

美的集团股份有限公司

2020-2022 年度债务融资工具募集说明书

担保情况：无担保

信用评级机构：联合资信评估有限公司

发行人主体信用等级：AAA

发 行 人：



主承销商及簿
记管理人：



签署日期：二〇二〇年六月

重要声明

本期债务融资工具已在交易商协会注册，注册不代表交易商协会对本期债务融资工具的投资价值作出任何评价，也不代表对本期债务融资工具的投资风险作出任何判断。投资者购买本期债务融资工具，应当认真阅读本募集说明书及有关的信息披露文件，对信息披露的真实性、准确性、完整性和及时性进行独立分析，并据以独立判断投资价值，自行承担与其有关的任何投资风险。

本企业董事会已批准本募集说明书，全体董事承诺其中不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性、及时性承担个别和连带的法律责任。

本企业负责人和主管会计工作的负责人、会计机构负责人保证本募集说明书所述财务信息真实、准确、完整、及时。

凡通过认购、受让等合法手段取得并持有企业发行的本期债务融资工具的，均视同自愿接受本募集说明书对各项权利义务的约定。

本企业承诺根据法律法规的规定和本募集说明书的约定履行义务，接受投资者监督。

截至募集说明书签署日，除已披露信息外，无其他影响偿债能力的重大事项。

目 录

重要声明.....	2
目 录.....	3
第一章 释 义.....	5
一、常用词语释义.....	5
二、专用词语释义.....	7
第二章 风险提示及说明.....	10
一、与本期债务融资工具相关的投资风险.....	10
二、与发行人相关的风险.....	10
三、特有风险.....	17
第三章 发行条款.....	18
第四章 募集资金运用.....	19
一、募集资金用途.....	19
二、公司承诺.....	19
第五章 发行人基本情况.....	20
一、基本情况.....	20
二、历史沿革.....	21
三、控股股东与实际控制人.....	32
四、独立性情况.....	35
五、重要权益投资情况.....	36
六、公司治理结构.....	43
七、企业人员基本情况.....	54
八、公司主营业务情况.....	58
九、在建工程和拟投资项目.....	85
十、公司发展战略.....	86
十一、发行人所在行业分析.....	87
十二、发行人面临的竞争情况.....	102
十三、发行人在行业中的地位 and 竞争优势.....	105
第六章 本公司财务状况.....	109
一、财务概况.....	109
二、合并财务报表资产、负债及所有者权益结构分析.....	125
三、合并财务报表偿债能力分析.....	145
四、合并财务报表经营效率分析.....	146
五、合并财务报表盈利能力分析.....	147
六、营业外收入及“三费”分析.....	149
七、合并财务报表现金流量分析.....	151
八、有息债务情况.....	152
九、关联方及关联交易情况.....	154
十、或有事项.....	157
十二、公司持有金融衍生品、理财产品情况.....	160
十三、境外投资情况.....	160
十四、直接债务融资计划.....	161
十五、其他重要事项.....	161

第七章 资信状况	164
一、信用评级情况.....	164
二、银行授信情况.....	165
三、信用记录情况.....	166
四、发行及偿付直接债务融资工具的历史情况.....	166
第八章 本期债务融资工具信用增进情况	169
第九章 税项	170
一、增值税.....	170
二、所得税.....	170
三、印花税.....	170
第十章 信息披露安排	171
一、信息披露机制.....	171
二、信息披露安排.....	171
第十一章 投资者保护机制	174
一、违约事件及责任.....	174
二、投资者保护机制.....	175
三、不可抗力.....	180
四、弃权.....	180
第十二章 发行的有关机构	182
一、发行人.....	182
二、承销团.....	182
三、信用评级机构.....	182
四、审计机构.....	183
五、发行人律师.....	183
六、托管人.....	183
七、技术支持机构.....	183
第十三章 备查文件	185
附录 指标计算公式	186

第一章 释义

在本募集说明书中，除非文中另有所指，下列词语具有如下含义：

一、常用词语释义

1. 发行人/本公司/公司/
美的集团/集团 指美的集团股份有限公司。
2. 非金融企业债务融资
工具/债务融资工具 指具有法人资格的非金融企业在银行间债券市场发行的，约定在一定期限内还本付息的有价证券。
3. 本次发行/本期发行 指本期债务融资工具的发行。
4. 发行文件 指本期发行过程中必需的文件、材料或其他资料及其所有修改和补充文件（包括但不限于本募集说明书）
5. 募集说明书 指发行人为本期债务融资工具的注册发行而根据有关法律法规制造的《美的集团股份有限公司2020-2022年度债务融资工具募集说明书》。
6. 协会/交易商协会 指中国银行间市场交易商协会。
7. 上海清算所 指银行间市场清算所股份有限公司。
8. 北金所 指北京金融资产交易所有限公司。
9. 主承销商 指本期债务融资工具发行期间由中国工商银行股份有限公司担任主承销商（简称“中国工商银行”）。
10. 联席主承销商 指中国农业银行股份有限公司（简称“中国农业银行”）。
11. 承销团 指主承销商为本次发行根据承销团协议组织的、由主承销商和其他承销团成员组成的承销团。
12. 承销协议 指主承销商与公司为本次发行及流通签订的《美的集团股份有限公司2020-2022年度债务融资工具承销协议》。
13. 承销团协议 指承销团成员各方为本次发行签订的《银行间债券市场非金融企业债务融资工具承销团协议（2013版）》。
14. 余额包销 指本期债务融资工具的主承销商按照《美的集团股份有限公司2020-2022年度债务融资工具承销协议》的规定，在规定的发行日后，将未售出的债务融资工具全部自行购入的承销方式。
15. 簿记建档 指发行人和主承销商协商确定利率（价格）区间后，承销团成员/投资人发出申购定单，由簿记管理人记录承销团成员/投资人认购债务融资工具利率（价格）及数量意愿，按约定的定价和配售方式确定最终发行利率（价格）并进行配售的行为。集中簿记建档是簿记建档的一种实

- 现形式，通过集中簿记建档系统实现簿记建档过程全流程线上化处理。
16. 簿记管理人 指制定集中簿记建档流程及负责具体集中簿记建档操作的机构，本期债务融资工具发行期间由中国工商银行股份有限公司担任。
17. 联合 指联合资信评估有限公司。
18. 工作日 指北京市区域内的商业银行的对公业务营业日（不包括中国的法定公休日和节假日）。
19. 法定节假日/休息日 指中华人民共和国的法定及政府指定节假日或休息日（不包括香港特别行政区、澳门特别行政区和台湾省的法定节假日和休息日）。
20. 元 如无特别说明，指人民币元。
21. 中国证监会 指中国证券监督管理委员会。
22. 控股股东 美的控股有限公司
23. 实际控制人/何享健 何享健
24. 美的电器 指广东美的电器股份有限公司。
25. 美的控股 指美的控股有限公司，曾用名：“佛山市天拓投资有限公司”、“佛山市顺德区天拓投资有限公司”、“佛山市顺德区美的投资控股有限公司”，2012年12月更名为“美的控股有限公司”。
26. 财务公司 指美的集团财务有限公司。
27. 美的工会委员会 指美的集团股份有限公司工会委员会，曾为美的集团股东。
28. 利迅投资 指佛山市顺德区利迅投资有限公司，曾用名：“佛山市利迅投资有限公司”，曾为美的集团股东。
29. 宁波美晟 指宁波美晟股权投资合伙企业（有限合伙），曾为美的集团股东。
30. 鼎晖绚彩 指CDH Spark (HK) Limited(鼎晖绚彩(香港)有限公司)，曾为美的集团股东。
31. 香港中央结算 指香港中央结算有限公司，为美的集团股东。
32. 中国证券金融股份 指中国证券金融股份有限公司，为美的集团股东。
33. 加拿大年金计划 指加拿大年金计划投资委员会-自有资金（交易所），为美的集团股东。
34. 中央汇金 指中央汇金资产管理有限责任公司，为美的集团股东。
35. 北滘总公司 顺德市北滘镇经济发展总公司，为美的电器发起人。
36. MERRILL MERRILL LYNCH INTERNATIONAL，为美的集团股东。
37. 广东制冷 广东美的制冷设备有限公司。

- | | |
|---------------|---|
| 38. 美的商用 | 广东美的商用空调设备有限公司。 |
| 39. 广东美芝制冷 | 广东美芝制冷设备有限公司。 |
| 40. 广东威灵 | 广东威灵电机制造有限公司。 |
| 41. 广东厨房电器 | 广东美的厨房电器制造有限公司。 |
| 42. 电热电器 | 佛山市顺德区美的电热电器制造有限公司。 |
| 43. 洗涤电器 | 佛山市顺德区美的洗涤电器制造有限公司。 |
| 44. KUKA/库卡集团 | KUKA Aktiengesellschaft。 |
| 45. 顺德农商行 | 广东顺德农村商业银行股份有限公司。 |
| 46. 东芝家电/TLSC | 东芝生活电器株式会社（Toshiba Lifestyle Products & Services Corporation） |
| 47. 伊莱克斯 | 伊莱克斯股份有限公司 |
| 48. 合康新能 | 北京合康新能科技股份有限公司 |
| 49. 《公司章程》 | 指美的集团股份有限公司章程。 |
| 50. 《公司法》 | 指《中华人民共和国公司法》。 |
| 51. 《证券法》 | 指《中华人民共和国证券法》。 |

二、专用词语释义

- | | |
|---------|---|
| 1. 白色家电 | 白色家电指核心零部件为电机类，能替代人们家务劳动的产品，早期这些产品的外壳通常为白色，一般包括空调、冰箱、洗衣机等家庭电器。 |
| 2. 小家电 | 小家电是指机身体积比较小的家庭电器，按照使用功能，小家电大致包括三类：厨房小家电产品，主要包括电热水壶、灶具、电磁炉、电饭煲、榨汁机等；家居小家电产品，主要包括电风扇、吸尘器、电暖器、加湿器、空气清新器、饮水机等。 |
| 3. 大家电 | 是与小家电相对而言的概念，指机身体积比较大的家庭电器包括空调、冰箱、洗衣机、电视机等，本说明书中特指空调、冰箱、洗衣机三大白电。 |
| 4. 冰洗 | 指冰箱和洗衣机两大类产品。 |
| 5. 奥维云网 | 奥维云网（AVC）是垂直于智慧家庭领域大数据综合解决方案服务商，以开放式大数据平台为核心资源，整合全产业链数据体系，具备从数据采集处理、存储计算、挖掘分析、可视化和应用等核心环节的大数据技术能力；公司主要业务范畴包括大数据信息服务、常规数据信息服务以及专项数据服务。 |
| 6. 中怡康 | 北京中怡康时代市场研究有限公司，长期专注于中国消费品市场零售研究，尤其是在家用电器领域，调查网络覆盖全国近600座城市、300多个县，调查产品涵盖70多种耐用消费品和快速消费 |

- 品。
7. 新能效标准 能效是判断家电能耗等级的一个标准。2010年2月26日，国家标准化管理委员会、国家质检总局联合发布了《房间空气调节器能效限定值及能效等级》（GB12021.3-2010）标准，于2010年6月1日正式实施。新标准规定了房间空调器产品新的能效限定值、节能评价值、能效等级指标以及试验方法、检验规则等，并且提高了房间空调器产品的能效准入门槛，与现行的标准相比，能效限定值提高了23%左右。新标准将房间空调器产品按照能效比大小划分为三个等级，其中1级表示能效最高；2级表示节能评价值，即评价空调产品是否节能的最低要求；3级表示能效限定值，即标准实施以后产品达到市场准入的门槛。
8. 一、二级市场 指行政级别为直辖市和省会城市的一级市场和副省级城市的二级市场。
9. 三、四级市场 指行政级别在县级以下的市场，包括县城、乡镇以及农村市场。
10. OEM Original Equipment Manufacturer的简称，是受托厂商按来样厂商之需求与授权，依特定的条件而生产，所有的设计图等完全依照来样厂商的设计来进行制造加工。
11. ODM Original Design Manufacturer的简称，是指某制造商设计出某产品后，在某些情况下可能会被另外一些企业看中，要求配上后者的品牌名称来进行生产，或者稍微修改一下设计来生产。
12. OBM Original Brand Manufacturer的简称，是指生产商自行创立产品品牌，生产、销售拥有自主品牌的产品。
13. SA8000 社会责任标准“SA8000”，是Social Accountability 8000 International standard的英文简称，是全球首个道德规范国际标准，其依据与ISO9000质量管理体系及ISO14000环境管理体系一样，皆为一套可被第三方认证机构审核之国际标准。
14. VDE Verband Deutscher Elektrotechniker的简称，是国际认可的电子电器及其零部件安全测试及出证机构。
15. SGS 全球领先的检验、鉴定、测试和认证机构、是全球公认的质量和诚信基准。
16. 3C认证 中国强制认证，英文名称为“China Compulsory Certification”，英文缩写为“CCC”。我国政府为保护消费者人身安全和国家安全，加强产品质量管理，依照法律法规实施的一种产品合格评定制度。通过3C认证的产品使用国家统一标志（3C标志）。
17. MES MES（Manufacturing Execution System）是通过在生产线上关键工位部署条码数据采集设备等手段，动态反馈生产的实时数据，实时监控生产状况，为生产绩效评估及持续改善、质量责任追溯提

- 供依据，很好地支持企业精益制造管理的需要。
18. AI AI(Artificial Intelligence) 人工智能，是计算机学科的一个分支，是研究、开发用于模拟、延伸和扩展人的智能的理论、方法、技术及应用系统的一门新的技术科学。
19. M.IoT M.IoT是指美的工业互联网平台，基于美的数十年的制造经验，全价值链数字化解决方案以及工业仿真等核心领域的软件实力上搭建的平台。
20. MBS MBS(Midea Business System)是通过对生产线的精益转换，实现柔性化、标准化、去库存、拉动生产、卓越稳定的日常管理，最终实现减少浪费，驱动增长，达成业绩（品质、交付、效率）。
- 21.OHSAS18000 OHSAS18000是企业职工健康安全管理体系，是企业站在员工的角度对本身提出的要求，其目的是使企业在运作过程中增加对员工的保护，减少员工的职业危害，尊重员工的人权，从而增强员工的忠诚度和稳定性。

第二章 风险提示及说明

本期债务融资工具无担保，债务融资工具的本金和利息能否按期足额支付取决于发行人的信用及偿债能力。投资者在评价公司此次发债的债务融资工具时，除本募集说明书提供的其他各项资料外，应特别认真地考虑下述各项风险因素：

一、与本期债务融资工具相关的投资风险

（一）利率风险

在本期债务融资工具存续期内，受国民经济总体运行状况、国家宏观经济、金融政策以及国际环境变化的影响，市场利率存在波动的可能性。市场利率的波动可能使本期债务融资工具的实际投资收益具有一定的不确定性。

（二）流动性风险

本期债务融资工具将在银行间债券市场上进行流通，发行人虽然具有良好的资质及信用记录，但债务融资工具交易取决于市场投资者对其的价值需求和风险判断，可能转让时由于无法及时找到交易对手而及时变现。发行人无法保证本期债务融资工具在银行间市场的交易量和活跃性，从而可能存在一定的流动性风险。

（三）偿付风险

本期债务融资工具不设担保，按期偿付完全取决于公司的信用。在本期债务融资工具的存续期内，如政策、法规或行业、市场等不可控因素对公司的经营活动产生重大负面影响，进而造成公司不能从预期的还款来源获得足够的资金，将可能影响本期债务融资工具的按时足额偿付。

二、与发行人相关的风险

（一）财务风险

1. 存货跌价风险

2017-2019年及2020年3月末，发行人存货净额分别为2,944,416.6万元、2,964,501.8万元、3,244,339.9万元和2,435,854.7万元，占资产总额比重分别为11.87%、11.24%、10.74%和8.07%。发行人存货主要是原材料和库存商品，原材料主要是钢材、铜、铝、塑料，虽然公司存货控制严格，并按规定计提存货跌价准备，但由于大宗原材料价格波动以及家电行业国内外市场需求变化大，仍存在一

定的存货跌价风险。

2. 坏账损失风险

2017-2019 年及 2020 年 3 月末公司应收账款净额分别为 1,752,871.7 万元、1,939,017.4 万元、1,866,381.9 万元和 2,065,208.5 万元，占资产总额比重分别为 7.06%、7.35%、6.18%和 6.85%；其中，2019 年末按组合计提坏账准备的应收账款中，账龄在 1 年以内的应收账款占比 97.64%、1 年以上占比 2.36%，计提坏账准备 96,782.5 万元。2017-2019 年及 2020 年 3 月末公司其他应收款中其他应收项净额分别为 265,756.8 万元、279,544.0 万元、271,297.4 万元和 306,972.2 万元，占资产总额比重分别为 1.13%、1.06%、0.9 和 1.02%。其他应收款主要为往来款、员工借款、押金质保金及应收利息等。2019 年末公司账龄在 1 年以内的其他应收款项占比 95.57%、1 年以上占比 4.43%，已计提坏账准备 5,312.4 万元。随着发行人业务规模的进一步扩大，公司应收账款和其他应收款将会继续增长，若交易对手未来经营不善等造成应收款项不能按时足额收回，公司将面临一定的资金周转压力。

3. 贷款及垫款回收风险

2017-2019 年及 2020 年 3 月末，发行人的发放贷款及垫款净额分别为 1,217,895.3 万元、1,132,839.2 万元、1,086,939.6 万元和 1,138,029.0 万元，分别占发行人总资产的 4.91%、4.30%、3.6%和 3.77%，均为发行人通过金融子公司向成员单位及产业链客户发放的贷款及票据贴现。如果到期日发行人不能收回贷款、贴现票据无法转贴现或托收，将对发行人的资产质量产生不利影响。

4. 所有者权益波动风险

截至 2020 年 3 月末，发行人的所有者权益余额为 11,158,156.2 万元，其中未分配利润 7,752,836.8 万元。发行人未分配利润余额较大，占所有者权益的比重达 69.48%，公司未来的分红政策及计划将直接使得所有者权益发生波动，因此存在一定的所有者权益波动风险。

5. 商誉减值风险

2017-2019 年及 2020 年 3 月末，发行人的商誉净额分别为 2,890,378.5 万元、2,910,039.0 万元、2,820,706.5 万元和 2,815,170.4 万元，占资产总额比重分别为 11.65%、11.04%、9.34%和 9.33%。上述商誉主要由发行人 2017 年收购库卡集团所形成，考虑发行人商誉规模较大，债券存续期内，如发生商誉减值，将可能对发行人资产负债水平、盈利水平造成不利影响。

6.期间费用增长风险

2017-2019 年及 2020 年 1-3 月，发行人的期间费用分别为 4,233,485.8 万元、4,721,167.9 万元、5,154,909.3 万元和 947,578.8 万元，2017-2019 年分别增长 61.01%、11.52%和 9.19%，在营业收入占比分别为 17.59%、18.18%、18.53%和 16.33%，占比呈增长趋势。期间费用上升主要是销售费用和管理费用增加，主要为发行人并购库卡集团以及为提升产品竞争力所致。如果营业收入的增幅不及期间费用的增幅，会在一定程度上影响利润，对公司的盈利能力带来压力。

7.其他流动资产占比较大的风险

2017-2019 年及 2020 年 3 月末，发行人的其他流动资产分别为 4,684,727.1 万元、7,647,382.7 万元、6,501,102.7 万元和 6,450,134.4 万元，占资产总额比重分别为 18.88%、29.00%、21.53%和 21.38%。公司的其他流动资产主要是结构性存款及掉期存款、待摊费用、待抵扣税费等。若管理不善，可能给公司带来一定的流动性风险。

(二) 经营风险

1.宏观经济环境变动风险

发行人销售的家用电器及暖通空调等产品，其市场需求受经济形势和宏观调控的影响较大，虽然我国经济整体形势比较好，但外部经济形势仍然有诸多不确定因素。如果全球经济出现重大波动、国内宏观经济或消费者需求增长出现放缓趋势，则公司所处的家电市场增长也将随之减速，从而对发行人的产品销售造成影响。

2.市场需求转型的风险

目前国内家电行业总体疲软，整体增速放缓，我国国民消费水平已处于逐步升级阶段，消费结构的变化必然会引起产品结构变化，预计未来 1-2 年，家电行业仍将继续面临转型压力，公司需要通过产品结构调整以及对产品品质、功能及外观等方面的提升来迎合终端消费需求的变化。如果公司的产品不能够及时进行产品结构调整，产业升级或者转型不成功，将面临着竞争力弱化，进而被市场淘汰的风险。

3.同业竞争风险

中国家电行业为完全竞争行业，家电生产企业数量较多，外资企业与本土企

业、国外品牌与自主品牌在各类产品之间均存在较为激烈的竞争。家电行业市场竞争已从价格、市场份额之间的竞争演变为产品规模、技术、实力、品牌、销售渠道等全方位的竞争。发行人在家电行业板块主要涉及白色家电，虽然在多个家电产品细分市场发行人的产销规模均排名前列，但随着品牌竞争进一步加剧，技术创新、环保节能、战略布局等成为了制胜关键。2020年家电同业竞争将更趋激烈，这对公司能否在同业中继续保持并进一步提升竞争优势提出了更高的要求。公司尽管在家电行业具有一定的竞争优势，但仍然面临行业竞争风险，并存在市场份额下降、产品价格下降及利润率受到进一步挤压的风险。

4.生产要素价格波动风险

发行人家用电器及核心部件产品的主要原材料为各种等级的铜材、钢材、铝材和塑料等，且家电制造属于劳动密集型行业，若原材料价格出现较大增长，或因宏观经济环境变化和政策调整使得劳动力、水、电、土地等生产要素成本出现大波动，而精益生产与效率提升带来的成本下降及终端产品的整体销售价格不能够完全消化成本波动影响，将会对公司的经营业绩产生一定影响。

5.产品价格波动的风险

家电产品价格水平和钢材、铜、石油等价格存在很大的关联性，而目前全球经济依然存在较多不确定性因素，受此影响，钢材、铜、石油、劳动力等各项成本价格波动幅度仍较大；同时，由于市场消费需求的不确定性及其家电行业竞争的进一步加剧，家电产品价格面临一定的调整压力。

6.汇率风险

公司的家电生产部分材料需进口，同时近三年公司产品出口销售收入占比超40%，随着海外市场的不断开拓，发行人出口额日益增长，虽然发行人利用银行金融工具，开展了外汇对冲交易，以规避汇率波动风险，但如汇率出现大幅波动，发行人仍将面临一定的汇兑风险。

7.贸易摩擦和关税壁垒的风险

由于“逆全球化”思潮再次兴起和贸易保护主义日趋严重，在2020年中国的出口仍面临着诸多不确定因素。部分核心市场的贸易壁垒和摩擦，影响短期出口业务和中长期市场规划和投入。贸易中的政治和合规风险加剧，主要表现为各种强制的安全认证、国际标准要求、产品质量及其管理体系的认证要求、节能要求及日趋严格的环保要求与废旧家电的回收等要求，及某些国家、地区实施的反倾销措施引起的贸易摩擦，加重了家电企业的经营成本，对企业的市场规划和业务拓

展带来新的挑战。

8.资产重组交易整合风险

发行人于 2017 年 1 月通过全资子公司 MECCA International (BVI) Limited 以现金 2,700,185.6 万元收购库卡集团的 81.04% 股权，加上本次收购前的 13.51% 股权，合计持有 94.55% 股权。发行人利用库卡集团的技术优势，推动“双智”模式与机器人的协同发展，并促进公司向全球领先的科技集团转型。为发挥协同效应，发行人与库卡集团已设立合资公司进一步推动工业机器人、医疗、仓储自动化三大领域的业务在中国市场的拓展，但公司与库卡集团在企业管理、企业文化、经营模式等方面仍需要时间磨合，若公司对库卡集团不能进行有效整合，充分发挥协同效应，将对公司的业绩产生一定的影响。

9.关联交易风险

发行人是拥有全产业链、全产品线的家电及暖通空调系统的企业，为控制关联交易风险，发行人已制订了集团成员单位关联交易的相关管理制度，但如果公司不能持续、及时、有效地保证关联交易的规范性，公司的整体利益及股东的合法权益可能会受到一定的侵害，因此公司面临一定的关联交易风险。

10.跨区域经营风险

发行人目前在国内有 17 个生产基地，辐射华南、华东、华中、西南、华北五大区域；在海外有 17 个生产基地，分布在泰国、越南、日本、印度、白俄罗斯、埃及、意大利、巴西、阿根廷等地；设立海外销售运营机构 24 个，业务涉及 200 多个国家和地区。由于不同地区业务运营模式、消费者偏好、品牌认同度和市场需求等方面存在较大的差异，不同国家和地区在政治、经济、法律、金融、商业等方面的制度体系存在差异化，发行人在跨区域经营中面临着一定的风险和挑战；如果未来发行人未能及时根据市场环境的变化调整跨区域经营战略和模式，或者市场环境发生较大变化，发行人跨区域业务经营可能受到一定不利影响。

11.诉讼案件风险

由于公司下属子公司较多，管理关系相对复杂，管理层次较多，且子公司经营范围领域，海内外产品和业务、跨文化及跨境管理仍面临较严峻的挑战，仍有可能不熟悉当地法律而面临新的诉讼，可能会对公司的经营造成影响。

12.突发事件引发的经营风险

发行人如遇到突发事件，例如国际形势、经济形势、公共卫生事件、社会安全事件、公司管理层无法履行职责等事项，可能造成公司社会形象受到影响，人员生命及财产安全受到危害，公司治理机制不能顺利运行等，对发行人的经营可能造成不利影响。

13.新冠肺炎疫情疫情引发的生产经营风险

2020年年初，新冠肺炎疫情全球爆发是全球经济突发的“黑天鹅”事件，全球经济下行压力进一步加大。国内消费和生产在短期内都受到一定影响，公司线下零售的客流短期内明显减少，自今年2月底开始，海外地区的疫情也呈现不断加剧的态势，如本次新冠疫情影响的持续时间较长，则可能会对公司全球业务经营发展带来挑战。

