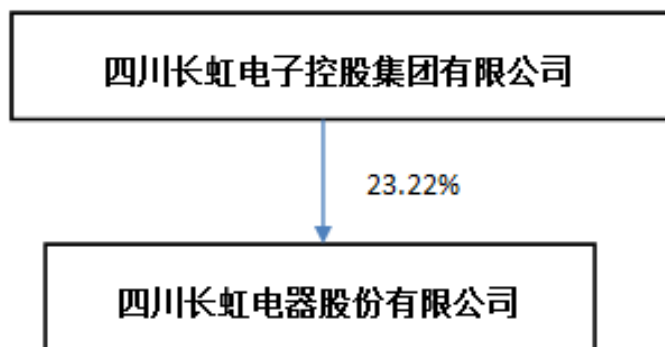
单位：股

截至报告期末普通股股东总数（户）					247,631		
年度报告披露日前上一月末的普通股股东总数（户）					290,440		
截至报告期末表决权恢复的优先股股东总数（户）							
年度报告披露日前上一月末表决权恢复的优先股股东总数（户）							
前 10 名股东持股情况							
股东名称 （全称）	报告期内增 减	期末持股数量	比例 （%）	持有有 限售 条件 的股 份数 量	质押、标记或冻结情 况		股东 性质
					股份 状态	数量	
四川长虹电子控股集团 有限公司	0	1,071,813,562	23.22	0	冻结	139,109,768	国有 法人
中国农业银行股份有 限公司－中证 500 交 易型开放式指数证券 投资基金	11,186,000	31,277,006	0.68	0	无	0	未知
陶爱民	9,805,618	29,553,628	0.64	0	无	0	境内 自然 人
王言帅	9,160,000	17,160,000	0.37	0	无	0	境内 自然 人
申万宏源证券有限公 司	14,962,847	14,978,947	0.32	0	无	0	境内 非国 有法 人
大成基金－农业银行 －大成中证金融资产 管理计划	0	13,656,810	0.3	0	无	0	未知

广发基金－农业银行－广发中证金融资产管理计划	0	13,656,810	0.3	0	无	0	未知
南方基金－农业银行－南方中证金融资产管理计划	0	13,656,810	0.3	0	无	0	未知
晋向东	-867,000	11,980,000	0.26	0	无	0	境内自然人
工银瑞信基金－农业银行－工银瑞信中证金融资产管理计划	-1,893,400	11,763,410	0.25	0	无	0	未知
上述股东关联关系或一致行动的说明	未知上述股东之间是否存在关联关系或一致行动人						
表决权恢复的优先股股东及持股数量的说明							

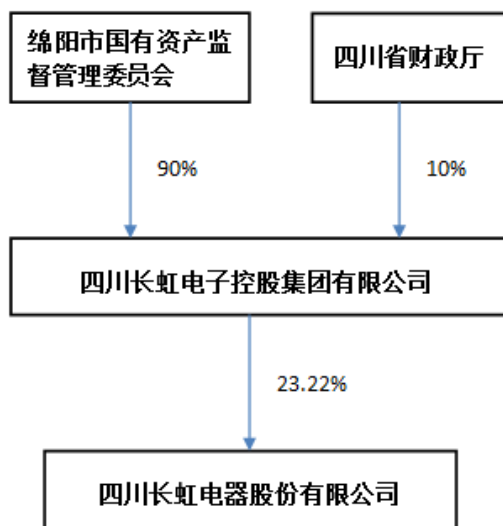
4.2 公司与控股股东之间的产权及控制关系的方框图

√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

5 公司债券情况

☐适用 ☒不适用

第三节 重要事项

1 公司应当根据重要性原则，披露报告期内公司经营情况的重大变化，以及报告期内发生的对公司经营情况有重大影响和预计未来会有重大影响的事项。

详见本报告第三节“管理层讨论与分析”中“报告期内公司从事的业务情况”的内容。

2 公司年度报告披露后存在退市风险警示或终止上市情形的，应当披露导致退市风险警示或终止上市情形的原因。

☐适用 ☒不适用