

长虹美菱股份有限公司

2021年度董事会工作报告

各位股东：

2021年度，长虹美菱股份有限公司（以下简称“公司”或“本公司”）董事会严格遵守《公司法》《证券法》等法律、法规及《公司章程》的有关规定和要求，本着对全体股东负责的原则，恪尽职守，认真履行职责，维护公司和股东的合法权益，规范运作，科学决策，积极推动公司各项业务发展。现将2021年度董事会工作报告汇报如下：

一、报告期内公司所处的行业情况

1. 冰箱行业

冰箱行业是成熟的家电产业之一，市场中活跃的品牌也相对稳定，从整体数据来看，2021年是我国冰箱市场表现尚可的一年。面对全球疫情反复、运力不足等不利因素，2021年我国冰箱制造业克服了原材料价格剧烈波动、供应链压力增大、国内需求疲软、产品利润率下降等多重困难，通过优化产品结构及成本、深挖市场提高产品附加值，使行业发展稳中有升。产业在线数据显示，2021年中国冰箱生产量为8,609.6万台，同比增长2.0%；销售总量为8,643.3万台，同比上升2.3%。值得关注的是出口依然是冰箱行业增长的主要驱动力，2021年我国冰箱行业出口量为4,378.6万台，同比提升4.8%，有效带动了行业总体销售的增长。

2. 空调行业

空调产品是受宏观经济和天气因素影响最大的家电品类。近两年来，由于房地产市场的持续低迷，叠加疫情的影响，空调行业规模连续下滑。2021年，受国内疫情多点频发、原材料价格上涨、能效双控、空调销售旺季雨水多等因素的影响，空调行业出现“旺季不旺”现象，导致空调市场在2021年遭遇“寒冷年”。据产业在线统计，2021年我国家用空调行业总销量1.5亿台，同比增长7.9%，同比2019年增长1.3%；其中内销0.8亿台，同比增长5.5%，同比2019年下降8.1%；出口0.7亿台，同比增长11.0%，同比2019年增长16.1%。空调行业经过多年高速增长，家庭保有量高，行业需求进入存量换新的新周期，但消费者对空调产品的替换需求释放较慢，未来几年整体销量趋于相对平稳。

3. 洗衣机行业

2021年，洗衣机市场总体上已恢复至疫情前的节奏和水平。根据奥维云网（AVC）全渠道推总数据，2021年全渠道零售额为766亿元，同比增长7.3%，零售量为3,718万台，同比增长0.8%。但受疫情、消费者需求及消费方式的转变，各

大品牌纷纷围绕产品在结构、属性、形态、功能、价格和需求等方面进行升级，洗烘一体、大容量、静音和杀菌洗涤、智能模块渗透率等成为细分赛道升级创新的主旋律。

二、报告期内公司从事的主要业务

公司是中国重要的电器制造商之一，拥有合肥、绵阳、景德镇和中山四大国内制造基地，印尼和巴基斯坦海外制造基地。目前，公司已基本完成了综合白电的产业布局，覆盖了冰箱柜、洗衣机、空调、厨卫、小家电等全产品线，同时进入生物医药等新产业领域并取得了一定成绩。

30多年来，公司始终坚持“自主创新，中国创造”，一直矢志不移地专注家电行业，以技术创新和产品创新精心打造企业核心竞争力。凭借尖端研发团队及先进的技术积淀，使美菱在变频、智能、保鲜、薄壁、净味、节能、风冷、深冷等多个领域不断取得突破性成果。公司成立了安徽省首家RoHS公共检测中心，国家级企业技术中心，国家级工业设计中心，5G工业互联网创新应用实验室；公司先后荣获“智慧冰箱智能制造试点示范项目”“国家级绿色工厂”“国家级工业设计中心”“2020年度中国轻工业科技百强企业”“全国家电行业质量领先企业”等多项国家级荣誉称号。同时，多款美菱产品屡次斩获多项国内、国际创新大奖，不断彰显美菱智造、美菱品牌智能创新技术的能力和实力。AWE2021艾普兰颁奖典礼上，公司旗下高端新品冰箱“十分净”BCD-503WUP9BQ凭借其出色的产品设计和创新智能技术荣获艾普兰优秀产品奖；2021年中国冰箱行业高峰论坛中，美菱冰箱脱颖而出，美菱冰箱凭借领先的保鲜技术和卓越的品质，“十分净”产品BCD-503WUP9BQ荣获“鲜净之星”，“星辰”冰箱产品BCD-532WPUCY荣获“杰出渠道表现产品奖”，此外凭借公司在保鲜技术上的深耕和创新，荣获行业唯一的“年度鲜锋品牌”殊荣。

近年来，在行业转型和消费升级的驱动下，公司始终坚持智能、变频两大产品策略，通过抓住保鲜、薄壁、净味、风冷、能效升级的契机并切实解决用户痛点，推动公司产品向智能化、高端化转型升级，全面提升产品在行业中的竞争力。在“智能化”战略指引下，近年来公司陆续发布并上市了多款CHiQ系列的智能冰箱及空调产品、“M鲜生”系列冰箱、“M鲜生”全面薄系列产品、“十分净”系列产品等，通过切实解决用户痛点，使得美菱始终引领行业风向。2021年4月，公司携手京东发布搭载LINF光谱等离子技术的“星辰”系列母婴冰箱，满足母婴人群在面对备孕、孕期和育儿期等不同阶段的刚性需求。2021年5月，公司发布了新一代“十分薄”直驱滚筒洗衣机，采用创新科技磁悬浮超薄DD电机，实现“直驱更洁静”的产品理念，噪音、能效等主要性能指标均达到国内外先进水平。2021年7月，采用了“零冲击”和“微微冻”保鲜技术的“M鲜生”二代系列产品全球首发，突破了传统冰箱冷藏和冷冻技术的禁区，开启了冰箱行业微冻保鲜的全新竞争赛道。2021年11月，公司发布了最新的燃气采暖热水炉，通过结合“一种分段燃烧器及壁挂炉”发明专利技术，使其具有分人、分场景的“沐浴场景定制”

功能，可提供不同沐浴模式，满足了用户多样化的热水需求。同月，拥有“双独立系统、极致均匀、变频节能”等独特优势的第三代双擎变频M-Twindrive系列超低温冷冻储存箱对外发布，实现样本的“智存”“智取”，再次为样本存储安全提供了保障，为用户提供了新的选择。2022年1月，采用了远投近柔舒适风技术的客餐厅共享空调首次发布，为用户带来远投近柔客餐两用的舒适家居场景。

面向未来，公司将在“敬业担当，同创共享”的核心价值观指引下，落实“一个目标，三条主线”的经营方针，进一步完善家庭互联网布局，加快家电智能化进程，形成“硬件+服务”的双增长引擎，带动公司盈利模式的转型升级，探索家电企业服务增值新模式，迎接行业竞争新格局，实现自身持续稳定发展。与此同时，公司将基于“智汇家生态圈计划”，以现有产品为核心，提升综合白电产品的研发、制造、销售和协同能力，为用户提供一整套智慧白电系统解决方案。

