

证券代码：000333

证券简称：美的集团

## 美的集团股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2024-03

投资者关系活动类别	<input type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input checked="" type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 路演活动 <input type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 其他（请文字说明其他活动内容）
参与单位名称及人员姓名	线上参与公司2023年度业绩网上说明会的投资者
时间	2024年04月07日 15:00-17:00
地点	价值在线（ <a href="https://www.ir-online.cn/">https://www.ir-online.cn/</a> ）网络互动
上市公司接待人员姓名	董事长兼总裁 方洪波先生 独立董事 管清友先生 副总裁、首席财务官兼财务总监 钟铮女士 董事会秘书 江鹏先生
投资者关系活动主要内容介绍	<p><b>1.电商营收占比多少？营销上有什么创新吗？</b></p> <p>答:2023年，美的国内市场电商销售占比超过50%（含电商下沉），在电商渠道持续推进场景套系化升级和趋势品类突破，强化不同细分渠道经营，面向兴趣电商平台深化布局并实现持续突破，在2023年“618”和“双11”期间，美的系全网总销售额连续11年蝉联行业第一；推动国内市场线上线下业务融合，快速发育O2O、OMO等新业务模式，构建一盘货能力和数字化投放能力，同时推动全渠道美的电商生态客户体系发展，提升生态客户运营效率，发育多品类生态店铺以满足场景化和一站式的用户需求。</p> <p><b>2.传统线下门店如何转型？</b></p> <p>答:公司持续强化门店零售竞争力，以自有专卖体系门店为核心，提升零售全链路体验，以新体系、新工具为牵引，助力门</p>

店数字化零售转型，一是持续升级“美云销+”生态体系，构建美的自有零售运营平台，实现“运中实体化”变革和美云销系统全面升级，美云销APP日均页面访问量（PV）同比增长超100%，直营零售效率大幅提升；二是依托美云销APP和美的到家小程序对门店零售系统进行重构，提供门店管理、导购工具、金融工具、云仓等服务保障；三是结合数字化营销工具，推进楼盘样板间、以旧换新、精准引流等服务模式，帮助门店开展线上线下全场景营销促销活动，打通线上线下融合、获客引流和留存转化潜在客户；四是打造数智化平台运营体系以提升门店管理效率，通过商品和门店的标签化体系达到对商品分类运营和门店分级管理，零售数据和业务动作均可在线查阅，实现门店快速分析和精准运营，通过提供行业领先的数字化平台服务，已完成对超过17,000家门店的全品类化、前装化、零售化升级改造，并打造超过8,000家数字化零售标杆店。积极布局新零售市场（下沉市场），实现在核心新零售渠道平台的整体份额均位居行业第一，全面进驻新零售门店，商品覆盖率超98%，通过合厅出样、套系场景化展示，提供全套购买体验；持续布局新品类与新产品，不断挖掘新零售市场消费新潜力，在家用中央空调、洗碗机、空气炸锅及干衣机等新兴品类的销售表现领先行业，并通过套购、消费券等模式提升消费品质，实现在新零售渠道产品均价提升超过10%；同时开展清洗服务、衣物护理、365天只换不修等服务活动，打造售前、售中、售后的全链路消费者品质服务，建立新零售渠道的用户黏性。

**3.推动大规模设备更新和消费品以旧换新，美的采取了什么行动响应国家号召？**

答:公司将密切关注相关政策，并积极响应国家号召，持续推动消费品以旧换新。

**4.在激烈的家电市场竞争中，公司将如何通过差异化竞争和品牌建设来提升市场份额？**

答:2023年，美的集团在中国区域全面推进落实“数一”战略，据奥维云网数据显示，在家用空调、台式泛微波、台式电烤箱、电暖器、电风扇、电磁炉、电热水壶、空气炸锅等8个品类中，美的系产品在国内线上与线下市场份额均位列行业第一。延续“以用户为中心”的战略变革，在面向用户的业务场景、产品