（三）管理风险

1.公司规模扩张较快风险

2017-2019年及2020年3月末，发行人总资产分别为24,810,685.8万元、26,370,114.8万元、30,195,541.9万元和30,166,858.4万元，近三年公司规模扩张速度较快。发行人下辖产品体系不断丰富，下属公司的数量和规模也不断增加，截止2020年3月末，公司合并范围内的控股一级子公司共68家，分布于广东、安徽、重庆、江西、江苏、湖北、上海、香港等地。如何有效发挥各下属公司的业务发展潜能，如何有效提升公司资源的整体资源效应等，均对发行人管理模式以及管理层的经营能力、管理能力等提出更高的要求。

2.海外子公司管理风险

发行人的海外布局与新产业拓展日益深入，通过收购国际化家电品牌和进军机器人产业，从传统家电企业向全球科技集团转型。目前公司的海外生产基地遍布12个国家，地域涵盖日本、埃及、意大利等国家及地区，业务扩张较快。这在提升公司整体竞争力的同时，也使得公司的组织结构和管理体系逐步趋于复杂化。公司与并购产业在经营管理和战略布局上如何融合以产生协同效益，可能面临因业务快速扩张所带来的海内外管理风险。

3.安全管理风险

近年来，国家不断加强对安全生产的监管力度，相关安全生产法规愈加严格。虽然发行人高度重视安全生产工作，安全生产投入明显增加，安全设施不断改善，安全生产自主管理和自律意识逐步增强，近年未发生重大人身伤亡和生产事故。

如果出现安全生产事故，将在一定程度上影响发行人声誉及正常生产经营状况。

4.突发事件引发公司治理结构变化的风险

发行人已建立了股东大会、董事会、监事会、高级管理人员互相协作、互相制衡、各司其职的较为完善的公司治理机制，但如遇突发事件，造成部分董事会、监事会和高级管理人员无法履行相应职责，可能造成公司治理机制不能顺利运作，董事会、监事会不能顺利运行，对发行人的经营可能造成不利影响。

（四）政策风险

1.税收制度变动的风险

根据有关法律、法规及税收政策的规定，发行人及其子公司享有一定的税收优惠政策。2018 年末，发行人控股的三十九家子公司如广东美芝制冷设备有限公司、广东美的暖通设备有限公司、广东美的制冷设备有限公司等被认定为高新技术企业，取得《高新技术企业证书》，享受按应纳税所得额 15% 计算缴纳企业所得税的优惠政策；重庆美的制冷设备有限公司的西部大开发减免企业所得税申请于 2014 年 6 月 3 日获得重庆市经济技术开发区国家税务局审批，2018 年度按 15% 的税率计缴企业所得税；税收优惠政策的执行期限和优惠幅度的变动将直接影响发行人及其下属子公司的税赋负担程度。另外，发行人根据国家相关法律法规的规定执行出口退税政策，2008 年-2009 年，国家四次调高了部分劳动密集型产品、机电产品（含家电）和其他受影响较大产品的出口退税率；其中空调、冰箱产品连续在第三、四次上调出口退税率中受益，2019 年 3 月下发的《财政部税务总局海关总署关于深化增值税改革有关政策的公告》（财政部税务总局海关总署公告 2019 年第 39 号），明确原使用 16% 税率且出口退税率 16% 的出口货物劳务，出口退税率调整为 13%；该公告自 2019 年 4 月 1 日起执行。出口退税率的升降将直接影响公司产品的出口成本，进而可能影响发行人的盈利能力。

2.节能环保政策变化的风险

2010 年 6 月 1 日起，国家实施新的空调能效标准，节能生产标准的改变会影响空调产品生产的成本。2011 年 1 月 1 日正式实施的《废弃电器电子产品回收处理管理条例》，条例要求电器电子产品的生产者采用有利于资源综合利用和无害化处理的设计方案，使用无毒无害或者低毒低害以及便于回收利用的材料，条例的实施将增加生产企业的成本。2013 年国务院下发的《关于加快发展节能环保产业的意见》提到：继续实施并调整节能产品惠民政策，采取补贴方式推广高效节能照明、高效电机等产品。为落实国务院《2014-2015 年节能减排低碳发展行动方案》、《关于加快发展节能环保产业的意见》，2015 年 1 月国家发展改革委、

财政部、工业和信息化部、国管局、国家能源局、国家质检总局、国家标准委研究制定了《能效“领跑者”制度实施方案》，形成推动终端用能产品、高耗能行业、公共机构能效水平不断提升的长效机制，促进节能减排，其中变频空调、冰箱、滚筒洗衣机和平板电视都被纳入其中。另外，财政部环境保护部发展改革委工业和信息化部公告电视机、洗衣机、电冰箱、空气调节器等废弃电器电子产品处理基金补贴标准，全面落实节能减排环保政策，引导家电企业生产低能耗、环保型产品。国家陆续颁布的多个政策、通知、规则和办法，以强制或引导家电企业生产低能耗、环保型产品。目前，发行人的主要产品均符合国家的政策导向或相关标准，但如果国家未来对家电产品的节能环保提出更高要求，将可能导致对发行人经营产生一定的影响。

3. 劳动保障政策

国家日益注重保障和改善民生，新《劳动合同法》的出台，一定程度上增加了企业的雇佣成本。截至 2019 年 12 月末，公司在岗员工人数合计约 13.49 万人（未包含库卡集团），虽然企业内部已经建立了相对完善的人力资源管理和保障体系，但相关劳动保障政策仍对公司的经营具有重要影响。未来，随着劳动保障政策的日益完善，对公司的经营成本将产生持续影响，进而在一定程度上影响企业的盈利能力。

4. 贸易摩擦带来的风险

2018 年以来，中美贸易摩擦加剧，美国对从中国进口的部分商品加征关税。未来中美贸易摩擦进一步加剧，征税比例增加或清单范围扩大，可能会对发行人经营带来不利影响，但发行人对美直接出口销售占比较低，也通过生产转移和客户重新议价对冲了大部分风险。同时，随着我国白色家电的市场竞争加剧，各国开始利用反倾销、技术壁垒和社会责任标准等非关税贸易保护壁垒对我国家电企业出口进行一定限制。以上外贸环境因素将直接影响本公司海外市场的拓展。

三、特有风险

本期债务融资工具无特有风险。

第三章 发行条款

TDFI注册阶段无发行条款

第四章 募集资金运用

一、募集资金用途

作为全产业链、全产品线的家电及暖通空调系统企业，拥有完整的空调、冰箱、洗衣机产业链以及完整的小家电产品群，公司的日常运营需要补充一定的营运资金。根据发行人资金需求状况，本期债务融资工具所募集资金用于发行人及子公司补充营运资金及偿还存量融资。

二、公司承诺

本公司承诺严格管理募集资金，按照国家有关法律法规和政策规定使用募集资金。本期债务融资工具募集资金均应用于符合国家相关法律法规及政策要求的企业生产经营活动，不用于房地产开发、土地储备和金融板块相关业务，不用于资本金，不用于偿还信托贷款，不用于购买信托、银行等理财产品，不用于长期投资。

本公司承诺，在本期债务融资工具存续期间如变更募集资金用途，在变更用途前，通过中国货币网、上海清算所网站或其他中国银行间市场交易商协会指定的平台提前进行公告，及时披露有关信息。

第五章 发行人基本情况

一、基本情况

注册名称：美的集团股份有限公司

公司英文名称：Midea Group Co.,Ltd.

法定代表人：方洪波

注册资本：人民币6,577,196,909元

成立日期：2000年4月7日

统一社会信用代码：91440606722473344C

注册地址：佛山市顺德区北滘镇美的大道6号美的总部大楼B区26-28楼

联系地址：佛山市顺德区北滘镇美的大道6号美的总部大楼B区6楼

邮政编码：528311

电话：0757-26337228

传真：0757-26654011

网址：<http://www.midea.com.cn/>

经营范围：生产经营家用电器、电机及其零部件；中央空调、采暖设备、通风设备、热泵设备、照明设备、燃气设备、压缩机及相关通用设备、专用设备、家用空调设备及其零部件的研发、制造、销售、安装、维修及售后服务；从事家用电器、家电原材料及零配件的进出口、批发及加工业务（不设店铺，不涉及国营贸易管理商品，涉及配额、许可证管理商品的按国家规定办理）；信息技术服务；为企业提供投资顾问及管理服务；计算机软件、硬件开发；家电产品的安装、维修及售后服务；工业产品设计；酒店管理；广告代理；物业管理；企业所需的工程和技术研究、开发及其销售和推广；对金融业进行投资。（经营范围涉及行政许可的项目须凭有效许可证或批准证明经营）（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动。）

发行人是一家涵盖消费电器、暖通空调、机器人与自动化系统、智能供应链

（物流）业务的科技集团，可提供多元化的产品种类与服务，包括以厨房家电、冰箱、洗衣机及各类小家电为核心的家用电器业务；以家用空调、中央空调、供暖及通风系统为核心的暖通空调业务；以库卡集团、美的机器人公司等为核心的机器人及自动化系统业务；以安得智联为集成解决方案服务平台的智能供应链业务。发行人以“科技尽善，生活尽美”为企业愿景，将“联动人与万物，启迪美的世界”作为使命，恪守“敢知未来——志存高远、务实奋进、包容共协、变革创新”的价值观，整合全球资源，推动技术创新，每年为全球超过3亿用户及各领域的重要客户与战略合作伙伴提供满意的产品和服务，致力创造美好生活。发行人是一家全球运营的公司。

截至2019年12月31日，公司资产总额为30,195,541.9万元，负债总额为19,445,932.2万元，净资产总额10,749,609.7万元；2019年实现营业总收入27,938,050.6万元，利润总额2,992,911.4万元。

截至2020年3月31日，公司资产总额为30,166,858.4万元，负债总额为19,008,702.2万元，净资产总额11,158,156.2万元；2020年1-3月实现营业总收入5,835,591.5万元，利润总额553,065.3万元。

二、历史沿革

（一）业务发展历程

发行人业务发展起源于1968年成立的北滘街办塑料生产组，经营范围为生产药用玻璃瓶（管）等产品。

从1968年至今，发行人经历了如下几个阶段：

第一阶段：创业阶段（1968年-1980年）

1968年，何享健和23位北滘街道居民集资5,000元创办了北滘街办塑料生产组。1975年12月，经顺德县工商行政管理局批准，原“北滘街办塑料生产组”更名为“顺德县北滘公社塑料金属制品厂”，同时转为公社企业。1976年5月，经顺德县工商行政管理局批准，原“北滘公社塑料金属制品厂”更名为“顺德县北滘公社汽车配件厂”。

第二阶段：迅速发展阶段（1980年-1992年）

1980年，原“顺德县北滘公社汽车配件厂”更名为“顺德县北滘公社电器厂”。自此，它开始为当时非常有影响力的大型国有企业广州第二电器厂（即远东风扇

厂)生产风扇零配件。借此契机,美的逐步开始向家电业转移。

1981年8月,“美的”牌商标正式注册。

1981年11月,工厂更名为“顺德县美的风扇厂”。

1984年6月,为谋求新的发展,在美的风扇厂的基础上,成立了“顺德县美的家用电器公司”,主营业务仍以风扇为主。

1985年4月,公司通过从广州某国营企业购进设备和技术,成立美的空调设备厂,正式进入空调行业,开始了窗式空调机的组装生产。

1989年9月,美的家用电器公司与香港兴伟制冷厂、香港西达有限公司合资成立“顺德美威空调设备厂”。1991年12月,更名为“顺德美的冷气机制造有限公司”。

第三阶段:规模发展阶段(1992年-2002年)

1992年,公司积极推进企业改制。1992年3月成立了广东美的电器企业集团,5月被广东省政府确定为全省首批8个内部股份制改造企业试点单位之一,6月完成了12,000万元的募股工作,随后又完成了企业治理结构、财务及管理制度等改造,逐步建立起现代企业制度。1992年8月7日,广东美的集团股份有限公司筹委会召开股份公司创立大会,广东美的集团股份有限公司成立。

1993年11月12日,美的电器股票在深证证券交易所挂牌上市,成为中国证监会批准的第一家由乡镇企业改制而成的上市公司。

90年代开始,公司开始与日本东芝、三洋、意大利梅罗尼等知名企业开展合资合作,开始进入商用空调、电机、微波炉、饮水机、IH电饭煲等产业。

1997年,实施事业部制改革,执行“集权有道、分权有序、授权有章、用权有度”的分权经营模式,按照产品划分,组建空调、电饭煲、小家电、风扇和电机五大事业部。

1998年,公司收购安徽芜湖丽光空调厂,输出管理,实现当年扭亏为盈,为公司挺进华东辐射全国建立了一个重要的生产基地。

2000年,公司芜湖工业园竣工,占地28万平方米。

2000年4月,为顺利实施管理层融资收购(MBO),成立顺德市美托投资有限公司(即发行人的前身,详见股权变更历程)。2001年4月,MBO收购完成后,

广东美的集团股份有限公司原来的第一大股东顺德市北滘经济发展总公司全部退出，以何享健为首的管理层成为广东美的集团股份有限公司第一大股东，广东美的集团股份有限公司更名为广东美的电器股份有限公司。

第四阶段：跨越发展阶段（2002年-2011年）

2004年，公司收购荣事达大股东美泰克持有的50.5%股权，加快了冰洗产业的发展。

2005年，公司收购江苏春花80%的股权，加大力度发展吸尘器产业。

2008年，公司受让无锡国联持有的小天鹅24.01%的A股股票成为小天鹅的控股股东，进一步优化了白色家电产业的战略布局。

2002年以来，公司提出“四个结构”调整，加快国内生产基地的区域布局。

2010年，公司营业收入突破1000亿，总部大楼落成并投入使用，并提出“十二五”发展规划。

第五阶段：转型发展阶段（2011年至2016年）

2011年7月，发行人下发《关于加快推动集团战略转型的决定》，明确下一阶段战略方向、发展方式和增长模式。2012年发行人整体变更为股份有限公司，更名为美的集团股份有限公司，方洪波接任何享健担任美的集团董事长。2013年9月，美的集团股份有限公司发行股份吸收合并广东美的电器股份有限公司实现整体上市。2014年2月，美的集团立项在顺德投建创新中心，并在集团架构上增设中央研究院及智慧家居研究院，构建面向未来的科技竞争力。这一时期，公司着重推动战略转型，转变发展方式，追求内涵式增长。通过“产品领先、效率驱动、全球经营”三大战略主轴，构建以消费者为中心的敏捷型组织，做好产品，提升增长质量，实现整体竞争力优势基础上盈利和规模的可持续增长。

第六阶段：战略未来（2016年至今）

2016年6月，发行人收购东芝家电业务主体“东芝生活电器株式会社”80.1%的股权，同时获得40年东芝品牌的全球授权及超过5千项与白色家电相关的专利，与原有的业务板块进行深度融合，发挥研产销等方面的协同效应，2018年共完成协同项目73个。

2016年10月，发行人完成意大利中央空调企业Clivet80%股权的收购，进一步提升了在欧洲及全球市场大型中央空调市场占有率，延展销售渠道，并获得完整

的大型中央空调的生产线与技术协同，提升了整体价值。

2017年1月，发行人完成收购全球领先的机器人及自动化生产设备和解决方案的供应商德国库卡集团37,605,732股股份，约占库卡集团已发行股本的94.55%，2018年集团加快推动库卡机器人中国业务整合，设立合资公司承接库卡在中国的一般工业业务及为医院、仓库和配送中心实施先进的自动化解决方案的瑞仕格（库卡集团下属子公司）中国业务，进一步推动工业机器人、医疗、仓储自动化三大领域的业务在中国市场的拓展，为美的各事业部完成50多个自动化项目，广泛应用于焊接、搬运、码垛、视觉监测等诸多方面。

2017年1月完成收购以色列运动控制和自动化解决方案公司 Servotronics 的收购，继续充实美的在运动控制和自动化解决方案领域的技术与产品储备，完善机器人产业平台布局。

2018年10月，发行人正式对外发布了美的工业互联网平台“M.IoT”，并成为国内首家集自主工业知识、软件、硬件于一体的完整工业互联网平台供应商。

2019年3月，发行人在上海新国际博览中心AWE展会W1馆正式发布互联网品牌布谷BUGU，全面布局厨房、起居、卫浴三大生活场景以及空气、水两大专业场景。

（二）上市前股权变更历程

发行人前身是顺德市美托投资有限公司，顺德市美托投资有限公司成立于2000年4月，注册资本1,036.87万元，股东构成为：广东美的集团股份有限公司工会委员会出资237.42万元，占比22.90%；何享健等21个企业高管人员出资799.45万元，占比77.10%。

2001年1月，广东美的集团股份有限公司工会委员会将其所持有的顺德市美托投资有限公司股份分别转让给何享健等五人。至此，顺德市美托投资有限公司股东为何享健等21个自然人。

2001年2月，21个自然人股东之间进行股权转让，转让后顺德市美托投资有限公司只保留5个自然人股东，股东持股比例分别为：何享健占40%，陈大江占15%，冯静梅占15%，陈康宁占15%，梁结银占15%。

2001年7月，顺德市美托投资有限公司注册资本由1,036.866万元增至5,000万元，股权比例保持不变。

2001年11月，顺德市美托投资有限公司注册资本再增至10,000万元，同时陈康宁退出投资，股东结构变化为：何享健占55%，陈大江占15%，冯静梅占15%，梁结银占15%。

2002年9月，陈大江、冯静梅、梁结银分别把名下所有股份转让给顺德市利迅投资有限公司，股东结构变化为：顺德市利迅投资有限公司占比45%，何享健占比55%。

2002年10月，何享健将其持有的股份全部转让给顺德市天拓投资有限公司，至此，顺德市美托投资有限公司变为由两家法人股东构成，其股权结构为：顺德市天拓投资有限公司占55%，顺德市利迅投资有限公司占45%。

2003年7月，顺德市美托投资有限公司注册资本由10,000万元增至50,000万元，股东结构保持不变。

2003年12月，顺德市美托投资有限公司申请变更名称为佛山市美的集团有限公司。

2004年4月，佛山市美的集团有限公司申请变更名称为美的集团有限公司。

2007年6月，佛山市顺德区利迅投资有限公司把部分股权转让给佛山市顺德区天拓投资有限公司，部分股权转让给另外4个自然人股东，变更后的股东结构为：佛山市顺德区天拓投资有限公司占75.00%，佛山市顺德区利迅投资有限公司占21.00%，袁利群占1.20%，栗建伟占1.00%，黄晓明占1.00%，郑伟康占0.80%。

2007年11月，发行人注册资本由50,000.00万元增至100,000.00万元，股东结构保持不变。

2008年9月-2009年6月，佛山市顺德区利迅投资有限公司把部分股权分别转让给方洪波、黄健、蔡其武、袁利群、栗建伟、黄晓明、郑伟康，变更后的股东结构为：佛山市顺德区天拓投资有限公司占75.00%，佛山市顺德区利迅投资有限公司占9.00%，方洪波占3.60%，黄健占3.00%，袁利群占2.40%，蔡其武占2.00%，栗建伟占2.00%，黄晓明占2.00%，郑伟康占1.00%。

2010年7月，佛山市顺德区天拓投资有限公司吸收合并佛山市顺德区利迅投资有限公司，同时佛山市顺德区天拓投资有限公司更名为佛山市顺德区美的投资控股有限公司，变更后的股东结构为：佛山市顺德区美的投资控股有限公司占84.00%，方洪波占3.60%，黄健占3.00%，袁利群占2.40%，蔡其武占2.00%，栗建伟占2.00%，黄晓明占2.00%，郑伟康占1.00%。

2011年11月，发行人的股东结构再次发生变更，佛山市顺德区美的投资控股有限公司把部分股权分别转让给融睿股权投资（珠海）合伙企业、天津鼎晖嘉泰股权投资合伙企业、鼎晖美泰（香港）有限公司、佳昭控股有限公司，变更后的股东结构为：佛山市顺德区美的投资控股有限公司占65.15%，方洪波占3.60%，黄健占3.00%，袁利群占2.40%，蔡其武占2.00%，栗建伟占2.00%，黄晓明占2.00%，郑伟康占1.00%，融睿股权投资（珠海）合伙企业占12.18%、天津鼎晖嘉泰股权投资合伙企业占3.12%、鼎晖美泰（香港）有限公司占2.40%、佳昭控股有限公司占1.15%。

2012年3-4月，佛山市顺德区美的投资控股有限公司将其所持有的2.30%股权转让给鼎晖绚彩,3.00%股权以3.75亿元的价格转让给宁波美晟。变更后的股东结构为：佛山市顺德区美的投资控股有限公司占59.85%，方洪波占3.60%，黄健占3.00%，袁利群占2.40%，蔡其武占2.00%，栗建伟占2.00%，黄晓明占2.00%，郑伟康占1.00%，融睿股权投资（珠海）合伙企业占12.18%、天津鼎晖嘉泰股权投资合伙企业占3.12%、宁波美晟股权投资合伙企业占3.00%，鼎晖美泰（香港）有限公司占2.40%、鼎晖绚彩(香港)有限公司占2.30%、佳昭控股有限公司占1.15%。

2012年4月24日，发行人作出股东决议，同意整体变更为股份有限公司，公司更名为美的集团股份有限公司。变更前后主要资产和主要业务未发生变化，变更名称前后股东结构未发生变化。

（三）上市后股本变动情况

1.经中国证监会证监许可[2013]1014号文核准，同时根据深交所《关于美的集团股份有限公司人民币普通股股票上市的通知》（深证上[2013]314号），发行人以发行股份换股吸收合并美的电器的方式，于2013年9月18日实现上市，依据《换股吸收合并报告书》，美的集团共发行686,323,389股股份用于换股。换股吸收合并完成后，发行人总股本为1,686,323,389股。

2.经发行人2013年度股东大会审议通过，公司于2014年4月30日采取资本公积金转增股本的方式，以1,686,323,389股为基数，以资本公积金向全体股东每10股转增15股。前述资本公积金转增完成后，公司股本总额增加至4,215,808,472股。

3.2015年6月8日，中国证监会以证监许可[2015]1169号文《关于核准美的集团股份有限公司非公开发行股票批复》，核准公司非公开发行不超过5,500万股的人民币普通股。该次发行完成后，公司新增股本5,500万股。

4.2015年7月13日，公司召开2015年第二次临时股东大会，审议通过了《关于首期回购部分社会公众股份的预案》，公司拟通过深交所以集中竞价交易方式回

购公司社会公众股份，回购股份资金总额的上限为100,000万元。截至2015年7月31日，本次回购股份已实施完毕，公司回购股份数量共计29,591,644股，占公司总股本的比例为0.69%，成交的最高价为35.74元/股，最低价为30.69元/股，回购资金总额999,997,670.86元。该次回购股份注销完成后，发行人股本相应减少29,591,644股。

5.2016年4月26日，公司召开2015年度股东大会，审议通过了《2015年度利润分配及资本公积金转增股本预案》，公司以2016年4月26日股本4,267,391,228为基数，以资本公积金每10股转增5股，共转增2,133,695,614股。本次转增股本的股权登记日为2016年5月5日，除权除息日为2016年5月6日，转增后公司总股本增加至6,401,086,842股。

6.公司于2018年7月23日召开2018年第一次临时股东大会审议通过了《关于回购部分社会公众股份的预案的议案》，同意公司以集中竞价的方式使用自有资金回购部分美的集团股份，回购价格为不超过人民币50元/股，回购总金额不超过人民币40亿。截至2018年12月28日，本次回购股份已实施完毕，公司回购股份数量共计95,105,015股，占公司截至2018年12月28日总股本的比例为1.4274%。该次回购股份注销完成后，发行人股本相应减少95,105,015股。

7.因股权激励计划行权新增股本

(1) 经发行人2014年2月17日召开的2014年第一次临时股东大会审议，发行人审议通过了《关于公司<股票期权激励计划（草案）及其摘要的议案》及相关议案。

根据发行人2014年第一次临时股东大会的授权，发行人于2015年3月27日召开第一届董事会第二十六次会议，审议通过了《关于公司第一期股票期权激励计划第一个行权期行权相关事项的议案》，发行人第一期股票期权激励计划第一个行权期行权条件已经成就，发行人股权激励计划确定的并通过考核的第一期激励对象共613人，其在第一个行权期（2015年2月25日至2017年2月17日）可行权共2,984万份股票期权。

根据发行人2014年第一次临时股东大会的授权，发行人于2016年3月24日召开第二届董事会第六次会议，审议通过了《关于公司第一期股票期权激励计划第二个行权期行权相关事项的议案》，发行人第一期股票期权激励计划第二个行权期行权条件已经成就，发行人股权激励计划确定的并通过考核的第一期第二个行权期的激励对象共559人，其在第二个行权期（截至2018年2月17日）可行权共2,718.5万份股票期权。

根据发行人2014年第一次临时股东大会的授权，发行人于2017年3月29日召开第二届董事会第二十次会议，审议通过了《关于公司第一期股票期权激励计划第三个行权期行权相关事项的议案》，发行人第一期股票期权激励计划第三个行权期行权条件已经成就，确定通过考核的第一期激励对象共514人，其在第三个行权期（截至2019年2月17日）可行权共3,751.875万份股票期权。

（2）经发行人2015年5月25日召开的2015年第一次临时股东大会审议，审议通过了《美的集团股份有限公司第一期股票期权激励计划<草案>及摘要(修订稿)》及相关议案。

根据发行人2015年第一次临时股东大会的授权，发行人于2016年6月1日召开第二届董事会第十三次会议，审议通过了《关于公司第一期股票期权激励计划第一个行权期行权相关事项的议案》，公司第一期股票期权激励计划第一个行权期行权条件已经成就，公司股权激励计划确定的并通过考核的第一期第一个行权期的激励对象共629人，其在第一个行权期（截至2018年5月27日）可行权共3,589.5万份股票期权。

