

# 四川长虹电器股份有限公司

## 2013 年年度报告摘要

### 一、重要提示

1.1 本年度报告摘要摘自年度报告全文，投资者欲了解详细内容，应当仔细阅读同时刊载于上海证券交易所网站等中国证监会指定网站上的年度报告全文。

### 1.2 公司简介

股票简称	四川长虹	股票代码	600839
股票上市交易所	上海证券交易所		
联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表	
姓名	谭明献	薛向岭	
电话	0816-2418486	0816-2418436	
传真	0816-2418518	0816-2417949	
电子信箱	mx.tan@changhong.com	xiangling.xue@changhong.com	

### 二、主要财务数据和股东变化

#### 2.1 主要财务数据

单位：元 币种：人民币

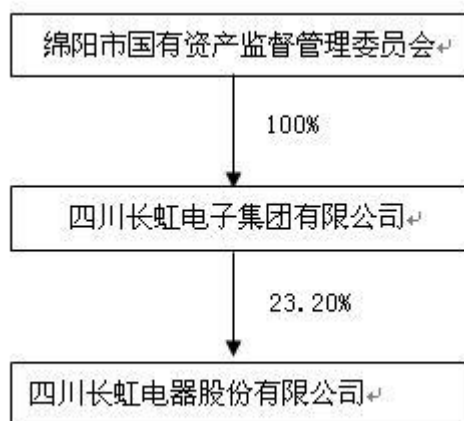
	2013 年(末)	2012 年(末)	本年(末)比上 年(末)增减 (%)	2011 年(末)
总资产	58,837,008,467.01	54,545,540,713.65	7.87	51,651,064,116.45
归属于上市公司股东的 净资产	14,044,157,346.32	13,554,245,998.04	3.61	13,198,472,993.02
经营活动产生的现金流 量净额	2,889,283,147.06	719,459,181.27	301.59	-1,219,806,004.64
营业收入	58,875,274,661.52	52,334,149,134.26	12.50	52,003,328,326.13
归属于上市公司股东的 净利润	512,481,605.58	325,328,360.29	57.53	396,198,844.63
归属于上市公司股东的 扣除非经常性损益的净 利润	405,301,074.28	75,698,564.48	435.41	253,041,185.18
加权平均净资产收益率 (%)	3.7107	2.4321	增加 1.28 个 百分点	3.4362
基本每股收益(元/股)	0.1110	0.0705	57.53	0.1013
稀释每股收益(元/股)	0.1110	0.0705	57.53	0.1013

#### 2.2 前 10 名股东持股情况表

单位：股

报告期股东总数	348,480	年度报告披露日前第 5 个交易日末股东总数	334,069		
前 10 名股东持股情况					
股东名称	股东性质	持股比例 (%)	持股总数	持有有限售条件股份数量	质押或冻结的股份数量
四川长虹电子集团有限公司	国有法人	23.20	1,070,863,727	139,802	质押 534,893,312
孟令翠	境内自然人	1.95	89,951,228	0	未知
绵阳科技城发展投资(集团)有限公司	国有法人	1.11	51,110,000	0	未知
四川虹扬投资有限公司	其他	0.85	39,456,185	0	未知
中国人寿保险股份有限公司一分红一 个人分红-005L-FH002 沪	其他	0.74	34,300,000	0	未知
中国人寿保险(集团)公司-传统- 普通保险产品	其他	0.63	28,952,923	0	未知
任智彪	境内自然人	0.45	20,640,100	0	未知
中国银行股份有限公司-嘉实沪 深 300 交易型开放式 指数证券投资基金	其他	0.43	19,869,130	0	未知
吴鸣霄	境内自然人	0.41	18,994,897	0	未知
财通证券有限责任公司	其他	0.34	15,700,000	0	未知
上述股东关联关系或一致行动的说明	上述股东中，因四川虹扬投资有限公司的股东为四川长虹电子集团有限公司或四川长虹电器股份有限公司高管及骨干员工，四川虹扬投资有限公司与四川长虹电子集团有限公司存在关联关系。未知其他股东之间是否存在关联关系或一致行动人。				

## 2.3 以方框图描述公司与实际控制人之间的产权及控制关系



### 三、 管理层讨论与分析

#### 1、报告期内的总体经营工作

2013 年是家电行业经历重大变化的一年，节能政策退出引发市场波动，行业转型升级明显提速，各类家电新品的频繁上市给市场注入新的活力。以节能补贴政策为分水岭，家电市场全年运行态势高开低走，前 5 月市场高企，之后便陷入退出效应带来的震荡调整期。同时，伴随互联网浪潮的持续冲击和行业跨界者的不断涌入，家电行业的产品形态、商业模式、竞争格局和产业生态正在经历深刻变革。传统家电企业既面临严峻挑战，也迎来了“重塑自我”的历史机遇。

报告期内，公司纲举目张，推动战略和战术层面的工作协同并进：从“变革、整合、效率”维度入手，推进组织、业务、流程变革与整合，提升业务管理和资源运营效率；聚焦产品，加大科技创新和投入；稳步推进国际化进程；同时，积极拥抱互联网，制订并全面推进面向互联网的全新战略规划——“新三坐标战略”，发布“让想象发生”品牌新主张，启动实施大数据、云平台等核心配套项目，推出全球首个完整实现互联、互通、互控的家庭互联网产品形态，积极构建“终端+平台+内容+服务”的新商业模式等。上述举措有力支撑了公司经营业绩的稳健增长，获得了资本市场的普遍肯定，夯实了公司产业转型的能力基础。

