

证券代码：000651

证券简称：格力电器

珠海格力电器股份有限公司  
投资者关系活动记录表

编号：2024-001

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
活动参与人员	线上参与公司 2023 年度网上业绩说明会的投资者 董事长兼总裁 董明珠女士 董事、副总裁兼董事会秘书 邓晓博先生 财务负责人兼总裁助理 廖建雄先生 独立董事 王晓华先生
时间	2024 年 6 月 14 日
地点	全景网： <a href="https://rs.p5w.net/html/143602.shtml">https://rs.p5w.net/html/143602.shtml</a>
形式	线上会议
交流内容及具体问答	<p><b>Q1、请介绍空调产品趋势？</b></p> <p><b>回复：</b></p> <p>（一）家用空调</p> <p>随着国家节能环保优惠补贴政策的推出和国民生活质量的提升，高参数、高舒适性、高智能、高集成空调新产品逐渐成为市场主流。格力电器作为行业龙头，始终聚焦用户需求，不断升级产品技术，为用户提供绿色节能、舒适体验、多维智能、精致外观、套系集成的空调产品。</p> <p>在绿色节能方面，格力·国风搭载了国际领先 AI 节能科技，通过自主研发空调专用 AI 节能芯片，自研人工智能算法的运行节能技术，精确控制空调各执行器参数，达到实时运行能效最</p>

优。

在舒适体验方面，格力·时光锦柜机搭载国际领先的上下出风技术，制冷时，冷风不直吹，风量大不衰减；制热时，热风先暖足，暖气自然上升，暖而不热，给消费者带来最舒适的体验。

在多维智能方面，格力·星宇搭载第三代格力 AI 语音科技，实现专属亲密唤醒和连续对话，听得懂方言，并配置海量助眠语音包。智能光敏科技配合 16 分贝静谧运行，智能呵护用户睡眠。同时优化空调制冷运行算法，实现温度与湿度和谐共存。

在精致外观方面，格力·摩登 π 外观以复古圆润的弧线，金属感齿轮细节设计和仿古表盘显示屏为特点，搭配复古绿和若华金配色，打破传统空调审美，营造经典复古气息。

在套系集成方面，格力·至尊定位为家庭多维气候生态管理中心。一台主机掌控五大维度，集空调、新风机、空气净化器、除湿机及加湿器五机一体，调控空间多维气候，同时实现全屋物联生态管理，智能感应、智能检测、智能运行，互联其他家电产品打造智慧生态。

## （二）暖通设备

随着国家“双碳”战略的实施和产业改造升级的全面启动，节能环保、细分市场已成为暖通设备未来发展的重点方向。格力电器持续创新核心技术，根据用户需求不断扩充产品矩阵，在 6 大板块推出 13 大品类暖通设备，可以满足不同工况、不同场景、不同行业的设备需求。

1、家用中央空调板块：应全球家庭对更绿色、更智能、更舒适的美好生活的需求，格力家庭中央空调全面升级为格力舒享家。格力舒享家包含绿色能源、舒适环境、智慧生活三大板块，涵盖光（风）电、储能、中央空调、地暖、新风、全屋家

电、健康用水、智能家居八大系列产品，全方位、系统化打造绿色、健康的舒适家居环境。未来，格力舒享家运营中心将遍布全国，服务千万家庭，与您共创美好生活！公司对舒享家系列化产品进行了全面的布局及规划，并在 2023 年重点推出了 K+系列和 K+pro 系列高效风管机及 3D 风口和净化模块舒适健康配件，全系列能效远超国家一级能效标准，推动风管机全面进入“一级能效时代”，让客户享受节能、舒适健康双升级；全新推出沁悦风、静悦风、舒蕴风全热交换新风净化机，其中静悦风针对卧室新风需求场景而开发，有效解决新风机在工程安装过程中大管径穿梁打孔不安全的问题，为用户提供洁净、宁静、舒适的卧室新风体验。推出采用光伏直驱技术的“至尊型”家庭中央空调产品——尊墅，将光伏发电及储能技术与空调产品相结合，一机解决绿色供电、空调、地暖、热水、除湿不降温等多项需求，为用户全方位打造舒适家居环境。

2、商用多联机板块：依托技术优势，给客户提供更价值的产品。商用多联已进入全面更新换代时期，格力推出 GMV R 更新用多联机，不换管、不换线、不换室内机、直接替换室外机，快速实现节能改造。同时格力采用了最新一代补气增焓多联机技术，对 GMV Water 水源热泵多联机组进行了升级。本机组结合了常规水系统与多联机系统的优势，有效减小了机组的安装空间，使其能够方便地安装于设备层，从而提升了建筑的美学价值。此外，机组还能利用多种可再生能源，进一步提高节能性。