根据发行人2015年第一次临时股东大会的授权，发行人于2017年6月1日召开的第二届董事会第二十三次会议审议通过了《关于第一期股权期权激励计划第二个行权期行权相关事宜的议案》，公司第一期股票期权激励计划第二个行权期行权条件已经成就，确定通过考核的第一期激励对象共577人，其在第二个行权期（截至2019年5月27日）可行权共3,294万份股票期权。

根据发行人2015年第一次临时股东大会的授权，发行人于2018年6月4日召开的第二届董事会第三十五次会议审议通过了《关于第一期股权期权激励计划第三个行权期行权相关事宜的议案》，公司第一期股票期权激励计划第三个行权期行权条件已经成就，确定通过考核的第一期激励对象共550人，其在第三个行权期（截至2020年5月27日）可行权共3,147万份股票期权。

（3）经发行人2016年6月6日召开的2016年第三次临时股东大会审议，发行人审议通过了《第三期股票期权激励计划》及其摘要及相关议案。

根据发行人2016年第三次临时股东大会授权，发行人于2017年6月29日召开的第二届董事会第二十四次会议审议通过了《关于第三期股权期权激励计划第一个行权期行权相关事宜的议案》，公司第三期股票期权激励计划第一个行权期行权条件已经成就，确定通过考核的第三期激励对象共887人，其在第一个行权期（截至2019年6月27日）可行权共4,039.5万份股票期权。

根据发行人2016年第三次临时股东大会授权，发行人于2018年7月3日召开的

第二届董事会第三十六次会议审议通过了《关于第三期股权期权激励计划第二个行权期行权相关事宜的议案》，公司第三期股票期权激励计划第二个行权期行权条件已经成就，确定通过考核的第三期激励对象共840人，其在第二个行权期（截至2020年6月27日）可行权共3,807.9557万份股票期权。

根据发行人2016年第三次临时股东大会授权，发行人于2019年7月1日召开的第三届董事会第十三次会议审议通过了《关于第三期股权期权激励计划第三个行权期行权相关事宜的议案》，公司第三期股票期权激励计划第三个行权期行权条件已经成就，确定通过考核的第三期激励对象共735人，其在第三个行权期（截至2021年6月25日）可行权共3,290.50万份股票期权。

（4）经发行人2017年4月21日召开的2016年年度股东大会审议，发行人审议通过了《美的集团股份有限公司第四期股票期权激励计划》及其摘要及相关议案。

根据发行人2016年年度股东大会授权，发行人于2018年5月21日召开的第二届董事会第三十四次会议审议通过了《关于第四期股权期权激励计划第一个行权期行权相关事宜的议案》，公司第四期股票期权激励计划第一个行权期行权条件已经成就，确定通过考核的第四期激励对象共1,339人，其在第一个行权期（截至2019年5月11日）可行权共2,950.98万份股票期权。

根据发行人2016年年度股东大会授权，发行人于2019年5月30日召开的第三届董事会第十二次会议审议通过了《关于第四期股权期权激励计划第二个行权期行权相关事宜的议案》，公司第四期股票期权激励计划第二个行权期行权条件已经成就，确定通过考核的第三期激励对象共1,152人，其在第二个行权期（截至2020年5月11日）可行权共2,438.22万份股票期权。

（5）经发行人2018年4月23日召开的2017年年度股东大会审议，发行人审议通过了《美的集团股份有限公司第五期股票期权激励计划（草案）及其摘要的议案》及相关议案。

根据发行人2017年年度股东大会授权，发行人于2019年3月11日召开的第三届董事会第八次会议审议通过了《关于向激励对象授予第五期预留股票期权的议案》，确定本次股票期权的预留授予日为2019年3月11日。2019年5月10日，发行人完成了预留授予登记工作，确定激励对象为97名，股票期权总量为534万份。

（6）经发行人2019年5月13日召开的2018年年度股东大会审议，发行人审议通过了《关于公司第六期股票期权激励计划（草案）及其摘要的议案》及相关议案。根据发行人2018年年度股东大会授权，2019年5月30日召开的第三届董事会第十二次会议审议通过了《关于调整公司第六期股票期权激励计划的行权价格、激

励对象名单及授予数量的议案》及相关议案，确定本次股票期权的授予日为2019年5月30日。2019年7月5日，发行人完成了预留授予登记工作，确定激励对象1,131名，股票期权总量为4,654万份。

8.因限制性股票计划新增股本

(1) 经发行人2017年4月21日召开的2016年年度股东大会审议，发行人审议通过了《2017年限制性股票激励计划（草案）》及其摘要及相关议案。

根据普华永道中天会计师事务所（特殊普通合伙）于2017年5月19日出具的普华永道中天验字（2017）第542号《验资报告》，截至2017年5月18日止，发行人已收到133名限制性股票激励对象缴纳的限制性股票认购款人民币366,841,800元，其中增加股本人民币23,130,000元，增加资本公积人民币343,711,800元。

根据2016年年度股东大会授权，2017年12月29日发行人召开的第二届董事会第二十九次会议审议通过了《关于向激励对象授予2017年预留限制性股票的议案》，根据普华永道中天会计师事务所（特殊普通合伙）于2018年1月26日出具的普华永道中天验字（2018）第0061号《验资报告》，截至2018年1月24日止，发行人已从54名激励对象收到预留限制性股票的募集款人民币150,726,150元，其中增加股本人民币5,385,000元，增加资本公积人民币145,341,150元。

发行人于2018年5月21日召开的第二届董事会第三十四次会议审议通过了《关于对2017年限制性股票激励计划部分激励股份回购注销的议案》，对31名激励对象已获授但尚未解除限售的限制性股票共计170.1834万股进行回购注销；于2019年1月21日召开的第三届董事会第五次会议审议通过了《关于对2017年限制性股票激励计划部分激励股份回购注销的议案》，对30名激励对象已获授但尚未解除限售的限制性股票共计177.5917万股进行回购注销；于2019年5月30日召开的第三届董事会第十二次会议审议通过了《关于对2017年限制性股票激励计划部分激励股份回购注销的议案》，对35名激励对象已获授但尚未解除限售的限制性股票共计158.075万股进行回购注销；于2020年1月10日召开的第三届董事会第十七次会议审议通过了《关于对2017年、2018年和2019年限制性股票激励计划部分激励股份回购注销的议案》，根据《2017年限制性股票激励计划（草案）》的规定，对16名激励对象已获授但尚未解除限售的限制性股票共计67.9万股回购注销。

(2) 经发行人2018年4月23日召开的2017年年度股东大会审议，发行人审议通过了《关于公司2018年限制性股票激励计划（草案）及其摘要的议案》及相关议案。

根据广东正中珠江会计师事务所（特殊普通合伙）于2018年6月8日出具的广

会验字【2018】G18027340015号《验资报告》，截至2018年6月6日止，发行人已收到319名限制性股票激励对象缴纳的限制性股票认购款人民币567,114,900.00元，其中增加股本人民币20,570,000.00元，增加资本公积人民币546,544,900.00元。

根据2017年年度股东大会授权，2019年3月11日发行人召开的第三届董事会第八次会议审议通过了《关于向激励对象授予2018年预留限制性股票的议案》，根据中汇会计师事务所（特殊普通合伙）于2019年4月27日出具的中汇会验【2019】2446号《验资报告》，截至2019年4月23日止，发行人已收到32名限制性股票激励对象缴纳的限制性股票认购款人民币57,087,800.00元，其中增加股本人民币2,420,000.00元，增加资本公积人民币54,667,800.00元。

发行人于2019年5月30日召开的第三届董事会第十二次会议，审议通过了《关于对2018年限制性股票激励计划部分激励股份回购注销的议案》，对21名激励对象已获授但尚未解除限售的限制性股票共计123.85万股进行回购注销；于2020年1月10日召开的第三届董事会第十七次会议审议通过了《关于对2017年、2018年和2019年限制性股票激励计划部分激励股份回购注销的议案》，根据《2018年限制性股票激励计划（草案）》的规定，对33名激励对象已获授但尚未解除限售的限制性股票共计158.65万股回购注销。

（3）经发行人2019年5月13日召开的2018年年度股东大会审议，发行人审议通过了《关于公司2019年限制性股票激励计划（草案）及其摘要的议案》及相关议案。

根据中汇会计师事务所（特殊普通合伙）于2019年6月25日出具的中汇会验【2019】3970号《验资报告》，截至2019年6月24日止，发行人已收到423名限制性股票激励对象缴纳的限制性股票认购款人民币736,562,400.00元，公司股本总额不变，增加股权激励限售股28,560,000.00股，减少无限售条件的流通股28,560,000.00股。

发行人于2020年1月10日召开的第三届董事会第十七次会议审议通过了《关于对2017年、2018年和2019年限制性股票激励计划部分激励股份回购注销的议案》，截止2020年2月20日，本次回购注销限制性股票共计350.65万股，减少股本3,506,500.00元。2020年3月10日，经中国证券登记结算有限责任公司深圳分公司审核确认，已完成回购注销事宜。

经历多次资本公积转增股本、非公开发行及股份回购等，截至2020年3月末，发行人股本为699,946.7万元，就前述股本变更事宜，发行人尚需办理工商变更登记手续。

截至2020年3月末，公司主要股东为：

表5-1 前十名普通股股东持股情况表

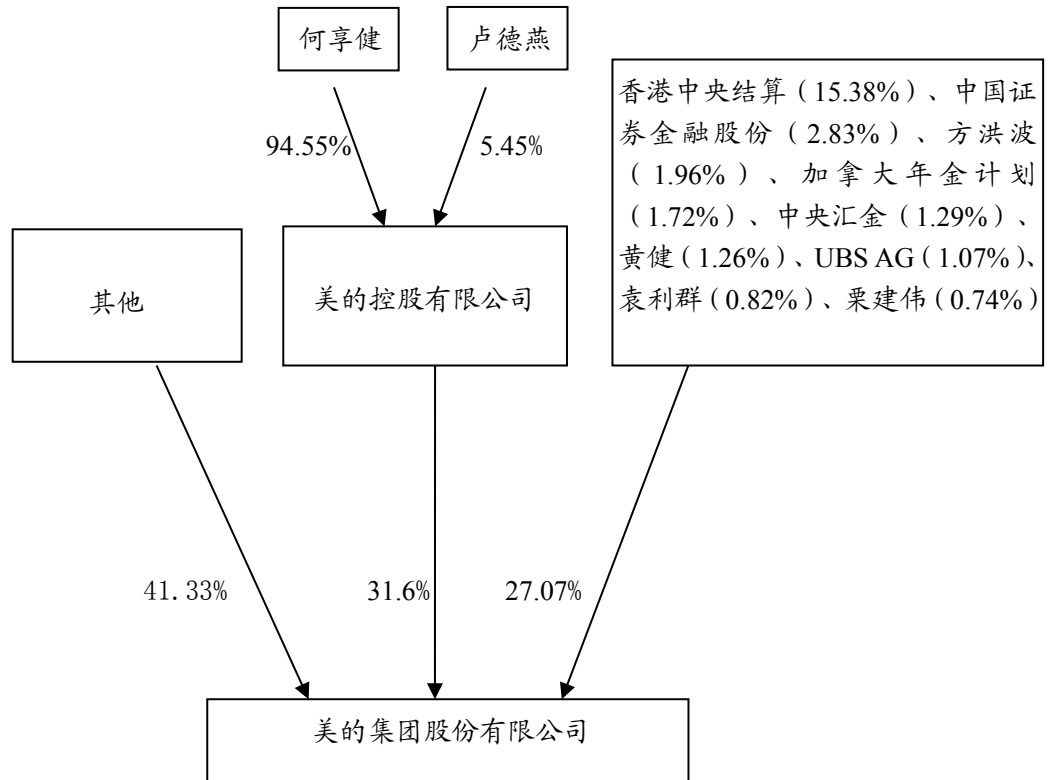
序号	股东名称	持股比例 (%)	持股数量 (亿股)	股东性质
1	美的控股有限公司	31.60	2,212,046,613	境内非国有法人
2	香港中央结算有限公司	15.38	1,076,367,32	境外法人
3	中国证券金融股份有限公司	2.83	198,145,134	国有法人
4	方洪波	1.96	136,990,492	境内自然人
5	加拿大年金计划投资委员会-自有资金(交易所)	1.72	120,379,067	境外法人
6	中央汇金资产管理有限责任公司	1.29	90,169,354	国有法人
7	黄健	1.26	88,032,200	境内自然人
8	UBS AG	1.07	74,946,069	境外法人
9	袁利群	0.82	57,722,992	境内自然人
10	栗建伟	0.74	51,700,000	境内自然人

三、控股股东与实际控制人

(一) 控股股东情况

截至2020年3月末，发行人的股权结构如下图：

图 5-1 发行人股权结构图



美的控股有限公司（统一社会信用代码914406067429989733）是经佛山市顺德区工商行政管理局批准登记的一家民营企业，前身为成立于2002年8月5日的“顺德市天拓投资有限公司”。目前最新注册资本人民币33,000.00万元，法定代表人何享健。公司的注册地址为佛山市顺德区北滘镇蓬莱路工业大道。公司经营范围：对制造业、商业进行投资；国内商业、物资供销业（经营范围不含国家政策规定的专营、专控项目）；计算机软件、硬件开发；工业产品设计；信息技术咨询服务，为企业提供投资顾问及咨询服务；家电产品的安装、维修及售后服务；房地产中介服务，运输代理服务。2019年12月31日，该公司总资产3,390.39亿元，总负债2,076.68亿元，所有者权益1,313.71亿元，2019年的营业收入2,799.95亿元，净利润250.34亿元。

表5-2 控股股东的其他权益性投资

序号	企业名称	直接/间接持股	注册金额 (万元)	持股比例 (%)	享有表决权比例 (%)	注册地	主营业务

1	宁波开联实业发展有限公司	直接	7,213.00	100%	100%	宁波	对制造业、商业进行投资；国内商业、物资供销业（经营范围不含国家政策规定的专营、专控项目）；计算机软件、硬件开发；工业产品设计；信息技术咨询服务，为企业提供投资顾问及咨询服务；家电产品的安装、维修及售后服务；房地产中介服务，运输代理服务
2	佛山市顺德区美的发展有限公司	直接	330,000.00	100%	100%	顺德	对制造业、商业进行投资；国内商业、物资供销业（不含法律、行政法规和国务院决定禁止或应经许可的项目）；信息技术咨询服务，为企业提供投资咨询服务；计算机软件、硬件开发；家电产品安装、维修及售后服务；工业产品设计
3	美的控股（国际）有限公司	直接	76,750.4652	100%	100%	香港	投资控股、房地产业务、家电贸易、红酒贸易；品牌代理。
4	佛山市美的企业管理有限公司	直接	3,000.00	100%	100%	顺德	企业管理；商务信息服务管理；酒店管理；信息技术咨询服务；国内商业、物资供销业

截至 2020 年 3 月 31 日，公司的控股股东美的控股有限公司持有的发行人股份 2,212,046,613 股，占公司总股本的 31.73%，美的控股持有公司股份中处于质押状态的股份累计为 215,000,000 股，占其持有公司股份总数的 9.72%，占公司总股本的 3.07%。

（二）实际控制人

发行人的实际控制人为何享健，男，1942 年 8 月出生，国籍中国，无其他的海外居住权。何享健是美的集团的创始人，担任美的集团的控股股东——美的控股有限公司董事长，具有长期丰富的企业经营管理经验，先后获得“广东省优秀企业家”、“广东省优秀共产党员”、“全国优秀乡镇企业家”、“广东省‘五一’劳动奖章”、“全国劳模”等荣誉称号。

美的控股有限公司另一股东卢德燕为何享健的儿媳，何享健与发行人的其他自然人股东不存在亲属关系。

（三）公司实际控制人的其他重要权益性投资

除了对美的控股有限公司拥有股权外，何享健还持有宁波开联实业发展有限

公司 99.6678%的股份和佛山顺德君域管理有限公司 90%的股份。

表 5-3 实际控制人的其他权益性投资

序号	企业名称	直接/间接持股	注册金额 (万元)	持股比例 (%)	享有表决权比例 (%)	注册地	主营业务
1	佛山顺德君域管理有限公司	直接	3,000	90.00%	90.00%	顺德	企业管理；财务管理；物业管理；信息技术咨询服务；国内商业、物资供销业。
2	宁波美域股权投资合伙企业(有限合伙)	直接	30,100	99.67%	99.67%	宁波	股权投资及其相关咨询服务。(未经金融等监管部门批准不得从事吸收存款、融资担保、代客理财、向社会公众集(融)资等金融业务)(依法须经批准的项目,经相关部门批准后方可开展经营活动)

四、独立性情况

本公司与控股股东美的控股有限公司在资产、人员、机构、财务、业务等方面已完全分开，具有独立完整的业务及自主经营能力。

(一) 资产完整方面：公司拥有独立的生产系统、辅助生产系统和配套设施，公司独立拥有工业产权、商标、非专利技术等无形资产，不存在资产被占用而损害公司利益的情况。

(二) 人员分开方面：公司与控股股东在人员方面分开。公司在劳动、人事及工资管理等方面独立。公司高级管理人员均在公司领取薪酬，在股东单位不担任除董事以外的其他任何行政职务。

(三) 机构独立方面：公司设立了独立的组织机构并保持了其运作的独立性，公司拥有下属机构设置和人事任免的自主权，不存在与控股股东人员任职重叠的情形。

(四) 财务独立方面：公司与控股股东在财务方面分开。公司设立了独立的财务部门，建立了独立的会计核算体系和财务管理制度，开设了独立的银行账户，独立作出财务决策，公司依法独立纳税。

(五) 业务分开方面：本公司在生产经营方面拥有完整的业务链，具有独立健全的采购、销售体系，具有独立完整的经营业务及自主经营能力。

五、重要权益投资情况

截至2020年3月末，公司直接或间接持股的控股子公司252家（不包含KUKA Akiengesellschaft，以下简称“库卡集团”或“库卡”），参股公司26家。

（一）全部一级子公司情况

表5-4 2020年3月末全部一级子公司情况表

序号	公司名称	注册资本 (万元)	主营业务	母公司持股比例 (%)		表决 比例
				直接	间接	
1	美的集团财务有限公司	350,000	贷款融资等金融业务	95%	5%	100%
2	佛山市顺德区美的家电实业有限公司	250,000	投资与资产管理	100%	-	100%
3	佛山市美的空调工业投资有限公司	2,320	对空调制造业进行投资	100%	-	100%
4	宁波美美家园电器服务有限公司	3,000	家用电器等产品的批发零售服务	95%	5%	100%
5	美的国际控股有限公司	USD2,380	投资控股	100%	-	100%
6	宁波美的联合物资供应有限公司	48,000	钢材、塑料原料等原材料贸易	100%	-	100%
7	合肥市美的材料供应有限公司	13,000	家用电器产品及原材料贸易	90%	10%	100%
8	佛山市美的材料供应有限公司	6,000	家用电器产品及原材料贸易	90%	10%	100%
9	美的电器(BVI)有限公司	USD3,300	投资控股	100%	-	100%
10	美的控股(BVI)有限公司	USD1	投资控股	100%	-	100%
11	广东美的制冷设备有限公司	85,400	空调制造和销售	73%	7%	80%
12	邯郸美的制冷设备有限公司	8,000	空调制造和销售	90%	10%	100%
13	广东美的集团芜湖制冷设备有限公司	USD692.8	空调制造和销售	73%	7%	80%
14	美的集团武汉制冷设备有限公司	USD800	空调制造和销售	73%	7%	80%
15	广州华凌制冷设备有限公司	64,000	空调制造和销售	75%	25%	100%
16	重庆美的制冷设备有限公司	5,000	空调制造和销售	95%	5%	100%
17	广州华凌空调设备有限公司	43,757.56	空调制造和销售	90%	10%	100%
18	无锡小天鹅股份有限公司	63,248.776 4	洗衣机制造和销售	85.11%	14.89%	100%
19	芜湖美智空调设备有限公司	83,000	空调制造和销售	87.47%	12.53%	100%
20	佛山市顺德区美的电子科技有限公司	1,000	电器电子软件技术及产品的研发及销售等	90%	10%	100%
21	佛山市美的开利制冷设备有限	20,000	空调制造和销售	60%	-	60%

序号	公司名称	注册资本 (万元)	主营业务	母公司持股比例 (%)		表决 比例
				直接	间接	
	公司					
22	广东美的商用空调设备有限公司	66,000	空调制造和销售	73%	7%	80%
23	广东美的暖通设备有限公司	50,000	中央空调制造和销售	90%	10%	100%
24	重庆美的通用制冷设备有限公司	USD1,250	中央空调制造和销售	75%	25%	100%
25	合肥美的暖通设备有限公司	106,000	中央空调制造和销售	98.5849%	1.4151%	100%
26	广东美芝制冷设备有限公司	USD5,527	压缩机的制造和销售	60%	-	60%
27	广东美芝精密制造有限公司	USD774.0097	压缩机的制造和销售	60%	-	60%
28	安徽美芝精密制造有限公司	84,210.53	压缩机的制造和销售	95%	5%	100%
29	合肥美的电冰箱有限公司	USD9,210.9873	电冰箱的制造和销售	75%	25%	100%
30	合肥华凌股份有限公司	9,120	电冰箱的制造和销售	75%	25%	100%
31	广州美的华凌冰箱有限公司	56,000	电冰箱的制造和销售	75%	25%	100%
32	湖北美的电冰箱有限公司	85,000	电冰箱的制造和销售	97.12%	2.88%	100%
33	安徽美芝制冷设备有限公司	32,500	压缩机的制造和销售	95%	-	95%
34	安得智联科技股份有限公司	67,650	经营仓储、运输、冷链等业务	55%	25%	80%
35	芜湖小天鹅制冷设备有限公司	5,000	家用电器零部件研发	95%	5%	100%
36	浙江美芝压缩机有限公司	5,000	压缩机的制造和销售	100%	-	100%
37	美的集团电子商务有限公司	10,000	电子商务技术服务	100%	-	100%
38	美的创新投资有限公司	5,000	投资管理及咨询	70%	30%	100%
39	广东美的微波炉制造有限公司	42,000	微波炉的制造和销售	100%	-	100%
40	芜湖美的厨房电器制造有限公司	2,000	厨房电器的制造和销售	100%	-	100%
41	江苏美的清洁电器股份有限公司	5,726.4	清洁电器的制造和销售	99.58%	-	99.58%
42	广东威特真空电子制造有限公司	USD2,500	厨房电器的制造和销售	75%	25%	100%
43	广东美的生活电器制造有限公司	USD6,926	生活电器的制造和销售	75%	25%	100%
44	芜湖美的生活电器制造有限公司	6,000	生活电器的制造和销售	100%	-	100%
45	佛山市顺德区美的饮水机制造有限公司	USD385	饮水机的制造和销售	75%	25%	100%
46	佛山市美的清湖净水设备有限公司	USD1,300	净水设备的制造和销售	60%	-	60%

序号	公司名称	注册资本 (万元)	主营业务	母公司持股比例 (%)		表决 比例
				直接	间接	
47	广东美的环境电器制造有限公司	38,000	生活电器的制造和销售	75%	25%	100%
48	佛山市顺德区美的洗涤电器制造有限公司	USD4,600	洗涤电器的制造和销售	75%	25%	100%
49	广东美的厨卫电器制造有限公司	USD1,500	厨房电器的制造和销售	75%	25%	100%
50	芜湖美的厨卫电器制造有限公司	6,000	厨房电器的制造和销售	90%	10%	100%
51	美智光电科技有限公司	10,000	照明电器和工程等的制造和销售	50%	-	50%
52	广东美的日用电器进出口贸易有限公司	10,000	日用电器的制造和销售	100%	-	100%
53	美的地平线合资有限公司	USD1,089	家用电器贸易	55%	-	55%
54	广东美的安川服务机器人有限公司	10,000	机器人的制造和销售	60.1%	-	60.1%
55	美的机器人产业发展有限公司	100,000	机器人的制造和销售	80%	20%	100%
56	美的智慧家居科技有限公司	10,000	互联网技术	100%	-	100%
57	广东美的智能科技有限公司	10,000	工业自动化设备生产和销售	100%	-	100%
58	广东美的环境科技有限公司	5,000	环保产品等的生产和销售	95%	5%	100%
59	佛山市顺德区美映企业管理服务有限公司	1,300	企业管理服务	100%	-	100%
60	广东美的电气有限公司	100,000	电气设备等的生产和销售	100%	-	100%
61	广东美的智能机器人有限公司	15,000	机器人的制造和销售	100%	-	100%
62	广东美的白色家电技术创新中心有限公司	10,000	电子、电器类产品开发、设计、咨询及销售等	100%	-	100%
63	佛山市美的智荟房地产开发有限公司	15,689.83	房地产业务	98.09%	1.91%	100%
64	上海科慕电器有限公司	20,000	家用电器等进出口业务	100%	-	100%
65	广东美的智联家居科技有限公司	5,000	空调等设备的生产和销售	90%	10%	100%
66	广东威灵汽车部件有限公司	20,000	汽车部件的生产和销售	95%	5%	100%
67	广东粤云工业互联网创新科技有限公司	3,000	软件零售、软件开发等	62%	22%	84%