2013 年，公司实现营业总收入 588.75 亿元，较上年同期增长 12.50%；实现利润总额 10.16 亿元，较上年同期增长 92.59%；净利润 7.57 亿元，较上年同期增长 177.18%；归属于上市公司股东的净利润 5.12 亿元，较上年同期增长 57.53%。各主要产业经营业绩也均保持稳步增长，多媒体产业实现彩电销量 891 万台，销售收入同比增长 22%，其中海外收入增长 38%；空调销售收入增长 36%；冰箱柜出口量增长超过 40%；华意实现销量 3400 万台，冰箱压缩机产销规模稳居全球第一。

#### 2、报告期内的主要经营工作

2013 年业绩的取得，是基于我们坚持以用户为中心，扎实推进以下重点工作：

##### （1）转型拥抱互联网，推进智能战略落地

为构建可支撑公司创新发展、长远发展的技术、服务能力，公司以智能、网络和协同作为发力方向，制定了面向互联网时代的全新战略和行动路线，规划了以人为中心通过一云多终端实现信息消费新体验、新产业路径和新商业模式。

在智能战略指引下，公司在报告期内全力推进战略落地：智能化方向，整合内部智力资源形成组织保障，相继成立 STVOS 模拟事业部、新型智能终端研究所；大力提升现有终端产

品的智能化个性应用，积极拓展新型智能终端，推出或准备推出以 C5000、C9000、CHIQ 为代表的多款颠覆传统产品概念的智能黑白电新品；在终端智能的基础上加快构建“传感器接口”，向传感器网络演进，实现智能终端的扩张。网络化方向，启动建立基于云计算的大数据产业链，成立云服务事业部，与宽带资本合作设立四川虹云创业投资基金，与 IBM、文思海辉共同打造大数据分析竞争力中心，与四川电信在三网融合、物联网、大数据、云计算等领域进行战略合作，稳步推进基于数据价值挖掘的全新商业模式构建。协同化方向，积极打造家庭互联网生态优势，推进黑白电产业在消费需求和技术创新等方面的相融共生，不断完善电视、冰箱、空调、手机、厨卫等终端的智能协同，实现单一终端难以支撑的智能应用和用户体验，如智能电视的移动推送、智能冰箱的远程监控和食物保质期提醒等功能。此外，持续推进智慧社区、智慧城市业务拓展，不断优化系统解决方案；智能制造方面，积极发展适应家电制造特性的智能制造执行系统(MES)和工厂自动化；市场和渠道方面，在全国建设了 5000 多家以用户为中心的智能体验店。

公司传统的产品、服务已经和互联网、云计算、大数据等行业、技术深度融合，公司已不再是传统的家电企业，而是一家智能终端企业，还是一家物联网企业，更是一家大数据的企业，也可以是或已经部分是一家互联网的企业。

## **(2) 强化技术创新，增强产品竞争力**

互联网对传统家电企业的改造首先是思维模式的改造，用户、产品、技术被赋予了全新的意义和价值。公司以用户为中心，将技术创新、智能开发作为核心能力进行重点建设和资源投入，在产品定义、服务构思阶段着重突显“价值点”，全年收获大批富含金量的技术创新成果，推出或准备推出大批独具特色、前所未有的新品。

在电视产品方面，率先成系列推出搭载独创客厅放映系统、拥有五大画质优势的 U-MAX 客厅电视；推出国内首款曲面电视 C8000，在高端显示和面板技术领域抢占更多话语权；推出国内首创采取整合设计方法的超高清液晶电视；LED50C2080i 以其全开放智能平台、强劲主控芯片、四十余万入门应用以及“简约不简单”的 UI 界面，跻身“2013 年彩电网购十大畅销型号”；长虹 U-MAX 客厅电视 C7000 获“2013-2014 年度中国平板电视十大精品”。

在冰箱产品方面，雅典娜系列在静音、节能、保鲜、工业设计等方面取得新突破，其中 BCD-301WBD 冰箱产品凭借出众的外观、风冷无霜、节能的设计标准（日耗电 0.78 度），获得第 12 届中国国际消费电子博览会“最佳产品表现奖”；推出全系列风冷无霜冰箱，其中以 248、278、310 系列为代表的美菱韵律、酷钢系列新品成为卖场热销冠军产品；独创“双冻力风道系统”和“主动式风冷技术”两大核心技术，打造食物最佳保鲜；全球首家攻克云图像识别技术，掌握智能冰箱最高话语权。

在空调产品方面，深入开展人体工效学、3D 送风技术、超静音技术的研究；在直流变频 VRV 和超薄风管机技术领域取得重大突破；推出 50AB 智能空调产品，采用语音控制、风随人动、视频监控、个性温度设置及云等创新技术；完成 VISA 空调正样试制。

在核心部件方面，与中科院声学所联合研发推出中国首款复合型智能语音芯片，攻克语音增强等技术难题，并打破国外垄断；NN-Y、MINI 压缩机 COP 已达到国际领先水平；优化第四代 PDP 产品结构，采用新型高效荧光粉、逻辑控制优化等技术，提升能效指数。

在软件研发方面，持续升级并产业化拥有自主知识产权的轩辕操作系统，打造差异化的智能电视软件平台；开展 IPP（个人集成网关）多终端协同研发，完成多屏协同架构设计；STVOS（智能电视操作系统）项目实现手势、银联支付和安全加固等特色功能；成功开发极简交互浏览器；开展智能语音的技术研发和服务系统建设，实现用户通过语音获取视频等。

在 CES2013 展会上，公司获 TOP10“中国家电智能技术创新大奖”，同时还囊括了“中国消费电子产业领先品牌”、“电视智能交互技术创新大奖”、“年度家电智能交互技术创新大奖”等；在 CES2014 展会上，长虹展出的全球首个家庭互联网产品独家囊括“智能家电