报告期内，公司收入主要来源于冰箱（柜）、空调、洗衣机、小家电和厨卫、生物医疗等，合计收入为173.32亿元，占公司营业收入的比例为96.11%。

三、核心竞争力分析

（一）品牌能力

公司是中国知名电器制造商之一，拥有冰箱、冰柜、空调、洗衣机、小家电、生物医疗等多条产品线。“美菱”品牌被列入中国最有价值品牌之一。近年来，公司不断通过重塑品牌形象、持续创新核心技术和开发高端智能产品等举措，打造品牌核心竞争力。在重塑品牌形象方面，为了提升高端品牌形象，进一步扩大品牌的市场影响力，公司重新进行品牌定位。公司于2015年10月全面更新LOGO，推出“美菱，让美好来临”的全新品牌主张。随着新LOGO的发布，美菱将同时实施“美好三部曲”品牌战略，从注重感官直接体验的“体验美好”到注重精神心灵享受的“享受美好”，再到注重生活方式信仰的“信仰美好”。

在核心技术持续创新方面，公司一方面为顺应行业及市场发展需求，不断推动保鲜、智能、变频技术的创新，保持行业领先地位。另一方面，在消费升级的助推下，为满足消费者个性化、差异化与多元化需求，冰箱产品方面，“零冲击”和“微微冻”保鲜技术、自主研发水分子激活保鲜技术、全面薄GLS集成技术、MCN+净味保鲜技术等核心技术，引领冰箱行业回归保鲜主场、全面进入拼薄和长效净味的时代；洗衣机产品方面，通过内桶锥形胀圆技术、斜角稳定技术、云盘冷凝技术三项黑科技的开发，打造洗衣机“薄”“大”“简”行业名片，为用户提供全新的嵌入式体验方案；空调产品方面，坚持“好睡眠+好空气+好舒适”的产品理念，重点围绕品质、体验、健康进行产品升级，从舒适性、可靠性指标上严控品质关，打造空调“极静、极省、极智”的品牌体验，围绕“新风换气、自清洁、全无尘”三大核心功能进行产品系列化布局；厨卫及小家电方面，专注打造水生态电器和运营服务有影响力品牌，强化饮水类产品阵容，并研发饮水系列产品与制冷、家居领域的集成化，为用户提供更好的产品服务；生物医疗方面，坚

持“基于生物医疗领域相关多元化”的发展战略，围绕生命科学、智慧冷链、家庭健康三大业务战略布局，持续推进产品创新研发、品质提升。

在高端智能产品开发方面，通过持续的技术创新，催生产品创新。近年来，公司相继发布了CHiQ智能系列产品、“M鲜生”系列冰箱、“M鲜生”全面薄系列产品、“M鲜生”二代系列冰箱、“十分净”系列冰箱、母婴系列冰箱；“十分薄”系列洗衣机、空调恒温新风柜机、全无尘挂机和睡眠挂机、“客餐厅共享”空调；智能语音茶吧机、智能电热水器等。通过前述高端智能化家电产品的推陈出新，打造“美菱鲜”、“美菱薄”、“美菱净”三张品牌名片，不仅及时满足市场需求，而且丰富、提升了品牌形象。

通过产品的不断升级对品牌能力的重塑，美菱将实现品牌形象的年轻化、国际化、专业化和智能化，通过美好原点、美好生活圈以及美好生态圈的逐步打造，让美菱成为更人性化的白电艺术家、更智慧化的科技专家、更值得信赖的生活管家。

（二）产品能力

30多年来，公司专注制冷行业，先后研发出多款不同型号的冰箱产品，主要包括搭载水分子激活保鲜技术的“M鲜生”一代系列保鲜冰箱、“零冲击”和“微微冻”保鲜技术的“M鲜生”二代系列保鲜冰箱、“星辰”系列母婴冰箱、“十分净”系列保鲜净味冰箱、全面薄产品延伸503系列冰箱、CHiQ系列高端智能冰箱及空调、0.1度双精确变频冰箱、北美风冷产品、澳洲冷冻4星产品、新欧洲E级产品、立式展示柜、DW-HL550独立双温区双控的超低温医用冷藏箱等。尤其是公司发布的“M鲜生”二代系列保鲜冰箱，通过零冲击和微微冻的两大技术，精准实现保鲜-3.5度，给用户带来鲜肉保存33天、营养零流失、切肉不等待的三大保鲜体验；开发的“十分薄”直驱滚筒系列洗衣机，在超薄平台技术基础上，采用创新科技磁悬浮超薄DD电机，实现“直驱更洁净”的产品理念，噪音、能效等主要性能指标均达到国内外先进水平；深耕行业细分赛道，发布的客餐厅共享空调采用了远投近柔舒适风技术，做到远风20米，近柔不吹人，让客餐厅共享温暖空间；生物医疗致力于构建加速物联网等技术与生物医疗场景的融合，行业首创双擎变频技术，陆续发布第3代双擎变频M-Twindrive系列超低温冷冻储存箱，为储存安全强势赋能，此外DW-HL680、DW-HL850以其“双独立系统、独立监控、极致均匀、变频节能、急速降温、7重保障、立体保温、10寸大屏”独有的优势，实现样本的“智存”“智取”，引领智能样本存储新时代。总之，公司致力于通过持续的技术创新和迭代，打造一系列具有独特价值的产品，为消费者带来新的消费体验。

公司拥有较为先进、完善的研发及品质保证系统，通过了ISO9001、ISO14001、ISO45001等管理体系认证，产品得到优质品质保证，产品性能可靠。同时，公司拥有“国家级技术中心”、“国家级工业设计中心”、“国家级知识产权示范企业”

权威认证作为强有力的保证。技术研究方面，致力于应用基础技术研究及产业化转移，确立了以“智能、变频、仿真、保鲜”为核心技术，“制冷、新材料、发泡”为关键技术的技术战略规划。产品开发方面，结合技术研究成果和消费升级需求，更新年度产品规划开发大纲，产品结构日益升级，继续加大对薄壁、风冷、大容积、变频、智能、仿真、智清洁、净味、除菌、除尘、静音等中高端产品开发力度，开发有竞争力的核心产品。公司战略层面继续坚持“智能战略、产品主义”核心思想，通过推进智能、变频产品的后续研发、推广及技术更新，推动公司产品转型、技术创新及行业领跑。

（三）运营能力

公司持续开展标杆管理活动，提升公司运营管理水平 and 竞争力。同时，通过开展“人效、钱效、物效”三方面提升工作，不断提升内部管理能力。建立了目标清晰、指标量化、绩效导向的绩效考核和激励下沉的分层式分享体系，激活内部生产力。以价值链管理为主线，持续开展价值创造工作，提升公司竞争力。同时，不断完善内控体系，提高防范风险能力。

（四）营销能力

公司建立了较为完善的销售网络及服务体系，为用户提供覆盖白电全品类的高品质服务。国内市场积极推进营销转型，快速搭建以合理商业库存管理为核心的运营管理体系和以终端零售价为价值的价值管理体系，实现从面向产品线的销售管理到面向全渠道和用户经营服务、从单一品类营销到全品类营销的营销转型；通过坚定的对标对阵实现产品领先和效率提升，打造营销体系能力和长期发展潜力。海外市场通过加大海外营销机构、研发基地、生产基地等投入，积极开拓市场，与国际知名的家电品牌商、经销商合作，不断优化客户结构和提升产品结构，加速海外品牌建设，提升海外品牌知名度，以营销驱动面向海外细分市场，量身打造市场策略促市场拓展。

