

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：2018-11

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	APS、BOCOM Schrodgers、China Life AMC、GIC、Harvest Fund、ICBCCS、New China AMC、Power Pacific、Greenwoods、Taikang AMC、China Everwin Asset、Guotai AMC、Khazanah Nasional、Modus Asset Management、New China Life、Optimas Capital、Orient Fund、PICC AMC、Fullgoal、Hua An Fund Management、Serenity Capital、Tenbagger、Teng Yue Partners、Trinvest、Zeal Asset Management、BOCIM、China AMC、FMR、Golden Trust Investment Management、Greencourt、HC Capital、Hanhe Capital Corporation Limited、King Tower Asset Management、MegaTrust、Gaoyi Asset Management、Trinvest、Yiheng Capital、Yude、3W Fund、Brilliance Capital、Cephei Capital、Fuh Hwa、Elephas Investment
时间	2018年11月8-9日
地点	北京
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. 请介绍一下美的集团的全新AI科技家电高端品牌：COLMO。 “COLMO”寓意“攀登”，凭借“生而非凡”的品牌精髓和“科

技服务生活本源，设计释放理性空间”的品牌理念，COLMO 集聚全球前沿科技和高端智造的智慧灵思，为消费者带来兼具至臻品质和自主学习能力的 AI 科技家电。

以非凡科技缔造智感生活体验，是 COLMO 品牌的愿景与目标。依托硅谷未来技术中心为前沿科技研究阵地，COLMO 将 AI 核心技术融于高端家电，利用图像识别、深度学习以及大数据专家系统，为用户提供舒适、智能的使用体验。同时，COLMO 在设计中以简驭繁，通过先锋设计与原始质感的完美平衡打造品牌独特的“理性美学”，以理性守护感性生活，让全球超级个体享受智感生活。

COLMO 坚持以科技驱动变革，通过简化的操作流程，放大居家生活中的愉悦体验感，为全球超级个体打造智能家居生活整体解决方案。

AI 科技家电高端品牌 COLMO 的诞生推动家电行业进入“人性化交互”时代，通过视觉识别和语音交互技术，以更加智能的方式接受和反馈信息，成为人们生活中值得信赖的伙伴。同时，通过对深度学习的运用，COLMO 产品有效实现了人性化且持续演进的智能体验。更重要的是 COLMO 背后的大数据专家系统，通过大数据研究不断地优化程序运行的算法，以非凡科技点亮每个家庭的非凡生活。

2、请简单介绍公司全新发布的 M. IOT。

美的集团发布的全新工业互联网平台 M. IoT，让公司成为了国内首家自主兼备“制造业知识、软件、硬件”三位一体的工业互联网平台提供商。

洞悉时代趋势，方能把握机遇，实现突破。无疑，工业互联网

则代表着制造业和经济发展的新趋势。据市场研究公司 MarketsandMarkets™最新报告，2023 年全球工业互联网的市场规模将达 914 亿美元，其中以亚太地区的年复合增长率为最高。在中国，随着国家多项相关政策出台，工业互联网将迎来爆炸性增长。

美的，则拥有着把握这份机遇的足够优势。拥有 50 年制造实践的美的，在软件方面拥有成熟的全价值链支撑套件，硬件上拥有库卡等世界一流的机器人与自动化服务提供商。美的通过 M. IoT 提供的，不仅仅是云端的链接、海量工业数据的汇聚，更是将制造业知识、软件、硬件三者结合生成的研、产、销全价值链集成解决方案。依托这样的差异化优势，美的可在工业互联网竞争中占据有利地位。

M. IoT 的未来发展，与整个制造行业的升级转型密切关联。不同类型的制造企业，在拥抱工业互联网时痛点与发展路径也各不相同。在大型企业中小企业差异性需求中美美的集团看到了机遇，因此，针对大型企业的数字化转型需求，美的集团通过整合的定制化方案予以实现；对于中小企业，则提供成熟的套餐解决方案，助其以更经济的成本实现上云上平台。同时，由于旗下美云智数和库卡已积累相当数量的实战经验，美的有望将现有的客户群，从提供单点服务的模式，发展为整体解决方案的合作。

成熟的应用经验、三位一体的独有优势、加上清晰的发展规划，全新发布的 M. IoT，有望为众多传统制造企业的升级转型提供切实有效的解决方案。

3、公司如何加快东芝项目协同整合？

在产品力与品牌力提升上，美的持续先行研发投入，成立日本用户创新中心，加大采购和技术降本，优化供应链体系组织和机制建设，提升成本竞争优势，通过品牌传播中心，统一 Toshiba 全球品牌定位和推广策略，明确品牌调性和消费者画像，落实家族化工业设计；在市场和销售体系变革上，日本市场在深耕传统量贩店和东芝旗舰店等存量渠道同时，积极开拓电视购物、网络电商和家用品中心等增量渠道，海外市场完成与美的集团区域平台整合，积极扩充海外产品线，重点布局东盟、中国、印度和北美市场，在中国市场，线下业务与美的事业部协同，在一二线城市开展东芝全品类或部分品类合厅，线上业务与美的电商协同，以天猫平台为主小步快跑，月销环比稳步增长；在价值链协同上，制造和采购体系与美的事业部全面对接，通过整合产能和提高精益生产水平，提高生产效率，大幅降低生产成本；继续推动组织与流程优化，利用美的数字化平台，推动整体业务流程规范化与透明化，有效提升运营效率。在上半年原材料涨价、汇率波动等不利因素影响下，东芝家电业务通过产品结构优化，新品类与渠道拓展，刚性控制非经营性费用等措施保持了家电业务收入的增长及现金流的有效改善。

4、公司是如何保护股东权益。

2018 年，美的继续推动构建公司核心管理团队与公司长期成长价值的责任绑定，进一步完善长期激励机制，公司新推出了第五期股票期权激励计划，第二期限限制性股票激励计划，第四期全球合伙人持股计划及第一期事业合伙人持股计划，稳固了公司高层、核心骨干与公司全体股东利益一致的有效机制。

公司坚持维护股东权益，保障了持续稳定的分红政策，美的集

	<p>团整体上市以来，分红派现达 271 亿，并在 2017 年度分红 79 亿，与全体股东共享公司成长；在内外部环境复杂，公司市值波动较大之时，公司推出了 A 股史上最大的回购计划，拟以不超过 40 亿元回购公司股份，维护公司市值稳定与全体股东利益，截止 8 月底，公司已累计回购金额约 18 亿元，积极践行了回购承诺。</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	2018-11