(二) 持股比例小于50%但纳入合并范围子公司

截至2020年3月末，发行人无持股比例小于50%但纳入合并范围子公司。

(三) 持股比例超过50%但未纳入合并范围子公司

截至2020年3月末，发行人无持股比例超过50%但未纳入合并范围子公司。

(四) 主要控股子公司情况

以下介绍发行人业务板块10家主要子公司情况，该10家子公司为发行人的主要经营主体。具体情况如下：

1. 广东美的制冷设备有限公司

广东美的制冷设备有限公司成立于2004年10月，法定代表人为王建国，公司注册资本85,400万元，股东构成为：美的集团股份有限公司持股73%；东芝开利株式会社占比20%，美的电器(BVI)有限公司持股7%。注册地址：佛山市顺德区北滘镇林港路。经营范围为：生产经营空调器、制冷空调设备配件、电子元器件、模具；空气净化器、加湿器、其他室内环境调节设备及其零配件；网关产品，电子产品，无线通信模块，智能控制器，传感器产品，照明电器，音响设备，通讯器材，五金交电，酒店用的电吹风、房间指示牌、门磁、智能门锁开关、无线取电开关、无线电源控制器、中控台、人体传感器；研发与技术服务；从事厨房用具、家用电器及配件的零售及批发业务（不设店铺，不涉及国营贸易管理商品，涉及配额、许可证管理商品的，按国家有关规定办理）。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）。

该公司2019年末总资产3,371,906万元，总负债2,935,560万元，净资产436,347万元，2019年实现营业总收入4,424,311万元，净利润61,071万元。

2. 广东美的商用空调设备有限公司

广东美的商用空调设备有限公司成立于1999年8月，法定代表人为王建国，公司注册资本66,000万元，股东构成为美的集团股份有限公司持股73%，东芝开利株式会社持股20%和美的电器(BVI)有限公司持股7%，注册地址为佛山市顺德区美的工业城（佛山市顺德区北滘镇蓬莱路工业大道）。经营范围：生产、经营商用空调、中央空调、特种空调系列、热泵热水机组及相关产品；以及以上产品的设计及工程安装服务。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）。

该公司2019年末总资产117,392万元，总负债19,641万元，净资产97,751万元，2019年实现营业总收入345,148万元，净利润2,669万元。

3. 广东美芝制冷设备有限公司

广东美芝制冷设备有限公司成立于 1995 年 9 月，法定代表人为王建国，公司注册资本为 5527 万美元，股东构成为美的集团股份有限公司持股 60%和东芝开利株式会社持股 40%，注册地址为广东省佛山市顺德区顺峰山工业开发区。经营范围：开发、设计、制造家用空调旋转式压缩机、电机、零部件，销售自产产品并提供安装和保养服务。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）。

该公司 2019 年末总资产 404,439 万元，总负债 191,548 万元，净资产 212,890 万元，2019 年实现营业总收入 850,833 万元，净利润 17,303 万元。

4. 广东威灵电机制造有限公司

广东威灵电机制造有限公司成立于 1992 年 10 月，法定代表人为伏拥军，注册资本 5256 万美元，股东构成为威灵国际香港有限公司持股 100%。注册地址为佛山市顺德区北滘镇工业园十五、十六、十七区。经营范围为：设计及生产经营直流电机、交流电机、风轮、风机罩壳、驱动电机、控制电机、电感器、变压器、镇流器及其配件、电子产品及其相关软件、控制器，驱动器，电子线路板组插件及其配件、电感组件、显示板、遥控器、传感器、电器元器件；从事上述产品的进出口业务（不设店铺，不涉及国营贸易管理商品，涉及配额、许可证管理商品的，按国家有关规定办理）（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）。

该公司 2019 年末总资产 378,070 万元，总负债 127,378 万元，净资产 250,691 万元，2019 年实现营业总收入 434,434 万元，净利润 30,804 万元。

5. 广东美的厨房电器制造有限公司

广东美的厨房电器制造有限公司成立于 2006 年 9 月，法人代表为方洪波，公司注册资本 7200 万美元，股东构成为广东美的微波炉制造有限公司持股 75%（美的集团全资子公司）；美的国际控股有限公司持股 25%。注册地址：佛山市顺德区北滘镇永安路 6 号，经营范围：生产经营微波炉、液体加热器、工业及商用微波炉设备、消毒清洗设备、微波灭菌设备、等离子灭菌设备、烤箱、抽油烟机、燃气器具、电热器具、消毒柜、吸尘器、面包机、果蔬机、热水器、室内加热器、电磁炉、洗碗机、微波器皿、厨用器皿、烹饪器具、炊具、智能家电、智能控制系统、智能家电中央控制器、照明电气及其他家用电器、日用电器、厨卫家电、厨房用具及其零配件；家用高压变压器、抵押变压器、罩极电机、镇流器、民用电机、磁控管及配套产品、穿心电容、电子元器件、半导体、有色金属复合材料灯丝、有色金属复合压延支杆等新型合金材料制品、特种陶瓷、电工产品、高效焊装生成设备、金属加工机械、五金塑料制品、模具及上述产品的零配件；水槽、

水龙头、整体厨房、橱柜、厨房和浴室成套家具及配套用品、整体吊顶产品及相关配件、扣板、室内家具及相关零配件、室内装饰及设计服务；工业设计和手板制作；设立公司内部研发中心，从事上述产品的研究和开发、安装、维系及售后服务。家电产品的技术培训、技术咨询服务；代办家电产品的认证、测试服务。

该公司 2019 年末总资产 1,278,383 万元，总负债 814,649 万元，净资产 463,734 万元，2019 年实现营业总收入 1,289,501 万元，净利润 179,133 万元。

6. 佛山市顺德区美的电热电器制造有限公司

佛山市顺德区美的电热电器制造有限公司成立于 2006 年 2 月，法定代表人为傅蔚，公司注册资本 4200 万美元，股东构成为广东美的生活电器制造有限公司持股 75%；美的家电投资（香港）有限公司持股 25%。注册地址：佛山市顺德区北滘镇三乐东路 19 号。经营范围：生产经营电饭煲、电磁炉、电热灶具、家用燃气灶具、厨房用具、面包机、压力锅、挂烫机、厨房称、不锈钢制品、日用五金、炊具、按摩器具、电动吸奶器、婴儿理发器、婴儿电动牙刷及其他母婴用品，以及上述产品的零配件；从事钢板、铝板、母婴用品、商用电器设备、日用家电及其相关配件的进出口业务。（不设店铺，不涉及国营贸易管理商品，涉及配额、许可证管理商品的，按国家有关规定办理）。

该公司 2019 年末总资产 1,191,697 万元，总负债 562,622 万元，净资产 629,075 万元，2019 年实现营业总收入 1,123,327 万元，净利润 154,726 万元。

7. 芜湖美的厨卫电器制造有限公司

芜湖美的厨卫电器制造有限公司成立于 2008 年 8 月，法定代表人徐旻锋，注册资本 6000 万元人民币，股东构成为美的集团股份有限公司持股 90%，广东美的厨卫电器制造有限公司持股 10%，注册地址：安徽省芜湖市经济技术开发区东区万春东路，经营范围：生产、经营、研发、设计日用电器、家用电器、燃气器具、抽油烟机消毒柜、贮水式电热水器、快热式电热水器、家用燃气快速热水器、家用燃气壁挂式两用炉、太阳能热水器、家用和商用热泵热水器、卫浴电器、整体厨房、净水设备及其配套终端饮水设备、开水器、饮水机产品、软水设备，及其配件，并提供上述产品的售后服务；水处理设备的施工、安装、维护服务；设备（除医疗设备）租赁和普通货物仓储服务；从事上述相关业务的研究和开发、安装、维修及售后服务；化妆品销售；以上相关业务的咨询服务。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）。

该公司 2019 年末总资产 1,034,848 万元，总负债 904,496 万元，净资产 130,352 万元，2019 年实现营业总收入 1,186,065 万元，净利润 108,487 万元。

8. 佛山市顺德区美的洗涤电器制造有限公司

佛山市顺德区美的洗涤电器制造有限公司成立于 2000 年 1 月，法定代表人为徐旻锋，注册资本 4600 万美元，股东构成为美的集团股份有限公司持股 75%；美的国际控股有限公司持股 25%，注册地址：佛山市顺德区北滘镇工业园。经营范围：生产经营液体加热器、消毒清洗设备、烤箱、抽油烟机、燃气器具、电热器具、消毒柜、吸尘器、面包机、果蔬机、热水器、室内加热器、电磁炉、洗碗机、商用洗碗机、微波器皿、厨用器皿、烹饪器具、炊具、电动喷壶、垃圾粉碎机、垃圾处理器、智能家电、智能控制系统、智能家电中央控制器、照明电气及其他家用电器、日用电器、厨卫家电、厨房用具及其零配件，家用高压变压器、低压变压器、电控板、罩极电机、镇流器、民用电机、磁控管及配套产品、穿心电容、电阻元器件、半导体、有色金属复合材料灯丝、有色金属复合压延支杆及其他新型合金材料制品、特种陶瓷、电工产品、高效焊装生产设备、金属加工机械、五金塑料制品、模具及上述产品的零配件，水槽、水龙头、整体厨房、橱柜、厨房和浴室成套家具及配套用品、整体吊顶产品及相关配件、扣板、室内家具及相关零配件；室内装饰及设计服务，工业设计及手板制作；从事上述产品的研究、开发、安装、维修及售后服务；家电产品的技术培训咨询、技术咨询服务；代办家电产品的认证、测试服务。（以上项目不涉及外商投资准入特别管理措施）（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动。）

该公司 2019 年末总资产 585,355 万元，总负债 1,518,554 万元，净资产 1,054,033 万元，2019 年实现营业总收入 2,474,338 万元，净利润 13,732 万元。

9. KUKA Aktiengesellschaft（库卡集团）

发行人于 2017 年 1 月通过全资子公司 MECCA International (BVI) Limited 以现金 2,700,185.6 万元收购 KUKA Aktiengesellschaft 的 81.04% 股权，加上本次收购前的 13.51% 股权，合计持有 94.55% 股权。KUKA Aktiengesellschaft 及其子公司成为发行人旗下的重要组成部分。KUKA Aktiengesellschaft 成立于 1898 年，总部位于德国奥格斯堡，创始人是 Johann Josef Keller 和 Jakob Knappich，被发行人收购完成后，目前首席执行官是 Peter Mohnen 以及财务总监是 Andreas Pabst，主营业务是为工业生产提供自动化生产及装配解决方案。

该公司 2019 年末总资产 2,572,587 万元，总负债 1,518,554 万元，净资产 1,054,033 万元，2019 年实现营业总收入 2,474,338 万元，净利润 13,732 万元。

10. 无锡小天鹅股份有限公司

无锡小天鹅股份有限公司成立于 1993 年 11 月，法定代表人为方洪波，公司注册资本 63248.7764 万人民币，目前美的集团股份有限公司持股 85.11%，TITONI INVESTMENT DEVELOPMENT LTD.持股 14.89%（美的集团全资子公司）。注册地址：江苏省无锡市国家高新技术产业开发区长江南路 18 号。经营范围：家用电器、工业陶瓷产品、环保型干洗设备、清洗机械设备、后续整理设备及零配件的制造、销售及售后服务；洗涤服务；机械加工；自营和代理各类商品及技术的进出口业务（国家限定企业经营或禁止进出口的商品和技术除外）；家电技术服务；对外承包工程（凭有效资质证书经营）；利用自有资金对金融业进行投资。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动。）

该公司 2019 年末总资产 1,492,343 万元，总负债 1,059,450 万元，净资产 432,894 万元，2019 年实现营业总收入 1,822,593 万元，净利润 114,922 万元。

（五）主要参股公司情况

表5-5 2020年3月末发行人主要参股公司情况表

序号	公司名称	注册资本 (万元)	主营业务	母公司持股比例(%)		表决比例
				直接	间接	
1	广东顺德农村商业银行股份有限公司	508,200.4207	银行	7.00%	2.69%	9.69%

广东顺德农村商业银行股份有限公司成立于 2007 年 05 月，法定代表人姚真勇，注册资本 508200.4207 万元人民币，美的集团股份有限公司直接持股 7%，间接持股 2.69%，注册地址：佛山市顺德区大良德和居委会拥翠路 2 号，经营范围：（一）吸收本外币公众存款；（二）发放本外币短期、中期和长期贷款；（三）办理国内外结算；（四）办理票据承兑与贴现；（五）代理发行、代理兑付、承销政府债券；（六）买卖政府债券、金融债券；（七）从事本外币同业拆借；（八）从事银行卡（借记卡、贷记卡）业务；（九）代理收付款及代理保险业务；（十）提供保管箱业务；（十一）结汇、售汇；（十二）外汇汇款、外币兑换；（十三）外汇资信调查、咨询和见证业务；（十四）经中国银行业监督管理委员会批准的其他业务。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）。该公司 2019 年末总资产 3,311.40 亿元，总负债 3,021.53 亿元，净资产 289.87 亿元，2019 年实现营业总收入 85.57 亿元，净利润 37.78 亿元。

六、公司治理结构

（一）治理结构

发行人根据《中华人民共和国公司法》、《中华人民共和国证券法》和中国

其他有关法律法规制定公司章程，不断完善公司法人治理结构，规范董事会、监事会的议事规则和程序，明确董事会及董事长、总裁的决策权力，保证议事效率，依法行使董事会及董事长、总裁的各级职权。

《美的集团股份有限公司章程》是规范公司的组织与行为、公司与股东、股东与股东之间权利义务关系的具有法律约束力的文件，对公司、股东、董事、监事、高级管理人员具有法律约束力的文件。

1. 股东大会

股东大会是公司的权力机构，依法行使下列职权：决定公司的经营方针和投资计划；选举和更换非由职工代表担任的董事、监事，决定有关董事、监事的报酬事项；审议批准董事会的报告；审议批准监事会报告；审议批准公司的年度财务预算方案、决算方案；审议批准公司的利润分配方案和弥补亏损方案；对公司增加或者减少注册资本作出决议；对发行公司债券作出决议；对公司合并、分立、解散、清算或者变更公司形式作出决议；修改本章程；对公司聘用、解聘会计师事务所作出决议；审议批准本章程第四十二条规定的担保事项；审议批准公司在一年内购买、出售重大资产达到公司最近一期经审计总资产 30% 以上的事项；审议批准变更募集资金用途事项；审议股权激励计划；审议现金分红方案；对公司因减少公司注册资本、与持有本公司股份的其他公司合并（即公司章程第二十四条第（一）项、第（二）项规定的情形）收购本公司股份作出决议；审议法律、行政法规、部门规章或本章程规定应当由股东大会决定的其他事项。股东大会分为年度股东大会和临时股东大会。年度股东大会每年召开一次，应当于上一会计年度结束后的六个月内举行。

2. 董事会

发行人设董事会，对股东大会负责，由九名董事组成（其中，独立董事三人，设董事长一人，可设副董事长若干名）。董事由股东大会选举或更换，任期 3 年，董事任期届满，可连选连任。董事会行使下列职权：召集股东大会，并向股东大会报告工作；执行股东大会的决议；决定公司的经营计划和投资方案；制订公司的年度财务预算方案、决算方案；制订公司的利润分配方案和弥补亏损方案；制订公司增加或者减少注册资本、发行债券或其他证券及上市方案；拟订公司重大收购、因减少公司注册资本、与持有本公司股份的其他公司合并（即公司章程第二十四条第（一）项、第（二）项规定的情形）收购本公司股份或者合并、分立、解散及变更公司形式的方案；在股东大会授权范围内，决定公司对外投资、收购出售资产、资产抵押、对外担保事项、委托理财、关联交易等事项；决定公司内部管理机构的设置；聘任或者解聘公司总裁、董事会秘书；根据总裁的提名，聘

任或者解聘公司副总裁、财务总监等其他高级管理人员，并决定其报酬事项和奖惩事项；制订公司的基本管理制度；制订本章程的修改方案；管理公司信息披露事项；向股东大会提请聘请或更换为公司审计的会计师事务所；听取公司总裁的工作汇报并检查总裁的工作；制订公司的股权激励计划方案；决定董事会专门委员会的设置；决定公司因将股份用于员工持股计划或者股权激励、将股份用于转换公司发行的可转换为股票的公司债券、为维护公司价值及股东权益必须（即公司章程第二十四条第（三）、（五）、（六）项规定的情形）收购本公司股份；法律、行政法规、部门规章或本章程授予的其他职权。

另外，股东大会授权董事会在股东大会闭会期间对以下事项行使职权：公司在一年内购买、出售重大资产低于公司最近一期经审计总资产 30% 的事项；金额占公司最近经审计净资产低于 50% 的对外投资（含委托理财、委托贷款、对子公司投资等）、租入或租出资产、签订管理方面合同（含委托经营、受托经营等）、债权或债务重组、研究与开发项目的转移、签订许可协议等事项或交易；除需股东大会审议通过之外的担保事项（即章程第四十二条规定之外的担保事项）；金额占公司最近经审计净资产低于 5% 的关联交易；股东大会以决议形式通过的其他授权事项。上述交易事项以发生额作为计算标准，并按交易类别或交易方在连续十二个月内累计计算。经累计计算的发生额达到前述规定标准的，适用相应规定。

3. 监事会

发行人设监事会，由 3 名监事组成。监事会设主席 1 人，由全体监事过半数选举产生。监事的任期每届为 3 年，监事任期届满，连选可以连任。监事会负责公司的全面监督工作，行使下列职权：应当对董事会编制的公司定期报告进行审核并提出书面审核意见；检查公司财务；对董事、高级管理人员执行公司职务的行为进行监督，对违反法律、行政法规、本章程或者股东大会决议的董事、高级管理人员提出罢免的建议；当董事、高级管理人员的行为损害公司的利益时，要求董事、高级管理人员予以纠正；提议召开临时股东大会，在董事会不履行《公司法》规定的召集和主持股东大会职责时召集和主持股东大会；向股东大会提出提案；依照《公司法》第一百五十一条的规定，对董事、高级管理人员提起诉讼；发现公司经营情况异常，可以进行调查；必要时，可以聘请会计师事务所、律师事务所等专业机构协助其工作，费用由公司承担。

4. 总裁及其他高级管理人员

发行人设总裁 1 名，副总裁若干名，并由董事会聘任与解聘。公司总裁、副总裁、财务总监和董事会秘书为公司高级管理人员。

总裁每届任三年，连聘可以连任，对董事会负责，在董事会规定的授权范围内，总裁行使下列职权：主持公司的生产经营管理工作，组织实施董事会决议，并向董事会报告工作；组织实施公司年度经营计划和投资方案；根据董事会的指示，拟订公司年度财务预算方案、决算方案；拟订公司的子公司合并、分立、重组等方案；拟定公司员工的工资、福利、奖惩政策和方案；拟订公司内部管理机构设置方案；拟订公司分支机构设置方案；拟订公司的基本管理制度；制定公司的具体规章；提请董事会聘任或者解聘公司副总裁、财务总监等其他高级管理人员；决定聘任或者解聘除应由董事会聘任或者解聘以外的其他人员；公司章程或董事会授予的其他职权。

（二）内部组织架构和职能分工

发行人目前围绕产品线，以用户为中心，设立了三层架构体系：16个经营单位，6个协同平台，10个职能单元。

图5-2 公司组织结构图



1.第一层架构：16个经营单位，又分为事业部和经营主体两类。

经营单位（10个事业部）为战略性经营单元，是面向消费者和客户的完整产业经营主体，承担全价值链的完全经营责任，是拥有高度自主经营权的利润中心。10个事业部，分别是家用空调、机电、洗衣机、生活电器、中央空调、冰箱、厨房和热水、微波和清洁、东芝TLSC和KUKA。

表5-6 事业部主要职能介绍

序号	部门	主要职能
1	家用空调事业部	主要负责集团家用空调及相关产品的经营工作
2	机电事业部	主要负责集团压缩机、电机等及相关产品的经营工作

序号	部门	主要职能
3	洗衣机事业部	主要负责集团洗衣机及相关产品的经营工作
4	生活电器事业部	主要负责集团小家电类电器产品的经营工作
5	中央空调事业部	主要负责集团中央空调及相关产品的经营工作
6	冰箱事业部	主要负责集团冰箱及相关产品的经营工作
7	厨房和热水事业部	主要负责集团厨房及用水类电器产品的经营工作
8	微波和清洁事业部	主要负责集团微波炉和清洁类电器产品的经营工作
9	东芝 TLSC	主要负责东芝家电的经营工作
10	KUKA	主要负责库卡机器人的经营工作

经营单位（6个经营主体）分别是中国区域、美的国际、美云智数、美的金融、采购中心、互联网品牌。

（1）中国区域：发行人旗下一级组织架构，现有员工 2500 余人，负责统筹公司中国市场线上线下零售业务，致力于推动统一的零售运营、商品系统、用户运营及服务业务模式的变革，构建以用户为中心的更高效运营体系。中国区域下设电商、用户运营、用户服务、终端零售、工程业务五大业务部门，以数据驱动、用户驱动、效率驱动为核心实现变革，开创美的新商业模式。

（2）美的国际：发行人国际化运作的平台，负责公司自有品牌在海外的推广销售、新市场的开拓，海外分支机构的管理及组织运营能力建设，为全球消费者提供空调、冰箱、洗衣机等大家电和系列小家电产品。

（3）美云智数：发行人旗下的一家新型软件企业，2017 年 2 月正式运营，主要为企业客户提供企业数字化 SaaS 产品、私有云产品及公有云产品，包括：智能制造、大数据、企业智能人财运营、企业移动化管理及数字营销等。目前签约客户涉及家电、汽车、能源、航空、电子、鞋服等 10 多个行业。

（4）美的金融：美的金融为产业生态圈提供融资、消费金融、第三方支付等金融服务，围绕发行人产业生态圈，聚集发展产业金融，坚持“产融结合”的发展方向，实现产业+金融双驱动，是制造业与金融业的最佳产融结合平台。在顺德、深圳、成都、合肥、芜湖、宁波、重庆设有办公地。

（5）采购中心：成立于 2003 年 3 月，是发行人集中采购战略的执行者和服务组织。公司以实施集中采购的战略规划为基础，在发挥集中规模效益、保障原材料资源供应、创造采购成本领先的同时，不断延伸以构建高效、增值、透明、协同和柔性的大宗原材料集中采购供应链，满足公司大宗原材料供应及加工仓储配送、进出口服务等相关需求，为客户实现有效增值；逐步形成以大宗材料贸易、钢材加工仓储、进出口服务的三大主业与期货代理、咨询服务、材料技术应用的

三大增值服务为一体的多元化、专业化服务体系。

(6) 互联网品牌：发行人于 2019 年创立了首个互联网品牌“布谷 BUGU”，以互联网运营模式为基础，让用户不再被动接受产品，可以通过共创平台“布谷研究所”深度参与产品从概念创意、工业设计、开发设计到内测、公测的全流程。

2.第二层架构：6个协同平台，分别是安得智联、IoT公司、中央研究院、资金中心、高端品牌、制造技术研究院。

(1) 安得智联：发行人旗下提供全渠道物流服务的现代物流企业，以仓配一体为核心业务，依托遍布全国的仓储网络、配送中心及最后一公里的送装网点，为制造型企业打造端到端、全渠道的高效物流服务。

(2) IoT公司：物联网公司（Internet Of Things）是发行人直属的机构，致力于打造以智能家电为核心的物联平台，面向智能家居、智能家电、IoT产品、人工智能、智能安防等领域，为用户提供全路径、全场景、全触点的以智能家电为核心的物联网解决方案，同时为合作伙伴提供开放、低成本、公平的跨设备厂商互联解决平台，建立全开放智慧生态体系，打造极致物联网体验。

(3) 中央研究院：发行人最高研究机构，成立于2014年，总部位于广东佛山顺德，主要聚焦集团中长期共性技术、核心技术与前瞻技术研究，及颠覆性的产品平台创新，并致力于成为公司产品领先的先行者、践行者和推动者。在总部战略牵引下，整合全球研发资源的优势，积极推动全球研发布局，在美国、德国、意大利以及中国的上海、深圳设立研发中心。

(4) 资金中心：发行人的协作平台，下设结算、投融资、外汇、合规、财经等部门。负责处理和操作美的集团日常资金业务，是集团资金归集平台、集团资金结算平台、集团资金监控平台和集团金融服务平台。致力于优化集团资金管理、提升集团金融资源配置效率。

(5) 高端品牌：发行人旗下AI科技家电高端品牌COLMO，将AI技术融于高端家电中，结合图像识别、深度学习及COLMO的大数据专家系统为用户提供舒适、智能化的家电体验。

(6) 制造技术研究院：发行人旗下服务各个产品类的技术研究中心，主要立足于基础研发、应用技术、事业部的新产品功能研发等。

3.第三层架构：10个职能平台，发行人以内部客户、业务一线为中心，组成无边界、跨层级、高度扁平的职能平台，提升运营效率；在业务高度放权的同时，

加强审计、法务的风险与合规管控，实行一体化管理。10个职能部门具体为：总裁办、战略发展、财经、投资者关系、人力资源、IT、产品与供应链、审计、品牌传播和法务，详细情况见下表：

表5-7 职能部门介绍

序号	部门	主要职能
1	总裁办	主要辅助领导管理决策的执行以及对内组织和协调等工作
2	战略发展部	主要负责集团战略企划、投资管理、合资合作等工作
3	财经部	主要负责集团预算管理、会计管理、资金管理、税务管理、财务体系管理、集团综合管理、经营管理等工作
4	投资者关系部	主要负责公司信息披露事务、协调公司与投资者之间的关系等工作
5	人力资源部	主要负责集团人力资源管理、文化建设、商务管理等工作
6	IT 中心	主要负责集团流程运转、IT 各大系统规划、系统日常运维管理、集团数据管理等工作
7	产品与供应链部	主要负责集团产品线条管理、品质体系管理、资源共享平台管理等工作
8	审计部	主要负责集团风险管理、内控管理、内部稽查、违规调查等工作
9	品牌传播部	主要负责用户与市场调研分析管理等工作
10	法务部	主要负责集团法律事务管理、知识产权管理、诉讼管理、打假管理等工作