应用创新大奖”和“工业设计创新大奖”两个单项奖项；CH-A90 壁挂式饮水机、BCD-537WIPB 环保冰箱、长虹内阁冰箱获得 2013 年德国 REDDOT 工业设计大奖等。

### **(3) 做大做强核心产业，提升业务竞争优势**

行业竞争环境在不断发生变化，公司作为涵盖多媒体、家电、IT 分销等产业的多元化企业，在不断创新思路 and 策略的同时，注重发挥产业间的协同优势，坚持聚焦核心产业的综合竞争能力打造。

多媒体产业，注重产品力提升和销售结构改善，业界率先推出 UD、曲面等新品电视，智能产品率先全面切换安卓系统，不断完善云端项目规划与布局，积极加强新技术预研以及与互联网企业的深度接触，推动新材料、新工艺应用，实施并行工程、模具平台化、设计制造一体化等举措，大板产品销售占比和智能产品销量渗透率稳步提升，产品线毛利率大幅改善；不断强化国内外业务整合，海外市场聚焦重点客户和产品资源，打造快速业务响应体系，海外业务收入同比增长 38%，出口数量同比增长 42%；推动渠道立体化，在全国建设了 5000 多家以用户为中心的智能体验店，加快电商等新兴渠道拓展，电商渠道销售收入同比增长 600%；持续推广物流 CRDC 模式，推进供应链优化，实现了周订单交货率、M+1 销售预测率的较大提升。

家电产业，推进产品智能化转型，严格按时间节点完成新品发布前的各项准备工作；强化“产品主义”，减少产品型号，打造明星产品，2013 年共压缩产品型号 41 款，雅典娜、三门电控等中高端产品系列销量分别同比增长 65%和 39%；推进全产业链战略协同，实施美菱华意采购协同、华意内部采购协同等项目，构建共生共荣的生态环境；加速海外市场拓展和新客户开发，实现冰箱柜出口量同比增长超 40%，空调出口量同比增长超 30%，冰箱压缩机出口量同比增长超 25%；启动空调国内市场第二根据地建设，实施空调国内外业务一体化运作；冰箱压缩机业务专注产品结构调整、技术能力强化、区域产能布局完善和全球化运营，整体产销规模稳居全球第一。

IT 分销，在宏观经济增长趋缓、行业需求萎缩的不利情况下，持续推进管理能力和产品结构优化，加快培育存储、网络等业务增长点；切实推动业务升级和商业模式转变，加速向 IT 综合服务商战略转型。

公司在保持核心产业稳健增长的同时，零部件、物流及服务及配套产业也获得较快发展，模塑、器件子公司跻身 10 亿元企业的阵列，长虹民生物流成功入围中国百强物流企业，虹信获得西南地区最高的 SAP 银牌资质。

### **(4) 系统提升运营效率，改善企业增长质量**

报告期内，公司组织实施了 2013 年管理变革，进一步规范和优化授权体系、决策流程和管理机制；压缩内部机构和人员编制，推进部分职能平台部门合署办公；推进新管理变革方案咨询和设计，以企业转型为契机，对基础平台、组织转型、新管控模式及激励机制等进行系统设计和结构创新。推进电视业务前后端研发与制造的一体化能力提升，以及彩电、空调等终端产品的国内外一体化运作。持续推进人效、物效、钱效提升工作，分别实施 HR 总费用控制、创新用工模式、供应链管理优化、资金整合等举措。

在研发体系的建设和完善方面，公司注重研发效率的持续提升，以便更好适应越来越快的市场节奏。强化项目管理，导入项目管理流程；强化横向资源整合力度，为新产品开发提供有力保障；强化技术平台建设，基于模块化和标准化开展产品开发；实施并行工程和设计制造一体化举措，将产品的工艺开发前移至研发阶段，加速实现开发成果的批量生产。

打造高效专业制造平台。持续推动精益生产，搭建工时利用率平台，提升工时利用效率，改善瓶颈工序效率，提升整体制造水平；推动建立自动化生产线，减少直接作业人员；开发生产过程执行管理（MES）系统，实现产品制造、品质等相关信息一体化管理及产品信息的

可追溯性，降低制造系统维护成本；坚持多工序自动化改造，推进产品测试集成化、智能化等。

#### (5) 加强品牌战略管理，提升企业“软实力”

公司在报告期内正式设立品牌管理委员会，进一步加强对品牌建设、品牌协同、使用授权等方面的统筹管理；借助外部专业力量对公司品牌核心理念、品牌架构、品牌管理体系进行了重塑；从品牌主张、媒体传播、产品定义等领域系统考虑并推进长虹品牌的年轻化、时尚化、科技化。在世界品牌实验室最新发布的 2013 年《中国 500 最具价值品牌》排行榜中，公司以 827.58 亿元的估值继续领跑西部中国品牌价值 500 强。

#### (6) 深化全球化市场布局，推进海外业务发展

公司不断深化全球化市场布局和资源整合，努力实现海外业务在经营质量、经营模式、品牌国际化三个方面的实质性跨越；实行彩电、空调国内外业务一体化运作，整体海外业务规模实现较快增长；继续加强与海外大客户的协同运作，积累丰富海外营运经验，逐步增强自控品牌及直营渠道在海外业务中的比重，提升公司产品在国际市场的价值与竞争力；积极推动海外并购项目良性运营，关注印度、巴西等新兴市场扩张机会，华意巴塞罗那公司实现当年收购当年盈利，巴基斯坦有望成为公司空调业务的第二个海外根据地市场；强化海外市场研发投入，投建欧洲技术中心；持续实施国际化高端人才引进，围绕人流、信息流、资金流强化与美国硅谷等全球创新资源聚集地的沟通机制。