四、主营业务分析

（一）冰箱（柜）产业

2021年，公司进一步强化以合理的商业库存为核心的运营管理体系，通过驱动营销组织转型、提升交付效率，商业库存周转大幅提效，商业库存周转天数同比下降7天。通过提升制造柔性生产能力，实现冰箱柜制造效率提升。

通过技术赋能与产品应用紧密结合的方式，推动核心技术、关键技术及硬核科技的深化研究与能力提升，冰箱柜产品竞争力不断加强。围绕“精品+爆品”的产品策略，持续推动冰箱“薄、鲜、美、智”产品布局，通过“精准定位、强化分层、盘活基地、渠道订制”进一步提升产品竞争力，推动产品良性经营；加强核心关键技术研究，“M鲜生二代”新品搭载的“零冲击”“微微冻”技术再次引领行业保鲜技术，为消费者带来更大的价值，取得了良好的市场效益。

报告期内，公司成立了冰箱柜事业本部，更聚焦到核心产业，优化平台、提高效率。做实产品经营体，让经营体成为内外驱动引擎。开展全价值链对标的推进，效果初步显现，实现利润的改善。实施质量对标，降低了SCR和退换货率；实施研发对标，缩短了开发周期、提高了新品成功率。

报告期内，公司冰箱（柜）业务实现收入约77.25亿元，同比增长5.46%。

（二）空调产业

国内市场方面，围绕“区域聚焦、良性经营、模式创新”，坚持对标对阵；运营管理重规范，降费提效；持续推进重点区域建设和合伙人创新模式；在价值链可控的前提下，线上柜机错位竞争，改善损益，线下加快渠道转型，聚焦独特价值产品，激活团队。海外市场方面，销售渠道升级、以效率为抓手，降低成本，提升制造效率、加强物流能力建设，持续打造自身研发和衍生能力。报告期内，公司空调业务实现收入约68.67亿元，同比增长48.67%。

（三）洗衣机产业

公司洗衣机产业坚持差异化错位竞争，对产品结构进行优化与调整。国内市场方面，把握市场消费趋势，坚持产品和市场领先的策略，推出了“磁悬浮”技术变频直驱滚筒，进一步提升产品竞争力。国外市场方面，根据不同国家生活习惯和使用习惯进行产品创新和研发，加强海外市场开拓。报告期内，公司洗衣机业务实现收入约6.69亿元，同比增长43.31%。

（四）厨卫、小家电产业

围绕“水生态”核心战略细化产品布局及研发，强化饮水茶吧、燃气热水类产品，根据用户需求细耕行业领域，加大研发投入，保持创新活力，同时加强产品功能集成化，推出了行业领先的智能语音茶吧机、即热茶吧机和拥有不同沐浴模式的燃气采暖热水炉。报告期内，公司厨卫、小家电业务实现收入约13.30亿元，同比增长16.37%。

（五）生物医疗产业

围绕生命科学、智慧冷链、家庭健康三大业务战略布局，加强研发深度、完善研发体系、优化研发流程，形成可持续的技术创新能力；基于市场需求，深入精细化管理，推进工艺标准化建设，优化计划调度管理，提高产能效率和产品质量；坚持市场导向，提升系统反应能力，吸纳优秀人才，搭建人才培养体系，优化管理体系建设，提高运营效率。报告期内，生物医疗业务实现收入约4.41亿元，同比增长25.15%。

五、公司未来发展的展望

（一）宏观环境分析

展望 2022 年，疫情对各行业的冲击导致居民收入受到一定影响，消费需求收缩，供给冲击和经济预期转弱的压力仍然存在，且疫情及复杂多变的全球政治、贸易环境为经济发展带来许多不确定性。但从长期来看，我国经济韧性强，长期向好的基本面不会改变。随着新一轮科技革命和产业变革深入发展，新技术将推动传统制造业发生深刻变革，企业创新驱动步伐加快，消费市场呈现分层化、个性化特征，家电行业发展存在新的发展机遇。在行业消费升级的大趋势下，通过科技创新和消费者研究、精准匹配细分人群需求的高品质、个性化、时尚化、舒适化以及智能化、健康化等新兴品类和场景解决方案将快速增长，成为拉动消费市场的主要动力，家电产业链将全面向绿色低碳、智能化、数字化转型升级，持续提升行业的全球竞争力和影响力。

（二）产业环境分析

1. 冰箱（柜）行业

国内市场方面，根据国家统计局发布的数据显示，2020 年中国冰箱柜百户拥有量已全面破百，这也意味着冰箱市场全面进入存量市场，换新过程中带来的产品结构升级和价格结构升级趋势仍在，规模仍将保持稳健发展态势。从供给端来看，尽管大宗商品原材料价格有所回落，但仍在高位运行，成本压力的长期存在将对规模持续形成负反馈，同时也将持续推动行业价格走高。奥维云网（AVC）预测 2022 年冰箱市场零售量将达到 3,151 万台，同比下降 1.2%，而上游成本推动价格增长持续，预计零售额为 980 亿元，同比增长 0.9%。

出口方面，受前期透支带来的需求疲软以及终端价格走高影响，叠加诸多地区财政补助退出带来的多重压力，海外市场特别是欧美地区对冰箱需求大概率将回落。另外，海运价格短时间内仍居高位且受海外疫情反复导致国际物流供应链不畅、空箱周转率低等因素影响，海外主要远洋航线的运力仍然紧张，也在一定程度上挤压出口份额和利润。产业在线预计 2022 年冰箱出口规模将会有一定程度的下滑。

2. 空调行业

2021 年空调行业成本暴涨，行业需求疲软，企业面临巨大的经营压力。2022 年上半年，空调国内市场消费驱动仍然动力不足且还存在一些不确定性的因素，但随着国家一系列消费政策的刺激引导，下半年消费市场将逐步趋于好转。海外市场，由于全球经济复苏放缓的趋势难以改变、发达国家发放消费券的行为具有不可持续性、高通胀和汇率波动对需求产生抑制以及海运价格短期内仍会维持高位等，空调产品的价格难有回落空间，2022 年空调海外市场需求存在很大的不确定性。在此背景下，企业间的竞争更为理性、谨慎。

3. 洗衣机行业

近年来，洗衣机市场已趋于存量盘整期，市场需求以更新换代为主，市场需

求不足成为行业常态，尤其在新冠疫情的影响下，行业整体增速下滑。受原材料涨价、成本加重及疫情发生后消费者心态等因素影响，企业之间的竞争多从价格转向价值，产品除具备洗涤等基础功能外，还聚焦烘干、除菌、智能等高品质高附加型功能需求，不断提升产品品质。鉴于国内疫情日趋稳定，大规模爆发的可能性微乎其微，同时洗衣机更新换代需求市场平稳、产品迭代步伐稳健有力，洗衣机品类在家电产品中将呈现大盘持续稳健、渠道持续转移、结构持续升级等趋势的向好态势。