和服务上进一步深化对用户的价值。立足用户对于美好生活的向往和追求，以原创性、卖点可持续、技术显性化等高要求为牵引，通过大数据工具持续赋能，致力于实现“科技尽善、生活尽美”企业愿景，深入融合科技创新与家用电器，基于用户需求和消费趋势，结合美的自有产品及生态合作产品，为用户提供“智能家电+智能家居”深度融合的差异化全屋智能解决方案；推出智慧中控、家庭智慧主机等核心自研终端，深度融合家电与智能家居系统，使用户的家居生活更加高效、便捷、健康和舒适，着力成为智能家居产品创新的引领者。

家用空调：围绕碳中和、空气价值、智慧家庭三大方向，聚焦“制冷、制热、节能、智能、健康、舒适”技术战略布局，重构“三个一代”，探索颠覆性和差异化产品技术，提升产品竞争力。2023年，美的空调 R290 技术再次实现新突破，其中Efficlima新品能效实现季节性能系数（SCOP）6.3、季节能效比（SEER）12.17，相较 R32 冷媒主销同功率段9000BTU机型，R290 Efficlima冷媒实现减排约447kg CO<sub>2</sub> E，为表彰在房间空调器行业含氢氯氟烃（HCFCs）淘汰管理计划（HPMP）实施及臭氧层保护做出的贡献，生态环境部对外合作与交流中心、联合国工业发展组织、中国家用电器协会联合向美的空调颁发了房间空调器行业HPMP第一阶段认可证书，并且美的R290空调产品还获得TÜV南德能效标志认证证书，优于欧盟最高等级能效。面向全屋空气解决方案，美的率先推出1:1鲜净感空气机，真正实现专业级除菌、净化、新风、除湿的全效健康空气系统，搭载2000倍高能脉冲除菌，空气净化效率高达400m<sup>3</sup>/h，新风量高达210m<sup>3</sup>/h，利用大冷量无风感技术，实现快速降温和0.1m/s黄金舒适体感，兼具联动湿温双控等技术，带来四季舒适体验。美的“厨清凉”系列厨房空调针对中式厨房核心痛点，具有“大冷量”、“防油烟”及“易安装”等特点，有效满足用户厨房舒适制冷的需求，采用全新体系设计石墨烯导热涂层、铜管喷涂防腐涂层、外机滤油黑魔盒、雾化打水等技术，实现高换热、耐腐蚀、零排水等新场景优势。领航者III全季候中央空调依托行业首个满足“全空间、全智能、好空气、定制化”的全屋智慧空气解决方案，采用连续喷气增焓技术，实现-2℃环境强劲运行；搭载T3级超高温压缩机，应用全液冷分区热管理技术，实现58℃超高温强劲制冷、43℃高温制冷不衰减、35℃清凉运行；