（三）内控制度

根据财政部、审计署、中国保监会、中国银监会、中国证监会等五部委联合发布的《企业内部控制基本规范》及《企业内部控制应用指引》(以下简称“《内控规范》”)要求，发行人已经建立起一套比较完整且运行有效的内部控制体系，从公司层面到各业务流程层面均建立了系统的内部控制及必要的内部监督机制，为公司经营管理的合法合规、资产安全、财务报告及相关信息的真实、完整提供了合理保障。

1.组织管理和决策制度

发行人严格按照《公司法》、《证券法》和中国证监会的有关法律法规的要求，不断完善公司法人治理结构，董事会下设战略委员会、审计委员会、提名委员会、薪酬与考核委员会四个专门委员会为董事会提供咨询、建议，保证董事会议事、决策的专业化与高效化。公司已建立健全了股东大会、董事会、监事会《议事规则》、董事会专门委员会《议事规则》、董事会秘书等制度。公司股东大会、董事会、监事会和经营管理层责权分明、各司其职、有效制衡、科学决策、协调运营，为公司持续、稳定、健康发展奠定了坚实的基础。

2.预算管理制度

为充分发挥财务预算工作的预测、控制作用，发行人制定了《预算管理制度》，制度对预算管理原则、预算管理组织体系、预算编制与审批、预算执行与会计核算、预算分析与控制、预算调整、预算考评等方面做出了详细的规定，以保护公司股东和债权人的权益，切实防范资金链风险。

3.财务管理与会计核算制度

发行人实行财务组织管理实行分级管理模式。目前，公司建立和完善了《美的集团财务组织管理制度》、《美的集团会计政策》等规章，界定集团内各层级财务机构的工作职责、架构组织、运作流程和考评，制定了合理的财务核算体系、规范的财务会计制度和完整的财务管理体系。

4.募集资金管理办法

为规范募集资金的使用和管理，提高募集资金使用效率，切实保护股东的合法权益，发行人制定了《美的集团股份有限公司募集资金管理办法》。该办法规定，募集资金的使用应以合法、合规、追求效益为原则，做到周密计划、精打细算、规范运作，正确把握投资时机和投资进度，正确处理好投资金额、投入产出、投资效益之间的关系，控制投资风险。公司的募集资金遵循集中存储、便于监督的原则。公司董事会应当按照发行申请文件中承诺的募集资金投资计划使用募集资金。公司募集资金原则上应当用于主营业务。除金融类企业外，募集资金使用项目不得为持有交易性金融资产和可供出售的金融资产、借予他人、委托理财等财务性投资，不得直接或间接投资于以买卖有价证券为主要业务的公司，不得用于质押、委托贷款或其他变相改变募集资金用途的投资。公司董事会应对募集资金的实际使用情况进行监控，确保募集资金投资项目按照规定的计划进度实施。

5.对下属子公司管理制度

公司作为决策、投资和控股中心，由董事会授权总裁，具体决定和实施下属子公司的经营方针、发展规划、生产计划、销售计划、职工工资及福利等各项事宜。

公司向合资子公司派任董事及高级管理人员，并制定了《美的集团股份有限公司外派合资公司高级管理人员薪酬管理办法》，对公司外派到合资子公司的高级管理人员进行管理和激励；制定了《美的集团股份有限公司外派及聘任高级管理人员述职面谈考核管理办法》，建立和完善集团公司人力资源绩效考核体系和完善对外派至合资企业干部的考核激励机制。公司制定统一的财务管理制度和资

金管理制度，坚持资金集中管理，统一现汇结算，统一对外融资担保，统一资金信息系统，集团财务管理部负责归口管理，集团资金中心负责具体执行落实。海外机构实行差异化管理。

6.人力资源与薪酬管理制度

在人力资源与薪酬管理方面，发行人制订了一系列规章，如《美的集团股份有限公司劳动人事管理制度》、《美的集团股份有限公司工资管理制度》、《美的集团股份有限公司劳动合同管理规定》、《美的集团股份有限公司培训管理办法》等，对公司日常人事管理、薪酬管理工作做出了具体规定，公司劳资关系的管理比较规范。

7.审计监督与安全生产制度

为了加强内部审计，强化内部控制，公司建立了系统的审计制度和规程，如《美的集团内部审计工作规范》、《美的集团股份有限公司审计监察管理制度》、《美的集团风险评估实施办法》等，在制度框架下，明确对公司及其所属单位投资活动、生产经营、财务收支、资产状况的审计流程。安全生产方面，公司建立安全生产层层责任制，总裁是公司安全生产第一责任人，对公司的安全生产全面负责，定期听取公司安全生产责任小组的工作汇报，及时研究解决或审批有关安全生产中的重大问题。

8.对外投资管理制度

为了规范对外投资行为，降低对外投资风险，提高对外投资收益，保证资产的有效监管、安全运营和保值增值，发行人制订了《美的集团股份有限公司对外投资管理制度》。该制度规定，公司的股东大会和董事会为公司对外投资的决策机构，各自在其权限范围内，对公司的对外投资做出决策。董事会战略委员会为领导机构，负责统筹、协调和组织对外投资项目的分析和研究，为决策提供建议。公司对外投资管理的原则是合法性原则、适应性原则、组合投资优化原则、最大限度控制风险原则。由公司董事会办公室牵头，会同公司财务部、审计部及项目小组组成专项小组负责对投资行为的政策风险、财务风险、技术风险及其它不确定性风险进行综合评价，对投资行为的可行性及合理合法性进行整体评估，对投资效益进行科学、合理预计，并提出整体评审意见。

9.对外担保决策制度

为了规范发行人的对外担保行为，有效规范公司对外担保风险，确保公司资产安全，制订了《美的集团股份有限公司对外担保决策制度》。该制度明确，公

司对外担保实行统一管理，非经公司董事会或股东大会批准，任何人无权以公司名义签署对外担保的合同、协议或其他类似的法律文件。公司董事和高级管理人员应审慎对待和严格控制担保产生的债务风险，并对违规或失当的对外担保产生的损失依法承担连带赔偿责任。公司控股或实际控制子公司的对外担保，视同公司行为，其对外担保执行本制度。公司控股子公司应在其董事会或股东大会做出决议后及时通知公司履行有关信息披露义务。公司为他人提供担保，应当采取反担保等必要的措施防范风险，反担保的提供方应具备实际承担能力。公司董事长或经合法授权的其他人员根据公司董事会或股东大会的决议代表公司签署担保合同。未经公司股东大会或董事会决议通过并授权，任何人不得擅自代表公司签订担保合同。责任人不得越权签订担保合同或在主合同中以担保人的身份签字或盖章。

10. 关联交易管理制度

发行人作为集团型企业，拥有较为完善的产业链，部分成员企业形成了紧密的上下游关系。为规范集团内部的关联交易，发行人制订了《美的集团股份有限公司关联交易管理制度》。该制度规定，发行人在审查批准关联交易时，应当遵循以下原则：应当尽量避免或减少关联交易；应遵循“公平、公正、公开、等价有偿及应不偏离市场独立第三方的价格或收费的标准”的原则；公司关联交易应当签订书面合同/协议，签订关联交易书面合同/协议必须取得公司有权机构的批准与授权；必须履行关联董事和关联股东回避表决的原则；涉及较大额的关联交易时，公司应当聘请独立财务顾问或专业评估机构发表专项意见和报告，并作为决策依据；根据公司章程及有关制度，对应由公司独立董事发表专项独立意见的关联交易，公司独立董事必须发表明确的意见，并作为决策依据。同时，发行人在处理与关联人之间的关联交易时，应该遵守国家法律、法规、规章、公司章程及本制度的相关规定执行，不得损害全体股东特别是中小股东的合法权益。

11. 内部审计制度

为了建立、健全发行人内部审计制度，提高内部审计工作质量、保护投资者合法权益，发行人指定了《美的集团股份有限公司内部审计制度》。该制度规定，公司内部审计部依法对本公司及公司所属单位（含占控股或者主导地位的单位）的财务收支、经济活动及经营管理等事项进行检查和评价。公司内部审计部在公司董事会的领导下，独立行使职权，不受其他部门或者个人的干涉。公司董事会应当对内部控制制度的建立健全和有效实施负责，重要的内部控制制度应当经董事会审议通过。公司董事会及其全体成员应当保证内部控制相关信息披露内容的真实、准确、完整。内部审计部门应当将审计重要的对外投资、购买和出售资产、对外担保、关联交易、募集资金使用及信息披露事务等事项作为年度工作计划的

必备内容。内部审计通常应当涵盖公司经营活动中与财务报告和信息披露事务相关的所有业务环节，包括但不限于：销货及收款、采购及付款、存货管理、固定资产管理、资金管理、投资与融资管理、人力资源管理、信息系统管理和信息披露事务管理等。

12.金融衍生品交易管理制度

发行人开展了部分铜材、铝材、塑料的套期保值业务，以降低现货市场价格波动给公司经营带来的不确定性风险；同时，公司利用金融衍生工具开展了部分外汇资金业务，以规避汇率和利率波动风险。为有效控制金融衍生品交易的持仓风险，公司已审议制定了《衍生产品交易业务内部管理规章制度》。该办法规定：公司期货套期保值业务及外汇资金业务均不得进行投机交易，坚持谨慎与稳健操作原则。对于套期保值业务，严格根据生产经营所需来确定套期保值量并提出期货交易申请，套期保值量原则上不能超过年度预算所需量的三分之一，并实施止损机制；建立期货风险测算系统，测算已占用的保证金数量、浮动盈亏、可用保证金数量及拟建头寸需要的保证金数量，确定可能需要追加的保证金准备金额。对于外汇资金业务，实行分层管理机制，经营单位提出资金业务申请，需要对影响业务损益的条件或环境进行风险分析，对可能产生的最大收益和损失进行估算，同时报送可承受的保证金比例或总额，公司及时更新资金业务操作情况，确保到期日前的资金安排。该办法还明确了套期保值及外汇资金业务的职责分工、审批流程，通过加强业务流程、决策流程和交易流程的风险控制，有效降低操作风险。

13.突发事件应急预案

为抵御日常经营过程中的突发性风险，发行人设立了针对突发事件的应急预案，对包括突发事件适用范围、组织体系及职责、预警和预防机制、突发事件应急处置方案、突发事件信息披露制度等方面做出了明确规定。预案涉及的突发事件为突然发生的、有别于日常经营的、已经或者可能会对公司的经营、财务状况以及对公司的声誉产生重大影响的、需要采取应急处置措施予以应对的偶发性事件。预案适用于发行人、发行人各职能部门及各全资、控股子公司内突然发生，严重影响或可能转化为严重影响公司治理和正常生产经营的紧急事件的处置。发行人设立了重大突发事件应急处置领导小组，由董事长担任组长，统一领导公司突发事件应急处置，就相关重大问题做出决策和部署，根据需要研究决定公司对外发布事件信息。公司各部门、各下属公司及分支机构责任人作为突发事件的预警、预防工作第一负责人，定期检查及汇报部门或公司有关情况，应急处置领导小组对预警信息进行分析调查，必要时启动应急处置方案。应急处置领导小组确定突发事件后，应根据突发事件性质及事态严重程度，及时组织召开会议，决定启动专项应急预案，并针对不同突发事件，成立相关的处置工作小组，及时开展

处置工作。

14. 资金运营管理制度

为加强集团资金管理，明晰集团不同管理层级之间资金管理职责和权限，明确资金管理流程，在流动性、安全性和效益性方面提升资金运营水平，公司制定了《美的集团资金管理制度》。集团资金管理模式为：坚持资金集中管理，统一现汇结算，统一对外融资担保，统一资金信息系统，集团财务管理部负责归口管理，集团资金中心负责具体执行落实，各单位财务部门协同开展工作，并按集团要求报送资金信息。（海外机构实行差异化资金管理。）集团资金管理组织及职责：资金管理组织实行分层级管理模式，各层级的财务部门负责组织本层级日常资金管理。集团财务管理部和资金中心为一级资金管理单位，集团下属各经营单位、直属单位为二级资金管理单位，各海外机构为三级资金管理单位。该制度还明确了资金预算、内部信贷、资金结算、营运资金、外汇风险、国际结算业务、债务融资与担保、资金业务内部控制等方面的规定。

15. 短期资金调度应急预案

在资金应急调度方面，公司在多家银行拥有大额授信，可通过同业拆借、贴现等解决临时性或突发性的资金缺口，融资资金最快可当日到账，资金调度灵活。同时，集团每日收集各相关信息，编制日资金计划表，安排每日各类资金业务，并对各经营单位每月、每周资金使用信息进行汇总、分析，编制月度及周资金计划，视资金周计划与月计划的资金状况决定是否需要进行融资，通过对整个集团实施动态的资金管控，合理统筹和调度资金余缺，确保公司资金安全。

七、企业人员基本情况

（一）员工基本情况

截至 2019 年 12 月 31 日，公司在岗职工约 134,897¹人，其中销售人员 7,424 人，占总人数的 5.5%；技术人员 13,727 人，占比 10.18%；生产人员 110,568 人，占比 81.96%。大专及以上学历员工共 103,608 人，占比 7.68%，与生产人员的占比结构基本一致。大学本科学历人员 26,867 人，占比 19.92%；硕士及以上学历 4,422 人，占比 3.28%。

表 5-8 员工的专业构成情况

专业构成的类别	人数	比例
---------	----	----

¹ 不包含库卡集团，截至 2019 年末库卡集团约 1.4 万人。

生产人员	110,568	81.96%
销售人员	7,424	5.50%
技术人员/研发人员	13,727	10.18%
财务人员	1,783	1.32%
行政人员	1,395	1.03%
合计	134,897	100.00%

表 5-9 员工的教育程度构成情况

教育程度类别	人数	比例
博士、硕士	4,422	3.28%
大学本科	26,867	19.92%
大专、中专	51,855	38.44%
其他	51,753	38.36%
合计	134,897	100.00%

(二) 公司董事会、监事会及高级管理人员组成情况

1. 董事会成员 8 名

表 5-10 董事会成员表

姓名	出生年份	在公司担任的职务	任职起止年限
方洪波	1967	董事长兼总裁	2018 年 9 月至 2021 年 9 月
殷必彤	1968	董事兼副总裁	2018 年 9 月至 2021 年 9 月
顾炎民	1963	董事兼副总裁	2018 年 9 月至 2021 年 9 月
何剑锋	1967	董事	2018 年 9 月至 2021 年 9 月
于刚	1959	董事	2018 年 9 月至 2021 年 9 月
薛云奎	1964	独立董事	2018 年 9 月至 2021 年 9 月
管清友	1977	独立董事	2018 年 9 月至 2021 年 9 月
韩践	1972	独立董事	2018 年 9 月至 2021 年 9 月

备注：截至募集说明书签署日，发行人的董事会成员共 8 名。

2. 监事会成员 3 名

表 5-11 截至募集说明书签署日监事成员表

姓名	出生年份	在公司担任的职务	任职起止年限
刘敏	1977	监事会主席	2018 年 9 月至 2021 年 9 月
赵军	1975	监事	2018 年 9 月至 2021 年 9 月
梁惠铭	1983	监事	2018 年 9 月至 2021 年 9 月

3. 高级管理人员 11 名

公司总裁、副总裁、财务总监和董事会秘书为公司高级管理人员。

表 5-12 高管人员名单表

姓名	出生年份	在公司担任的职务	任职起止年限
方洪波	1967	董事长兼总裁	2018 年 9 月至 2021 年 9 月
殷必彤	1968	董事兼副总裁	2018 年 9 月至 2021 年 9 月
顾炎民	1963	董事兼副总裁	2018 年 9 月至 2021 年 9 月
王建国	1976	副总裁	2018 年 9 月至 2021 年 9 月
张小懿	1973	副总裁	2018 年 9 月至 2021 年 9 月
胡自强	1957	副总裁	2018 年 9 月至 2021 年 9 月
王金亮	1967	副总裁	2018 年 9 月至 2021 年 9 月
肖明光	1970	副总裁	2019 年 3 月至 2021 年 9 月
Helmut Zodi	1972	首席财务官	2019 年 10 月至 2021 年 9 月
钟铮	1981	财务总监	2019 年 3 月至 2021 年 9 月
江鹏	1973	董事会秘书	2018 年 9 月至 2021 年 9 月

(三) 公司董事会成员、监事成员及高级管理人员简历

1. 董事长兼总裁方洪波：男，硕士，1992 年加入美的，曾任美的空调事业部总经理、美的制冷家电集团总裁、广东美的电器股份有限公司董事长兼总裁等职务，现任公司董事长兼总裁职务。方洪波先生同时在公司下属公司库卡集团监事会成员等职务。

2. 董事何剑锋：男，本科，公司实际控制人何享健之子。何剑峰先生同时任盈峰投资控股集团有限公司董事长兼总裁等职务。

3. 董事兼副总裁殷必彤：男，硕士，1999 年加入美的，曾任美的空调国内营销公司总经理助理和市场总监、无锡小天鹅股份有限公司董事兼总经理，现兼任家用空调事业部总裁等职务。

4. 董事兼副总裁顾炎民：男，博士，2000 年加入美的，曾任美的企划投资部总监、美的制冷家电集团海外战略发展部总监、美的制冷家电集团副总裁兼市场部海外业务拓展总监、美的集团海外战略部总监等职务，现兼任库卡集团监事会主席等职务。

5. 董事于刚：男，宾西法尼亚大学沃顿商学院博士，1 号店荣誉董事长及联合创始人，曾任亚马逊全球供应链副总裁，戴尔全球采购副总裁，现任 111 集团董事局执行主席及联合创始人和公司董事。

6. 独立董事薛云奎：男，西南大学博士，上海财经大学博士后，曾任上海财

经大学会计学院副院长、博士生导师，上海国家会计学院副院长，长江商学院副院长，中国会计教授会秘书长，财政部国家会计学院教学指导委员会副主任委员等职务，现任长江商学院会计学教授，公司独立董事，并兼任数家公司独立董事。

7.独立董事管清友：男，中国社会科学院经济学博士，清华大学博士后，曾任民生证券副总裁、研究院院长，现为独立第三方研究机构如是金融研究院院长，首席经济学家，公司独立董事，并兼任中国经济体制改革研究会高级研究员、财政部财政改革发展智库特约专家、工信部工业经济运行专家咨询委员会委员、全国工商联智库委员会委员等职务。

8.独立董事韩践：女，美国康奈尔大学博士，现任中欧国际工商学院管理学副教授，中欧中国创新中心联合主任，中欧数字经济和智慧企业研究中心联合主任及公司独立董事。

9.监事会主席刘敏：女，硕士，1998 年加入美的，曾任美的家用空调事业部海外营销公司总经理、公司企业运营总监，现任公司监事会主席、人力资源总监兼库卡集团监事会成员等职务。

10.监事赵军：赵军，男，硕士，2000 年加入美的，曾任广东美的电器股份有限公司董事、财务总监，现任公司监事，同时兼任美的控股有限公司副总裁、财务总监，以及美的置业控股有限公司非执行董事。

11.监事梁惠铭：女，本科，2007 年加入美的，曾任美的集团行政与人力资源部工商管理主任专员，现任公司职工代表监事及产权管理专员。

12.副总裁王建国：男，硕士，1999 年加入美的，曾任家用空调事业部供应链管理部部长、行政与人力资源部总监、冰箱事业部总经理等职务，现任公司美的国际总裁。

13.副总裁张小懿：男，硕士，2010 年加入美的，曾任美的集团 IT 海外系统部长、供应链系统部长等职务，现任公司副总裁和首席信息官兼 IT 总监等。

14.副总裁肖明光：男，硕士，2000 年加入美的，曾任美的集团财务管理部副总监和经营管理部总监、美的电器审计监察部总监、美的电器董事及公司财务总监、无锡小天鹅股份有限公司董事，现任公司副总裁。

15.副总裁胡自强：男，博士，2012 年加入美的，曾任职于 GE、三星，并曾任无锡小天鹅股份有限公司副总经理，现任公司副总裁，兼任美的集团 CTO。

16.副总裁王金亮：男，硕士，1995 年加入美的，曾任美的中国营销总部副总

裁、美的电器副总裁兼市场部总监等职务，现任公司副总裁。

17.首席财务官 Helmut Zodl，男，硕士，2019 年加入美的，曾就职于 IBM 公司担任奥地利财务经理及欧洲、中东和非洲区域财务总监；曾就职于联想公司担任财务总监、亚太区和拉丁美洲副总裁及首席财务官，全球商用业务和美洲区副总裁及首席财务官，全球服务业务副总裁及首席财务官；曾就职于 Advance Auto Parts 公司担任高级财务副总裁。现任公司首席财务官。

18.财务总监钟铮：女，硕士，2002 年加入美的，曾任家用空调事业部广州工厂、国内营销公司和海外营销公司财务经理，金融中心、部品事业部财经总监，美的集团审计总监等职务，现任公司财务总监。

19.董事会秘书江鹏：男，硕士，2007 年加入美的，曾任广东美的电器股份有限公司证券事务代表、董事会秘书，现任公司董事会秘书兼投资者关系总监。

公司高管人员设置符合《公司法》等相关法律法规及公司章程的要求。

八、公司主营业务情况

（一）公司主要业务基本情况

公司主业分为暖通空调、消费电器及机器人自动化系统、其他业务（智能供应链）四个部分，其中占比最高的业务为暖通空调业务，近年来公司积极进行外延并购，随着 17 年 1 月完成对库卡机器人的收购，公司正式进入工业机器人领域；基于自身制造优势而衍生出的多元化布局，公司定位正逐步由传统家电行业龙头向集消费电器（厨房家电、冰箱、洗衣机及各类小家电）、暖通空调（家用空调、中央空调、供暖及通风系统）、机器人及工业自动化系统（库卡集团、安川机器人合资公司）等为一体的科技企业集团转换。其中各板块的运营主体如下：

表5-13 公司各版块主要运营主体明细表

业务板块	经营单位	主要法人主体
暖通空调	家用空调、中央空调、机电	广东美的制冷设备有限公司、广东美的商用空调设备有限公司、广东美的暖通设备有限公司、广东美芝制冷设备有限公司等
消费电器	洗衣机、生活电器、冰箱、厨房和热水器、微波和清洁、东芝 TLSC	无锡小天鹅股份有限公司、无锡小天鹅电器有限公司、合肥美的洗衣机有限公司、合肥美的电冰箱有限公司、广东美的厨房电器制造有限公司、广东美的生活电器制造有限公司、佛山市顺德区美的洗涤电器有限公司、佛山市顺德区美的电热电器制造有限公司、东芝家用电器

		(南海)有限公司等
机器人与自动化系统	KUKA	KUKA Aktiengesellschaft 等

公司2017-2019年及2020年1-3月的营业收入、营业成本、毛利及毛利率构成如下:

表5-14 公司营业收入构成表

单位: 亿元

产品	2017 年度		2018 年度		2019 年度		2020 年 1-3 月	
	收入	占比	收入	占比	收入	占比	收入	占比
暖通空调	953.52	39.62%	1,093.95	42.13%	1,196.07	42.99%	236.41	40.75%
家用电器	987.48	41.02%	1,029.93	39.66%	1,094.87	39.35%	244.48	42.14%
机器人及自动化系统	270.37	11.23%	256.78	9.89%	251.92	9.05%	49.29	8.50%
其他	23.52	0.98%	29.15	1.12%	27.74	1.00%	7.90	1.36%
主营业务收入合计	2,234.90	92.85%	2,409.81	92.80%	2,570.60	92.40%	538.09	92.75%
其他业务收入	172.22	7.15%	186.84	7.20%	211.56	7.60%	42.04	7.25%
合计	2,407.12	100.00%	2,596.65	100.00%	2,782.16	100.00%	580.13	100.00%

注: 1、其公司主营业务中的其他板块主要是指以安得智联为集成解决方案服务平台的智能供应链业务; 下同

2、其他业务收入主要包括家电材料的销售、加工等; 下同

表5-15 公司营业成本构成表

单位: 亿元

产品	2017 年度		2018 年度		2019 年度		2020 年 1-3 月	
	成本	占比	成本	占比	成本	占比	成本	占比
暖通空调	676.64	37.50%	758.86	40.33%	816.27	41.24%	182.73	42.08%
家用电器	717.23	39.74%	729.59	38.77%	750.14	37.90%	168.53	38.81%
机器人及自动化系统	231.23	12.81%	198.1	10.53%	199.53	10.08%	39.58	9.11%

其他	22.84	1.27%	28.38	1.51%	27.20	1.37%	7.81	1.80%
主营业务成本合计	1647.95	91.32%	1714.94	91.14%	1,793.14	90.60%	398.64	91.79%
其他业务成本	156.66	8.68%	166.71	8.86%	186.00	9.40%	35.64	8.21%
合计	1,804.61	100.00%	1,881.65	100.00%	1,979.14	100.00%	434.28	100.00%

表5-16 公司毛利构成表

单位：亿元

产品	2017 年度		2018 年度		2019 年度		2020 年 1-3 月	
	毛利	占比	毛利	占比	毛利	占比	毛利	占比
暖通空调	276.88	45.95%	335.09	46.87%	379.8	47.30%	53.68	36.81%
消费电器	270.25	44.85%	300.34	42.00%	344.73	42.93%	75.95	52.08%
机器人及自动化系统	39.14	6.50%	58.68	8.20%	52.39	6.52%	9.71	6.66%
其他	0.68	0.12%	0.77	0.11%	0.54	0.07%	0.09	0.06%
主营业务毛利合计	586.95	97.42%	694.87	97.18%	777.46	96.82%	139.45	95.61%
其他业务	15.56	2.58%	20.13	2.82%	25.56	3.18%	6.39	4.38%
合计	602.51	100.00%	715.00	100.00%	803.02	100.00%	145.85	100.00%