4. 厨卫、小家电

厨房电器产业方面，疫情“宅经济”让数以百万级的家庭重新拥有了做饭的时间和空间，唤醒了人们对烹饪的热爱与热情，但随着疫情常态化，消费者理念逐渐向理性过度，消费热度不断降低。根据国家厨卫产品使用年限的标准，厨卫产品将逐步进入替换周期，且随着厨卫产品的技术迭代、居民消费水平的提高及旧城改造等计划的实施，将进一步加速厨卫产品的更新换代。

小家电产业方面，从渠道层面来看，疫情的到来使得线上渠道快速发展，直播带货走向成熟化，线上渠道成为小家电的主销渠道。从品类层面来看，消费不断升级，人群不断细分，使得消费需求呈现多样化，许多新兴小家电品类“疫后”爆发，为小家电市场注入新的活力和机会。但同时小家电也面临着入行门槛低、产品良莠不齐的困境，导致企业竞争也愈发激烈。

5. 生物医疗

医疗器械行业市场规模庞大且细分领域众多，加之后疫情时期基层医疗机构设备升级，市场对各类医疗器械的需求正在稳步增长。在国家政策重点鼓励医疗器械国产化及国产替代的背景下，国家鼓励优先采购国产设备，催生了国产化需求，促进了国内医疗器械产业链的不断完善。与此同时，企业不断加大研发投入，增强自主创新能力，调整商业模式以及监管体制的建立健全等均有效推动了医疗器械的国产化进程。

（三）发展战略

1. 愿景

中国领先、世界一流、受人尊重的家电企业。

2. 战略方向

全面贯彻“一个目标，三条主线”的指导方针，通过合理的商业库存周转，驱动组织转型，提升以效率为核心的综合竞争力，从而实现产业的稳健发展。

（四）2022年经营计划

1. 经营方针

公司 2022 年的经营方针为“一个目标，三条主线”。公司将坚定走效率为王、产品领先、对标对阵之路，让效率和产品的能力通过对标对阵转化为经济效益，继而实现一个目标，即在盈利前提下，实现份额增长。

（1）一个目标

“一个目标”即在盈利前提下，实现份额增长。深化营销转型，对以合理的商业库存为核心的运营管理体系、以零售价为核心价值管理体系、以零售为核心的营销管理体系，以刚性预算为核心的费用管控体系进一步强化，并在研产端持续增收、降本、降费，以达成经营持续改善的目标。

（2）三条主线

效率为王：进一步强化以合理的商业库存为核心的运营管理体系，牵引零售端-制造端-物流端全链路的高效协同运转。

1. 提高商业库存周转。零售端强化商业单位库存管理，加快营销转型与业务模式优化，持续缩短商业库存周转天数；制造端通过期货模式和订单模式缩短接单周期；提升供应能力，缩短采购周期；提高换模效率、柔性生产和提升日交付兑现率以缩短生产周期；物流端通过物流归集、装车、发运提效缩短物流周期。同时，构建数据安全体系，大力保障工业互联网项目顺利推进，提高产品直发比例、提高订单客户占比，支撑商业库存周转提升。

2. 提高研发效率。以产品为抓手，拉通企划、开发、推广、销售业务链进行目标和任务的联动，降低设计变更率，压缩研发周期，严控产品型号数。

3. 提高制造效率。在保证安全的前提下，着力经营全面化、订单精准化、制造数字化、生产精益化；以产线效率为抓手，大幅缩小与标杆的差距，实现制造突破。

4. 提高质量效率。持续推进控风险、降成本、提口碑，提升产品质量水平，大幅降低电商差评率、电话投诉率、退换货率，提高客户满意度。

5. 提高人效、文化落地。持续岗位优化提高人效，GPI（员工绩效成长指标）升级提高员工活力。将企业文化落实成每个干部、员工的行为准则、评价标准，提高全体员工敬业满意度。

产品领先：以价值为导向，研究消费者需求和洞察技术发展趋势；整合内部企划能力、研发制造能力、营销推广能力和用户服务能力，在效率基础上叠加“独特价值的产品”，形成“精品+爆品”的竞争优势。

1. 坚持产品战略。坚持“精品”+“爆品”+“精爆品”产品策略，冰箱围绕“薄、鲜、美、智”，空调围绕“极静、极省、极智”，洗衣机围绕“薄、大、简”，厨卫和小家电围绕“水生态家用电器和运营服务有影响力品牌”，生物医药围绕“生命科学、冷链和健康市场机遇”进行产品布局。通过“精准定位、强化分层、

盘活基地、渠道订制”持续提升产品竞争力，推动产品良性经营。

2. 强化产品规划体系建设。按节点滚动刷新产品规划、开发大纲，精准满足市场需求。深入市场提高产品规划的准度和广度，规范执行 IPD 流程，减少源头变更。

3. 以用户为中心，挖掘痛点、解决痛点。精准用户画像，把用户体验测评嵌入 IPD 流程、迭代循环，提高新品用户体验问题改善率。

4. 提高核心关键技术能力建设。自主掌握核心技术，实现行业领先；整合应用关键技术，实现行业先进；掌握硬核科技机理，实现行业突破。

5. 强化智能化研究。围绕用户与家电的人机交互打造领先的产品使用体验，围绕家电基本技术与智能技术融合打造新一代的家电产品。

对标对阵：不仅要在技术层面对标对阵，更要在经营指导思想方面对标对阵，提升组织业绩、能力与效率。

2. 市场策略

(1) 冰箱（柜）

国内市场方面，坚定不移进行营销组织转型，在产品上打造“精品”+“爆品”+“精爆品”，增规模、提毛利，加大电商进攻力度，推进线上线下一体化，通过线上份额的提升实现规模增长，同时收缩线下损益较差的渠道。

海外市场方面，专注于有价值的规模提升。打造风冷、变频优势，夯实立式风冷冷柜领先优势，打造全容积段卧式冷柜薄壁优势等，提升产品竞争力，通过聚焦战略市场、重点市场、潜力市场，不断提升市场占有率。与此同时，加速推进海外自主品牌业务发展，子公司及代理模式并行，加快品牌出海。

(2) 空调

国内市场方面，追求良性优先，抓住“新风、自清洁、舒适风”功能升级契机，打造“精品”+“爆品”+“精爆品”模式，发力电商，主攻根据地市场，全面对标对阵，坚持有利润的规模增长。

海外市场方面，坚持品牌优先、渠道聚焦、产品升级、效率至上的经营思路。在渠道方面寻求新市场突破，进一步扩张新兴市场，聚焦重点市场的核心客户，加强针对不同市场的应对能力；在产品方面，推动新挂机平台产品的派生和销售，加快第三代健康空调和小语种本地语音功能产品的开发。

(3) 洗衣机

以内销为基础，外销迅速突破，品牌业务为补充，三驾马车各自发力，实现可持续、高质量增长。围绕“洗尽铅华、美护全家”的产业愿景，坚持“以用户

为中心、高品质、差异化”的经营理念，打造“超薄机身”、“超大筒径”、“一键智洗”等产品核心竞争力。

(4) 厨卫、小家电

厨卫、小家电继续实施差异化竞争策略，强化水生态细分领域影响力的提升，本着“产品牵引、营销转型、运营提升、团队激活”的经营思路，继续深化系统能力的打造，聚焦“茶饮生态”核心产品线，稳步提升市场规模和行业地位。

