

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：2021-07

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	公司投资者
时间	2021年7月20日
地点	策略会
上市公司接待人员姓名	农银汇理、新华资产、国金基金、大成基金、汇安基金、宁泉投资、兴银基金、鹏扬基金、中金资管、景顺长城基金、安信资管、华泰自营、民生加银、敦和资管、嘉实基金、中银基金、广发自营、东北证券、国盛证券、万家基金、前海联合、建顺投资、中信建投基金、上银基金、长安基金、银华基金、银河基金、国投瑞银
投资者关系活动主要内容介绍	<p>1. 2021 年对 Colmo 的预期如何？</p> <p>COLMO 是在 2019 年开始投放到市场，2020 年产品矩阵体系逐渐形成并且销售规模达到 10 亿元，实现了高速增长；到现在为止，所有产品线体系得到进一步完善，并已在全国布局完成数千个营销网点，此外还将面向前装市场完成超 100 家的 COLMO 店面建设，2021 年高端品牌产品销售规模力争达到 30 亿元。产品品类上涵盖空调、冰箱、洗衣机和厨房电器等。COLMO 以用户为中心，打造多类型、多业态的终端体验空间，包括品类专区、AI 智感空间、AI 智感体验厅等，目前已在全国布局超过 5,000 家门店及网点，并逐步增加场景体验和智能体验。</p>

2. 小家电市场玩家众多，美的如何在竞争力相对弱勢的品类 进性追赶？

美的会持续加大研发投入，创新体系建设，以“用户驱动+差异化技术驱动”的双驱动模式，运用数字技术改造研发全价值链，使大数据与研发业务深度融合，推动产品持续领先。不断创新产品研发模式，围绕产品领先战略，美的创新性的构建“四级研发体系”组织维度和“三个一代”技术维度相结合的新型研发模式，支撑未来全品类的“第一、唯一”目标。围绕用户需求，区分不同组织和技术进行创新产品开发、先行平台研究、关键零部件研究、差异化卖点布局以及基本性能提升，通过全球产品群开发，搭建全球产品平台，构建科技领先能力。

3. 随着全球疫情的逐步缓解，美的如何应对竞争对手复工带来的影响？

一方面由于目前全球的家电产能主要集中在中国家电厂商，原本海外竞争对手占比相对较低；另一方面，如果相关竞争对手因疫情关闭海外工厂，即使疫情影响结束，也很难在短期内恢复生产和影响国内家电厂商的订单。美的将继续保持高质量的发展方向，坚持内生式增长和持续有效增长。推动 T+3 业务模式变革和全价值链卓越运营，覆盖从产品企划到售后服务各环节，提升全价值链效率和数据驱动效率，面向前端市场坚定推动渠道变革，提高盈利能力；在竞争中保持主动性，改善产品结构，做好高端产品，加快小家电业务的破局和大家电业务的进一步突破，做好消费升级产品的推动；做好新模式、新业务、新品类的挖掘，加强对新模式、新业务、新品类等新领域的突破；规划、建立和完善业务中台，尤其是数据中台和技术中台，同时要保持整体一致性，坚持“一个美的、一个体系、一个标准”；保持投资的有效性，严控非经营性费用，提高劳动生产率，提升人力资源配置效率，推广落实精益管理，通过不断创新创造持续发展的新动能。美的着力于构建具有全球竞争力的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的全球一流研发技术投入及实力，过去 5 年

研发投入接近 450 亿元，包括中国在内的 11 个国家设立了 28 个研究中心，逐步形成“2+4+N”全球化研发网络，建立研发规模优势。国内以顺德总部全球创新中心和上海全球创新园区为核心；海外以美国研发中心、德国研发中心、日本研发中心、米兰设计中心为主，发挥区位优势，整合全球研发资源，形成优势互补的区域性技术研发中心，以科技领先战略牵引人才密度和厚度，成建制的构建全球研发布局。美的研发人员超过 15,000 人，外籍资深专家超过 500 人。在强化全球研发布局的同时，美的着力构建开放式创新生态平台，既与国内外顶级科研机构开展合作，建立联合实验室和深化技术合作；还与 BASF、Honeywell 等科技公司开展战略合作，多渠道构建全球创新生态系统。美的关注与聚焦技术创新、用户创新、设计创新、产品创新及开放式创新体系建设，加强先行研究体系构建，布局中长期技术储备，为保持持续领先的产品技术优势奠定了稳固基础。

4. 库卡目前的情况以及未来的发展策略？

2021Q1 同比 2020Q1，库卡各项数据指标均恢复明显，收到订单同比增幅近 30%，收入同比增幅 15.5%，业绩端扭亏并实现 EBIT 8.2 百万欧元，库卡预期 2021 年全年订单将实现同比增长，全年收入实现小幅的同比增长，全年 EBIT 将实现转正。未来工作重点包括：推进库卡在中国的本土化运营，加大对产品开发应用的投入，以及对核心部件、软件系统的研发创新；在市场端，保持在汽车领域优势的基础上，积极拓展一般工业、电子、医疗及物流、服务等新业务；在经营端，聚焦研究开发、供应链管理、卓越运营和数字化等方面，加速打造机器人及工业自动化业务的核心竞争力。

5. 目前工业互联网和数字化解决方案对外输出的情况如何？

通过持续多年的数字化转型，美的已经成功实现了以软件、数据驱动的全价值链运营，完整地覆盖了企划研发、订单预定、智能排程、柔性制造、协同供应、品质跟踪、物流能力、客服安装等全价值链的各

	<p>个环节，实现了端到端的协同拉通。在数字化平台上，C2M 柔性制造、平台化/模块化研发、数字化工艺及仿真、智慧物流、数字营销、数字客服等深度变革已成功实践。美的集成 AI 创新中心、软件工程院、IT、IoT、智能家居、机器人与自动化、暖通与楼宇、数字化创新业务等各单位的 IoT 技术能力，打造统一的物联网技术中台。美的工业互联网平台已升级为 2.0 架构的“美擎”平台，在内部打造了两家“灯塔工厂”，并在美的全球多个基地快速推广，还为超过 40 个细分行业的 300 家客户提供产品与服务，美的工业互联网已具备坚实基础和实力。</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>
	无
日期	2021 年 7 月