### (一) 主营业务分析

#### 1、利润表及现金流量表相关科目变动分析表

单位：元 币种：人民币

科目	本期数	上年同期数	变动比例 (%)
营业收入	58,875,274,661.52	52,334,149,134.26	12.50
营业成本	49,133,947,580.59	43,990,238,120.25	11.69
销售费用	5,190,134,470.13	4,738,934,723.21	9.52
管理费用	2,709,518,877.80	2,263,451,074.33	19.71
财务费用	119,670,894.29	256,391,315.33	-53.32
经营活动产生的现金流量净额	2,889,283,147.06	719,459,181.27	301.59
投资活动产生的现金流量净额	-1,118,172,439.69	-136,807,167.20	不适用
筹资活动产生的现金流量净额	-1,391,491,999.52	1,045,917,234.96	-233.04
研发支出	1,023,569,915.25	887,000,146.34	15.40

#### 2、收入：收入情况详细内容见“行业、产品或地区经营情况分析”

主要销售客户的情况：

公司前五名客户的销售收入总额为 7,517,435,827.91 元，占全部销售收入的 12.77%。

### 3、成本

#### (1) 成本分析表

单位：元 币种：人民币

分产品情况						
分产品	成本构成	本期金额	本期占	上年同期金额	上年同	本期金

	项目		总成本比例 (%)		期占总成本比例 (%)	较上年同期变动比例 (%)
电视	营业成本	15,839,730,454.32	32.24	14,081,169,208.95	32.01	12.49
空调冰箱	营业成本	6,924,454,762.42	14.09	6,473,527,351.30	14.72	6.97
IT 产品	营业成本	12,245,043,332.51	24.92	11,410,458,431.76	25.94	7.31
通讯产品	营业成本	974,456,285.15	1.98	1,033,035,898.99	2.35	-5.67
机顶盒	营业成本	1,104,147,244.90	2.25	1,054,890,891.23	2.40	4.67
电池	营业成本	510,351,892.20	1.04	462,971,920.33	1.05	10.23
数码影音	营业成本	15,002,668.61	0.03	190,343,934.60	0.43	-92.12
系统工程	营业成本	95,104,509.95	0.19	99,040,401.31	0.23	-3.97
厨卫产品	营业成本	79,708,636.72	0.16	183,022,319.26	0.42	-56.45
中间产品	营业成本	8,302,872,158.39	16.90	6,867,792,092.93	15.61	20.90
运输、加工	营业成本	472,491,186.68	0.96	334,321,473.65	0.76	41.33
房地产	营业成本	825,765,735.33	1.68	446,496,785.33	1.01	84.94
其他	营业成本	492,328,420.89	1.00	372,952,048.34	0.85	32.01

## (2) 主要供应商情况

公司前五名供应商的采购总额为 11,606,814,464.49 元，占公司采购总额的 18.04%。

## 4、费用

单位：元 币种：人民币

项目	本年金额	上年金额	变动比例 (%)
销售费用	5,190,134,470.13	4,738,934,723.21	9.52
管理费用	2,709,518,877.80	2,263,451,074.33	19.71
财务费用	119,670,894.29	256,391,315.33	-53.32

## 5、研发支出

单位：元 币种：人民币

本期费用化研发支出	709,258,618.53
本期资本化研发支出	314,311,296.72
研发支出合计	1,023,569,915.25
研发支出总额占净资产比例 (%)	5.25
研发支出总额占营业收入比例 (%)	1.74

## 6、现金流

单位：元 币种：人民币

科目	本期数	上年同期数	变动比例 (%)
经营活动产生的现金流量净额	2,889,283,147.06	719,459,181.27	301.59

投资活动产生的现金流量净额	-1,118,172,439.69	-136,807,167.20	不适用
筹资活动产生的现金流量净额	-1,391,491,999.52	1,045,917,234.96	-233.04

## (二)行业、产品或地区经营情况分析

### 1、主营业务分行业、分产品情况

单位:元 币种:人民币

主营业务分产品情况						
分产品	营业收入	营业成本	毛利率 (%)	营业收入比上年增减 (%)	营业成本比上年增减 (%)	毛利率比上年增减 (%)
电视	19,665,609,380.02	15,839,730,454.32	19.45	14.86	12.49	1.70
空调冰箱	9,562,659,803.63	6,924,454,762.42	27.59	9.40	6.97	1.64
IT 产品	12,782,030,133.01	12,245,043,332.51	4.20	6.78	7.31	-0.48
通讯产品	979,719,424.30	974,456,285.15	0.54	-12.91	-5.67	-7.63
机顶盒	1,306,783,595.95	1,104,147,244.90	15.51	-0.97	4.67	-4.55
电池	694,472,505.18	510,351,892.20	26.51	4.76	10.23	-3.65
数码影音	14,519,558.46	15,002,668.61	-3.33	-92.65	-92.12	-6.91
系统工程	136,476,990.79	95,104,509.95	30.31	7.32	-3.97	8.19
厨卫产品	90,397,311.12	79,708,636.72	11.82	-53.81	-56.45	5.34
中间产品	9,531,181,682.78	8,302,872,158.39	12.89	22.57	20.90	1.21
运输、加工	550,804,296.54	472,491,186.68	14.22	35.51	41.33	-3.53
房地产	1,287,042,041.25	825,765,735.33	35.84	44.86	84.94	-13.91
其他	555,139,180.45	492,328,420.89	11.31	16.07	32.01	-10.71