(5) 生物医疗

坚定不移地执行“基于生物医疗领域相关多元化”的发展战略，围绕生命科学、智慧冷链、家庭健康的业务框架布局，深入生命科学渠道体系建设，推进产品升级迭代、新技术创新研发，带动服务、效率提升；推进自动化冷库，稳步拓展智慧冷链业务；推进家庭健康新品上市推广，渠道拓展累积，推动公司规模快速增长。

(五) 可能面临的风险及对策

面对家电市场的竞争更加激烈等客观因素，企业生存的环境将会更加恶劣。2022 年公司将面临行业形势严峻、原材料成本上升、海运价格上涨、贸易摩擦及地缘政治的影响等风险。

1. 原材料价格波动风险

公司主要产品使用的大宗原材料受疫情影响，其价格从 2019 年 5 月连续多轮上涨，至 2021 年底虽有所回落，但受国际及国内“双控”等政策影响，价格出现趋势性大幅下跌的可能性较小，预计整体仍处于高位运行状态，企业成本压力巨大。

2. 国际运输价格波动风险

受疫情以及国际间对铁矿石等原材料需求增长的因素影响，导致集装箱以及海运运力出现紧张的局面，从而催生国际运输费用的上涨。公司产品出口订舱困难，导致发货及运输周期延长，成品发运困难。同时受海运费不断上涨的因素导致零售价格上涨，对部分海外市场需求产生抑制，将会对公司出口业务产生不利影响。

3. 贸易摩擦及地缘政治的影响

公司密切关注国际贸易摩擦及地缘政治等不确定性因素对公司全球业务的影响。

针对上述风险，同时结合 2022 年行业形势及 2021 年的不足，公司 2022 年将全面贯彻“一个目标，三条主线”的经营方针，提前在产品、技术、市场等方面进行布局，使公司产品向高端化、智能化转型，同时丰富产品线，打造综合性

家电企业。

六、董事会日常工作情况

公司董事会严格按照《公司法》《公司章程》《董事会议事规则》《独立董事工作制度》等规定履行职责，公司第十届董事会设董事 9 名，其中独立董事 3 名，独立董事占全体董事的三分之一。董事会下设战略委员会、审计委员会、薪酬与考核委员会、提名委员会，各委员会根据其工作细则履行职责，为公司治理的规范性做出应有的贡献。

董事会严格按照相关法律法规开展工作，公司全体董事诚实守信、勤勉尽责，认真出席董事会和股东大会会议，积极参加有关培训，熟悉有关法律法规。独立董事对公司重大事项享有足够的知情权，能够独立、客观、认真地履行职责。

（一）报告期内董事会的会议情况及决议内容

2021 年度，公司董事会共召开了 11 次会议，所有会议召开严格按照相关法律、法规及《公司章程》的规定进行，所有会议决议合法有效。董事会会议召开的具体情况如下：

会议时间及届次	会议内容	信息披露媒体
2021 年 3 月 2 日 第十届董事会第五次会议	审议通过《关于公司利用部分闲置募集资金投资理财产品的议案》《关于控股子公司中科美菱低温科技股份有限公司投资设立全资子公司的议案》《关于对子公司合肥长虹美菱生活电器有限公司提供信用担保额度的议案》《关于公司对冰箱（柜）合肥基地生产线进行技术改造的议案》《关于公司向中国进出口银行安徽省分行申请 3 亿元人民币流动资金贷款的议案》共 5 项议案。	《证券时报》、 《中国证券报》、 《香港商报》、巨潮资讯网
2021 年 3 月 29 日 第十届董事会第六次会议	审议通过《2020 年度董事会工作报告》《2020 年年度报告及年度报告摘要》《2020 年年度财务决算报告》《独立董事 2020 年度述职报告》《公司 2020 年度内部控制评价报告》《关于公司 2020 年度利润分配预案》《关于续聘 2021 年度财务报告、内部控制审计机构及支付报酬的议案》《关于计提信用损失准备的议案》《关于提取存货跌价准备的议案》《关于处置非流动资产的议案》《关于计提资产减值准备的议案》《关于 2020 年度募集资金存放与使用情况的专项报告》《关于公司对四川长虹集团财务有限公司的风险持续评估报告》《关于公司开展远期外汇资金交易业务的议案》《关于公司未来三年（2021 年-2023 年）股东回报规划的议案》《关于子公司核销部分坏账损失的议案》《关于聘任公司副总裁的议案》《关于控股子公司中科美菱低温科技股份有限公司对其全资子公司提供信用担保额度的议案》《关于公司向兴业银行股份有限公司合肥分行申请最高 3 亿元票据池专项授信额度的议案》《关于公司向平安银行股份有限公司合肥分行申请最高 3 亿元票据池专项授信额度的议案》《关于公司向徽商银行股份有限公司合肥经济开发区支行申请最高 3 亿元票据池专项授信额度的议案》《关于公司向招商银行股份有限公司合肥分行申请最高 3 亿元票据池专项授信额度的议案》《关于公司向中信银行股份有限公司合肥分行申请最高 5000 万元	《证券时报》、 《中国证券报》、 《香港商报》、巨潮资讯网

