

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：2021-09

投资者关系活动类别	<input type="checkbox"/> 特定对象调研 <input checked="" type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input 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
参与单位名称	公司投资者
时间	2021年9月26日
地点	策略会
上市公司接待人员姓名	中信证券、中金证券、交银施罗德基金、鹏华基金、银河证券、中信资管、华夏基金、国投瑞银基金、信达澳银基金、华安基金、财通证券、前海联合、巨杉资管、国寿资产、广发证券、高毅资产、嘉实基金、招商基金、泰康资产、景顺长城基金、中欧基金、农银汇理基金、国泰基金、华新资本
投资者关系活动主要内容介绍	<p><b>1. 目前美的渠道变革的情况？</b></p> <p>公司围绕用户需求加速零售能力发育和零售转型，坚决推动垂直效率提升和横向协同效率提升。通过直营零售变革，不断推进线下渠道的“垂直效率提升”，超过 90%的线下专卖体系零售商可向美的直接下单采购，初步实现代理商向运营商的转型目标，通过一系列业务模式的转型，使得美的全渠道库存水平不断优化，存销比降幅达到 20%；通过组织架构的变革，重新整合相关产品事业部的内销业务，不断推进在终端销售层面的跨品类深度协同，从组织架构方面有效支撑“横向协同效率提升”，以“同一个美的”面向用户，确保用户服务和体验的一致性。</p>

2021 年上半年，美的电商销售占比继续保持在 45% 以上，线上与线下市场进一步加速融合，围绕不同渠道的层次与特性以及用户需求和购买方式的变化，美的以用户需求和用户体验牵引零售转型，不断重构和匹配市场零售运营体系，构建面向终端零售的用户直达。主要涉及以下方面：一是以用户体验为牵引，精准切入用户消费场景，搭建起覆盖全渠道纵深的专卖店网络，在地市级以上市场的建材家装渠道累计建成逾 560 家智慧家门店，在区县级市场布局超过 2550 家旗舰店，在乡镇级市场建成超过 8320 家多品类店；二是面向零售环节，以家装用户为中心搭建沉浸式全屋家电 3D 样板间，提供漫游式购物体验，实现精准推荐及专属智能导购，聚焦套购提升，搭建家装套购服务链路和专属权益体系，向家装家电一体化服务转型，为家装用户提供 省时、省钱、省心的全面解决方案；三是积极拥抱新业务新赛道，在直播、短视频等渠道寻求新增量，建立从流量转向用户和从渠道卖货转向内容营销的运营策略，构建品牌、达人、用户三维内容矩阵，同时借助多维数据开拓专供产品线，以驱动和优化产品开发；四是持续优化售后物流服务体维内容矩阵，同时借助多维数据开拓专供产品线，以驱动和优化产品开发；四是持续优化售后物流服务体验，包括送装一体、一日两配、送货上门及退货上门取件等服务，推动供应链数字化和优化供需效率。验，包括送装一体、一日两配、送货上门及退货上门取件等服务，推动供应链数字化和优化供需效率。

## 2. 美的在工程领域的进展？

深化 ToB 业务模式的变革转型，基于集团五大业务板块，面向全行业客户，实现从产品硬件销售到“解决方案+硬件+服务+运营销售”的业务模式转变升级，同时进一步优化产品与业务结构，改善整体盈利能力。在组织效率提升方面，以市场为导向，并通过组织架构优化、薪酬激励机制改革等措施，对组织、人员、考核、激励、

费用等进行全面改革，实现组织激活与效率提升；在业务模式变革方面，通过对现有市场、行业、客户的全面梳理，主动适应各行业的发展与变化趋势，基于市场需求进行组织资源的适配，提升面向不同行业的专业销售能力，强化服务商体系能力建设，深度优化供应链能力，打造基于 LTC 全流程价值链的综合能力；在销售业务拓展方面，以拓展新业务、新行业、新客户、新类目作为实现业务增长的突破点，提升 ToB 业务竞争力，2021 年上半年工程业务实现出货同比增长超过 60%。除传统家电行业外，通过全行业解决方案的建设与推广，进一步提升跨品类的横向协同与资源整合能力，在暖通与楼宇、机器人与自动化以及数字化创新业务等 ToB 领域逐步展开协同销售。在行业纵深领域，以传统房地产、工农商建等业务作为切入点，持续扩展合作产品类目，紧抓存量市场的增量机会，不断实现增长突破。

### 3. 东芝上半年的表现情况？

2021 年上半年，新冠疫情继续严重影响日本市场，同时原材料成本上升及汇率波动等持续影响经营。东芝家电在保障员工安全前提下，通过继续加深与集团各产品事业部价值链协同拉通，在疫情及海运资源紧张情况下有效保障产品供应；通过新品实现价格调整、加强销售活动等举措改善产品销售结构，提升零售市场份额并严控非经营费用，以应对产品成本上升等方面的影响，保障了经营目标的达成。日本家电市场零售规模同比总体持平，而东芝家电同比增长 10%，在六大品类合计市场份额提升至 12% 以上，同时分别在空调、冰箱、洗衣机、微波炉以及电饭煲等单项品类市场份额持续增长。持续深化变革组织架构及业务模式以适应市场变化，进一步强化线上销售团队建设，线上销售占比持续提升，整合优化日本国内销售、售后组织体系及网点布局，以提升组织效率与活力。继续加深与集团及相关事业部在品牌建设、研发创新、供应链整合、品