### 2、主营业务分地区情况

单位:元 币种:人民币

地区	营业收入	营业收入比上年增减 (%)
国内	48,434,620,308.97	9.65
国外	8,722,215,594.51	27.54

## (三) 资产、负债情况分析

单位:元 币种:人民币

项目名称	本期期末数	本期期末数占总资产的比例 (%)	上期期末数	上期期末数占总资产的比例 (%)	本期期末金额较上期期末变动比例 (%)	情况说明
预付款项	76,794.29	1.31	127,944.51	2.35	-39.98	主要是预付账款结算所



						致
应收股利	332.14	0.01	-	0.00	100.00	主要是本期末应收四川长新制冷部件有限公司股利
应收利息	10,760.75	0.18	5,226.49	0.10	105.89	主要是定期存款增加所致
其他应收款	66,142.36	1.12	48,883.54	0.90	35.31	主要是应收废弃电器电子产品处理基金增加所致
其他流动资产	10,216.88	0.17	549.99	0.01	1757.65	主要是华意压缩理财款增加所致
持有至到期投资	-	0.00	3,000.00	0.05	-100.00	主要是委托理财到期结算所致
长期应收款	455.74	0.01	-	0.00	100.00	主要是子公司新能源分期收款销售商品和照明融资租赁增加所致
长期股权投资	117,254.73	1.99	76,036.78	1.39	54.21	主要是新增对四川长虹集团财务有限公司股权投资所致
在建工程	85,080.28	1.45	51,112.92	0.94	66.46	主要是成都长虹科技大厦、华意超高效变频压缩机项目投资增加所致
固定资产清理	7,624.18	0.13	-	0.00	100.00	主要是美菱收储土地相关资产清理增加所致
开发支出	17,472.02	0.30	37,372.87	0.69	-53.25	主要是本年转资增加所致
短期借款	1,464,887.33	24.90	1,038,281.52	19.04	41.09	主要是筹资结构变化所致
交易性金融负债	5,978.19	0.10	9,691.15	0.18	-38.31	主要是远期合约公允价值变动影响
应付股利	7,126.68	0.12	4,127.38	0.08	72.67	主要是国虹股利分配所致
其他应付款	286,448.36	4.87	218,530.87	4.01	31.08	主要是未结算费用增加所致
一年内到期的非流动负债	84,138.00	1.43	208,169.55	3.82	-59.58	主要是一年内到期的长期借款减少所致
递延所得税负债	7,478.12	0.13	11,114.90	0.20	-32.72	主要是分离交易可转债公允价值与票面金额的差异减少所致
外币报表折算差额	-929.33	-0.02	-1,486.70	-0.03	不适用	主要是汇率变动导致变动较大

#### （四）核心竞争力分析

经多年发展，公司已成为国际知名、国内领先的综合性家电龙头之一，公司在品牌、产业链、技术、运营模式等方面始终顺应时代变化趋势持续创新、构筑核心竞争力，实现可持续发展。

**品牌竞争力。**公司连续蝉联世界品牌 500 强，且排名逐年上升，在 2013 年世界品牌 500 强排名中，长虹位居第 298 位，品牌价值 827.58 亿元；在 2013 年中国品牌 500 强排名中，长虹排名第 19 位；公司同时还拥有美菱、华意等国际品牌，均具有较高的品牌知名度和客户忠诚度，据咨询机构统计数据显示，美菱冰箱 2013 年国内市场占有率第三，华意压缩机国内市场占有率连续十二年位居国内行业第一，出口连续八年居行业第一，2013 年产销规模跃居世界第一。

**产业链竞争力。**公司是行业内极少数形成了冰箱“压缩机+整机”、平板电视“面板+整机”全产业链的企业，同时正积极发展 OLED 等新型显示技术；主要产业已建立从核心部件到整机研发、制造、销售为一体及物流服务支持的垂直产业链整合模式；公司正在推进家庭互联网生态建设，积极构建基于云计算的大数据产业链，逐步建立基于数据价值挖掘的全新商业模式，公司的产业链整体协同优势将得到更有效地发挥。

**技术竞争力。**公司拥有包括长虹技术中心、工程中心、美菱技术中心、华意技术中心等在内的家电行业数量最多的国家级技术中心，并在智能产业链具有较完备的软硬件技术积累。持续推进数字家庭和物联网，通过对冰箱智能技术等家电智能互联核心技术研发与应用，掌握了互联互通、协同服务、智能感知等流媒体综合服务平台关键技术。PDP 能效指数超过国家一级能效新标准，达到行业领先水平；在 PDP 模组逻辑控制的核心技术上，搭建拥有完全自主知识产权的全新架构 ASIC 开发平台。

#### （五）投资状况分析

##### 1、对外股权投资总体分析

##### （1）证券投资情况

序号	证券品种	证券代码	证券简称	最初投资金额 (元)	持有数量 (股)	期末账面价值 (元)	占期末 证券总 投资比 例(%)	报告期损益 (元)
1	其他		“乾元”保本型理财产品 2013 年第 41 期	58,000,000.00		58,000,000.00	49.03	
2	股票	600050	中国联通	36,798,283.06	7,879,718.00	25,293,894.78	21.38	-2,285,118.22
3	其他		“蕴通财富·日增利 140 天”理财产品	20,000,000.00		20,000,000.00	16.91	
4	其他		“蕴通财富·日增利 140 天”理财产品	15,000,000.00		15,000,000.00	12.68	
期末持有的其他证券投资					/			
报告期已出售证券投资损益				/	/	/	/	54,719,225.87
合计				129,798,283.06	/	118,293,894.78	100	52,434,107.65