集成“多系统多模块集控核芯”，可连接“全屋地暖、全屋新风、全屋调湿、全屋健康”，实现全屋空气自由定制。洗衣机与冰箱：面向洗净、健康、高效、呵护四大需求方向，美的全面构建全球洗护行业核心竞争力。行业首发洗衣扫拖二合一双洗站，创新水路、风路、尘路、电路整合设计，基站与洗衣机共享上下水，搭载国际领先技术AI轻干洗；热水冲刷扫地机，大风量穿透风强劲热烘，拖布洗净比高达1.10；采用AUTO-PROTECT二氧化氯缓释抑菌技术，实现食品级除菌安全环保；采用AI精判污渍场景，反向扭转精准拖；搭载Auto-Dos双舱自投系统与Auto-Cut自动毛发切割等专利技术，Auto-Dos通过自动配比精准投放不同清洁液，左舱清洁液清洗地面和拖布可深层瓦解重度油污和灰尘，右舱自动清洁基站与排水管路可除菌除垢，Auto-Cut技术能够精准识别角落毛发，吸入并自动切割，有效避免毛发缠绕堵塞；配备高清相机，并通过AI家居场景图像大模型训练，主动识别地面污渍并定点区域深度清洁；产品荣获红点设计奖和iF设计奖。COLMO新象纯平全嵌洗烘套装采用业内首创纯平无界全嵌、晶透眩窗自动电子弹开门与云波白外观，实现玻璃门与机器纯平合一，洗烘结束后自动开启，洗衣机搭载净护柔洗，采用洗涤剂多相速溶直喷技术，实现行业最高的洗涤剂利用率，获得冲锋衣防水等级洗涤认证、轻运动磨损与弹性恢复性能认证、国际羊毛绿标认证；干衣机搭载全变频二代新技术，小型化高密度，在低噪音、烘干快等方面的表现行业领先。响应绿色战略，布局产品全生命周期绿色洗护技术研发，美的K03洗衣机产品获国内首个洗衣机产品的生命周期评价认证（Life Cycle Assessment），满足欧洲最高能效等级，年耗电量比传统机型减少43%，创新超薄平台实现整机重量下降10%，通过环保包材、可回收利用程度等方面优化，全生命周期内非生物资源消耗相比市面传统产品降低26%。在海外市场推出多款本地化新品，如针对欧洲市场高效节能要求推出M01系列滚筒洗衣机，针对东盟市场低进水压需求的多功能东芝滚筒系列产品，面向巴西市场推出A级能效的美的搅拌全自动洗衣机系列产品，面向北美市场推出美的首款智能洗衣机产品MA501波干配对产品等。美的聚焦冰箱保鲜的“高能光量子脉冲杀菌技术”、“高活性ORR催化超低氧保鲜技术”和“水产精准冰温协同等离子体保鲜及瞞吟调控技

术”三大技术创新。COLMO EVOLUTION天墅冰箱搭载行业首创的AI-Door自动开关门，实现90°全景开关门，行业首款应用-40℃深冷技术，具有AI分子级营养管理功能，可大幅提升花青素和有效抑制嘌呤。东芝高容全嵌大白梨套系冰箱采用自主研发的真空隔热材料配合创新横置蒸发器实现小体积大容积，搭配前进前出底部散热系统和双轴变轨铰链设计有效提高家庭空间利用率，搭载行业首创果蔬恒湿保鲜技术和肉类提鲜技术可精准匹配各类食材所需生态存储环境，具有行业最快60分钟急速出冰功能，还应用“脉冲杀菌技术”、“低氧保鲜技术”、“降嘌呤技术”三项科技成果。在海外市场还推出多款自有品牌产品，如面向北美市场推出的首款带冷藏冰水功能的法式冰箱，面向欧洲市场推出的Built-in BMF系列嵌入式新品等。

厨房电器和其他家电产品：美的聚焦厨房环境舒适性提升，从厨房环境和油烟入手，推出高效吸烟的烟机；从提升用户健康出发，从厨具清洁杀菌、健康烹饪等方面提供满足用户需求的洗碗机、蒸烤箱和电饭煲等产品。美的无烟感系列烟机，搭载多重科技，通过MAX高能双风道保障高效吸烟效果，通过FCS未来芯动力引擎达到28m<sup>3</sup>/min行业顶尖吸力和1,200Pa风压，通过采纳鸚鵡螺蜗壳设计和仿航空流线翼设计实现减少排烟阻力、提升排烟速度和有效降噪，通过智联巡航技术实现烟机自动启动与风量风压自动调整，通过行业独有的110℃高温蒸汽技术，实现99%以上的洗净率和灭菌率，同时获得行业权威的“一级净烟”认证。美的聚焰生香燃气灶首创聚焰燃烧器，有效护锅面积提升80%，升温效率提升40%，回温效率提升28%，远超行业一级生香标准，应用天圆高效聚焰盘，热效率高达70%，独创同步阀火力控制，可实现内外环火力同步变大变小和均匀燃烧。COLMO极境、睿极系列洗碗机，具有行业最高的腔占比，三层碗篮可容纳和洗涤更多餐具；集合对旋深净、离子净味和热风极致干燥等多项创新性技术，性能远超最高的国标水效等级；行业首创双轴变轨铰链可实现5mm微缝嵌入，满足厨装一体化需求。美的知味感嵌入式微蒸烤炸一体机具有全嵌一体化设计，搭载微气候温湿双控技术，在烘烤中根据食材自动调节温湿环境，大幅提升食物口感，创新升级“杯水鲜蒸”技术，蒸汽时间可长达120分钟，蒸汽利用率提高的同时降低腔体积水，采用自研的MIX燃脂算法，空气炸脱脂率可达95%以上，还

