

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：2019-09

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 type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input checked="" type="checkbox"/> 路演活动 <input type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 其他
参与单位名称	UBS Global Asset Management, Viking Global Investor LP, Dymon Asia Capital, Greenwoods, Haitong Asset Management, Millennium Capital Management, Marshall Wace, Brilliance Capital, HSBC Global Asset Management, Value Partners, China Alpha Fund, 3W Fund Management, BOCHK Asset Management Limited, Bosheng Capital, CITIC Capital, Cathay Securities, Dongxing Securities AM, Excel Investment (HK) Limited, FountainCap Research & Investment, Manulife Asset Management, Morgan Stanley Investment Management, Springboard Capital, Taiping Asset Management, Veritas Asset Management AG, Winfor Capital Management Limited, Valuebed Capital, FountainCap Research & Investment
时间	2019年9月17-18日
地点	香港
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. 请简单介绍公司上半年的业绩表现。

2019年上半年，面对错综复杂的国内外政治经济环境，公司坚持“产品领先、效率驱动、全球经营”三大战略主轴，聚焦产品力提升，推动精益管理与全价值链卓越运营，把握行业消费升级趋势，持续优化产品结构，以内生式增长，构建面向未来的可持续竞争能力。上半年，公司整体经营目标顺利完成，盈利能力稳固提升，自有资金、渠道库存等各项指标持续向好，产品品质与口碑持续改善，公司全品类及全球协同的市场竞争优势进一步稳固。2019年上半年，公司营业总收入1543亿元，同比增长7.37%；实现归属于母公司的净利润152亿元，同比增长17.39%；经营活动产生的现金流量净额218亿，同比增长186.17%。

2. 2019年上半年，公司全球业务布局有哪些进展。

在统一的全球化大框架下，公司持续推进因地制宜的国际化公司治理，加强区域市场研、产、销体系整合，进一步强化聚合效应。积极扩展并合理规划海外生产布局，加强海外生产基础的管理与效率提升，提升本地制造的能力，以应对全球贸易不确定性，同时根据全球贸易的变化，加强分析调研，制定长期规划；不断拓展销售渠道，提升海外市场自有品牌形象，发布美的、东芝品牌手册及门店形象规范，新建或升级约600家海外品牌零售门店，对超过6,000名海外导购人员进行培训，零售渠道份额和消费者品牌认知度稳步提升；加快拓展海外电商业务，实现重点市场和重点电商平台的业务突破，目前已拓展至海外12个市场，并在美国、英国、俄罗斯、德国等核心市场电商平台实现多个品类销售排名第

一；优化海外经营数据平台，拉通外销体系数据，打造多个数据分析系统，提升业务分析运营能力；强化海外分支机构的PSI（Purchase Sales Inventory）管理模式、产品生命周期管理、备件管理和服务等流程的一致性，推动美的商业语言和体系的一致性和协同性，提高运营效率；搭建全球服务平台，加速建立海外服务能力，在北美区域建立包括呼叫中心、备件管理、产品维修等全面服务网络，其中美国服务网络覆盖率超过95%，埃及呼叫中心已发展成为可覆盖中东、非洲及欧洲等地区并可提供英语、阿拉伯语、意大利语、德语等多语言服务的区域性呼叫中心，此外全球服务信息系统在泰国、意大利等国家也已相继上线，全球服务管理能力不断提升。

3. 公司渠道变革转型进展如何。

随着用户消费圈层化、传播碎片化的特征日益凸显，线上线市场加速融合，美的面向用户需求，重塑零售与服务能力。2019年上半年，公司以用户需求牵引零售转型，加速对线上与线下网络进行融合，聚焦不同用户群体需求，重构市场零售运营体系，主要涉及三方面：一是为家装需求用户提供一站式、智慧化的产品服务方案，上半年在国内开设美的慧生活体验中心逾150家，超过250家旗舰店升级为美的慧生活体验中心，为超过10万家庭提供产品和服务；二是融合年轻消费群体的全新生活方式，为千禧用户群探索构建更高效的服务触达方式，通过数据平台深入了解用户需求，提供体验和功能俱佳的产品，同时聚焦用户运营分析，通过新媒体广告投放，打通从入口产品到关联产品的转化路径，稳步提高大单套购率，客单值提升超过20%；三是面向不同城市和

地区的用户，构建全覆盖、高渗透的零售网络布局，提升零售服务体验，焕新和迭代原有零售体系，深化网络触达。具体而言，一方面，在线上通过与电商平台推进供应链深度协同项目，利用数据驱动和系统拉通，实现精准预测、智能分仓、自动补货，智慧化供应链以快速响应用户需求。另一方面，在线下一、二线城市，通过与各地区大型连锁及购物广场紧密合作，让用户享受一站式服务，在广阔的三、四线地区，通过旗舰店、专卖店体系提供全品类产品服务，在乡镇地区通过近 10 万家终端零售网络使用户感知近似邻里的产品与服务。

4. 请简单介绍 2019 年上半年公司研发成果。

2019 年上半年，美的共申请专利 5,719 件，获得授权专利 7,068 件，其中授权发明 1,649 件；截止到 2019 年 6 月 30 日，美的累计专利申请量突破 10 万件，授权维持量超过 5.2 万件，连续四年家电行业全球第一。美的集团始终坚持“产品创新+标准创新”并联双驱动，并积极为行业技术标准化作出贡献。2019 年上半年，美的参与起草的《房间空气调节器能效限定值及能效等级》国家标准通过审定，该标准带来空调行业新一轮能效升级，还主导起草或修订《IEC 60705 Household microwave ovens - Method for measuring performance》、《GB/T 36934-2018 面向老年人的家用电器设计导则》、《GB/T 36947-2018 面向老年人的家用电器用户界面设计规范》、《QB/T 5366-2019 商业微波炉》、《QB/T 5363-2019 除螨仪》等一系列国家或行业标准。此外，美的还与中国电器科学研究院筹建 IEC/TC72/WG13 智能家电控制器工作组，推动了智能家电控制器国际标准制定与实施。

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》。
附件清单（如有）	无
日期	2019年9月