	<p>票据池专项授信额度的议案》《关于公司向交通银行股份有限公司安徽省分行申请 8 亿元人民币最高授信额度的议案》《关于公司向平安银行股份有限公司合肥分行申请 5 亿元人民币最高授信额度的议案》《关于公司向杭州银行股份有限公司合肥庐阳支行申请 3 亿元人民币最高授信额度的议案》《关于召开 2020 年年度股东大会的议案》共 27 项议案。</p>	
<p>2021 年 4 月 19 日 第十届董事会第七次会议</p>	<p>审议通过《2021 年第一季度报告》《关于计提信用损失准备的议案》《关于提取存货跌价准备的议案》《关于处置非流动资产的议案》《关于公司 2021 年执行新租赁准则并变更相关会计政策的议案》《关于终止购买资产暨关联交易的议案》共 6 项议案。</p>	<p>《证券时报》、 《中国证券报》、 《香港商报》、巨 潮资讯网</p>
<p>2021 年 5 月 26 日 第十届董事会第八次会议</p>	<p>审议通过《关于子公司合肥美菱物联科技有限公司投资建设工业互联网服务能力的议案》《关于公司向九江银行股份有限公司合肥分行申请最高 4 亿元票据池专项授信额度的议案》《关于召开 2021 年第一次临时股东大会的议案》共 3 项议案。</p>	<p>《证券时报》、 《中国证券报》、 《香港商报》、巨 潮资讯网</p>
<p>2021 年 7 月 12 日 第十届董事会第九次会议</p>	<p>审议通过《关于购买董监高责任险的议案》《关于增加预计 2021 年日常关联交易的议案》《关于公司向中国民生银行股份有限公司合肥分行申请 3 亿元人民币最高授信额度的议案》《关于公司向东亚银行（中国）有限公司合肥分行申请 1.4 亿元人民币最高授信额度的议案》《关于公司向浙商银行股份有限公司合肥分行申请 1 亿元人民币最高授信额度的议案》《关于公司向中国工商银行股份有限公司合肥长东支行申请 3.5 亿元人民币最高授信额度的议案》《关于公司向合肥科技农村商业银行股份有限公司怀宁路支行申请 1.6 亿元人民币最高授信额度的议案》《关于公司向广发银行股份有限公司合肥分行申请 2.5 亿元人民币最高授信额度的议案》《关于召开 2021 年第二次临时股东大会的议案》共 9 项议案。</p>	<p>《证券时报》、 《中国证券报》、 《香港商报》、巨 潮资讯网</p>
<p>2021 年 8 月 16 日 第十届董事会第十次会议</p>	<p>审议通过《2021 年半年度报告全文及摘要》《关于计提信用损失准备的议案》《关于提取存货跌价准备的议案》《关于处置非流动资产的议案》《关于 2021 年上半年度募集资金存放与使用情况的专项报告》《关于公司对四川长虹集团财务有限公司的风险持续评估报告》《关于公司合肥制造基地变电站改建的议案》《关于政府征收公司部分土地使用权及房屋的议案》《关于公司对合肥冰箱制造基地挤板线进行搬迁扩能的议案》《关于公司与合肥长虹实业有限公司签订〈租赁合作协议〉暨关联交易的议案》共 10 项议案。</p>	<p>《证券时报》、 《中国证券报》、 《香港商报》、巨 潮资讯网</p>
<p>2021 年 8 月 24 日 第十届董事会第十一次会议</p>	<p>审议通过《关于继续实施并部分调整回购公司部分境内上市外资股（B 股）股份方案的议案》《关于召开 2021 年第三次临时股东大会的议案》共 2 项议案。</p>	<p>《证券时报》、 《中国证券报》、 《香港商报》、巨 潮资讯网</p>
<p>2021 年 10 月 19 日 第十届董事会第</p>	<p>审议通过《2021 年第三季度报告》《关于计提信用损失准备的议案》《关于提取存货跌价准备的议案》《关于处置非流动资产的议案》《关于聘任公司证券事务代表的议</p>	<p>《证券时报》、 《中国证券报》、</p>

十二次会议	案》《关于公司向华夏银行股份有限公司合肥分行申请最高 5 亿元人民币票据池专项授信额度的议案》《关于公司向杭州银行股份有限公司合肥分行申请最高 6 亿元人民币票据池专项授信额度的议案》《关于公司向交通银行股份有限公司安徽省分行申请最高 10 亿元人民币票据池专项授信额度的议案》《关于公司向华夏银行股份有限公司合肥分行申请 3.5 亿元人民币最高授信额度的议案》《关于公司向中国农业银行股份有限公司合肥金寨路支行申请 6 亿元人民币最高授信额度的议案》《关于公司向中国邮政储蓄银行股份有限公司合肥市分行申请 1 亿元人民币最高授信额度的议案》《关于公司向中信银行股份有限公司合肥分行申请 2 亿元人民币最高授信额度的议案》《关于公司向九江银行股份有限公司合肥分行申请 2 亿元人民币最高授信额度的议案》《关于公司向招商银行股份有限公司合肥分行申请 1 亿元人民币最高授信额度的议案》《关于公司向中国光大银行股份有限公司合肥分行申请 6 亿元人民币最高授信额度的议案》《关于公司向大华银行（中国）有限公司成都分行申请 1.18 亿美元最高授信额度的议案》《关于公司向华侨永亨银行（中国）有限公司成都分行申请 7500 万元人民币最高授信额度的议案》《关于公司向中国银行股份有限公司合肥开发区支行申请 4.06 亿元人民币最高授信额度的议案》共 18 项议案。	《香港商报》、巨潮资讯网
2021 年 12 月 6 日 第十届董事会第十三次会议	审议通过《关于修订〈公司章程〉部分条款的议案》《关于修订公司〈股东大会议事规则〉部分条款的议案》《关于预计 2022 年日常关联交易的议案》《关于预计 2022 年公司及下属子公司与四川长虹集团财务有限公司持续关联交易的议案》《关于确定 2022 年度公司对下属全资及控股子公司提供信用担保额度的议案》《关于公司利用自有闲置资金投资理财产品的议案》《关于公司及控股子公司开展资产池业务的议案》《关于公司向渤海银行股份有限公司合肥分行申请 2 亿元人民币最高授信额度的议案》《关于公司向徽商银行股份有限公司合肥经济技术开发区支行申请 4 亿元人民币最高授信额度的议案》《关于公司向上海浦东发展银行股份有限公司合肥分行申请 3 亿元人民币最高授信额度的议案》《关于公司向兴业银行股份有限公司合肥分行申请 6 亿元人民币最高授信额度的议案》《关于召开 2021 年第四次临时股东大会的议案》共 12 项议案。	《证券时报》、《中国证券报》、《香港商报》、巨潮资讯网
2021 年 12 月 12 日 第十届董事会第十四次会议	审议通过《关于补选公司第十届董事会非独立董事的议案》共 1 项议案。	《证券时报》、《中国证券报》、《香港商报》、巨潮资讯网
2021 年 12 月 20 日 第十届董事会第十五次会议	审议通过《关于增加预计 2021 年日常关联交易的议案》《关于同意四川智易家网络科技有限公司对外提供担保的议案》《关于召开 2022 年第一次临时股东大会的议案》共 3 项议案。	《证券时报》、《中国证券报》、《香港商报》、巨潮资讯网

（二）董事会对股东大会决议的执行情况

报告期内公司召开了一次年度股东大会、四次临时股东大会，均采用了现场

与网络投票相结合的方式，并对中小投资者的表决单独计票，为广大投资者参加股东大会表决提供便利，切实保障中小投资者的参与权和监督权。董事会依照《公司法》《公司章程》所赋予的职责及有关规定，本着对公司及全体股东负责的态度，认真规范地行使有关董事会的职权及股东大会授予的权限，坚决贯彻执行股东大会的决议，主要工作包括：

1. 关于公司对外担保相关事项

报告期内，经公司董事会、股东大会审议通过了《关于对子公司合肥长虹美菱生活电器有限公司提供信用担保额度的议案》《关于控股子公司中科美菱低温科技股份有限公司对其全资子公司提供信用担保额度的议案》《关于同意四川智易家网络科技有限公司对外提供担保的议案》，独立董事对前述事项均发表了事前认可意见及同意的独立意见。2021 年度，公司下属控股子公司使用的担保额度均在前述审议决策的信用担保额度内，未出现违规行为。公司严格按照中国证监会的有关规定控制对外担保，公司进行的对外担保决策程序合法，依法运作，对外担保没有损害公司及股东特别是中小股东的利益。

同时，为支持各子公司的发展，在对各子公司盈利能力、偿债能力和风险等各方面综合分析的基础上，公司董事会、股东大会审议通过了关于确定 2022 年度公司对下属全资及控股子公司提供信用担保额度的议案》，同意公司 2022 年度对下属全资及控股子公司提供信用担保额度总计为 385,000 万元，对于 2022 年度新增的担保额度和在 2022 年度内进行续保的额度，担保期限为一年。公司董事会严格按照股东大会决议，结合子公司银行融资具体情况，规范实施担保行为。