兼具多层同烤功能，创新风道设计配合速热算法，实现多层食材烘烤同进同出；面向高端市场还推出东芝首款嵌入式水波炉和东芝石窑微波烤箱，面向北美市场推出FSR大烤箱和车柜式独立燃气烤炉等产品。美的“赤炎臻香系列”电饭煲聚焦“香甜好米饭”，通过创新式上盖IH加热，实现131°高温赤炎板，搭配底部和侧面加热，实现包裹式立体加热，激发米饭深层香气；美的“速嫩感系列”电压力锅聚焦“美味快速”，通过2200W 3D猛火包锅和3D高压锁嫩技术，全方位锁汁提味，满足用户高效美味的烹饪需求；美的“炎烤系列”空气炸锅聚焦“健康美味”，革新立体热源技术及全新风道设计，改善原有空气炸锅烹饪不均匀痛点，还可智能控制烹饪温度、风速、湿度等，实现多维口感，满足健康美味需求；美的一级静音静破壁机，通过原创性降噪技术与结构优化，解决使用噪音大的痛点，同时通过小空间研磨系统，含渣率小于0.5%，食物粉碎性能达到行业领先水平。面向全屋用水场景，COLMO天墅电热水器搭载AI-Core瞬热引擎技术和“20倍增容”技术，可实现10L/min的大水流量并产出1,200L超大热水水量，获中家院领跑者权威认证；AI功率自适应和ATC自适应恒温系统，可实现全冷全热双通双向电子调节，实现每一度水温的精准调节，满足全家全场景用水需求，采用行业首款蓝宝石切面的八面体结构设计。美的飞瀑1,000G净水机作为行业首款变频大通量净水机，独创飞瀑系统实现流速提升36%，借助多维降噪技术使整机噪音达到行业最低，通过螺旋流道设计提高抗污堵能力，应用多膜页RO滤芯技术可满足5年使用寿命，利用旋流式进水设计无需阻垢剂，获得行业权威超一级水效节水认证。美的行业首创的360°倾倒防漏水构造电水壶，内置重力摆锤和防漏重力球结构，倾倒时全方位防止热水漏出，采用行业首创急须直嘴与宝瓶流道结构组合，可以有效导流，精准控制水流，保证出水均匀。面向全屋清洁领域，美的发布新一代无尘感洗地机系列产品GX5 pro和G9，具备“吸、拖、洗”一体功能，解决毛发缠绕、水渍残留、清洁不彻底等痛点，独特的双刮条设计有效防止毛发缠绕、三贴边地刷有效清洁边角部位，具备滚刷自清洁及风干除味功能，通过轻量化机身设计搭配自助牵引力提供更轻便友好的使用体验。灵眸系列扫地机器人产品V10、V12全面升级基站的自动集尘、自动清洗及热风烘干等功能，配置5,000Pa吸力提升