3、清洁采暖板块：构建全建筑型供暖，赋能可持续发展。格力已建立全建筑型供暖产品体系，拥有一系列先进热泵技术，连续多年荣获热泵行业领军品牌奖。

格力推出火凤凰至尊型户式暖冷（整体式）机组，涵盖单热和三相电特殊型号，以满足市场的多样化需求。同时，格力不断深化在热泵行业的布局，针对工农业和高端舒适需求，分

别推出了商用高温热泵热水机以及锦泉直热承压式热水机。凭借在节能研究方面的创新优势，格力聚焦于细分市场的用热清洁化和绿色化产品，成功构建了全新的热泵全场景应用格局，进一步推动了热泵技术在更多领域的应用与发展。

4、精密空调板块：格力专注于“双碳”战略，积极推动绿色数据中心的建设与发展，为构建清洁、低碳、安全、高效的能源体系贡献力量。格力成功研发出风冷式氟泵变频智能双循环机房空调机组。这款机组能根据不同季节的室内外温差，智能切换压缩机制冷、混合制冷（压缩机+氟泵）及氟泵制冷模式，确保机组在稳定运行的同时实现节能高效，降低能耗和运营成本。

5、大型水机板块：随着能源转换链条从传统“燃料生热”方式变革为“绿电制热”，通过低碳电力减少供暖碳排放，高温热泵代替锅炉已经成为工业减碳的必然要求。格力一直致力于发展先进热泵技术与装备，推出具有突出节能性、可靠性与适应性的工业大容量高温离心式热泵机组，热水出水温度高达150℃，该款产品可以一次升温闪蒸115-145℃的低压蒸汽，或搭配水蒸气压缩机二次强化升温产生120-160℃的高压蒸汽，可满足食品、医药、印染等非流程工业80-150℃用热需求，替代非流程工业燃煤、燃气锅炉，具有更明显的经济优势，对推动工业领域的电节能化发展具有重要意义。同时双碳背景下，建筑行业作为重点节能领域，逐步向绿色化、低碳化、智能化方向转型发展。为实现绿色建筑智慧节能，格力全新打造宽工况适配的永磁变频高效机房系统与全新自主研发的GMOS楼宇智控系统，构建了“效-智”全面提升的水机中央空调系统体系，可实现建筑全系统化节能，全场景智能化管理，进一步推动绿色建筑行业可持续发展。在节能改造板块，针对建筑节能改造需求，格力倾力打造出一体化磁悬浮离心机，双一级能效，小型模块化设计，让改造更简单灵活。

6、冷冻冷藏板块：核心科技赋能全冷链系列产品，加快推动行业发展。为响应“十四五冷链物流发展规划”，进一步完善医药产品冷链，格力全新推出-86℃超低温保存箱，可用于保存病毒、细菌样本、疫苗、生物组织及器官等。机组采用低温强化传热技术，降温速度快，从25℃到-80℃仅需240min，搭配精准控温技术、多重强化保温技术，有效提升箱内温度均匀性，可充分满足科研、生物医疗、药类企业等领域的低温存储应用需求。

## **Q2、公司在冰洗、生活家电板块的发展规划？**

**回复：**公司坚持“好电器 格力造”的核心发展战略，依托“技术制造、渠道布局、服务网络”三大优势，以消费者需求为中心，持续打造多系列智能家电产品。

### **（一）依托核心技术，提升产品品质**

秉承创新是第一动力的理念，公司将依托强大的研发体系，继续深耕核心技术，聚焦市场需求，将技术拓展至冰洗、生活电器领域，持续为用户打造健康、智能化及个性化产品。

### **（二）借助渠道布局，提升品牌价值**

公司将以线下30个区域、3万家门店以及线上第三方电商平台官方旗舰店为基础，对冰洗、生活电器产品进行全面布局。同时，在营销方面，除加大传统高空广告投入力度，也将积极尝试新兴广告媒介，通过发挥社交电商新潜力，充分展示冰洗、生活电器产品，提升晶弘大松品牌拉力。

### **（三）聚焦用户需求，完善售后服务**

专业的售后服务团队是维持用户满意度与品牌优质口碑的重要保障，经过多年的探索与实践，公司形成了由总部、销售公司和服务网点组成的三级客户服务管理体系，服务网点近2万家。公司将在原服务网络上，继续推进客户服务信息化、智能化，持续完善冰洗、生活电器售后服务，给用户带来安心的

