

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：2019-07

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	Marshall Wace Asset Management, Rbc Investment Management (Asia) Limited, Apg Asset Management, Franklin Templeton (Singapore), Dymon Asia Capital Ltd, T.Rowe Price (Hong Kong), Amundi Asia, Anatole Investment Management Limited, Cathay Life Insurance Company, China Investment Corporation, Daiwa SB Investments Limited, Nomura Asset Management, Optimas Capital Limited, Ovata Capital Management, Oz Advisors Lp, Point72 Asset Management, Sumitomo Mitsui Trust Asset Management, Value Partners, HSBC Global Asset Management, China Re Asset Management (Hong Kong) Company Limited, Eastspring Investments, Fullgoal Fund Management Co Ltd, Invesco Global, Manulife Asset Management, MCP Asset Management, Pinebridge Investments, Taikang Asset Management
时间	2019年7月4-5日
地点	香港
上市公司接待	公司管理层

人员姓名	
投资者关系活动主要内容介绍	<p>1. 请简单介绍公司海外业务的竞争力。</p> <p>一系列全球资源并购整合及新产业拓展的有效完成，进一步奠定了美的全球运营的坚实基础及美的在机器人与智能自动化领域的领先能力，同时，公司通过全球领先的生产规模及经验、多样化的产品覆盖、以及遍布世界各大区域的生产基地，造就了集团在正在崛起的海外新兴市场中迅速扩张的能力，强化了海外成熟市场竞争的基础。公司在多个产品类别皆是全球规模最大的制造商或品牌商之一，领先的生产规模让公司可以在全球市场中实现海外市场竞争对手难以媲美及难以复制的效率及成本优势。美的海外销售占公司总销售40%以上，美的产品已出口至全球超过200个国家及地区，拥有15个海外生产基地及数十家销售运营机构。通过国际业务组织变革，从平台化走向实体化，美的全球经营体系进一步完善，通过对海外业务持续加大投入，以当地市场用户为中心，强化产品竞争力，自有品牌业务获得持续发展。公司对海外市场的产品特色及需求的深入认知，使公司善于把握全球合资合作的机会，有效推动海外品牌构建与全球区域扩张，稳步提升全球化的竞争实力。</p> <p>2、公司的渠道网络体系如何推动线上线下业务增长。</p> <p>多年发展与布局，美的已形成了全方位、立体式市场覆盖。在成熟一二级市场，公司与大型家电连锁卖场一直保持着良好的合作关系；在广阔的三四级市场，公司以旗舰店、专卖店、传统渠道和新兴渠道为有效补充，渠道网点覆盖全市场，同时公司品牌优势、产品优势、线下渠道优势及物流布局优</p>

势，也为公司快速拓展电商业务与渠道提供了有利保障，公司已是中国家电全网销售规模最大的公司，2018年美的全网销售超过500亿元，同比增长超过22%，在京东、天猫、苏宁易购等主流电商平台继续保持家电全品类第一的行业地位。

美的旗下科技创新型物流公司安得智联，依托先进的科技与智能装备技术，已具备物流自动化的核心竞争力和能力优势。在构建高效的仓配一体服务方面，通过物流信息系统实现制造端到零售端的订单数据完整拉通，通过干线柔性化运输能力实现小批量订单的快速交付，形成了贴近客户、快速反应的全国直配网络布局。基于全国118个城市物流中心的全网覆盖，聚焦资源投入城市配送领域，搭建覆盖乡镇村的配送网路，已实现24小时内可送达19,956个乡镇，24-48小时内可送达16511个乡镇，全国乡镇48小时配送覆盖率可达87.6%。

3、公司如何推动智慧家居战略落地。

对内，美的通过发布标准白皮书，规范集团内部智慧家居业务生产标准并致力于提升连接体验。2018年，IoT公司一方面通过国产化芯片开发，进一步提高智能连接的应用范围和标准化程度，增强市场布局，并完成三端连接体验优化1.0版本以及实现内部整合后的美居APP 5.0上线；另一方面整合IoT大数据，深度挖掘智能设备及用户数据价值，驱动产品智能化。此外，在智慧眼项目中以大数据作为切入点，数字化检测用户体验，为生产经营提供可视化数据支撑。

对外，IoT公司持续加大智能家电的技术研发和市场布局，不断增强智能家电产品的市场竞争力，持续拓展外部生态，

	<p>扩大连接入口，提升用户服务价值。2018年，美的IoT分别完成与包括阿里云、天猫、华为、OPPO、VIVO、创维等多家平台或厂商的合作项目上线，并参与国内和国际IoT相关标准建设，持续加速与外部的连接融合，打造美的智慧家居生态圈。</p> <p>4、请简单介绍公司的研发体系。</p> <p>美的着力于构建具有全球竞争力的全球研发布局和多层级研发体系，具备以用户体验及产品功能为本位的全球一流研发技术投入及实力，过去5年研发投入超过300亿元，仅2018年研发投入就接近100亿元，已在包括中国在内的9个国家设立了20个研究中心，研发人员整体超过10,000人，外籍资深专家超过500人。据科睿唯安统计，美的在家电领域的发明专利数量连续三年稳居全球第一。在强化全球研发中心布局的同时，美的更与MIT、UC Berkeley、UIUC、Stanford、Purdue University、清华、中科院等国内外顶级科研机构签订技术合作协议，建立联合实验室深度合作，打造全球创新生态系统。美的关注与聚焦技术创新、用户创新、产品创新及开放式创新体系建设，关注先行研究体系构建，布局中长期技术储备，为美的保持持续领先的产品技术优势奠定了稳固基础。</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	2019年7月