清洁能力，搭载“AI结构光+3D识别”实现精准避障与脱困。

**5.请问2023年毛利率显著提升的原因是什么？原材料价格下降，结构提升，还是砍掉了亏损的产品线，降本增效？**

答:2023年公司毛利率同比提升主要系产品结构优化、效率提升、成本下降以及汇率变动等因素所致。

**6.请问COLMO2023年销售额是多少？**

答:2023年，美的持续推动“COLMO+东芝”双高端品牌战略，2023年双高端品牌整体零售额同比增长超过20%。COLMO以高端全屋智能解决方案服务高端用户，在产品端，历经五年发展，COLMO高端全屋智能解决方案全面覆盖智能家电与智能家居两大板块，布局中央空调、全屋用水、冰箱、酒柜、干衣机、洗衣机、护理柜、厨电、小家电等多个家电品类，发布行业首个家居领域大模型，升级高端全屋智能解决方案，同时推出首款全屋智能门锁和空气魔方，进一步夯实“墅智专家”行业定位；COLMO发布EVOLUTION新象套系月岩灰与云璃白，以极致嵌入、按需定制、家居一体化的产品升级点并结合差异化选配定制面板，满足菁英用户的家居生活需求；COLMO推出TURING高定全屋水系统，以AI智能科技，通过安全、纯净、肤感、温感、口感5维定制天然高阶水生态，并从不同用水场景出发，提供TURING前置过滤器、中央软水机、中央净水机、净热一体机、气泡水直饮机五大产品，构建可定制化全屋水系统解决方案，全面满足菁英用户高阶水生活需求；COLMO双洗站将洗烘一体机、扫拖机器人两大产品融合升级，并搭载AI轻干洗技术，创造出家电行业的新形态、新物种；COLMO极境燃气热水器搭载行业首创的Reco双芯技术，高效回收烟气中的热量，并实现无冷凝水净化回收再利用。在用户与市场端，COLMO构建围绕家电生命全周期的用户权益体系，提升用户全程体验并推出家电深度清洗、1V1管家、会员私享活动等亮点权益和服务，覆盖会员用户超130万人；COLMO会员人数2023年同比增长超过200%，COLMO小程序月活同比增长近400%；据奥维云网数据显示，2023年COLMO产品在高端市场占比提升显著，其中饮水产品占比超过57%，净水产品占比超过18%，空调柜机占比为16%，而且COLMO家中产品零售同比增长58%。在品牌与渠道端，COLMO围绕菁英生活节、至臻品牌月、理享生活盛典三大

营销活动借势合作高端IP资源；通过连续冠名无锡马拉松、赞助上海劳力士网球大师赛、合作戈壁挑战赛等影响高端运动用户群；通过设计深圳、设计上海、广州设计周等与设计师圈层深度沟通合作，同时加速开拓高端全场景渠道，目前已在250多座城市布局超过800家体验馆。

#### **7.请介绍一下集团现有业务结构情况？**

答:美的是一家覆盖智能家居、新能源及工业技术、智能建筑科技、机器人与自动化及其他创新业务的领先的全球化科技集团，已建立ToC与ToB并重发展的业务矩阵，既可为消费者提供各类智能家居的产品与服务，也可为企业客户提供多元化的商业及工业解决方案。其中，美的智能家居业务主要覆盖智慧家电、智慧家居及周边相关产业和生态链，面向终端用户的智能化场景搭建，用户运营和数据价值发掘，致力于为终端用户提供最佳体验的全屋智能家居及服务；美的新能源及工业技术业务以科技为核心驱动力，聚合“绿色能源”与“工业核心部件”领域的核心科技力量，拥有美芝、威灵、科陆电子、合康、高创、美仁、MOTINOVA、美垦、东芝、日业等多个品牌，产品覆盖压缩机、电机、芯片、阀、减速机、汽车部件、运动控制及自动化、高低压变频器、储能和散热部件等高精密核心部件产品，为全球泛工业客户提供绿色、高效、智慧的产品和技术解决方案；美的智能建筑科技业务主要涉及楼宇产品、服务及相关产业，以iBUILDING美的楼宇数字化服务平台为核心，业务覆盖暖通、电梯、能源、楼宇控制等，产品包括多联机组、大型冷水机组、单元机、机房空调、扶梯、直梯、货梯等以及楼宇自控软件和建筑弱电集成解决方案，利用“楼宇设备设施+数字化技术+产业生态布局”，打通建筑的交通流、信息流、体验流、能源流，以数字化和低碳化技术为楼宇赋能，共建可持续的智慧空间；美的机器人与自动化业务主要围绕未来工厂相关领域，提供包括工业机器人、物流自动化系统及传输系统解决方案，以及面向医疗、娱乐、新消费领域的相关解决方案等；其他创新业务主要包括为客户提供端到端数智化供应链解决方案的安得智联，依托美擎工业互联网平台为智能制造及产业互联提供工业软件及数字化咨询服务的美云智数，专注于照明及智能前装电气产品研发、生产、销售于一体的美智光电，致力于医学影像技术创新并为临床提供优