消费体验。

公司将继续秉承“让世界爱上中国造”的使命，不断推出更多高品质、高性能的冰洗、生活电器产品，为全球消费者提供更加优质的生活体验，用创新为行业注入活力，推动行业高质量发展。

### **Q3、公司冰洗推出了哪些新品？**

**回复：**公司聚焦用户需求，围绕健康、舒适、节能等需求进行技术创新，打造高端精品产品。

在冰箱板块，格力晶弘冰箱推出了全域养鲜二代BCD-518WIPSG系列新品，产品搭载光合水润养鲜、嫩冻凝鲜2.0、-38℃超冻、HCP全时动态除菌净味等技术，在果蔬保鲜的失重率和营养物质保留率、肉类短期保存时的汁液流失率和干耗、水产肉类长期存储时的脂肪氧化和DHA流失等指标上均具有显著优势，从色泽、水分、口感、营养上全方位满足消费者对食材更高品质的存储需求。

在洗护机板块，公司坚持以“引领热泵洗护”和“AI智能洗涤”为方向，以消费者需求为导向，致力于满足客户的针对性需求。公司通过对常规衣物和高端材质衣物的洗涤、烘干、护理进行全方位研究和升级，推出二代热泵洗护机，实现洗衣机洗、烘、护性能和用户体验的大幅提升。在智能应用方面，可实现一键自动开门，无需手动推拉，提升用户体验。洗完即可自动开门，保持筒内空气流通，杜绝衣物闷出异味。拥有iCleaner2.0全域智洁系统，将烘干滤网、换热器自清洁由被动冲洗升级为主动冲洗+刷洗，清洁度提升至100%，提升衣物烘干效率，杜绝衣物二次污染；在健康方面，采用防霉抗菌门封，抗菌率达到99%，有效避免门封发霉、细菌滋生，维护洁净洗衣环境。拥有60℃筒清洁功能，高温水流细致清洁内外筒脏污残留，洁净洗衣环境。带有健康双重喷淋，清洁玻璃碗和

门封圈，避免因泡沫或污渍残留导致二次污染。采用纳米 Ag+ 离子，遇水缓慢释放，常温洗涤也能杀菌，除菌率高达 99.9% 以上。蒸汽护理除菌螨，除菌率达到 99.99% 以上，除螨率 99% 以上，让消费者在家体验干洗店般的洗、烘、护一体化服务。

未来，格力将继续夯实内功，坚持创新，丰富产品线，为消费者带来更多优质的家电产品，实现“让世界爱上中国造”的愿景。

#### **Q4、对应国家政策，公司是否有推出以旧换新的方案？**

**回复：**为响应政府《推动大规模设备更新和消费品以旧换新行动方案》，经公司研究决定，从 2024 年 4 月 28 日起，格力电器投入 30 亿元资金，启动对家电产品的以旧换新活动。消费者可通过格力董明珠店 (<https://mall.gree.com/>)、全国 3 万多家专卖店了解活动详情。

#### **Q5、渠道改革的进度？目前处于什么阶段？24 年具体有哪些规划？**

**回复：**

##### **（一）多元渠道融合**

1、拓展平台渠道。公司紧跟智慧零售浪潮，通过全网全平台入驻，加强网点布局，已有效覆盖全线市场。

2、优化销售模式。公司紧抓消费需求，以直播带货、社群营销、私域达人合作、精准投放广告等形式优化线上销售模式，提升在年轻群体中的影响力。

3、打造线上线下融合的场景营销。公司在积极拓展线上渠道的同时，大力推进线下数字化门店的建设，通过引进智能导购大屏、云货架、电子价签等一系列数字化设备，提供线上线下融合的体验式、沉浸式购物环境。

4、持续打造平台+品牌的渠道。积极推动京东+格力门店落地，扩大下沉渠道的市场规模。

## （二）提升渠道效率

1、构建业财一体化。公司基于空调产业板块单后勤多财务架构下进行了 ERP 系统升级,通过流程重构、数据集成等方式,满足集团对于管控、多方贸易、核算自动化的需求。

2、供应链数字化建设。通过供应链全生命周期的可视化监控、风险预警和定期绩效分析等措施,达到优化资源配置及降低成本的目标。

3、开发产线管理系统。通过生产订单、质量连锁的实时在线管理,生产效率得到有效提升。

4、构建智能数字化物流系统。公司线下销售采用“干线+仓储+支线配送”的模式,线上销售采用电商平台物流。公司的基地仓还配置了自主研发的 AMR 移动机器人,使物流效率得到快速提升。

