

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：2024-02

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	交银施罗德基金、广发证券、嘉实基金、AllianzGlobalInvestors、东方证券、瓴仁私募、华泰证券、富国基金、贝莱德基金、中国人保
时间	2024年2月26日
地点	策略会
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	<p>1. 在压缩机技术方面有何新突破？</p> <p>为满足日益多样化的市场需求，美芝、威灵整合自身压缩机、电机等核心零部件产品打造系统级解决方案，全面覆盖等多元应用场景，提供一站式全场景的产品及解决方案。美芝、威灵新推出了多款创新的定速涡旋压缩机和商用 ECM 电机，以优越的性能满足了整机企业和消费者对高效、节能、静音的需求。美芝定速涡旋压缩机适用于美式风管机、商用空调、冷冻冷藏和热泵领域，制冷量可匹配 11,362 W 和 18,411 W，能够满足不同户型需求；采用的 R454B 环保冷媒对环境更加友好，且可以实现行业领先的能效水平和静音减震效果；稳定、精确的同轴度制程能力配合多重内置保护，进一步提升可靠性表现。威灵 ECM 电机用于美式风管机和热泵场景，变频技术实现更高效节能的性能表现，其中塑封 ECM 电机通过恒定扭矩、</p>

6000V浪涌保护极大提高产品稳定性；铁壳 ECM 电机将效率提升至 85%，实现扭矩控制精度 $\pm 3\%$ ，独特的降噪设计让噪音低于 48 分贝，提供极致安静享受。聚焦家用场景，美芝、威灵针对北美家庭采暖制冷需求，展示了覆盖风管机、热泵采暖和热泵热水、冰箱及窗机空调的丰富解决方案。为了打造更加高效、绿色、可靠的美式风管机产品，美芝定速涡旋压缩机和定速转子压缩机采用先进的设计和制作工艺，并使用环保冷媒，使产品能效显著提升；针对低碳节能的热泵产品，美芝热泵采暖转子压缩机引入变频技术，兼顾高能效和静音运行，在 -35°C 环境温度下制热性能依然优异；在冰箱冰柜和窗机空调领域，美芝、威灵的压缩机及电机解决方案展现了出色的节能优势，美芝冰箱冰柜超高效变频压缩机可以助力省电高达 20%，窗机空调转子压缩机每年则可节省 45KWH 的电量。在轻商和车用场景中，美芝商用空调变频涡旋压缩机具有 14~160rps 的宽运行范围；威灵商用空调电机系列运行能效提升明显；美芝房车空调转子压缩机应用油分离及电机冷却专利技术，以前后左右 $\pm 10^{\circ}$ 的宽安装角度确保崎岖路况的高运行可靠性，同时更加低噪舒适。

2. 公司如何坚持科技创新的发展战略？

过去 5 年，美的集团累计投入研发资金超 500 亿元，每年投入均占年度营收 3.5% 以上。在美的构建的“四级研发体系”的组织架构中，集团层面设置的四个技术组织，包括中央研究院、智能制造研究院、AI 创新中心、软件工程院，其职责便是聚焦于前沿技术、颠覆性技术的研发，为将来 3~5 年甚至更长时间推出的产品做技术储备。通过在核心技术、前沿技术、突破性技术上的布局，美的保持了中长期的科技领先优势。美的在引领性产品、高潜产品、趋势产品和海外产品获得明显的突破，超过 300 项技术获得国际领先鉴定。此外，美的在全球将近 50 个国家和地区布局专利超过 10 万件，累计专利授权维持量超过 8 万件，其中发明专利授权维持量超过 2.5 万件。在 2024 年 1 月美国商业专利数据库 (IFI Claims) 发布的全球专利

250 强排行榜上，美的集团凭借超过 6.4 万件全球专利家族持有量，位列中国第三位、全球第八位。5 家灯塔工厂、涵盖注塑、钣金、电子等多个场景的黑灯工厂、27 家国家级绿色工厂、1 家海外国家级绿色工厂、9 家 5G 工厂、3 家零碳工厂、3 套国家级绿色供应链等，这些都是美的坚定科研投入推动制造业高质量发展最务实、最扎实的写照。

3. 公司的渠道变革情况如何？

公司持续推动垂直效率提升和横向协同效率提升，加速零售能力发育和零售转型。通过直营零售变革不断推进线下渠道的“垂直效率提升”，推动新型运营商赋能转型，以提升运营商的数字化驱动、零售赋能、工程项目等八大能力为路径，优化全品类运营商运营能力与一致性，实现“一个美的”面向市场，确保用户服务和体验的一致性。随着线上与线下市场进一步加速融合，美的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趋势，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。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，助力门店数字化零售转型。一是升级“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；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、云仓等系列服务保障；三是为商户提供数字化营销工具辅助门店开展线上线下全场营销促销活动，帮助门店获客引流和留存潜客，打通融合线上线下；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。积极布局下沉市场，通过合厅出样、场景化展示，为下沉市场的消费者提供整屋全套家电购买体验；以用户需求为牵引，不断完善新品布局，在家用中央空调、

	<p>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，挖掘下沉市场消费新潜力。</p> <p>2023 年上半年，美的电商销售占比达到 48% 以上（含电商下沉），在电商方面持续推进产品结构升级、产品场景套系化及“以旧换新”等服务，强化不同细分渠道经营，在兴趣电商平台深化布局并实现新增长；2023 年“618”期间，美的系全网总销售额连续 11 年行业第一，同比增长超过 50%，抖音电商交易总额（GMV）首次突破 10 亿元，位列家电行业首位。</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	2024 年 2 月