表5-17 公司毛利率构成表

产品	2017 年度	2018 年度	2019 年度	2020 年 1-3 月
暖通空调	29.04%	30.63%	31.75%	22.71%
消费电器	27.37%	29.16%	31.49%	31.07%
机器人及自动化系统	14.48%	22.85%	20.80%	19.71%
其他	2.89%	2.65%	1.95%	1.19%
主营业务合计	26.26%	28.84%	30.24%	25.92%
其他业务	9.04%	10.78%	12.08%	15.21%
合计	25.03%	27.54%	28.86%	25.14%

公司核心业务为家用电器制造业务，主营业务收入主要来源于暖通空调和消费电器两大业务板块。2017-2019年及2020年1-3月，家用电器两大业务板块收入占总营业收入的比重均保持80%以上，毛利润占公司主营业务毛利润的比重均保持在90%以上，暖通空调和消费电器在家用电器销售收入中占比相当，2019年分别占比52.21%和47.79%。机器人及自动化系统业务产生的收入的规模逐年下降，2019年占比9.05%，主营业务中的其他主要为以安得智联为集成解决方案服务平台的智能供应链业务，产生的收入规模较小，其他业务板块主要为家电材料的销售收入，2019年占比约7.6%。

2017-2019年及2020年1-3月，公司的主营业务收入分别为2,234.90亿元、2,409.81亿元、2,570.60亿元和580.13亿元，近三年同比增长51.85%、7.83%和6.67%，占营业收入比重分别为92.85%、92.80%和92.4%。2017年，公司的主营业务收入大幅增长，一方面主要是由于公司并购库卡集团，公司主营板块增加，新加入机器人及自动化系统板块；另一方面公司的传统主营板块的家用电器制造业务战略布局、产销模式改革以及市场拓展取得成效，销量有所提升。2018年家电行业增速放缓，2019年宏观经济环境变化，家电行业的国内销售规模同比出现小幅下降，但2019年公司主营业务收入同比仍增长了6.67%。2020年新冠疫情之下，公司的主营业务收入同比下降22.86%，但公司的家电品类多元化，能有效抵抗经济下行压力，创造新的机会点和增长点。

2017-2019年及2020年1-3月，公司的主营业务成本分别为1,647.95亿元、1,714.94亿元、1,793.14亿元和434.28亿元，近三年同比增幅分别为56.81%、4.06%和4.56%。从总体上分析，公司主营业务成本随主营业务收入的变化而变化。2017年公司的主营业务成本的增幅高于主营业务收入增幅，主要是因为公司并购库卡集团所致；2018年公司的资产重组业务逐步发挥协同效应，主营业务成本的增幅低于主营业务收入增幅；2019年，深化推动全球项目协同整合，盈利能力持续改善，主营业务成本的增幅维持低于主营业务收入增幅。

2017-2019年及2020年1-3月，公司的主营业务毛利分别为586.95亿元、694.87亿元、777.46亿元和145.85亿元，近三年同比分别增长39.48%、18.39%和11.89%，公司的主营业务毛利均保持同比增长。暖通空调和消费电器板块是公司最大的主营业务利润来源。

2017-2019年及2020年1-3月，公司的主营业务毛利率分别为26.26%、28.84%、30.24%和25.14%，近三年基本保持稳定增长的水平，2017年由于并购库卡集团，机器人行业的毛利率相对较低，导致公司的毛利率同比有所下降。近年公司通过技术驱动、结构升级和品质提升等三个方面系统提升产品的竞争力，同时主动削减了部分低毛利产品的销售，提升了产品平均单价，逐步提升了主营业务毛利率。

2020 年 1-3 月受新冠疫情影响，公司的盈利水平有所下降，但仍维持在 25%以上。

（二）主营业务板块情况

1.暖通空调板块及消费电器板块（家电业务）

公司的主要业务为家电业务，由暖通空调板块及消费电器板块构成。公司拥有完整的空调、冰箱、洗衣机产业链以及完整的小家电产品群，是全产业链、全产品线的家电及暖通空调系统企业，是主要产品品类皆占据领导地位的全球家电行业龙头。公司在国内有 17 个生产基地，辐射华南、华东、华中、西南、华北五大区域；在越南、白俄罗斯、埃及、巴西、阿根廷、印度等 12 个国家建有海外生产基地，主要大家电及小家电产品产能、产量及销量均稳居国内外前列，主要电机产品的产销量规模均居世界前列。而公司智能物流板块强大的运输、配送能力也为公司家电产业发展提供了有力保障。

（1）主要产品

通过多年经营积累，已发展成为全产业链、全产品线的全球家电行业龙头，公司整体销售规模居国内外主要家电行业的前列，公司主要产品如下：

表5-18 公司主要产品一览表

业务板块	主要产品	主要类型
暖通空调板块	空调	中央空调、商用空调
消费电器	冰箱	冰箱、冷柜、酒柜
	洗衣机	波轮、滚筒、干衣机
	热水器	电热水器、燃气热水器、空气能热水器
	厨电	油烟机、电饭煲、烟机、电压力锅、电磁炉
	其他小家电	吸尘器、净水机、挂烫机、电风扇、料理机

目前公司主要产品市场占有率的情况如下：

表5-19 公司主要产品零售市场占有率数据

单位：%

产品	2018 年					2019 年					
	线下市场		产品	线上市场		产品	线下市场		产品	线上市场	
	份额	市场排名		全网行业份额	全网排名		份额	市场排名		全网行业份额	全网排名
空调	25	2	空调	23.3	2	家用空调	28.9	2	家用空调	30	1
洗衣机(美)	26	2	洗衣机(美)	31	2	洗衣机	27.4	2	中央空调	50	1

产品	2018 年					2019 年					
	线下市场		产品	线上市场		产品	线下市场		产品	线上市场	
	份额	市场排名		全网行业份额	全网排名		份额	市场排名		全网行业份额	全网排名
的系)			的系)								
冰箱	11	3	冰箱	16.4	2	冰箱	12.6	2	洗衣机 (美的系)	31.2	2
电饭煲	43	1	微波炉	48.6	1	电饭煲	43.9	1	冰箱	17.7	2
料理机	37	1	电磁炉	43.2	1	电压力锅	44.3	1	微波炉	53	1
电压力锅	44	1	电压力锅	41.5	1	电水壶	38.6	1	压力锅	41	1
净水机	27	1	电热水器	32.4	1	电磁炉	48.5	1	电饭煲	29.6	1
电暖器	45	1	电饭煲	31.8	1	破壁机	37.7	1	电烤箱	22.7	1
微波炉	43	2	饮水机	24	1	电风扇	39.3	1	电磁炉	39	1
热水器	16	3	电风扇	21.8	1	电暖器	42.9	1	电热水器	30.6	1
吸尘器	7	4	燃气热水器	18.8	1	饮水机	42.3	1	燃气热水器	18	1
油烟机	8	4	净水机	14.1	2	燃气热水器	11.6	2	电水壶	23	1
-	-	-	烟机	14.1	3	净水器	22.2	2	电风扇	19.2	1
-	-	-	燃气灶	13.9	2	台式微波炉	44.5	2	取暖器	16.9	1
-	-	-	-	-	-	台式电烤箱	36.2	2	清洁吸尘器	10.3	2
-	-	-	-	-	-	洗碗机	9.2	3	饮水机	18.9	2
-	-	-	-	-	-	电热水器	20.7	3	净水机	13.1	2
-	-	-	-	-	-	油烟机	8.7	4	洗碗机	24.6	2
-	-	-	-	-	-	燃气灶	7	4	消毒柜	10.8	2
-	-	-	-	-	-	清洁机器人	4.6	4	烟灶套装	10.4	4
-	-	-	-	-	-	推杆式吸	3.4	4	-	-	-

2018 年						2019 年					
产品	线下市场		产品	线上市场		产品	线下市场		产品	线上市场	
	份额	市场排名		全网行业份额	全网排名		份额	市场排名		全网行业份额	全网排名
						尘器					

注：市场占有率数据来源为奥维云网

1) 空调产品

空调是公司的核心产品，主要分为家用空调、商用空调两大类，分别针对个人用户及公司客户。公司空调业务由下属家用空调事业部和中央空调事业部统一经营，家用空调由控股子公司广东美的制冷设备有限公司、佛山市美的开利制冷设备有限公司等公司生产，商用空调由控股子公司广东美的商用空调设备有限公司、广东美的暖通设备有限公司等公司生产。公司曾多次参与制订空调产品国家标准和行业标准，掌握多项核心产品技术，科技水平始终保持国内甚至国际领先水平。

家用空调方面，公司在国内顺德、广州、芜湖、武汉、邯郸、重庆以及海外印度、埃及、越南、巴西、阿根廷等地均有生产基地，海外基地整体负责美的牌、开利牌、东芝牌及其他自主品牌在各自区域的制造和销售，部分产能以散件组装为主，为保障出口空调的品质和出口规模，集团专门成立了美的国际。家用空调主营产品主要有分体挂壁式空调、分体立式空调、移动空调、天花机、风管机、小多联空调、暖风机及周边智能配件等。明星产品有风语者-舒适系列、R290 全直流变频系列、Air100 微气候调节器、智能王系列、制冷王 YA 系列、舒适星 TA 系列、儿童星系列，其中：①美的“东风”系列空调搭载了源自航空涡轮 Dual Flow 对旋气流科技，是美的空调在无风感技术领域的又一次重大创新突破，并荣获 2019 年 AWE 艾普兰金奖；②美的“领鲜者”系列空调是融合空气温度、风感、洁净度和新鲜度控制的四维一体舒适空调，搭载智净双水洗技术和双混动新风技术，使得天然水膜滤网拦截的灰尘通过水洗及毛刷双重清洁，通过使用高性能换热系统和搭载独立双风道结构实现室内空气大范围循环，通过应用创新微正压新风方式，保证房间内的气压略高于室外；③2019 年，美的推出首款全时（离线）语音柜机空调，无需遥控器，通过搭载行业首创 EII 边缘智能交互通讯技术，实现局域网家电联动控制，响应时间仅为行业在线语音技术用时的 1/4，可在断网情况下的保持家电互联互通。

中央空调方面，公司拥有顺德、重庆、合肥、江西贵雅和意大利 Clivet 五大生产基地，1999 年进入中央空调行业，发展至今已成为全球领先的暖通空调企业。

公司的中央空调拥有多联机、大型冷水机组、空气源热泵、空气能热水机、单元机、恒温恒湿精密空调、基站空调、燃气采暖热水炉、照明等全系列、数千个型号的产品。公司产品远销海内外 200 多个国家，是国内规模最大、产品线最宽、产品系列最齐全的中央空调生产企业之一；据产业在线和《机电信息·中央空调市场》监测的 2019 年数据显示，美的中央空调国内市场占有率继续保持第一。作为全球领先的暖通空调企业，美的中央空调在研发实力、产品技术、市场表现等方面是行业的领头羊。近年来，美的中央空调持续中标重点项目，如北京大兴国际机场、北京首都国际机场 T3 航站楼、广州白云机场 T2 航站楼、上海地铁项目、吉林火车站项目等。①2019 年，美的中央空调在上海展示应用于绿色空港领域的技术创新成果，同时发布的美的 SR 家用中央空调多项核心指标均达到行业领先水平；②2019 年 4 月，美的中央空调自主研发磁悬浮变频离心机组也正式下线，系国内首家实现磁悬浮轴承、磁悬浮压缩机及大功率变频器全部自制，这标志着美的中央空调又一项自主研发创新成果实现产业化应用；③2019 年 10 月，公司发布 MDV7 系列全直流变频智能云多联机组，首次采用自主研发制造的大排量直流变频喷气增焓涡旋压缩机，标志着公司再次打破外资品牌对高端商用多联机核心零部件的技术垄断。2019 年，美的中央空调荣获多项奖项：“宽环温高效节能空气源热泵技术及产业化”获中国机械工业联合会科技进步奖二等奖、“空气源热泵高效供热系统与应用”获中国教育部科学进步奖一等奖、“智能楼宇管理系统高效节能技术（M-BMS）的研究与应用”获中国节能协会“节能减排科技进步奖”二等奖、“高效离心热泵机组”和“两管制热回收技术研究及其在多联机中的应用”同获中国制冷学会评定的“建国 70 周年暖通空调与制冷行业创新成果”。凭借在热泵市场上的优良表现，公司荣获“冬季清洁取暖”空气源热泵行业突出贡献单位奖；借助卓越的产品技术实力与市场影响力，公司还成功斩获“中国房地产中央空调采购首选实力品牌”的称号。

2) 冰洗产品

冰箱方面，公司冰箱业务由下属冰箱事业部统一经营，拥有东芝、美的、小天鹅、华凌、COLMO 等知名品牌，分别在合肥、广州、佛山、荆州、泰国曼谷布局了 6 个制造基地，年产能 2000 万台；全球年销售规模超 200 亿元，并连续六年保持全球市场销售增速行业领先，已然成为智能冰箱时代的引领者。2019 年公司冰箱产品线下市场占有率 12.6%，线上市场份额 17.7%，市场排名均为第二名。2019 年 6 月，公司的冰箱全新发布三大系列产品：①微晶系列新产品针对不同的食材特质更新迭代微晶技术，提供效果更好的保鲜空间，同时在工艺和品质上进行强化，外观设计也更加时尚精美，满足更多家庭的不同需求；②果净系列产品搭载的“太空深紫外光波”及“钛金属光解酶”两大核心技术，配合大量活性光离子，实现 360 度无死角的农残降解，去除农残功能模块可对 13 大类几百种农药均有去除作用，经权威机构 SGS 实验室测试，2 小时农残降解率超过 90%；③超级净味系列产

品搭载全球首创PST+超磁电离净味科技，以突破性的超磁感电解装置，释放出更多的活性离子，快速分解歼灭异味和细菌，同时通过高活性金属催化剂，加快异味分解，达到双重净化，实现19分钟急速净味，率先引领行业进入冰箱的“快、净、新时代”。东芝家电推出行业首创的60厘米宽501升大容量的瘦身冰箱，通过高性能隔热材料配置使得本体外壁变薄仍可保持隔热性能和强度。

洗衣机方面，公司的洗衣机业务由属下洗衣机事业部统一运营，自1978年生产出中国第一台全自动洗衣机，现已发展成为全球极少数能同时制造全品类洗衣机和干衣机的制造商之一。公司拥有小天鹅和美的两个品牌，在合肥、浙江、无锡、慈溪、广州、越南、泰国等地建立了生产基地，产品包括滚筒洗衣机、全自动洗衣机、双桶洗衣机和干衣机等。2019年公司洗衣机产品线下市场占有率27.4%，线上市场份额31.2%，市场排名均为第二名。公司旗下小天鹅2018年推出水魔方二代滚筒/波轮洗衣机，采用行业独有的“超微净泡”技术，经国家权威检测机构认证，同样洗净节约50%洗涤剂；小天鹅旗下比佛利首创一桶洗，全球首创无外桶+塔式减震颠覆技术；比佛利热泵洗烘洗衣机是国内首台热泵洗烘一体机，搭载智能杀菌呼吸灯技术，获得全球领先的检验认证机构瑞士通用公证行（SGS）的权威认证，应用的超低温热泵洗烘技术获得素有电气界诺贝尔奖之称的“德国VDE”认证；比佛利家庭洗护中心，全球首创的热泵干衣和洗涤独立分区智能洗护中心，行业最大容量的同步洗烘（上烘12KG+下洗12KG）；美的初见系列滚筒洗衣机采用行业首创新呼吸技术配合直驱空气洗的微蒸汽护理，新风祛味，解决洗完不能及时晾晒的消费痛点；搭载“超微泡洗净W”技术的两款东芝滚筒洗烘一体机获得日本平成三十年度节能大奖。

3) 小家电产品

公司是我国大型的小家电生产商之一，产品基本覆盖绝大部分小家电产品，产品线丰富，目前公司小家电产品分为两类产品集群：厨房小家电产品，主要包括电热水壶、灶具、电磁炉、电饭煲、榨汁机等；家居小家电产品，主要包括电风扇、吸尘器、电暖器、加湿器、空气清新器、饮水机等。产品主要面对个人家庭用户和部分商业用户。小家电业务由属下微波和清洁事业部、生活电器事业部厨房和热水事业部和东芝等统一运营。2019年，公司的主要小家电产品，如电饭煲、电压力锅、电水壶、饮水机、电暖器、净水器、料理机、微波炉等均线上和线下市场排名前两名。

厨卫电器方面，公司的美的牌嵌入式洗碗机，系业内唯一获艾普兰奖产品；2019年，美的变频随烟感系列烟机 E62S/E88 全国首发，通过烟感风控系统自动检测烹饪过程中油烟变化量，自动适配风量档位，并通过 AI 智能芯片，运用随烟感曲线算法，自动调节风机系统；公司推出国内首款实现自动烹饪的智能燃气灶，

具备自动煎炸、煲汤以及蒸煮等功能；美的暴风系列 P30 洗碗机，是首款集洗、消、烘、存于一体的智慧大容量洗碗机，搭载热风烘干、银离子抑菌存储等核心专利技术，72 小时抑菌储存功能获得德国 VDE 认证；公司成功研发全球洗碗机通用平台，全新搭载行业首创 5MAX 深度洁净系统，具备分区专护洗、多重 UV 消毒、双泵热风烘干、餐具长效抑菌储存等核心创新技术，致力于打造集洗碗、消毒、烘干、储存于一体的中式洗碗机；美的 MRO1890-600G 反渗透净水机，利用行业首创“大通量一体化集成滤芯技术”，通量提升 5 倍，系继小通量一体芯技术之后又一技术突破，且配备龙头显示水质、配网、滤芯寿命状态及自主换芯不断水等功能，并在“第十五届中国家用电器创新成果评选”中荣获年度技术创新成果奖；公司发布的行业首款带微纳米气泡功能的净洗一体机 E500B，采用双重压力变换系统形成纯物理微纳米气泡水，直达果蔬缝隙除污垢，实现深层去除果蔬农残，500 加仑无罐大通量满足全家健康用水需求；美的 MNF1979-50G 行业首创新台面式无泵无电净水机，超低压亲水膜不用电，创新 180 度可旋转杯座，还具备超静音、安装不受限、2.5L 超大容量蓄水等优点；美的磁净活水产品 32QE6，成为行业首款荣获满星级健康沐浴标准认证的产品，创新性实时显示并提醒内胆清洁时间，可满足用户自助排污需求，同时可实现智能省电 40%，该功能获得 VDE 的权威认证；美的 T3 系列燃气热水器是行业首款具备一泵双用的零冷水产品，实现开机即热的同时，还能智能增压，颠覆性解决用户热水等待和水量不足的问题，荣获中国家电产业金石奖；比佛利零动 I8 利用温度缓冲技术，实现过程水温不波动，结合 TFT 大屏智能控制和出众外观设计，荣获“AWE 艾普兰产品奖”和“德国 IFA 技术创新奖”；美的智能微蒸烤一体机 PG2310 料理炉上市，微蒸烤 3 合 1，搭载的 ZOPPAS 直喷蒸汽技术可快速产生充沛蒸汽，采用五段智能变频火力技术，精准加热，同时搭载智能菜单。此外，美的还在磁控管、热风组件、蒸汽发生器等核心部件技术方面不断取得技术突破。

生活电器方面：公司作为中国电饭煲行业的领导品牌，2019 年发布了多款颠覆性产品，提出“科技、时尚、易用、耐用”品牌价值主张，包括行业首款经过中国家用电器研究院完成低糖认证的专为高血糖人群设计的低糖电饭煲，创新采用沥糖釜技术，让还原糖降低 50%，同时搭载基于精准控温的模糊逻辑算法技术以及基于精准控压的多级调压技术，构建健康烹饪系统；美的“高速变压沸腾”系列电压力锅，搭载美的创新磁悬浮空压技术，精控 12 档变压沸腾；美的独创超薄静音破壁机，采用自主研发并荣获国家专利金奖的偏心扰流破壁技术、智频精准破壁技术、大功率立体匀火加热控制技术三大核心科技，食材搅打无死角，破壁更细腻，营养释放更充分；美的推出创新产品 Seasons，集电风扇、加湿器、取暖器功能于一体，实现了“一台机器过四季”，搭载冷暖风自由切换专利技术，通过“取暖+加湿”结合和搭配广角摆风，实现大面积送风和快速升温，提升体感温度达 20% 以上，以及采用阿基米德螺旋风道和 90mm 超大灌流风轮，其 185m/min

风速较普通取暖器风速提升五倍之多，雾随风动，结合加湿功能，其降温幅度更甚普通塔式风扇；美的P6无线手持吸尘器，采用大功率数码电机，搭配大容量的锂电池包，续航时间可达60分钟，尘杯中独有的灰尘尘降系统，采用双级单锥过滤专利技术，可对吸入的灰尘和毛发进行微压，使其聚集在尘杯底部，避免缠绕；美的智能清洁管家扫地机器人i5E，拥有4000Pa大吸力，搭载G-SLAM自主规划清扫路，配备精准电控湿拖功能，3档水量可调节，防碰撞，防跌落，自动回充，还搭载360°高清摄像头，支持智能控制、视频录像和通过手机APP连接的语音通话，可进行全屋智能清扫规划。

（2）采购情况

公司生产所用的主要原材料和零配件按大类分包括：大宗原材料，如钢铁、铜材、铝材、塑料等；已模块化装配的零部件和系统，如控制板、面板等；零部件，如电子电器和塑料零件等；消耗品，如包装、油漆、化学制品等。

公司实行集中采购和授权采购相结合的采购模式，对集团投资项目或采购金额大的设备及原材料，由采购中心负责采购；对采购金额较小或专用型的原材料，由集团授权后事业部灵活采购。在集中采购模式下，采购流程通过年度预算、立项审批、准备招标申请、招标结果报批、合同签订等一系列的环节进行控制；采购中心与国内多个大型供应商达成战略合作协议，一方面有利于保障原材料供应的稳定性，另一方面也有利于降低成本，提高效率。为规避原材料价格大幅波动给公司大宗原料采购带来的成本风险，公司开展了部分铜材的期货操作业务，降低现货市场价格波动给公司经营带来的不确定性风险。部分定制的零配件、非大宗的原材料等配套生产资料采取授权采购方式，由各个事业部设立供应链管理部门灵活采购。

公司无论集中采购还是授权灵活采购均要进行招标，对上游供应商有严格的规模和管理要求：投资类供应商应保证被邀请供应商处在同一行业水平，禁止邀请实力偏差过大的供应商同时参标，设备类供应商需具备类似设备的实施案例；禁止供应商挂靠其他单位投标；需求部门的上级（投资）管理部门对被邀请供应商应进行资质复核；对于供应商资源较为充分的工程、基建、安装类项目，且预算金额大于10万元，上级投资管理部门有权推荐不少于拟邀请数量1/3的供应商参与投标；招标人员在邀请招标时必须通过电子邮件或快递方式分别向具备承担招标项目能力的特定法人或者其他组织发出招标邀请书，并需记录邀请过程；供应商信息统一录入SRM系统，定期更新，统一管理。

表5-20 公司主要原材料采购构成表

单位：元/吨、万元

原材料	2017 年			2018 年			2019 年		
	价格	采购额	占年度采购总额比例	价格	采购额	占年度采购总额比例	价格	采购额	占年度采购总额比例
铜	47,489	1,481,673	8.66%	49,672	1,297,396	7.58%	47,180	1,411,788	7.7%
铝	17,301	385,852	2.26%	16,763	372,122	2.17%	16,232	454,254	2.5%
钢材小计	4,782	1,185,150	6.93%	4,759	1,215,470	7.10%	4,530	1,296,968	7.1%
塑料小计	10,594	514,573	3.01%	11,190	628,665	3.67%	9,613	594,387	3.2%
合计		3,567,248	20.86%		3,513,653	20.52%		3,757,396	20.5%

公司的上游供应商较为丰富，2017-2019年，前五大供应商采购额占年度采购总额的比重分别为5.73%、4.99%、5.42%，集中度较低。

表5-21 原材料采购前五大供应商明细

年份	供应商名次	采购额(万元)	占年度采购总额比例	是否关联
2017 年	1	246,416.9	1.44%	否
	2	210,684.1	1.23%	否
	3	189,203.6	1.11%	否
	4	174,734.4	1.02%	否
	5	159,051.9	0.93%	否
	合计	980,090.9	5.73%	
2018 年	1	230,745.8	1.35%	否
	2	173,118.7	1.01%	否
	3	164,515.4	0.96%	否
	4	155,835.1	0.91%	否
	5	130,386.1	0.76%	否
	合计	854,601.1	4.99%	
2019 年	1	313,424.3	1.71%	否
	2	173,000.1	0.94%	否
	3	171,714.4	0.94%	否
	4	167,111.9	0.91%	否
	5	166,363.8	0.91%	否
	合计	991,614.5	5.42%	

(3) 生产情况

1) 生产模式

公司以行业领先的压缩机、电控、磁控管等家电核心部件研发制造技术为支撑，结合电机等上游零部件生产及物流服务能力，形成了包括关键零部件与整机研发、制造和销售为一体的完整白色家电产业链。家电业务的生产模式有两种：内销是销售部门根据以往的业绩及发展趋势制订年度销售计划，由计划部门根据销售计划制定详细的采购计划及生产计划，然后由公司生产部门安排生产；外销为“订单生产”，即按订单组织采购和生产，销售人员接到订单后交由计划部门，由计划部门制定详细的采购计划及生产计划，然后分别交由公司生产部门安排生产。

2) 主要产品的产能和产量

近几年，公司家电产品产量随着产能的扩张而稳定增长，销量保持稳步上升。公司近年主要产品的产能、产量、销量及销售收入情况详见下表：

表5-22 公司近三年又一期产能、产量、销量及销售收入情况

业务 板块	项目	2017年	2018年	2019年
暖通空调 板块	产能（万台/套）	15,957	17,310	20,551
	产量（万台/套）	13,866	14,392	17,837
	销量（万台/套）	15,385	16,316	17,792
	销售收入（万元）	9,535,245	10,939,465	11,960,738
	产能利用率	87%	83%	87%
家用电器 板块	产能（万台/套）	30,261	30,682	30,990
	产量（万台/套）	28,208	27,801	28,669
	销量（万台/套）	25,417	25,376	27,876
	销售收入（万元）	9874801.8	10,299,280	10,948,679
	产能利用率	93%	91%	93%
合计	产能（万台/套）	46,218	47,992	51,540
	产量（万台/套）	42,074	42,194	46,506
	销量（万台/套）	40,802	41,693	45,668
	销售收入（万元）	19,410,047	21,238,745	22,909,417
		91%	88%	90%