质医学影像产品和服务的万东医疗等。

### **8.几月份分红**

答:您好，公司2023年度利润分配方案尚需经2023年年度股东大会审议通过后实施，2023年年度股东大会拟于4月19日召开，谢谢。

### **9.公司在科技领先方面的能力优势？**

答:美的拥有领先的研发能力，并坚持投入大量资源进行研发。2021至2023年，研发投入合计超过人民币390亿元，2023年研发投入超过140亿元，且研发投入在持续增长。截至2023年12月，在全球拥有研发人员超过2.3万名，占非生产人员比例超过50%。根据弗若斯特沙利文报告，截至2022年12月31日，美的专利族总数量在全球排名第七，在中国企业和全球家电行业中排名第一，拥有28,000多项发明专利。持续建立完善研发体系，包括中央研究院及各事业部的研发单位和团队，基于对技术、用户、市场的研究形成“三个一代”的研发模式，持续优化“四级研发体系”，分别依托中央研究院布局前沿技术、基础技术、共性技术，以及事业部布局产品技术，全面构建全球顶尖研发能力；强化“三级技术委员会”运营机制，牵引前沿技术探索、核心技术突破和技术转化项目群布局，推动技术战略与中长期产品规划相互衔接，通过技术与产品双轮驱动产业发展。加速全球研发布局，在全球11个国家设立有33个研究中心，通过“2+4+N”全球化研发网络建立全球研发规模优势，国内以顺德总部全球创新中心和上海全球创新园区为核心，海外以美国研发中心、德国研发中心、日本研发中心、意大利研发中心为主，发挥区位优势，整合全球研发资源，形成优势互补的全球化技术研发能力，以科技领先战略牵引人才密度和厚度，引入各技术领域行业顶尖领军人才、高端人才，构筑美的集团人才高地。在强化全球研发布局的同时，美的着力构建开放式创新生态平台，通过深化技术项目实施整合全球优势技术资源，形成全球创新体系。通过整合大型企业、科技公司、高等院校、科研院所、创新咨询机构等各类资源，持续拓展搭建研发技术生态网络，已对接数量庞大的技术创新资源；构建科学家体系，成立7个院士工作站（室），引入18位战略合作院士，对接合作项目200多项，涉及绿色、节能、健康、智能化、机器人、自动化、医疗和能源等技术领域；在基

	<p>基础研究层面与UIUC、Purdue University、TheUniversity of Sheffield、University of Minnesota System、UC Berkeley、清华大学、上海交通大学、浙江大学、中国科学院、哈尔滨工业大学、西安交通大学、华中科技大学、华南理工大学等国内外顶级科研机构开展合作，建立联合实验室深化技术合作；升级创新合作模式，与BASF、Honeywell、3M、SCHOTT等科技公司开展战略合作，多渠道构建全球创新生态系统。美的通过研发投入不断实现重大技术突破和产品创新，研发成果持续优化产品组合并提升品牌形象，亦为行业的科技进步做出贡献。</p> <p><b>10.近三年来，公司分红率提高明显，原因是什么？投资者未来几年对贵司的分红率应该抱有什么样的预期？</b></p> <p>答:公司坚持维护股东权益，保障持续稳定的分红政策，美的集团自2013年整体上市以来，累计派现金额将超过1,070亿元（包含2023年度拟进行的利润分配），与全体股东共享公司成长。在稳定分红派现的同时，公司持续推出实施了一系列股份回购的方案，自2019年起公司已连续四年推出回购计划，持续用于实施公司股权激励计划及员工持股计划，维护公司市值稳定与全体股东利益。</p> <p>如需查看业绩说明会完整内容，请登陆 <a href="https://eseb.cn/1cTjqE7xC00">https://eseb.cn/1cTjqE7xC00</a></p>
附件清单（如有）	
日期	2024年4月