

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：2022-09

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	Alliancebernstein LP Arohi AM Balyasny AM BC Investment Management Corp Coatue Mgmt Davidson Kempner Capital Management Eastspring (Singapore) Fullerton Fund Mgmt Goldman Sachs AM Lazard AM Pinpoint AM Putnam Management Pzena Investment Management LLC TIAA Global Asset Mgmt Torq CM
时间	2022年9月13日
地点	线上电话会
上市公司接待人员姓名	公司管理层

投资者关系活
动主要内容介
绍

1. 海外业务的最新进展？

2021 年，美的建立以美国、巴西、德国、日本、东盟为突破口的全球战略，成立海外品牌建设专项，明确战略市场用户细分、产品地图、品牌矩阵和本地化基础设施建设等具体规划，并在用户洞察、品牌建设、产品创新、组织强化等方面加大资源投入，确保相关战略的落地执行；持续完善海外渠道布局，以用户为中心，推进海外渠道向零售终端转型，2022 年上半年新增活跃合作客户近 2,600 个，新增海外自有品牌销售网点超过 2 万家，持续精简渠道层级与发展电商渠道以推动渠道扁平化，同时在巴西、菲律宾开展试点直营零售模式，以改善渠道效率与数据透明度，通过对超过 6 万个零售网点的不同维度数据信息实现可视化，有效支持和优化门店经营策略；持续加大海外电商业务的投入，成立海外电商公司并组建海外电商 IT 系统专项团队，引入专业人才完善电商组织架构，推动海外业务数字化转型与变革，完善全球数字化计划物流与仓储能力，优化售后服务网络和备件网络，推广海外 iService3.0 数字化售后服务系统，实现电商业务数字化升级；强化海外自有品牌建设，加速推进自有品牌全球突破步伐，启动北美品牌建设专项，从线下终端零售体验、导购团队建设、社交媒体投放及全屋套系产品营销等多维度强化在重点市场的自有品牌渗透能力，赞助海外知名足球俱乐部和体育赛事，强化英国曼城队赞助效果，在超过 20 场的主场比赛中触达全球超 8 亿粉丝，借助社交媒体、球星以及网红达人内容触达全球 3 亿人次，助力拓展在当地市场的本土化营销，进一步提升美的品牌全球认知度；建立海外智能场景共创机制，通过在重点国家市场试点设置 IoT 产品经理和工程师以实现 IoT 新品连接测试本地化，截至 2022 年 6 月，海外市场 IoT 产品出货量超过 140 万台，产品激活超过 26 万台，建设完成全球统一的国际美居 APP 线上支持服务平台，成立面向全球 AppStore、Googleplay

等应用市场及“in-app feedback”应用的服务团队，完成面向 5 个重点国家市场所对应语种的 FAQ；搭建以用户共创、用户服务、品牌官网、社交媒体、海外电商和美居 APP 为六大触点的用户增长数字生态，探索海外用户数据存储、内容迭代、运营操作的最佳模式，构建海外客户数据平台，推动海外私域流量运营，通过在美国、巴西开展海外用户增长项目试点，实现用户转化率及售后体系获客量等指标明显提升，有效支持销售增长，并在海外其他市场推广相关经验，截至 2022 年 6 月，通过海外社交媒体已累计触达 12 亿人次，用户交互数达到 1,700 万，官网注册用户数突破 540 万；持续完善海外制造布局，加速推进“中国供全球+区域供区域”模式，2022 年上半年，进一步推动埃及生产基地的建设以覆盖中东及非洲市场，进一步推进巴西新制造基地的建设以覆盖多个重点品类，同时还在海外制造基地大力引入并推广国内精益制造体系并培育海外精益人才，提升全球制造交付能力，不断完善海外工厂 EHS 管理体系，为海外生产基地安全稳定运营提供有力的保障；完善全球物流和服务体系，一方面深化与全球战略伙伴密切合作，创新国际物流合作模式，有效保障在市场剧烈变化时的物流资源供给，另一方面提升全球服务能力，优化海外 iService 系统和云呼叫平台的服务网络建设、全球网点和服务工程主数据管理，持续构建快速响应、主动式的全球服务体系，2022 年引入 Amazon Connect 作为全球部署的云端全渠道客户联络服务系统，实现全球呼叫中心迭代升级，可直接触达全球终端客户，不断完善美的全球整体服务系统，实现从用户触达到服务完成的全流程闭环管理，显著改善服务效率与用户体验。