注：中国联通为本公司持有，其他理财产品为本公司子公司华意压缩机股份有限公司购买的金融产品。

## (2) 持有其他上市公司股权情况

单位：元

证券代码	证券简称	最初投资成本	占该公司股权比例 (%)	期末账面价值	报告期损益	报告期所有者权益变动	会计核算科目	股份来源
000521/ 200521	美菱电器/ 皖美菱 B	636,716,261.63	24.88	633,953,077.94	274,068,195.60		长期股权投资	
000404	华意压缩	235,609,266.00	28.81	535,609,265.52	161,222,634.00		长期股权投资	
合计		872,325,527.63	/	1,169,562,343.46	435,290,829.60		/	/

## (3) 持有非上市金融企业股权情况

所持对象名称	最初投资金额 (元)	持有数量 (股)	占该公司股权比例 (%)	期末账面价值 (元)	报告期损益 (元)	报告期所有者权益变动 (元)	会计核算科目	股份来源
华夏证券有限责任公司	5,000,000.00	6,751,446	0.25				长期股权投资	
徽商银行股份有限公司	5,000,000.00		0.13	5,000,000.00	1,073,757.30		长期股权投资	
景德镇城市商业银行	3,950,000.00	3,000,000	1.92	3,950,000.00	450,000.00		长期股权投资	
四川长虹集团财务有限公司	500,000,000.00		50.00	506,369,656.84	6,369,656.84		长期股权投资	
合计	513,950,000.00		/	515,319,656.84	7,893,414.14		/	/

注：华夏证券股份有限公司、四川长虹集团财务有限公司为本公司持有，徽商银行股份有限公司为本公司子公司合肥美菱股份有限公司持有，景德镇城市信用社为本公司子公司华意压缩机股份有限公司持有。

## (4) 买卖其他上市公司股份的情况

股份名称	期初股份数量 (股)	报告期买入股份数量 (股)	使用的资金数量 (元)	报告期卖出股份数量 (股)	期末股份数量 (股)	产生的投资收益 (元)

中航投资	3,485,160		3,485,160	0	53,109,554.64
------	-----------	--	-----------	---	---------------

## 2、非金融类公司委托理财及衍生品投资的情况

### (1) 委托理财情况

本报告期公司无委托理财事项。

### (2) 委托贷款情况

本报告期公司无委托理财事项。

## 3、募集资金使用情况

### (1) 募集资金总体使用情况

单位:万元 币种:人民币

募集年份	募集方式	募集资金总额	本年度已使用募集资金总额	已累计使用募集资金总额	尚未使用募集资金总额	尚未使用募集资金用途及去向
2011	权证	289,889.74	0.01	290,069.34	0.19	补充流动资金
合计	/	289,889.74	0.01	290,069.34	0.19	/

募集资金总额：为扣除全部应付的承销费等发行费用后募集资金净额 289,889.74 万元。

截至 2011 年 12 月 31 日，公司实际使用募集资金 2,900,609,507.98 元（含募集资金 2,898,897,448.56 元及募集资金账户利息收入 1,712,059.42 元），募集资金本金已全部使用完毕。

截至 2013 年 12 月 31 日，公司实际使用募集资金 2,900,693,367.59 元（含募集资金 2,898,897,448.56 元及募集资金账户利息收入 1,795,919.03 元），募集资金专户余额为 1,875.63 元（系利息收入）。

### (2) 募集资金承诺项目使用情况

单位:万元 币种:人民币

承诺项目名称	是否变更项目	募集资金拟投入金额	募集资金本年度投入金额	募集资金实际累计投入金额	是否符合计划进度	项目进度	预计收益	产生收益情况	是否符合预计收益	未达到计划进度和收益说明	变更原因及募集资金变更程序说明
偿还银行贷款	否	110,000.00	0	110,000.00	是						
补充流动资金	否	179,889.74	0.01	180,069.34	是						
合计	/	289,889.74	0.01	290,069.34	/	/		/	/	/	/

截至 2013 年 12 月 31 日，公司实际使用募集资金 2,900,693,367.59 元，包括募集资金

2,898,897,448.56 元及募集资金账户利息收入 1,795,919.03 元。

#### 4、主要子公司、参股公司分析

单位:万元 币种:人民币

公司名称	公司类型	所处行业	主要产品或服务	注册资本	总资产	净资产	营业收入	净利润
合肥美菱股份有限公司	股份公司	轻工制造	制冷电器、空调器、洗衣机、电脑数控注塑机、电脑热水器、塑料制品、包装品及装饰品制造	76,373.92	852,217.18	318,733.05	1,053,893.39	27,406.82
华意压缩机股份有限公司	股份公司	轻工制造	无氟压缩机、电冰箱及其配件的生产和销售	55,962.40	636,541.71	192,539.72	671,000.04	16,122.26
四川长虹电源有限责任公司	有限公司	轻工制造	碱性蓄电池、一次电池、充电器、工模具、非标准设备生产、销售	3,000.00	79,056.33	59,290.54	32,991.42	5,280.71
四川虹欧显示器件有限公司	有限公司	轻工制造	生产、销售和开发 PDP 以及其他新型显示产品	252,854.25	438,226.33	44,767.81	174,008.80	-34,717.20
长虹(香港)贸易有限公司	有限公司	商品流通	销售冷气机、电器及电子器件	20000 万港币	1,531,577.63	108,028.59	2,197,983.76	22,558.25
绵阳国虹通讯数码集团有限责任公司	有限公司	轻工制造	通讯终端、网络终端以及其他个人移动、消费电子产品的研究开发、生产、销售及服务	20,000.00	70,922.11	26,148.76	100,300.01	-19,253.26
四川长虹置业有限公司	有限公司	房地产	房地产开发、投资、咨询及销售,房屋租赁,房地产中介经纪服务,园林绿化服务,物业管理	14,384.00	325,843.12	19,816.20	76,143.53	8,449.32
长虹欧洲电器有限责任公司	有限责任公司	轻工制造	消费类电子的研发、制造、销售以及售后服务	8,358.31	24,010.28	-12,628.30	45,909.71	-5,477.43

