

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：2022-07

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	红土创新基金、民生加银基金、泰康资产、天风证券、长信基金、鹏扬基金、新华基金、中欧基金、嘉实基金、中国人寿资产、长城基金、大成基金
时间	2022年7月7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. 当前美的的国内渠道变革进展如何？</p> <p>美的坚决推动垂直效率提升和横向协同效率提升，围绕用户需求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”，已有超过90%的线下专卖体系零售商可向美的直接下单采购，完成代理商向运营商的转型，不断优化全渠道库存效率，存销比降低20%；通过组织架构变革有效支撑“横向协同效率提升”，通过强化运营中心实现“运中主战”和全品类深度协同融合，通过运营中心的公司化运作实现“一个美的”面向市场，确保用户服务和体验的一致性。2021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</p>

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，在国内的建材家装渠道累计建成逾 900 家智慧家门店，并进一步深化与头部家装企业合作，在区县级市场布局超过 2500 家旗舰店，在乡镇级市场建成超过 11000 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，在拼多多、抖音、快手和小红书等新兴渠道，完善产品布局，优化营销评价体系，推动美的电商经营中台建设，推动渠道核心店铺自营，强化经营一致性与效率，打造 DTC 能力；四是专项推动产品结构突破，通过数据洞察精准识别用户需求，利用新玩法驱动新兴品类增长，提升智能场景运营能力；五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供需效率优化。

2. 公司在 ToB 业务领域持续扩张过程中，哪些是公司发展的重点？

美的在专注 ToC 业务“数一战略”的存量升级同时，在国内国际双循环和双碳战略的背景下，把握住国产替代和产业升级的机遇，面向 ToB 转型实现增量创造，坚肯定点燃第二引擎，既要着力发展机器人与自动化、楼宇科技、能源管理、智能出行等核心 ToB 业务，还要进一步推动安得智联、美云智数、万东医疗以及美智光电等数字化创新业务的转型升级。

3. 请介绍一下家电产品智能化方面的发展情况？

2021年,美的升级用户智慧生活方式,建立全屋智能解决方案 C2M 数字平台,完成美云销、美的到家、美的云货架等平台并上线个性化全屋解决方案,可实现在门店一键下单,用户可自由选择不同单品和场景产品组合。美的全屋智能化终端已覆盖国内近 700 家门店,同时推动百家门店全屋智能家居整装体验馆项目,为用户提供一站式全屋智能解决方案服务,2021 年全屋空间场景方案销售达到 18 万单,实现交易额超过 140 亿元。截至 2021 年底,美的美居已累计上线超 300 个智能场景,智能场景当年度累计执行次数超过 2.8 亿,美的智能联网设备数同比增长 96%,多设备的家庭占比达到 20%。此外,国际美居 APP 已上线泰语、越南语,全面支持海外重点国家的本地智能化发展。

美的基于用户、环境和设备数据,打造覆盖多类产品的“空气云管家”智能算法功能,通过智能算法可为用户实现“云管理”设备,满足用户在不同的使用环境和场景下的需求;上线智能冰箱 AI 保鲜云管家,对食材存储保鲜算法进一步迭代,根据用户使用习惯和环境温度智能调节,实现温湿精控。智能云管家通过对用户生活中的“空气”、“用水”、“饮食”、“清洁”四大高频主题场景切入,不断优化使用体验并达到节电效果,同时新增家电设备故障、服务状态更新提醒功能,还可对家电运行数据分析并生成报告,实现节能控制。2021 年,美的智能云管家月活跃用户同比增长超过 450%,为超过 600 万美的的用户提供更节能、更舒适、更便捷、更安全、更健康的数字化家庭生活,已有数十项创新技术已提交专利申请,同时“电热云管家”还获得行业首个 VDE 节能认证,为用户节省电量最高可达 40%。

4. 楼宇科技所处行业的整体规模与增长前景如何？

根据产业在线、暖通空调以及长江证券研究所数据显示，2021 年国内中央空调不含税销售收入为 1,232 亿元，同比增长 25%，其中内销占比约为 90%，过去 5 年产业复合年均增长率为 9%，中央空调应用领域主要分为住宅、商业、工业、公共建筑等，按业务类型分，ToB 业务销售占比在 70% 以上，收入规模接近千亿元。根据国家统计局与长江证券研究所的数据显示，2021 年，国内电梯、自动扶梯及升降机的产量为 155 万台，同比增长 17%，以内销为主，近 5 年复合年均增长率为 10%，保持稳健扩张趋势，从主要厂商 2020 年的经营数据来看，如结合单台电梯设备出厂均价与维保业务综合考虑，单台电梯对应的产值在 20 万元左右，国内电梯设备对应的年市场规模大概在 2,500-3,000 亿元，电梯产业规模更加庞大；根据亿欧智库与长江证券研究所数据显示，楼宇智能化目前市场规模相对较小，2021 年约为 71 亿元，如果中央空调、电梯这种设备型业务是楼宇建筑中的“器官”，那么楼控则是楼宇建筑中的“神经系统”，通过连接控制各类设备，实现楼宇建筑的高效低碳运行，楼控决定着楼宇建筑整体解决方案能力的高低。整体来看，智慧楼宇产业仅国内收入规模就有近 4,000 亿元，且对应的是收入口径，行业复合年均增长率大概率在 5%-10% 之间。

5. 如何看待医疗业务发展前景？

医疗健康产业是关系到国计民生的重大产业，而医疗影像诊断行业又是医疗健康产业中最能代表先进技术及高端制造工艺的细分行业之一，具有多学科交叉、知识密集、附加值高、资金密集等行业特点，市场规模大、需求增长稳定。在我国经济水平显著提高、人口结构老龄化日趋严峻、居民健康意识及高质量医疗服务需求持续提升以及医疗器械国产替代进程不断推进的背景下，中国本土企业拥有巨大的发展潜力与市场机遇。万东作为我国医

	<p>用 X 射线机行业龙头企业及医学影像设备行业领先企业，具备夯实的技术基础和市场基础，其旗下的“万里云”平台更是走在了医学影像大数据云平台的行业前端。美的集团希望藉由本次交易助力上市公司抓住“国产替代”的历史机遇，通过进一步在核心技术上取得重大突破，推进医疗资源下沉基层，更好地服务广大人民群众，推动中国医疗健康产业的发展。</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 7 月