未来,公司将继续坚持搭建自主管控、互利共赢的销售渠道及销售模式,实行线上、线下双线融合的“新零售”营销模式变革;以 30 个区域、超 3 万家线下网点、第三方电商平台官方旗舰店为基础,建立覆盖全国的双线销售网络,提供线下体验、线上下单、全国统一配送和安装的双线联动一体化服务,激活渠道优势,实现企业、经销商与消费者的三方共赢。

### **Q6、2023 年空调的毛利率提升幅度较大的原因?**

**回复:** 公司 2023 年空调的毛利率同比增长,主要受原材料成本下降、成本管控、产品结构优化等影响。

**Q7、目前原材料价格持续上涨,公司是否有长线储备部分原材料,后续会拖累盈利能力吗?**

**回复:** 公司关注铜、铝、钢、塑料等主要原材料的价格走势,并制定相应的管控政策:

1、公司对原材料需求及库存情况进行数字化管控,制定灵

活的储备策略。

2、公司定期开展大宗材料期货套期保值业务，规避原材料市场价格大幅度波动带来的不利影响。

3、公司持续通过成本管控、技术创新、工艺优化、提高生产效率和减少损耗等降低成本。

**Q8、公司什么时候实施 2023 年年度分红，公司未来分红的展望情况？**

**回复：**公司在关注自身发展的同时高度重视投资者回报，通过现金分红与回购公司股份持续与投资者共享成果，2023 年，公司回购股份约 30 亿元，并推出约 131 亿元的年度利润分配预案，2023 年年度利润分配预案尚需股东大会审议，公司将根据法律法规的要求及时披露相关公告。

**Q9、请问公司今年 618 活动的具体内容是什么？**

**回复：**公司已在各大电商平台开启 618 促销活动，同时格力董明珠店的优惠活动也正在进行中，欢迎登录格力董明珠店微信公众号（活动页链接：<https://mp.weixin.qq.com/s/rSjUERpeeWrL1zksI5ocjA>）或格力董明珠店了解活动详情。

**Q10、公司工业机器人的发展情况？**

**回复：**格力电器秉承“自主掌握核心技术”的发展理念，深耕伺服电机、伺服驱动器、运动控制器等工业机器人技术领域，已实现机器人产品负载从 1kg-600kg 全系列覆盖，可广泛应用于机械制造、汽车零部件加工、家电制造、3C 等不同的工业场景。

2023 年，公司开发了面向锂电、光伏领域的 GR35、GR50E、GRS20 等工业机器人，面向汽车零部件压铸的 GR200 工业机器人，以及匹配配液工作站的 GRX5 协作机器人，并为新能源

	<p>汽车零部件制造领域提供机器人自动化应用解决方案，持续助力国家生产制造行业智能化升级。</p> <p><b>Q11、公司在 2023 年海外自主品牌营收增长显著。请问营收大多数来自哪些国家和地区？</b></p> <p><b>回复：</b>格力电器在海外市场持续发力，坚持以自主品牌为中心，实施差异化发展战略，不断加强海外战略规划和全球市场整体布局。</p> <p>1、生产基地全球化、本土化：公司目前在南美地区建有海外生产基地，公司利用当地政策优势，积极优化产能布局。</p> <p>2、市场整体布局更聚焦：公司重视当地消费者的市场细分产品，目前产品在中东、欧洲、东南亚等市场实现持续稳定增长。</p> <p>3、优化产品结构，坚持绿色发展：商用空调领域，在细分市场拓展品类，大力推广热泵产品、冷冻冷藏机组及屋顶机。家用空调领域，开发满足不同消费层级的家用空调，大力推广中高端亮点产品。生活电器领域，围绕健康、舒适、节能等消费需求进行技术创新，大力推广中高端、套系化产品。</p> <p>2023 年，公司产品已销往 190 多个国家和地区，海外业务实现营业收入 249.04 亿元，同比增长 7.02%，自主品牌占比近 70%。中标典型样板工程超 130 项，总冷量为 45 万余冷吨，包括安哥拉罗安达新机场、巴基斯坦瓜达尔新机场、科特迪瓦阿比让体育馆、秘鲁农业大学、香港中文大学、澳洲悉尼 Pitts Street 酒店等，遍及非洲、巴西、中东、澳洲、亚太等多个海外国家及区域，在机场、电站、油田、轨道交通、酒店、工厂、办公楼及特殊援外项目等各个领域树立标杆，持续为格力国际品牌形象助力。</p>
关于本次活动是否涉及应披露重大信息的说明	本次活动不涉及应披露重大信息

附件清单(如有)	无
日期	2024年6月14日