#### 5、非募集资金项目情况

报告期内,公司无重大非募集资金投资项目。

#### (六) 行业竞争格局和发展趋势

2013 年家电行业经历节能政策退出, 行业增速放缓、波幅收敛渐成市场共识, 基于政策对需求的影响, 家电业 2014 年重回市场化竞争, 行业增速或将呈前低后高的趋势。从中长期看, 随着我国城镇化进程的推进、收入倍增计划的实施、消费的升级, 未来新的消费需求将会得到集中释放, 并进而带动高端家电产品的进一步普及和产品结构的持续优化; 家电电商高速增长, 新消费环境催生行业新机会, 未来电商或将从渠道竞争转向商业模式竞争; 家电产业全球分工的进一步调整以及中国家电企业全球竞争力的提升, 将推动中国家电企业海外市场份额的逐步增长。

互联网、云计算、大数据、O2O 等将持续冲击家电等传统产业, 家电行业升级转型已是大势所趋, 家电企业互联网转型将逐步从传播和渠道层面延伸至供应链和企业价值链层面。互联网企业等行业跨界者将继续深化对传统家电行业的颠覆, 且速度越来越快, 势头越来越猛, 将进一步颠覆传统家电行业的竞争格局、思维模式和商业模式。但是, 互联网时代对传统家电企业构成严峻挑战的同时, 也同步带来重要的发展机遇, 带来了突变的机会, 让传统家电企业有了重新定义产品、改写自身命运的变量和可能。

### (七) 公司发展战略

互联网企业跨界竞争, 龙头企业强强联合全线布局, 云计算、大数据、O2O 等一系列新事物都在深刻的影响着整个家电行业。为应对“后 PC”时代家电产业的变化, 公司在 2013 年提出了以“智能化、网络化、协同化”为重点的“新三坐标”智能战略; 其核心就是以人为中心, 通过广泛连接实现人、设备及服务的智能协同, 做强智能终端; 建设“传感器”网络, 开放数据接口, 为消费者提供越来越智慧的终端及服务, 并构建新的商业模式。

为此, 公司将在 2014 年围绕“智能化、网络化、协同化”三个方向开展工作。在智能化方向, 将强化现有终端产品的智能化, 拓展新型智能终端, 推出系列智能产品; 在网络化方向, 将加强网络对终端产品的价值提升, 强化云平台建设, 构建数据分析能力, 挖掘数据的价值, 构建基于数据的商业模式; 在协同化方向, 将加强终端的协同, 形成系统解决方案, 发展智慧家庭、智慧社区和智慧城市等业务。通过智能战略的实施, 推动公司由传统家电制造商向智能终端及服务提供商的转型。

### (八) 经营计划

2014 年, 公司将继续以用户为中心, 推进智能战略落地; 将坚持产品主义, 打造基于智能的产品独特竞争力; 全面推进公司产业、组织以及体制机制转型。

2014 年公司拟采取以下主要措施:

#### (1) 坚持产品主义, 专注产品力提升

以经营用户和入口作为商业模式创新的基础, 建立基于用户需求的快速响应体系, 大力发展粉丝用户并不断增强用户粘性; 聚焦核心产品, 进一步精简产品型号, 推动产品平台标准化; 加强用户研究和市场洞察, 精准新品企划, 强化智能终端的差异化卖点; 确保从 1 月份开始全年有条不紊地开展“CHiQ”系列产品成功发布, 为用户带来持续惊喜; 把握电商时代定制化发展趋势, 逐步推进产品定制化道路; 围绕智能生态树建设, 积极布局智能厨卫产品、智能 LED 照明, 跟进激光电视、新型智能移动终端。

#### (2) 全面拥抱互联网, 推动公司转型

围绕公司“新三坐标战略”推进转型方案设计与实施, 全面调整与重建公司产业结构、组织结构以及体制机制; 在产业转型方面, 将资源进一步向品牌、技术、服务等高附加值环节进行集中; 在机构改革方面, 实现重心下移, 逐步构建起“后端大平台, 前端小团队”的有机组织架构; 在机制转型上, 简化、统一、重构长虹的绩效激励体系。此外, 加强“研发端”机制与工具创新, 强化研发资源整合与协同, 推行产品经理负责制, 加快创新型人才体

系建设；推动公司生产组织模式变革，整合公司制造资源，打造公司 EMS（电子制造服务）能力；创新用户关系管理、品牌管理以及供应商管理模式与工具；强化干部队伍的危机意识、创新意识、自我批判意识，从思维习惯、知识结构、行动习惯等方面加速互联网化。

#### （3）创新技术体系机制体制，强化核心技术能力建设

推进以 IPD 为核心的项目协同机制，构建以产品经理为主导的技术和产品研发体系，探索 mini company 式运作；建立技术成果转化与分享机制，探索实施科技成果入股、市场化项目收益提成等激励方案；积极运作好创业投资基金，重点对电子信息领域的创新型中小企业及初创期企业投资，并支持员工内部创业；设立自由研发项目资金，建立自由项目创新机制；打造以人为中心的智能终端软件平台，重点开展云平台、大数据分析和经营业务；发布新一代智能电视、智能冰箱、智能空调等产品。

#### （4）持续推进系统提效工作

加强经营管控，优化资产结构，清理闲置资产；强化资金、物流、仓储等资源协同，促进内部产能利用；继续实施业务整合、技术革新、扩大新型用工、完善人员分流机制等措施，管控好 HR 总费用；持续推进供应链变革，优化存货检查预警机制，提升彩电、冰箱、空调等主要产品线的销售预测计划准确率以及订单交货准确率；聚焦产品品项，以生命周期管理（LMT）为核心推进品效管理；持续推进税务筹划共享平台的建设，加强税收管理整合。