3) 生产技术和研发水平

发行人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400亿元，仅2019年研发投入就接近100亿元，已在包括中国在内的11个国家设立了28个研究中心，逐步形成“4+2”全球研发网络，建立研发规模优

势。国内以顺德总部全球创新中心为核心，并已筹建上海全球创新园区；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，发挥区域优势，整合全球研发资源，优化全球研发布局。公司研发人员现超过 1 万人，外籍资深专家超过 500 人，在强化全球研发布局的同时，公司既与 MIT、UC Berkeley、UIUC、Stanford、Purdue University、University of Maryland, The University of Sheffield、Polytechnic University of Milan、清华大学、上海交通大学、浙江大学、中国科学院、哈尔滨工业大学、西安交通大学、华中科技大学、华南理工大学等国内外顶级科研机构开展合作，建立联合实验室，共同深化技术创新；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。

围绕产品领先战略，发行人创新性的建立了“三个一代”的研发模式，即“研究一代”、“储备一代”和“开发一代”，围绕创新产品开发、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，开展创新研究布局，构建产品领先能力。在从事核心技术研究的同时，美的更加注重研发成果的转化。2019 年发行人主导开展的包含“房间空气调节器人体感知与交互关键技术研究及产业化”、国家十三五重点研发项目“适用于夏热冬冷地区的高季节能效热泵型房间空调器集成技术及应用”、“高效水平对置变频离心压缩机技术研究及应用”、“微流道冷媒散热变频技术研究及应用”、“控制血糖升高的健康主食烹饪关键技术研究及产业化应用”、“智能无叶风扇舒适性关键技术研究及应用”、“充油式电暖器全功率强化传热关键技术研究及应用”、“精准膳食管理系统及其在智能家电中的应用研究”、“电磁隔离技术在工频微波炉上的应用”、“微穿孔板消声技术在家电产品中的应用”、“蒸烤烹饪产品排汽除雾减湿关键技术研究及应用”、“吸尘器高速 BLDC 驱动技术及集成式主控器研究与应用”、“微波烹饪菜品品质技术研究及应用”、“基于烘焙均匀性的小型化热风技术研究及应用”在内的 14 项科技成果，通过权威技术鉴定，均被认定为“国际领先”。美的还有 8 个科研项目分别获得中国轻工业联合会科技进步奖、中国民营科技促进会科技进步奖、广东省科技进步奖等殊荣。2019 年 7 月，第 41 届蒙特利尔协议书缔约方大会上，联合国执行机构盛赞美的 R290 空调技术推动基加利修正案实施，为提升空调行业对全球得环境保护做出重要贡献。

2019 年，发行人全年获得中国发明专利授权 2704 件，位居家电行业第一，国内外专利申请共计 13525 件，其中发明专利申请占比超过 50%，海外专利申请数量同比增幅超过 100%。截止到 2019 年底，发行人（包含东芝家电）累计专利申请量突破 14 万件，授权维持量 5.7 万件。在 2019 年发布的“第二十一届中国专利奖评审结果公示”中，美的“空调高频速冷热技术”荣获中国专利奖金奖，另有“智能功率模块”等技术荣获 2 项银奖和 15 项优秀奖，以及第六届广东专利奖发明金奖 2 项。这些荣誉充分体现了对于美的强劲的创新能力的认可与肯定。发行

人始终坚持“标准创新+产品创新”并联双驱动，并积极为行业技术标准化作出贡献。发行人部分主要专利情况如下：

表5-23 公司部分主要专利情况表

专利名称	申请人	专利号	证书到期日
一种直流变频空调压缩机的启动控制方法及系统	美的集团武汉制冷设备有限公司,广东美的制冷设备有限公司,美的集团股份有限公司	ZL201210529983.9	2032-12-10
一种单转子压缩机的振动补偿方法及控制器	广东美的制冷设备有限公司	ZL201310046785.1	2033-02-05
一种直流变频空调压缩机的双模启动控制方法及系统	广东美的制冷设备有限公司	ZL201310199863.1	2033-05-24
空调系统人体舒适度的控制方法及空调器	芜湖美智空调设备有限公司,广东美的制冷设备有限公司	ZL201310206997.1	2033-05-29
空调系统及其控制方法、空调系统的室外机	广东美的暖通设备有限公司,美的集团股份有限公司	ZL201410027895.8	2034-01-21
用于制冷设备的节能控制方法及系统、制冷设备	合肥美的电冰箱有限公司,合肥华凌股份有限公司	ZL201110219118.X	2031-07-29
具有食品管理系统的冰箱及食品管理方法	合肥美的智能科技有限公司	ZL201410134759.9	2034-04-03
吸油烟机及其蜗壳	芜湖美的厨房电器制造有限公司	ZL201410466253.8	2034-09-12
电饭煲及电饭煲的煮饭控制方法	佛山市顺德区美的电热电器制造有限公司,美的集团股份有限公司	ZL201510788933.6	2035-11-16
智能功率模块和空调器	重庆美的制冷设备有限公司,广东美的制冷设备有限公司,美的集团股份有限公司	ZL201510863297.9	2035-11-30
控制方法、控制装置和烹饪器具	佛山市顺德区美的电热电器制造有限公司,美的集团股份有限公司	ZL201510159561.0	2035-04-03
电机	广东威灵电机制造有限公司,美的威灵电机技术(上海)有限公司	ZL201610942970.2	2036-10-31
一种调光调色控制电路及LED照明产品	美智光电科技有限公司,美的集团股份有限公司	ZL201611049841.7	2036-11-24
一种疏水型防沉降远红外吸波材料及其制	广东美的厨房电器制造有限公司,美的集团股份有限公司	ZL201610865026.1	2036-09-29

专利名称	申请人	专利号	证书到期日
备方法			
洗碗机的控制方法、洗碗机和计算机可读存储介质	佛山市顺德区美的洗涤电器制造有限公司,美的集团股份有限公司	ZL201710576749.4	2037-07-14

(4) 销售情况

1) 国内市场

在国内市场，公司已形成了全方位、立体式市场覆盖，目前拥有旗舰店、苏宁、国美、区域性连锁、小区域连锁和乡镇专卖店等6大战略渠道，逐步形成相对稳定的渠道局面。

①线下渠道方面：公司主要分两层：在成熟一二级市场，公司与国美、苏宁等大型连锁及购物广场紧密合作，合作模式主要为各家电连锁卖场与公司各事业部直接合作；在广阔的三、四级市场，公司在通过旗舰店、专卖店体系提供全品类产品服务的基础上，新建1000余家多品类专卖店，进一步完善零售体系的市场覆盖能力，旗舰店由集团统筹协调，帮助所有品类与经销商构建完整的渠道合作关系，跟从公司指引进行精准、有效的营销。目前，公司渠道网点已实现一、二级市场全覆盖，三、四级市场覆盖率达90%以上。同时，公司产品优势、产品优势、线下渠道优势及物流布局优势，也为公司快速拓展电商业务与渠道提供了有利保障，实现线上线下融合的全渠道策略。近年，公司积极探索线上、线下新零售模式，线下布局全国，重点拓展一二线城市，已建立2000家包含形象店、旗舰店在内的各类网点。截至2019年末，已累积近十万会员，服务近八万家庭。2017年公司取消二级经销商，缩短流通层级，目前销售层级缩减为：分公司→代理商→经销商→门店，产品由安得智联直接从大仓进行统仓统配至门店，实现全国乡镇全面直配（不经过中间层级）。截至2019年末，安得智联城配及宅配业务规模同比增长近350%，安得智联拥有拥有遍布全国的近140个城市物流配送中心，已实现24小时内可送达19,692个乡镇，48小时内可送达35,944个乡镇，全国乡镇48小时配送覆盖率可达85%左右。

②线上渠道方面：线上渠道持续以产品和用户为核心，发行人自建互联网大数据平台，和京东、天猫等平台达成了战略合作项目，持续深入探索数字化精准营销模式，一方面通过深入挖掘用户价值和需求，打造更加符合互联网市场定位、具备行业竞争力的产品，另一方面通过整合广告投放及应用智能投放工具，聚焦推广精细化和数据化运营，营销效率提升显著。近年来通过和电商平台开展供应链深度协同项目，利用大数据驱动和系统对接，实现精准预测、智能分仓、自动

补货，建立智慧化供应链可快速响应消费者需求，提升用户购物体验。公司在线上布局效果显著，根据奥维云网数据，2019年公司全网销售规模近700亿元，同比增幅达30%以上，在京东、天猫、苏宁易购等主流电商平台均保持家电全品类第一的行业地位。

国内市场货款结算方面，主要方式是票据结算、现汇和预收款，对大客户会给予一定期限的账期，此外，针对特定市场和经销商给予一定比例一定期限的赊销额度扶持。

2) 国际市场

公司目前在欧美发达地区以OEM、ODM为主；新兴市场以OBM业务为主，2015年继续推动外销业务以“OEM为主”向以“OBM”为主转变，持续推动组织形态由“中国出口”向支持“本地运营”转变，支持本地化运营的国际化战略。目前公司的海外销售大多为OEM、ODM、OBM业务，在维持现有OEM及ODM业务的基础上，集团设立了经营主体美的国际，专职负责自有品牌的海外业务，推广自有品牌的海外销售发展及拓展海外渠道网点，有效弥补OEM出口业务的政策风险和市場风险。

2016年起，发行人通过并购拓展品牌结构，日渐完善海外布局。多品牌、全球化运营是公司发展的必经之路，公司考虑到发展当地行业领导者的品牌相比利用自有品牌拓展市场来说，当地市场忠诚度更高、成本更低、风险更小，因此在公司的海外市场扩张途径中，收购并购成为主要途径之一，其中较为重要的收购主要是2011年收购开利拉美空调业务51%股权，迅速增加巴西、阿根廷地区的产品销量；2016年收购东芝家电80%股权，拓展日本洗衣机与冰箱的市场；同年收购意大利中央空调品牌Clivet80%股权，打入意大利空调市场。目前发行人旗下拥有美的、小天鹅、华凌、威灵、安得、COLMO、Carrier、Eureka、KUKA、Swisslog、Servotronic、AEG、TOSHIBA（品牌授权）等十余个国内外知名品牌，产业链从最初的单一化产品发展到如今的多品类多品牌产品，并在全球市场建立了协同优势。目前，公司产品已出口至全球超过200个国家及地区，拥有17个海外生产基地及数十家销售运营机构。

货款结算方式方面，目前公司外销产品的结算方式一般为TT汇款。

发行人2017年及2019年家用电器海外销售收入分别为38.59%、38.60%和37.72%²。目前来看，年初至今海外客户的订单和回款均较为稳定，但考虑到海外疫情自今年3月开始不断恶化和发展，预计未来一段时间内的海外订单需求可能受

² 为发行人家用电器类业务（暖通空调和消费电子板块）的海外销售收入占比。发行人2017-2019年整体海外销售收入占比分别为43.19%、42.52%、41.98%。

到一定程度的抑制，因此可能在短期内对公司海外销售收入造成不利影响。但中长期来看，一方面随着全球疫情将在未来逐步缓解，另一方面考虑到公司自身的行业优势及与海外客户长期稳定的合作关系，公司在疫情结束后整体海外业务仍将长期稳定向好。

表5-24 公司家电业务国内外销售情况分布

单位：万元

区域	2017年	占比	2018年	占比	2019年	占比
国内	12,952,546	61.41%	14,111,371	61.40%	15,723,389	62.28%
国外	8,140,101	38.59%	8,871,353	38.60%	9,521,499	37.72%
合计	21,092,647	100.00%	22,982,724	100.00%	25,244,888	100.00%

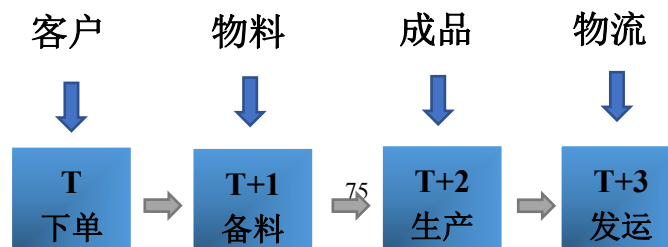
表5-25 公司销售前五大客户明细表

单位：万元

年份	销售客户名次	销售额(万元)	占年度销售总额比例	是否关联
2017年	1	1,202,778.3	5.00%	否
	2	484,722.6	2.01%	否
	3	313,544.4	1.30%	否
	4	200,157.9	0.83%	否
	5	180,083.8	0.75%	否
	合计	2,381,287.0	9.89%	
2018年	1	1,266,137.0	4.88%	否
	2	534,151.6	2.06%	否
	3	277,737.6	1.07%	否
	4	228,123.5	0.88%	否
	5	226,117.9	0.87%	否
	合计	2,532,267.6	9.76%	
2019年	1	1,997,177.1	7.18%	否
	2	825,710.1	2.97%	否
	3	295,084.2	1.06%	否
	4	245,088.4	0.88%	否
	5	213,200.7	0.77%	否
	合计	3,576,260.5	12.86%	

(5) “T+3” 产销模式

图 5-3 T+3 产销模式图示



长期以来，我国家电企业主要依靠“以产定销”的成品模式经营，通过向渠道压货带动产品销售。随着近年来消费者对产品的需求转向差异化和个性化，“以产定销”模式逐渐暴露出效率低下、产品错配、积压库存等弊端。在事业部制的良好组织架构基础上，公司 2016 年推出“T+3”产销模式，积极进行产业链转型。其中，“T 周期”对应客户下单，“T+1 周期”对应物料准备，“T+2 周期”对应成品制造，“T+3 周期”对应物流货运。“T+3”将原本大规模备产囤货模式改革为多批次小批量生产，要求快速反应客户需求，减少供货的中间环节，进一步压缩供货周期。目前全集团多品类的“T+3”转型仍在进行中，持续优化拓展渠道协同系统（CCS）2.0、美云销系统和终端管理系统（RMS）应用，全面推进县、镇零售商直供，KA/TOP 直供、电商平台直供、家装店直供等，助力“T+3”业务模式变革项目；通过“以销定产”提升公司的整体周转率，精简 SKU，同时有利于加强订单及库存管理。

（6）智能制造转型

自 2008 年起，公司初试 MES 系统，踏上智能制造之路。2013 年启动“632”计划，开启数字化 1.0，打通内外数据流程，为智能制造提供有效的信息系统支撑。2015 年，《中国制造 2025》推行制造强国战略，公司从自身内部需求出发，加快智能制造的布局，开展“双智（智慧家居+智能制造）”战略，加快产业升级，推动全产业链智能化，深入推进智能制造，实现设备自动化、生产透明化、物流智能化、管理移动化、决策数据化。2018 年，公司提出“人机新世代”，以大数据和 AI 为驱动，赋予产品、机器、流程、系统以感知、认知、理解和决策的能力，打通研发端、生产设备端、供应链端、业务端、物流端和用户端；2018 年 10 月，发行人对外发布工业互联网平台——M.IoT，以美云智数的全价值链软件系统，和以德国库卡为核心的机器人与自动化系统为基础，利用大数据、云计算等技术，深化智能制造的水平，并对外输出数字化转型服务；2019 年，发行人持续扩展业务管理数字化覆盖，拓展 3D 数字模型、数字孪生、智能排程、自研 MRP、智能物流、EHS、能源管理等领域管理，以国际 632 项目为核心，为财经、研发、供应链、营销、售后及运营提供全面的数字化支持，在 2019 年已完成对全球 17 个海外经营单位的国际 632 项目推广和建设，提升全价值链运营效率。

发行人以智能精益工厂为核心，结合智能自动化、智能机器人、智能物流、智能信息化、移动大数据、物联网集成等六大关键技术应用，实现公司智能制造。“一个核心”指的是：发行人构建“美的精益营运系统”（MBS），精益化生产，

实现人才培养、方法论沉淀以及精益转换，打造世界级精益工厂。MBS 通过对生产线的精益转换，实现柔性化、标准化、去库存、拉动生产、卓越稳定的日常管理，最终实现减少浪费，驱动增长、达成业绩（品质、交付、效率）。“六大维度”分为：第一，智能自动化关注两个焦点：一是减少劳动强度，提升工人安全性的自动化；二是取代工人并提升产品可靠性且生产满足客户个性化需求的自动化。第二，智能机器人是“双智”战略的延伸和拓展，发行人于 2015 年与日本安川成立合资公司进军机器人制造、2017 年成功收购库卡集团成为全球机器人与自动化领域的领军科技企业，同年与以色列 Servotronics 达成战略合作，完善机器人产业平台布局。第三，智能物流，公司利用先进的物联网技术通过信息处理和网络通信技术平台，结合自动化输送设备，实现物流运输过程的自动化运作和高效率优化管理。第四，智能信息化将信息技术、自动化技术、现代管理技术与制造技术相结合，提高生产效率、产品质量和企业的创新能力，实现产品设计制造和企业管理的信息化、生产过程控制的智能化以及制造设备的数控化。第五，移动大数据：通过移动技术创新与发展，与制造大数据的全面感知、收集、分析、共享，为管理者带来了更快的速度、更高的效率和更敏锐的洞察力。第六，物联网的集成：通过各种信息载体、传感技术与通讯手段，将生产资源与互联网连接，以实现远程监视、自动报警、控制、诊断和维护，进而实现“管理、控制、营运”一体化。

（7）安全生产管理情况

公司历来重视安全生产工作，公司按照《中华人民共和国劳动法》、《中华人民共和国安全生产法》等有关劳动、安全及生产事故的法律法规在公司总部成立了安全生产管理委员会负责管理及监管安全生产工作。生产经营活动需要取得安全生产许可证的各级公司均已取得了安全生产许可证。在国家有关安全生产的法律法规的基础上，公司制定了《美的集团安全生产管理办法》，该办法包括集团安全管理体系构成、各级安全管理职责、安全管理措施、安全检查制度、安全事故范围界定以及责任追究办法等内容，有效地提高了全体员工的安全生产意识，保证了本公司施工生产安全。美的集团的部分下属企业还通过了 OHSAS18000 职业健康与安全管理体系认证、SA8000 社会责任标准认证、职业健康安全管理体系认证等，保证了员工的工作环境及工作安全。近三年及一期公司未发生重大责任安全生产事故。

（8）环保情况

发行人各子公司严格遵守环保相关的法律法规，未发生重大环境污染事件。各子公司已建立起可靠的废水及废气等处理系统，并通过定期监测、监督检查机制及聘请第三方检测机构进行检测，保证生产运营过程中产生的废水、废气、固

体废弃物等的排放和处置符合国家及运营所在地的法律法规，各子公司均无超标排放情况，符合环保部门相关要求。首先，在废水处理方面，各子公司的废水分为生活废水和工业废水，生活废水经化粪池等预处理达标后排放至市政污水管网及污水处理厂；工业废水经工厂污水处理站等预处理达标后排放至市政污水管网及污水处理厂。同时发行人积极推进旧厂区雨污分流，优化现有工艺，减少污水排放；工业废水经工厂污水处理站等预处理达标后排放至市政污水管网及污水处理厂。其次，在废气处理方面，各子公司的废气主要是生产过程中产生的工业废气和粉尘，针对不同类型的废气建设了相应的废气处理系统，如丝印线通过喷淋+除雾+UV 光解+活性炭吸附装置处理，钣金喷油线、注塑喷油线的有机废气均采用分子筛转轮吸附+RCO 催化燃烧措施等，废气中苯、甲苯、二甲苯和 VOCs 排放浓度均可达到地方标准《大气污染物排放限值》后高空排放；针对粉尘设备采取封闭式运行，自带全自动吸尘器或通过粉尘回收装置处理粉尘，不向外排放。再者，在噪声污染防治方面，发行人各工厂生产过程中的主要噪声设备：冲床、喷粉线、喷油线、注塑机、绕线机、废水治理设施、废气治理设施等运行过程产生的噪声，噪声级介于 60~90dB(A) 之间；公司通过采取以下防护措施：①选用环保低噪型设备，车间内各设备合理布置，且设备作基础减震和密封隔声等措施；②利用厂房、门窗隔音，尤其是噪声较大的风机房，建议设置隔音效果良好的门窗；③加强厂区内部、项目边界等处的绿化，合理配置绿化植物，既可美化环境，同时可起到辅助吸声、隔声作用；在采取以上噪声防治措施后，厂界噪声可达《工业企业厂界环境噪声排放标准》(GB12348-2008) 中的 3 类标准要求：白天 ≤ 65 dB(A)；夜间 ≤ 55 dB(A)。最后，各子公司产生的固体废弃物分为一般废弃物、危险废弃物和生活垃圾，其中危险废弃物按照法律法规要求委托有资质的危废处置机构处置；一般废弃物在厂区分类后，由资源回收厂商回收处置；生活垃圾由地方环卫部门处理，均满足法规要求。同时，发行人已根据国家相关法律法规制定了环境自行监测方案，环境自行监测方案包括：①废气污染源监测：在各废气排放口设置采样点进行监测，每季度监测一次；②废水污染源监测：在废水处理站进出口取样，监测污水污染源变化和污水处理站处理后的废水达标排放情况。监测项目包括：CODcr、SS、石油类等。该数据在线上上传政府监管部门，由政府部门实时监督；③噪声监测：在噪声敏感点和厂界，设置噪声监测点。春夏季各监测一次，每次分白天和夜间两次监测；④固体废物污染源监控：各子公司产生的危险废弃物移交有资质单位处理，同时建立监控制度和设立相关管理表格、台帐等。同时，现已投入使用废水在线监测设备的工厂共 11 个，其余发行人正分批建设中。

发行人已完成了突发性应急预案的编制、审批工作。建立健全突发环境污染事故应急机制，提高公司应对涉及公共危机的突发环境污染事故的能力，维护社会稳定，保障公众生命健康和财产安全，保护环境，促进社会全面、协调、可持

续发展。根据各子公司应急预案的要求，也新建了一批事故应急池，雨水总排放口设置截断阀等防止事故影响扩大。各子公司根据事件分级，从工作原则、应急预案体系、风险防范措施、指挥机构、职责和分工方面进行规范要求，并已完成突发应急预案的政府备案。近三年及一期公司未发生重大环保事故。

2. 机器人及自动化系统

目前，发行人机器人及自动化系统板块的运营主体主要为库卡集团。2019年，发行人该板块实现营业收入 251.92 亿元，2020 年 1-3 月实现收入 49.29 亿元。

发行人早在 2003 年便在工厂中引入了工业机器人，2010 年以后公司机器人普及进度逐步加快，并于 2015 年与四大机器人巨头之一的安川电机合资设立了两家分别面向工业机器人和服务机器人的公司。2017 年 1 月，发行人通过境外全资子公司 MECCA International (BVI) Limited（以下简称“MECCA”）以现金方式全面要约收购库卡集团股份，要约收购价格为每股 115 欧元，最后以 37 亿欧元（约 270 亿人民币）的价格收购库卡集团约 81.04% 股权，加上前期持有的 13.51% 股权，合计持有库卡集团约 94.55% 股权，正式进入工业机器人领域。

（1）库卡集团情况

库卡于 1898 年成立于德国奥格斯堡，以汽车、家电自动化生产线起家，1973 年开发了世界上第一个配备六个电动轴的工业机器人-FAMULUS。库卡是世界上第一家将灵敏轻型机器人带入生产车间的机器人制造商，并成为第一家从合作机器人到移动机器人及工业重型机器人的全覆盖制造商。库卡产品品类丰富齐全，机器人产品有效荷载覆盖范围较大，其产品主要运用在汽车制造领域，公司与奥迪、奔驰、宝马等国际汽车巨头均建立了长期良好的合作关系，50% 以上收入来自汽车行业，与瑞士 ABB、日本发那科及日本安川并称为世界工业机器人“四大家族”。一直以来，库卡持续地创新机器人产品技术开发应用。

①在汽车领域，库卡整合了机器人技术、自动化技术、动力总成、动力电池以及智能物流技术，在 2019 年推出世界上第一款具有数字运动模式的工业机器人——新一代高负载级别的全能机器人 KR QUANTEC-2；在第十五届上海国际汽车制造技术与装备及材料展览会（AMTS2019）上展示包含电驱动装配和测试模型线、方形硬壳电池装配模型线、LBR iiwa 电芯上料和检测工作、KUKA Connect 大数据、虚拟影像系统等在内的一站式解决方案；在 2019 年首次参与德国大型科研联合平台 ARENA2036 项目，并负责开发和测试工业 4.0 的流水生产法，以探索未来的流水式汽车工厂。

②在一般工业领域，库卡最新推出的负载范围 30 至 70 kg 的 KR IONTEC 系

列机器人，可应用于传统和数字生产环境，不仅拥有同级别中最大的工作区域，作用范围可达 3100mm，还可减少占地面积和干扰轮廓，并且在同级别产品中的维护成本最低，平均故障间隔时间约为 40 万个运行小时；在 2019 年德国杜塞尔多夫国际塑料及橡胶展上，还展示了适合与注塑机协同作业的 KR10 R900-2 型机器人和机器人辅助挤制热塑性弹性体的解决方案。

③在物流领域，针对越来越多的在线下单行业业态，新一代基于机器人的订单拣选解决方案 ItemPiQ，作为库卡和瑞仕格将专有技术相结合的完美范例，结合新的机器人技术和智能视觉系统，具备高效拣选的性能和机器学习的功能。