2. 公司 2020 年度利润分配方案实施情况的相关事项

在符合利润分配原则、保证股东利益及公司长远发展需求的前提下，公司第十届董事会第六次会议和 2020 年年度股东大会审议通过了《关于公司 2020 年度利润分配预案》，同意公司以 2020 年 12 月 31 日的总股本 1,044,597,881 股扣除截至利润分配预案披露日（即 2021 年 3 月 31 日）公司回购账户内不参与利润分配的已回购 B 股股份 8,388,888 股，即 1,036,208,993 股为基数，向全体股东每 10 股派发现金红利 0.5 元（含税），不送红股、不进行公积金转增股本。本次分配后，公司总股本不变，母公司剩余累计未分配利润 892,068,889.81 元，剩余未分配利润结转以后年度进行分配。

2021 年 6 月 5 日，公司实施了上述利润分配方案。本次利润分配方案实施后，公司总股本不变，总股本数为 1,044,597,881 股（其中：A 股 881,733,881 股；B 股 162,864,000 股）。

3. 关于会计政策变更相关事项

公司第十届董事会第七次会议审议通过了《关于公司 2021 年执行新租赁准则并变更相关会计政策的议案》，同意公司根据财政部的相关规定和要求执行新

租赁准则并变更相关会计政策。本次会计政策变更是公司根据财政部相关文件的要求进行的合理变更，符合相关规定和公司的实际情况，符合有关法律、法规及《公司章程》的规定，不存在损害公司及股东利益尤其是中小股东利益的情形。

4. 关于公司开展远期外汇资金交易业务的相关事项

近年来，公司海外出口业务规模较大，出口业务收汇包括美元、澳元、欧元等外币，而公司海外出口业务确定收入到实际办理结售汇之间有一定的账期，同时，进口业务签订合同与付汇之间同样存在时间差，在各外汇币种与人民币之间的汇率波动较大的背景下，公司外汇资产和负债将面临较大的汇率风险。经公司第十届董事会第六次会议、2020 年度股东大会审议通过了《关于公司开展远期外汇资金交易业务的议案》，同意公司及下属子公司于 2021 年 7 月 1 日-2022 年 6 月 30 日期间开展远期外汇资金交易业务，业务交易余额不超过 7.2 亿美元（主要包括：美元、澳元、欧元，其他外汇全部折算为美元），单笔业务交割期间最长不超过 1 年。公司通过开展远期外汇资金交易业务锁定公司收入与成本，规避和防范汇率波动风险，保持稳健经营，保障公司年度经营目标的实现，公司严格按照股东大会决议规范操作远期外汇资金交易业务。

5. 关于公司募集资金管理和使用情况

2016 年，经中国证监会[证监许可（2016）1396 号]核准，公司以非公开发行股票的方式向 7 名符合相关规定条件的特定投资者以 5.59 元/股的价格发行了 280,858,676 股人民币普通股（A 股），募集资金总额为人民币 1,569,999,998.84 元，扣除各项发行费用（含税）29,267,276.08 元，募集资金净额为人民币 1,540,732,722.76 元。报告期内，公司募集资金严格按照《募集资金管理制度》进行管理，募投项目依据公司《非公开发行 A 股股票预案》及股东大会决议进行持续投入，并一直存放于指定的募集资金存储专户中。

2019 年，经公司董事会、股东大会审议通过了《关于变更部分募集资金使用投向暨关联交易的议案》，后受内外部环境变化，交易标的资产交付完成的时间和结果出现了重大不确定性，为切实维护上市公司和全体股东利益，公司于 2021 年 4 月 19 日、6 月 16 日召开了第十届董事会第七次会议、2021 年第一次临时股东大会，会议审议通过了《关于终止购买资产暨关联交易的议案》。本次交易终止后，公司“智能研发项目”的剩余募集资金仍将用于项目后续自建投入，公司通过自建以满足研发平台技术迭代的快速响应，提升研发效率，增强自主研发核心技术竞争力，符合公司的整体发展及股东的长远利益。

2021 年 3 月 2 日、2021 年 4 月 28 日，公司第十届董事会第五次会议、第十届监事会第四次会议及 2020 年年度股东大会分别审议通过了《关于公司利用部分闲置募集资金投资理财产品的议案》，同意公司利用最高不超过 12,000 万元人民币的闲置募集资金（该额度可以滚动使用）投资安全性高、流动性好、单项产品期限最长不超过一年的保本型理财产品，授权期限自公司股东大会审议通过之

日起一年内有效。本次使用部分闲置募集资金投资理财产品，提高了公司募投资金使用效率，降低财务成本，也为公司股东谋求更多的投资回报，不存在变相改变募集资金用途的行为。同时，公司保荐机构申万宏源证券承销保荐有限责任公司对此事项发表了无异议的核查意见。

本公司已经建立健全了《募集资金管理制度》，并确保该制度有效实施。涉及募集资金存放、使用及管理的情况公司已经及时、真实、准确、完整的披露，募集资金存放、使用、管理及披露不存在违规情形。

6. 关于公司自有闲置资金管理和使用情况

报告期内，公司及下属子公司坚持“规范运作、防范风险、谨慎投资、保值增值”的原则，在确保公司及下属子公司日常经营和资金安全的前提下，以闲置资金进行银行理财产品投资，并视公司及下属子公司资金情况决定具体投资期限，合理进行产品组合。

为提高公司资金使用效益，增加公司现金资产收益，实现股东利益最大化，在保证日常经营运作资金需求、有效控制投资风险的前提下，经公司 2021 年 12 月 6 日、12 月 24 日召开的董事会、股东大会审议通过了《关于公司利用自有闲置资金投资理财产品的议案》，同意公司及下属子公司利用自有闲置资金不超过 13 亿元人民币（该额度可以滚动使用）投资产品期限在一年之内的安全性高、流动性好、低风险、稳健型的银行理财产品，授权期限自公司股东大会审议通过之日起一年内有效。

7. 对继续实施并部分调整回购公司部分境内上市外资股（B 股）股份方案的相关事项

公司原定于 2021 年 8 月 18 日到期的回购 B 股股份事项因定期报告及业绩预告窗口期等因素的影响，未达到回购方案计划的回购金额下限。基于对公司未来发展前景的信心和内在投资价值的认可，为维护公司在资本市场的形象，切实保护全体股东的权益，增强公众投资者对公司的投资信心，结合 B 股流动性弱、市场容量小及交易不活跃的情况，公司于 2021 年 9 月 10 日召开 2021 年第三次临时股东大会，审议通过了第十届董事会第十一次会议提交的《关于继续实施并部分调整回购公司部分境内上市外资股（B 股）股份方案的议案》，将原方案中的回购期限延期至 2022 年 2 月 18 日，即回购实施期限自 2020 年 8 月 18 日至 2022 年 2 月 18 日止；回购股份价格由不超过 2.15 港元/股（含）调整为不超过 2.36 港元/股（含）；前期已回购的 9,582,882 股 B 股股份在本次回购股份期限延期届满后再予以注销。除上述调整外，公司回购 B 股股份方案的其他内容与原方案保持不变。