2. 东芝上半年的表现情况？

2022 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；通过加快新品上市实现价格调整、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，以应对产品成本和汇率波动等方面的影响，实现经营目标的达成。2022 年上半年，日本家电零售市场整体规模较 2021 年增长 6%，东芝家电零售收入增长 25%，在六大品类合计市场份额提升至 14%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，不断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 2022 年 6 月，东芝家电业务已扩展覆盖超过 120 个国家和地区。

3. 高端家电 Colmo 上半年的表现情况？

COLMO 以高端智能产品服务菁英用户，2022 年上半年整体销售突破 40 亿元，同比增长 150%，套系产品销售超过 13 万台。在产品端，经过三年发展，COLMO 的全屋高端智慧产品已涵盖中央空调、全屋用水、冰箱、酒柜、干衣机、洗衣机、护理柜、厨电等多个品类，初步构建全球家电市场领先的高端化智慧生活解决方案。2022 年 7 月发布纯平嵌一体化餐厨新品，高端定制美学的产品外观设计和套系化的极简视觉感受，提升五感体验，让厨房生活回归自然本真；基于“为全球菁英用户提供全图景高端智慧生活解决方案”的愿景，COLMO 开启从高端智能产品向高端全屋智能系统的进化与升级，推出“墅智专家”的行业定位，占位更高端的全屋智能，2022 年上半年携手未来事物管理局、WAD 豪宅研究院共同发布墅智专家能力及五大核心墅智系统，夯实“墅

智专家”行业定位。在品牌端，作为理享生活的推动者与引领者，COLMO 与豪宅、科技、时尚、建筑等多个领域的 IP 跨界合作，开启第三届菁英生活节，多维度呈现理享生活图景；在用户端，COLMO 自上市以来已与累计超过 50 万超级个体携手共进；在市场端，根据奥维云网数据，2022 年上半年 COLMO 产品在高端市场占比提升显著，其中空调挂机和净水产品均在 20%以上，洗碗机则接近 13%；在渠道端，为向菁英用户提供更好的全屋智能体验，2022 年上半年 COLMO 携手国际时尚传媒集团《嘉人 Marie Clarie》，在成都远洋太古里打造出高端时尚的建筑文化地标——COLMO “墅智美居”体验空间，并进一步开拓高端全场景渠道，已累计布局近 170 家智感体验馆。

4. 公司在新能源领域的进展如何？

美的集团深化新能源车核心部件布局，聚焦解决行业低温制热痛点的前沿技术 CO₂ 转子式汽车电动压缩机、国内自主研发的辅助/自动驾驶的 EPS 电机以及各项性能处于前沿技术水平的主驱电机等产品技术，现有的三大产品线五款产品基本已上车测试并将陆续量产；在市场拓展方面，为多家知名车企提供产品技术解决方案的支持，2022 年上半年得取得多个客户的定点合作项目，定点合作项目未来产生订单的总产值据测算将超过数十亿元，目前累计出货量已超过 3.6 万台；在产能方面，2022 年 2 月新建新能源汽车零部件安庆制造基地，总投资规划约 110 亿元，重点突破核心基础零部件等瓶颈，主要生产助力转向电机、新能源汽车电动压缩机、新能源汽车驱动电机等品类产品，打造热管理、电驱动、底盘三大系统研发中心，同时合肥制造基地产能也在持续提升，其中压缩机产能同比提升 100%、电驱动产能同比提升 200%、EPS 电机产能同比提升超过 200%。2022 年 4 月，美的工业技术事业群收购武汉天腾动力，正式进入两轮出行

	<p>领域并拓展两轮电动车核心部件，通过导入美的供应链体系和引进美的先进的大规模生产经验，分别在国内和越南布局现代化工厂，持续为客户提供优质产品，并在 2022 年欧洲自行车展会上发布三款大牙盘中置电机产品，产品具备高功率密度、高效率、快速响应和低损耗率等技术优势，广受市场关注。在新能源领域，以行业领先的高压变频器为触点，2022 年上半年在智能微电网、储能、SVG 动态无功补偿装置等产品服务领域实现突破，合计订单金额超亿元，同时高压变频器产品在石化和电力行业的占有率得到稳步提升，低压变频器产品获得行业核心客户认可；在新品开发方面，2022 年上半年，高压变频器 HCA 系列产品顺利完成相关验证，户用储能一体机及解决方案 HEC-S 与集装箱式一体化储能产品成功上市。</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	2022 年 9 月