#### （5）推进渠道整合与变革，全面提升市场地位

强化电商整体规划和布局，推动整体市场和营销渠道的整合与改革，基于电子商务平台向前打通供应端、向后打通销售端；加快推进营销业务信息化平台建设，尽快切换实现交易上线；加快基础设施（官网）建设；持续推进专卖店建设，提升三四级市场渠道管控和经营能力；加强线上线下相结合，推进实体店的销售职能逐步向体验与服务职能转变。

#### （6）提速国际化进程，做大海外市场

按照公司智能战略总体方向，对海外战略方案进行重新梳理，并强化在各个产业的落地执行与协同推进；积极推进巴基斯坦、巴西、印度以及东南亚投资合作项目；以产品为基础，聚焦大客户和根据地市场，推进国内外产品规划同步；做好海外经营在商业、法律、知识产权等方面的风险规避。2014 年公司海外销售规模要力争实现 20% 以上的增长，其中彩电海外销量力争实现翻番，冰箱（柜）力争实现同比增长 30% 以上，冰箱压缩机海外销量力争实现 20% 以上的增长，空调力争实现 30% 以上的增长。

### （九）因维持当前业务并完成在建投资项目公司所需的资金需求

公司将围绕经营目标，继续着力于主业的品牌建设、渠道建设和技术创新，主要通过自筹资金满足正常生产经营需求，并将继续保持与各大银行等金融机构的良好合作关系，开拓多种融资渠道。通过统筹资金、合理安排使用计划，严格控制各项费用支出，以支持公司的健康发展。

### （十）可能面对的风险

1、原材料价格上涨的风险。2014 年国内外经济形势依然错综复杂，原材料价格与汇率存在大幅波动的可能性，面板总体上供大于求但仍将延续结构性、策略性供需矛盾。铜、铝、钢板等大宗原材料价格在长期低位运行后，受利好数据和乐观经济预期的提振，加大了价格波动的风险，或将对企业业绩构成负面影响。

2、家电市场需求持续低迷的风险。因家电消费刺激政策对前期家电市场需求的提前释放，市场需求增速放缓，尤其是彩电市场或面临微降局面，中怡康预测 2014 年国内彩电市场销量同比下降 1.9%；房地产市场价格走势对家电产品终端需求的影响尚需观察。

3、互联网企业对行业冲击带来的风险。互联网正在颠覆家电企业传统的行业地位，催生全新的竞争格局；互联网持续颠覆家电行业传统的思维模式，促使传统制造企业寻找转型路径；互联网正在颠覆家电行业传统的商业模式，纯硬件盈利模式的空间受压。

4、产品技术风险。新技术、新材料的应用，家电产品生命周期明显缩短，公司根据市场需求预测，制定产品和技术规划，但如果产品无法获得市场认可，产品开发成本将无法收回，影响公司利润。

面对以上风险，公司将重点推动智能战略落地。首先，树立回归产品主义的观念，重点以彩电智能化、冰箱变频化和智能化、VISA 空调等为突破口，推出真正能够让消费者“尖叫”的产品，形成独特竞争优势，实现持续的市场领先。其次，推进产业转型、组织转型、体制机制转型，搭建适合互联网时代竞争需要的组织体系、产业架构与资本架构。再者，重点打造基础平台能力，从研发、制造、交易三个方面构建适应智能时代需求的特色能力。

#### 四、涉及财务报告的相关事项

4.1 与上期相比，本年度合并财务报表合并范围的变动如下：

1、本年度新纳入合并范围的公司情况

(1) 子公司

公司简称	新纳入合并范围的原因	持股比例%	年末净资产(元)	本年净利润(元)
绵阳科技城大数据科技有限公司	新设	58.33	39,783,442.90	-20,216,557.10
四川长虹数字家庭产业技术研究所	新设	100	998,091.92	-1,908.08

(2) 孙公司

公司简称	新纳入合并范围的原因	持股比例(%)	年末净资产(元)	本年净利润(元)
广元长虹精密电子科技有限公司	新设	100.00	4,123,036.41	123,036.41
广元长虹模塑科技有限公司	新设	100.00	1,208,214.52	-791,785.48
长虹佳华(香港)资讯产品有限公司	新设	100.00	7,956,596.86	95,696.53
长智光电(四川)有限公司	非同一控制下企业合并	81.00	106,328,516.22	-49,484.55
长虹电器印度私营有限公司	新设	100.00	839,644.23	-629,316.64

2、本年度不再纳入合并范围的子公司情况

(1) 子公司

公司名称	不再纳入合并范围的原因	减少持股比例%	处置日净资产	2013年1月1日至处置日净利润
长春长虹电子科技有限公司	注销	99.5	-19,768,625.20	

(2) 孙公司

公司名称	不再纳入合并范围原因	原持股比例	处置日净资产	处置日净利润	原控股股东
江西美菱制冷有限公司	吸收合并	100%	54,352,837.84	327,799.36	美菱股份
合肥美斯顿家电有限公司	吸收合并	100%	-2,246,809.82	-1,202,675.84	美菱股份
合肥美菱家电工贸有限公司	清算注销	100%	-2,225,998.01	1,106,411.85	美菱股份
巢湖美菱电器营销有限公司	清算注销	50%	7,188,356.96	-21,421.81	美菱股份

4.2 信永中和会计师事务所为本公司2013年度财务报告出具了标准无保留意见的审计报告。



董事长：赵 勇

四川长虹电器股份有限公司

2014 年 4 月 8 日