2022 年 3 月 2 日，公司在中国证券登记结算有限责任公司深圳分公司办理完毕公司回购 B 股股份的注销手续，本次注销完成后，公司总股本由

1,044,597,881 股减少至 1,029,923,715 股。

8. 关于购买董监高责任险的相关事项

2021 年 7 月 28 日，公司 2021 年第二次临时股东大会审议通过了由 2021 年 7 月 12 日召开的第十届董事会第九次会议提交的《关于购买董监高责任险的议案》，根据《公司章程》及相关法律法规的规定，公司全体董事对本项议案回避表决，本次为公司全体董事、监事和高级管理人员购买责任险事项将直接提交公司 2021 年第二次临时股东大会审议，并由出席股东大会的股东（包括股东代理人）所持表决权的 1/2 以上通过。公司购买董监高责任险，有利于保障公司及董监高的权益，有助于完善公司风险管理体系，促进责任人员履行职责，为公司的稳健发展营造良好的外部环境。报告期内，公司在履行股东大会审议程序后及时购买了该责任险。

9. 关于补选公司第十届董事会非独立董事的相关事项

2021 年 12 月 23 日，公司 2021 年第四次临时股东大会审议通过了由 2021 年 12 月 12 日召开的第十届董事会第十四次会议提交的《关于补选公司第十届董事会非独立董事的议案》，由于个人原因，公司原董事陈晔先生已于 2021 年 12 月 10 日向董事会提交了书面辞职报告，辞去其担任的公司第十届董事会董事、战略委员会委员的职务。根据《公司法》《公司章程》《董事会议事规则》等相关规定，结合公司经营需要，经公司控股股东四川长虹电器股份有限公司推荐，公司董事会下属提名委员会审查并建议，同意补选赵其林先生担任公司第十届董事会非独立董事候选人，其任期与公司第十届董事会任期一致。

上述事项公司已于 2021 年 12 月 13 日、12 月 24 日在指定信息披露媒体《证券时报》《中国证券报》《香港商报》及巨潮资讯网（www.cninfo.com.cn）上以公告形式（2021-101 号、2021-109 号公告）进行了披露。

10. 关于公司关联交易的相关事项

报告期内，公司 2021 年度日常关联交易以及 2021 年度其他关联交易均遵循了客观、公正、公平的市场化交易原则。

2021 年 7 月 12 日、2021 年 7 月 28 日，第十届董事会第九次会议、第十届监事会第七次会议及 2021 年第二次临时股东大会分别审议通过了《关于增加预计 2021 年日常关联交易的议案》；2021 年 8 月 16 日，第十届董事会第十次会议及第十届监事会第八次会议分别审议通过了《关于公司与合肥长虹实业有限公司签订〈租赁合作协议〉暨关联交易的议案》；2021 年 12 月 20 日第十届董事会第十五次会议、第十届监事会第十二次会议审议通过了《关于增加预计 2021 年日常关联交易的议案》。

2021 年 12 月 6 日、2021 年 12 月 23 日，第十届董事会第十三次会议、第十

届监事会第十一次会议及 2021 年第四次临时股东大会分别审议通过了《关于预计 2022 年日常关联交易的议案》和《关于预计 2022 年公司及其下属子公司与四川长虹集团财务有限公司持续关联交易的议案》，公司预计 2022 年的日常关联交易额度及与四川长虹集团财务有限公司的持续关联交易事项遵循了公开、公平、公正的原则，所涉及的关联交易符合公司实际情况，是正常、合理的。

(三) 董事会下设专门委员会履职情况

委员会名称	成员情况	召开会议次数	召开日期	会议内容	提出的重要意见和建议	其他履行职责的情况	异议事项具体情况(如有)
战略委员会	吴定刚、雍凤山、钟明、寇化梦、胡照贵、陈晔、赵刚	2	2021 年 2 月 25 日	审议《关于控股子公司中科美菱低温科技股份有限公司投资设立全资子公司的议案》共 1 项议案。	审议通过该议案并同意提交公司董事会审议。	不适用	无
			2021 年 3 月 19 日	审议《关于公司 2021 年度发展规划的议案》《关于公司未来三年（2021 年-2023 年）股东回报规划的议案》共 2 项议案。	审议通过前述议案并同意提交公司董事会审议。	不适用	无
审计委员会	洪远嘉、牟文、赵刚	6	2021 年 1 月 28 日	审议《公司 2020 年度财务会计报表及内部控制审计时间安排》《公司 2020 年度未经审计财务会计报表》共 2 项议案。	审议通过前述议案。	不适用	无
			2021 年 3 月 10 日	审议《公司 2020 年度财务会计报表审计初稿》共 1 项议案。	审议通过该议案。	不适用	无
			2021 年 3 月 28 日	审议《公司 2020 年度经审计的财务会计报告》《2020 年内部控制审计报告》《关于信永中和会计师事务所从事 2020 年度公司审计工作的总结报告》《关于续聘 2021 年度财务报告、内部控制审计报告及支付报酬的议案》《关于公司开展远期外汇资金交易业务的议案》共 5 项议案。	审议通过全部议案并同意将《公司 2020 年度经审计的财务会计报告》《2020 年内部控制审计报告》《关于续聘 2021 年度财务报告、内部控制审计机构及支付报酬的议案》《关于公司开展远期外汇资金交易业务的议案》共 4 项议案提交公司董事会审议。	不适用	无
			2021 年 4 月 16 日	审议《公司 2021 年第一季度财务报表》共 1 项议案。	审议通过该议案并同意提交公司董事会审议。	不适用	无
			2021 年 8 月 6 日	审议《公司 2021 年半年度财务报告》共 1 项议案。	审议通过该议案并同意提交公司董事会审议。	不适用	无
			2021 年 10 月 15 日	审议《公司 2021 年第三季	审议通过该议案并同意提交	不适用	无

				度财务报表》共 1 项议案。	公司董事会审议。		
提名委员会	牟文、吴定刚、洪远嘉、赵刚	2	2021 年 3 月 19 日	审议《关于公司董事会对拟聘任副总裁任职资格审查的议案》共 1 项议案。	审议通过该议案并同意提交公司董事会审议。	不适用	无
			2021 年 12 月 10 日	审议《关于对公司第十届董事会拟补选的非独立董事人选资格审查的议案》共 1 项议案。	审议通过该议案并同意提交公司董事会审议。	不适用	无
薪酬与考核委员会	赵刚、吴定刚、牟文、洪远嘉	1	2021 年 3 月 19 日	审议《2020 年度公司董事及高级管理人员的薪酬考核与支付情况》共 1 项议案。	审议	不适用	无

2021 年，公司全体董事恪尽职守、勤勉尽责，能够积极主动关注公司经营管理信息、财务状况、重大事项等，对提交董事会审议的各项议案，均深入讨论，各抒己见，为公司的经营发展建言献策，作出决策时充分考虑中小股东的利益和诉求，切实增强董事会决策的科学性，推动公司生产经营各项工作持续、稳定、健康发展。

长虹美菱股份有限公司 董事会

二〇二二年三月三十一日