质提升等方面的协同效应，协作推广面向全球市场的产品布局，截至 2021 年 6 月，东芝家电业务已覆盖超过 70 个国家和地区。

#### 4. 美的将旗下的暖通与楼宇事业部更名为楼宇科技事业部，背后的考虑是什么？

2021 年 9 月，美的集团暖通与楼宇事业部正式升级为“美的楼宇科技事业部”（Midea Building Technologies Division，简称“MBT”）。

未来将聚焦楼宇产品、服务及相关产业，以楼宇数字化服务平台为核心，打通楼宇交通流、信息流、体验流、能源流，为用户提供智能化、数字化、低碳化的楼宇建筑整体解决方案，积极探索新的商业模式。

升级后的美的楼宇科技事业部，将全力推进楼宇科技数字化平台的构建，利用楼宇设备设施+数字化技术+产业生态布局，支持丰富多样的场景聚合和灵活个性的数字体验。打通楼宇交通流、信息流、体验流、能源流，提供 SMART IN ONE 的楼宇整体解决方案。交通流，建筑中人行物流的重要载体就是电梯，我们将重新定义电梯业务智能化未来，实现合理的动线规划及智能安全、高效便捷的乘梯体验；信息流，美的楼宇科技数字化平台将基于 IT 与 OT 技术的整合，有效利用建筑楼宇中庞大复杂的数据，匹配建筑拥有者、管理者、运营者需求的数据洞察与智慧应用；体验流，依托美的美控智慧建筑业务，整合楼宇自控系统、业务系统、行业专项系统，实现对商业、医疗、交通、数据中心、工业、办公等不同各类建筑使用场景体验的完美交付；能源流，在美的暖通空调及美通能源业务基础上，打造建筑能源全生命周期规划及管理系统，提供安全、舒适建筑环境的同时，提升建筑的综合竞争力，助力达成双碳目标与可持续发展。

今年伊始，美的楼宇科技研究院成立，打造工程和互联网思维相结合的顶尖科研团队，构建建筑智慧大脑，用数字技术实现人与建筑的交互融合。目前，由业务中台、数据中台、算法中台组成的美的楼宇科

技数字化平台，已逐步支撑事业部各业务链条，并整合原有的专业能力，进一步完善楼宇生态解决方案。

## 5. 去年9月国家正式发布“碳达峰”与“碳中和”目标，美的在家电领域有何相关布局？

伴随2021年“碳中和元年”开启，一股“碳中和概念”席卷社会各界。

“碳中和”不是“碳跃进”，对中国乃至全球来说，这是一条坡长雪厚的黄金赛道，实现双碳目标则需前瞻布局，环环把控。过去近30年里，美的机电聚焦绿色发展，践行“绿色理念、绿色创新、绿色源动力”发展理念。

2000-2007年，美的机电陆续推出应用R407C、R410A、CO<sub>2</sub>等技术的压缩机产品，不断提高压缩机环保技术。2008年，美的机电开始R290压缩机研发项目，并投资建设R290专用实验室；2011年首条联合国蒙特利尔R290压缩机示范生产线签约；2014年R290压缩机联合国示范生产线成功验收；2015年R290技术入选“国家低碳目录”技术；至今，美的机电R290环保冷媒技术已成熟应用于空调、冰箱、移动空调、热水器等多个领域。基于R290环保冷媒不含氟氯、低GWP值等特性，美的机电不断深挖、拓展R290环保冷媒技术；同时联动高效节能电机技术等在家电部件、汽车部件、工控部件领域交互延伸，全面布局绿色环保技术，为行业绿色可持续发展提供技术支持。在家电领域，除了R290环保冷媒技术纵横发展、喷气增焓技术不断进阶升级，美的机电全线变频产品每年能效提升3%；而其他系列产品如独立压缩二代压缩机，也实现产品能效升级：空调器能效大幅提升11.3%，制热能力提升20%，一年能够减排430万吨二氧化碳，切实助力国家双碳战略落地实施。

此外，美的机电将绿色节能技术延伸至汽车部件领域，助力新能源车绿色发展；在工控部件领域和3C部件领域，美的机电围绕智能、节能、

	<p>智造等核心加速技术革新，从绿色科技到绿色制造构建绿色可持续发展的产业生态。</p> <p>接待过程中，公司严格按照《信息披露管理制度》等规定，保证信息披露的真实、准确、完整、及时、公平。没有出现未公开重大信息泄露等情况，同时已按深交所要求签署调研《承诺书》。</p>
附件清单(如有)	无
日期	2021年9月