④在人机协作领域，库卡推出的 Cobot LBR iisy 是一款灵敏、精确和易于操作的机器人，其自动化设计更加富有直觉性，开辟了人机协作的新领域。

⑤在电子领域，库卡推出了适用于半导体工业净室环境下的晶片搬运解决方案，这是世界上首个可用于自动运输和搬运半导体盒的一站式解决方案。

⑥在医疗领域，库卡的 LBR Med 系列产品表现出众，由瑞士公司 Advanced Osteotomy Tools AG 开发的搭载 LBR Med 的医疗器械 Cold Ablation, Robot-guided Laser Ostetome 首次投入临床使用，此为全球首个基于机器人的激光截骨手术，而借助库卡 LBR Med 的集成式灵敏型七轴机器人，由美国公司 Sensus Healthcare 开发的移动式机器人辅助系统 SculpturaTM 成为唯一一款医生可以在手术过程中有针对性地照射体内肿瘤时所使用的医疗设备。

另库卡还积极探索在新领域的机器人应用，巴西 Bionicook 公司已使用库卡 KR3 AGILUS 机器人烹饪并供应食品，该机器人可在三分钟内送出订购的食品，每小时最多可以完成 100 个订单。库卡在 2019 年获得多个奖项和殊荣，KUKA LBR iisy 和 KUKA KMP 1500 荣获享有盛名的 2019 年 iF 设计奖；KUKA smartPAD、KUKA AGILUS 以及 LBR iisy 分获 2019 年德国设计奖；库卡参与合作开发的汽车充电辅助机器人荣获 2019 German Innovation Award 和 2019 年汉诺威工业博览会的 Robotics Award；库卡还荣获一汽大众授予的“卓越合作伙伴奖”。

2017-2019 年及 2020 年 1-3 月，库卡集团累计收到订单分别为 36.14 亿欧元、33.05 亿欧元、31.91 亿欧元和 6.89 亿欧元；2018 年较 2017 年下降了 8.5%，2019 年较 2018 年下降了 3.45%，主要受美国汽车客户投资周期低迷的影响。据 IFR 数据显示 2019 年全球工业机器人市场相比 2018 年更为严峻，但库卡业务发展稳健，并在新业务领域不断取得突破。2019 年，库卡从一汽大众获得了千万欧元级别的订单，该项目涉及用于制造 MEB 平台电池的装配线，并且是库卡在中国市场的首个电池整线业务的合作项目；还从上汽大众和韩国东熙集团分别获得用于电动车产线的焊接机器人自动化设备订单，金额分别达到数千万欧元和数百万欧元；在

四季度还获得总额高达数千万欧元的电池装配生产线供应合同，将生产用于高端电动汽车的电池系统；还将向广东韶能集团提供 300 台 KR QUANTEC 系列机器人及机械设备装卸自动化解决方案，该订单达上百万欧元；此外，还获得一家汽车厂商用于加工白车身的移动式平台设备订单，共计 22 台 KMP 1,500 设备；在健康医疗领域，库卡获得北美客户 Restoration Robotics 的订单，库卡 LBR Med 轻型机器人将用于智能修复植发医疗系统。2019 年，库卡旗下 Swisslog 业务持续拓展，分别获得为马来西亚客户 IKEA Supply Malaysia Sdn Bhd 提供物流自动化解决方案的约 4300 万欧元订单，和为芬兰客户 Broman Group 提供应用物流自动化系统和相关软件的订单。

2017-2019 年及 2020 年 1-3 月，库卡集团销售收入分别为 34.79 亿欧元、32.42 亿欧元、31.93 亿欧元和 6.25 亿欧元；2018 年较 2017 年下降了 6.8%，2019 年较 2018 年小幅下降 1.51%，主要归因于总体经济放缓影响了库卡的两个战略重点市场：汽车动力产业和电子产业，以及最重要的销售市场之一——中国的增长放缓。2017-2019 年及 2020 年 1-3 月，库卡集团息税前利润分别为 1.03 亿欧元、0.34 亿欧元、0.48 亿欧元和 -0.34 亿欧元。2017-2019 年及 2020 年 1-3 月，库卡集团的收入、订单情况如下：

表5-26 2017-2019年及2020年1-3月库卡集团的收入及订单情况表

项目	2017 年	2018 年	2019 年	2020 年 1-3 月
订单 (亿欧元)	36.14	33.05	31.91	6.89
收入 (亿欧元)	34.79	32.42	31.93	6.25
息税前利润 (亿欧元)	1.03	0.34	0.48	-0.34

注：数据来源于库卡集团公开的年报和季度报表

(2) 中国市场机器人业务的整合

为加快库卡机器人中国业务整合，一方面，在库卡新组织架构下，2019 年公司成立库卡中国事业部，涵盖机器人本体、柔性系统、一般工业自动化、智能物流自动化以及智能医疗自动化等业务，确立了未来 5 年的业务发展规划，制定 432+X 的国内产品布局，即 4 大类产品家族、3 大数字化平台、2 条快速迭代和全新业务布局；另一方面，在商机挖掘、技术共享、客户服务、采购协同、管理提升等各方面逐年体现业务整合的协同优势，为工业自动化业务的全面高速增长奠定基础。

2019 年，库卡在业务拓展方面，继续保持汽车领域的优势，积极拓展一般工业、电子、医疗及物流、服务等新业务；在对内管理方面，聚焦研究开发、供应链管理、卓越运营和数字化等方面，加强资源投入以加速打造美的机器人及工

业自动化业务核心竞争力。库卡更进一步完善组织架构，拉通研、产、销，构建“以客户为中心”的全价值链卓越运营体系，研发部门聚焦于新品开发、产品升级、国产化、软件开发以及数字化，引入 OKR 管理工具，构建以专业为基础的矩阵式结构，建设完成并投入使用近 5000 平方米的产品研发测试中心，有力支撑开发和测试工作。

总的来说，通过库卡机器人中国业务整合，发行人在智能制造领域布局迈上新台阶并打开新空间：一方面发行人可借助库卡提升内部生产效率，加速打造美的机器人及工业自动化业务核心竞争力，另一方面库卡通过发行人的资源优势加速中国区业务开拓。

（3）工业自动化和运动控制两大业务平台的整合与拓展

发行人工业自动化业务平台业务覆盖生产工艺自动化、物流自动化和机器人服务，为美的各事业部完成 50 多个自动化项目，广泛应用于焊接、搬运、码垛、视觉检测等诸多方面，应用主流系统达 20 余种，有效提升美的集团智能制造水平，目前机器人使用密度已超过 220 台/万人，并计划在未来 3 年内超越 300 台/万人。

发行人运动控制业务平台致力于核心部件及软件产品的研发与创新，通过收购整合拥有三十余年运动控制经验的以色列高科技公司 Servotronics，现已拥有涵盖多轴运动控制器、伺服驱动器、伺服电机、编码器等一系列完整的且业内领先的运动控制产品，并在技术研发、生产制造等方面已逐步实现本地化、国产化，而且具备为机器人、数控、锂电池、3C、半导体、包装、印刷等行业提供完整系统解决方案的能力。2019 年，高创传动发布旋转伺服 BDHD2 和直线伺服 CDHD2 STD 新品，并启动量产。

表5-27 公司机器人及自动化国内外销售情况分布

单位：万元，%

区域	2017 年	占比	2018 年	占比	2019 年	占比
国内	459,504	16.92	407,316	15.81	419,842	16.29
国外	2,255,502	83.08	2,169,398	84.19	2,156,871	83.71
合计	2,715,006	100.00	2,576,714	100.00	2,576,714	100

3.其他（智能供应链）

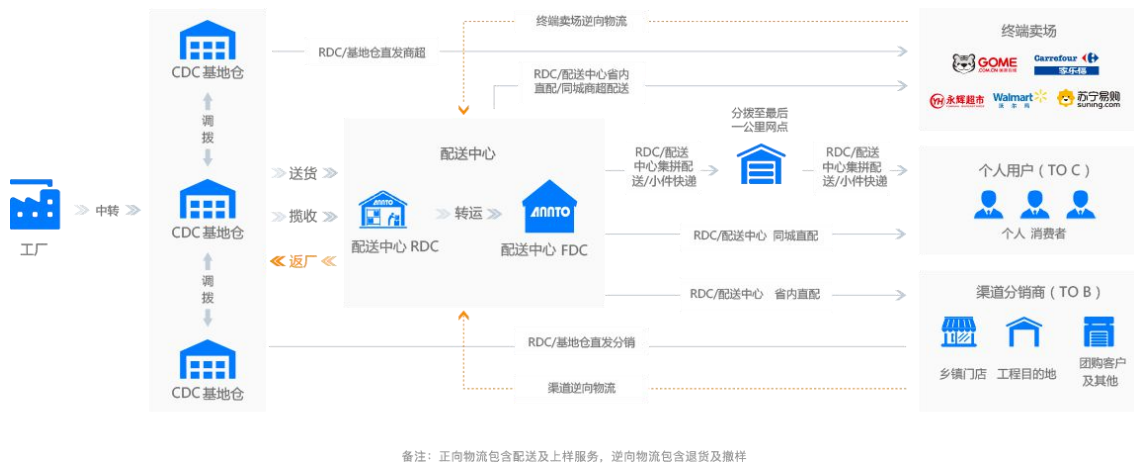
2017-2019 年及 2020 年 1-3 月其他（智能供应链）的营业收入分别为 23.52 亿元、29.15 亿元、27.74 和 7.90 亿元，占比分别为 0.98%、1.12%、1.00%和 1.36%，规模相对其他板块较小。近三年，该板块收入呈波段式增长，主要由安得智联科技股份有限公司运营。

安得智联是一家提供全渠道物流服务的现代物流企业，以仓配一体为核心业务，依托遍布全国的仓储网络、配送中心及最后一公里的送装网点，为制造型企业打造端到端、全渠道的高效物流服务，服务于超过 2000 家企业，包括行业世界 500 强、中国 500 强以及中国众多行业的龙头企业，主要集中在泛家电、泛快消以及平台三个领域。

(1) 仓配一体

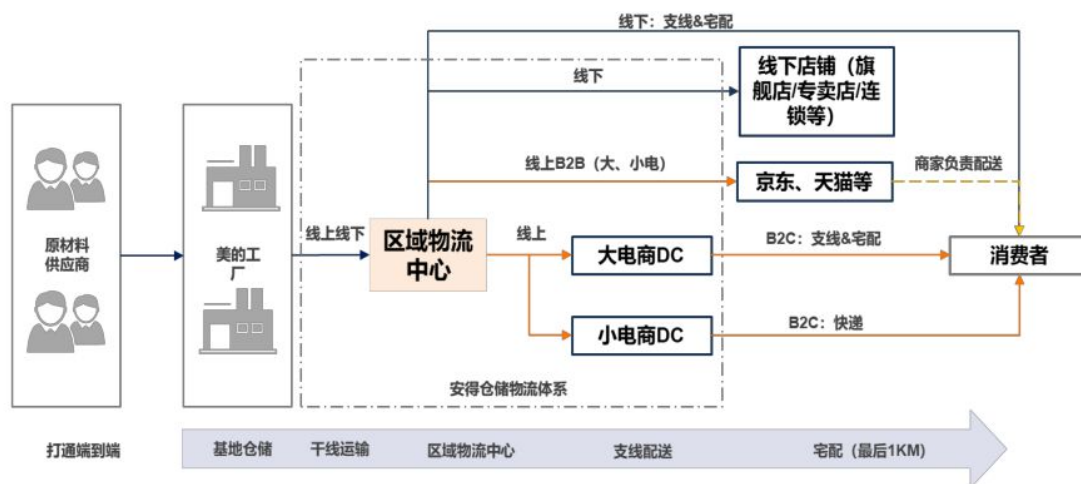
仓配一体是智能供应链的核心业务，是指公司依托全国仓配网络覆盖及自主研发为家电、家居（含建材）、电商平台、快消行业客户提供优质、有竞争力的仓装运配一体化、全方位、全流程的解决方案平台。

图 5-4 仓配一体方案图示



公司的物流服务可深入区县乡镇，网络深度全国领先，轻松解决各类配送痛点；万条班车路线、标准时效，达到全国干线当日达、全国万镇次日达，能有效解决客户旺季货运压力导致销量受损；标准作业 SOP 流程、标准化增值服务和仓配整体规划以及个性化需求定制，满足特色货物、特色时间段的配送业务需求；自主研发的管理系统实现配送全流程可视可追溯，保障供应链安全。

图 5-5 安得智联配送物流图示



（2）信息化能力

公司拥有一套自主开发的管理系统——安得鲲鹏系统，搭建智能化、数字化、移动化、全流程的物流体系。安得鲲鹏系统的核心板块由 OMS、WMS、TMS、BMS 构成，主要功能包括订单数据的处理、到库内作业的分发、排车调度运输、在途管控、数据运营，计费管理等，能够实现全链路的物流节点的数据采集以及运营指标的监控。系统的可视化可通过三种途径（PC、移动 APP 以及微信）进行数据呈现，同时系统可以针对客户需求进行定制化报表开发，使客户可通过以上三种途径实时监测项目的运营状况，实现双方信息的高效互通，提升双方的管理效率。公司通过建立物流数据中台，让数据更贴近业务，全链路业务实时在线，推动业务实时响应，即时决策，周期性检讨，持续优化。

（三）其他业务板块

发行人其他业务板块主要包括家电材料销售及其他³，近三年及一期的营业收入分别为 172.22 亿元、186.84 亿元、211.56 亿元和 42.04 亿元，占比分别为 7.15%、7.20%、7.60%和 7.25%。该板块中家电材料销售所占比重较大，2019 年家电材料销售营业收入 189.34 亿元，占比 89.5%。

发行人为满足各事业部生产制造的大宗原材料供应，增强采购议价主导地位、降低采购综合成本，解决其产业链采购及销售端降低成本优化效率的需求，故成立宁波美的联合物资供应有限公司担任采购中心专门从事家用电器制造所需的铜材、钢材、铝材和塑料等大宗原材料集中采购。目前采购中心已成立了十七年，通过多年的延伸发展，构建成高效、增值、透明、协同和柔性的大宗原材料集中采购供应链，满足集团生产发展所需之外，还逐步形成了以大宗材料贸易、钢材加工仓储、进出口服务的三大主业与期货代理、咨询服务、材料技术应用的三大

³ 其他主要包括家电材料的销售、加工等。

增值服务为一体的多元化、专业化服务体系。公司家电材料销售的盈利模式主要是利用集中采购综合优势，降低采购成本；定价原则主要是外部采购价+服务费，按合同约定方式结算。该业务板块营业收入主要来自外部非关联单位。

九、在建工程和拟投资项目

(一) 公司主要投资项目情况

截至2020年3月末，公司在建工程余额为132,940.5万元，主要都是为了扩大产能和技术改造升级。

表5-28 2020年3月末主要在建工程明细表

单位：亿元

项目名称	项目单位	开工日期	项目总投资	自筹资金比例	截至2020年3月已投资额	2020年预计投资	2021年预计投资	2022年预计投资	工程进度
美的总部 A04 地块项目	美的集团股份有限公司	2018 年 11 月	10	100%	1.0	6.0	3.0	0.0	15%
美的印度科技园	美的印度有限公司、印度开利美的合资公司	2018 年 5 月	9	100%	4.2	4.7	0.0	0.0	85%

表5-29 2020年3月末主要在建工程表（续）

项目名称	项目立项 ⁴	环境评价 ⁵	用地批复
美的总部 A04 地块项目	2018-440606-47-03-831900	201944060600001608	粤（2018）顺德区不动产权第0126547号

1.美的总部 A04 地块项目

项目地位于佛山市顺德区北滘镇新城 05-C-04 地块；规划占地面积为 37,345.14 平方米，规划建设用地面积为 233740.77 平方米。项目总投资约 10 亿元，资金来源于自筹。该项目主要是用于发展智慧家居等软件产业研发基地。截至 2020 年 3 月末，项目进度为 15%，预计 2021 年完工。

2.美的印度科技园

项目于 2018 年 5 月开工，投资主体为美的印度有限公司和印度开利美的合资公司。项目地位于印度马哈拉施特拉邦苏巴帕勒；项目总投资约 9 亿元，资金来源于自筹。项目主要用于打造可持续发展的品牌组合、建立具有本地研发能力的领

⁴ 广东省企业投资项目备案证

⁵ 建设项目环境影响登记证

先制造基地，截至 2020 年 3 月末，项目进度 85%，预计 2020 年完工。

（二）公司拟建项目情况

截至募集说明书披露日，发行人暂无拟建项目。

（三）公司重大投资计划

发行人未来三年暂无明确的投资计划。

十、公司发展战略

发行人坚持“产品领先，效率驱动、全球经营”三大战略主轴，聚焦全面智能化和全面数字化战略。坚定不移的加大研发投入，尤其是在基础技术、数字化和智能化等方面，以技术驱动为根本，增强产品力，加快产品创新，全面落实以用户为中心的价值链体系，深入贯彻 CDOC 方法论、推进“三个一代”研发模式。同时公司积极引进外部人才，改善研发组织结构，构建以研发为主导的管理模式；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等各环节，提高盈利能力。

发行人夯实基础体系，建立统一的经营语言和经营规则，强化“一个美的，一个体系，一个标准”，发挥协同优势，做好结果导向的过程管控，持续提升经营效率；推动国内市场转型，以用户为中心提升内销零售能力，做好产品协同，以终端为中心，不断推动降库存、渠道扁平化、提升渠道效率；积极推动场景式、体验式、交互式新型营销方式，改善用户对美的品牌的认知；依托多品类协同优势，继续深化渠道变革，进一步推动电商渠道优化整合，积极拓展与构建新零售渠道；持续提升供应链体系效率，发挥全渠道布局优势，重构业务流程，推进“一盘货”物流平台建设。

发行人把握不同消费者群体的差异化需求，完善多品牌运作体系的构建，互联网品牌将通过整合内外部资源满足不同用户个性化体验，建立与外部厂商的全场景生态合作，实现营销模式及商业模式的创新和突破；发挥多品类协同优势，补充完善美的套系化、家族化及前装产品序列，提供全屋家居与家电配套的一体化解决方案。同时，发行人加大力度构建数字化企业，继续完善企业数字化经营方法与运营体系，通过数字化手段打通美的全价值链各个环节，以数字化推动效率提升、价值创造和经营目标的改善，进一步打造和优化数字化工业互联网工厂，持续推广和不断优化国际 632 项目，加强对“全球经营”战略的数字化支撑。

发行人建立健全海外机构组织，提升人员能力及运营效率，保障零售转型、绩效导向、合规经营三大核心目标体系化落地，同时确保东芝业务盈利能力的持续提升；推进海外渠道变革与零售业务转型，加大门店资源投入及展示，建立管理层对市场及客户走访机制，落实促销活动执行及导购培训；推动海外分公司定期经营分析，聚焦产品和渠道，提升经营质量；以用户及市场需求为导向，不断强化海外国家产品经理制，夯实产品管理体系，搭建产品套系化设计规范，提升自有品牌产品竞争力；加强全球产销协同和全球物流能力建设，提升运营效率，为自有品牌产品销售增长提供有力支持。

发行人加快推动库卡机器人中国业务整合，推进库卡在中国的本土化运营，持续优化机器人产品开发与应用，不断致力于核心部件及软件产品的研发与创新，提供有竞争力的产品和服务；持续加大 IoT 基础技术研发投入，提高用户体验和安全性，同时面向全面智能化战略，构建生态合作圈，并通过外部合作推动智慧家居物联网模块性能的持续优化；以用户思维为导向，通过美居连接更多的用户，进行精细化运营，为用户提供智能生活体验；从智能化场景体验、门店网络升级、智能产品培训、智能家电占比提升等方面，推动线下终端门店的智能产品普及。

十一、发行人所在行业分析

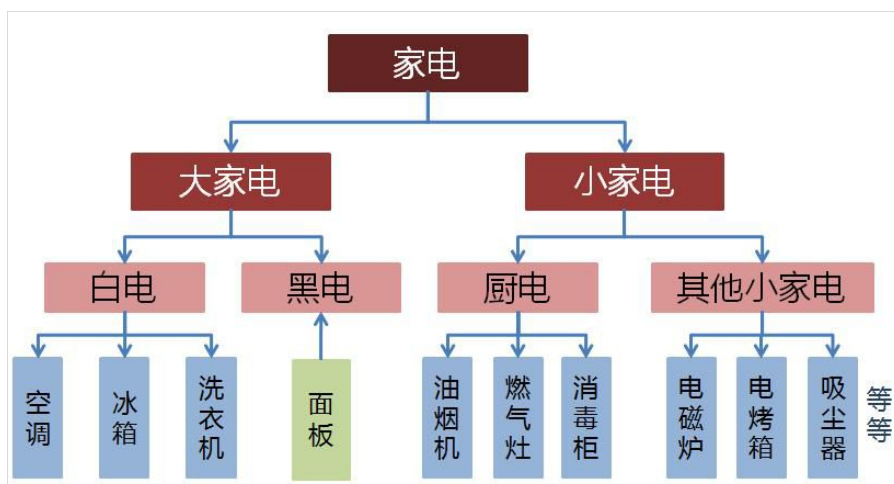
（一）行业概况

目前，发行人涉及的行业主要有家电、机器人两大行业，其中家电行业又包含大家电和小家电两个板块。

1. 家电行业

家用电器是指以电能驱动的家庭用具，主要包含大家电、小家电；其中大家电包括白电和黑电，其中白电又包含空调、冰箱及洗衣机，黑电即电视；而小家电则包括厨电和其他小家电，其中厨电包括油烟机、燃气灶及消毒柜，其他小家电则包含电磁炉、电烤箱及吸尘器等。（如下图所示）

图 5-6 家用电器分类图示



家用电器行业是重要的中游行业，上游承载原材料及相应压缩机、电机、面板、集成电路等零部件制造业，下面直接连接终端销售渠道。（如下图所示）

图 5-7 家用电器行业产业链图示



经过三十多年的快速发展，我国家电生产规模已居世界首位，是我国极具国际竞争力的产业之一。目前中国已经成为世界家电生产和消费大国，家电行业的总产销规模十分可观，总产量占全球 80% 以上，冰箱、洗衣机产量占全球 40% 以上，空调、微波炉产量占全球 70% 以上，小家电产量占全球 80% 以上。彩电、冰箱、洗衣机等主要家电产品产销量相继达到世界第一。

十二五是家电行业发展的转折期，中国家电工业结束了高速增长，开始走向新常态。主营业务收入和出口额平均增长率都低于十一五。2015 年家电业主营业务收入达到了 14084 亿元，十二五期间家电工业年均增长率为 9.6%，而十一五我们行业的平均增长率是 18.9%。2015 年家电出口额 565 亿美元，十二五的年均增长率为 6.8%，而十一五期间家电出口额年均增长率为 14.5%。尽管增速放缓，但是十二五期间家电行业转型升级效果明显，产业结构得到了初步调整，利税能保

持两位数的增长，2015 年家电行业利税总额 1464 亿元，十二五期间年均增长率为 17.6%。

在十三五期间，家电行业面临着三大机遇和三大挑战。三大机遇指的是全球家电产业格局变化带来的机遇，进入二十一世纪以来，随着亚洲家电企业的崛起，主要是韩国和中国，一些国际老牌家电企业纷纷退出家电业，如 GE、西门子、三洋、东芝等等，为中国家电企业实现全球化拓展提供了难得的机遇。消费升级带来的发展机遇，中国将全面建成小康社会，根据国家第十二个五年计划的建议，到 2020 年国内生产总值和城乡居民人均收入比 2010 年翻一番，人民生活水平和质量普遍提高。随着收入的增长，城乡居民消费结构将过渡到更高层次，他们对家电产品的档次、功能、品质有更高的需求。其中蕴含着巨大的潜力，将为家电行业消费升级带来巨大的机遇。创造新的消费需求带来机遇，与发达国家相比，我国家庭拥有的家电数量还有差距，十三五期间，我国家电企业的技术创新能力将迅速提高，并构建起能够准确把握用户需求的创新机制。这将帮助企业开发出更多满足个性化、多元化、满足细分需求的创新产品和服务，创造新需求满足新供给，开拓出新的市场空间。十三五期间将会有更多的新品类的家电进入到消费者的家庭，如智能卫浴电器，洗碗机，干衣机，嵌入式厨房等各类智能产品将大量进入普通家庭。三大挑战指的是家电产业发展环境变化带来的挑战，当前家电产业发展环境已经发生了根本的变化，现在不论是城市市场还是农村市场，家电保有量都比较高，比如说农村市场的冰箱、洗衣机，家庭百户拥有量就达到了 70 台，彩电达到了 110 多台。所以今后的增量市场有限，产品升级和更新消费将成为十三五的主要消费市场。互联网+的挑战，在互联网+时代，新技术、新商业模式将会影响到我们制造业的方方面面，包括消费模式、制造模式、渠道模式、管理模式、服务模式，都需要变革和创新。技术创新的挑战，与国际一流家电企业相比，我们的关键核心技术并不领先，在自主创新能力方面还存在一定差距。中低端产品产能过剩，高端产品竞争力不足，产品质量和可靠性有待进一步提高。自主品牌国际影响力较弱，这些都是我们面临的挑战。

“十三五”以来，中国家电工业将进入转型攻坚阶段。发展模式由资源驱动、规模驱动向效率驱动和创新驱动转变，以提质增效为中心，以加快信息技术与家电业深度融合为主线，加速家电工业从要素驱动到创新驱动的转型升级。根据中华人民共和国工业和信息化部数据，2016 年家用电器行业主营业务收入 14605.6 亿元，累计同比增长 3.8%;利润总额 1196.9 亿元，累计同比增长 20.4%。2017 年

家用电器行业主营业务收入 15135.7 万亿元，同比增长 18.7%，利润总额 1169.3 亿元，增长 6.1%。2018 年家电行业主营业务收入为 14900 亿元，同比增长 9.9%，实现利润 1225.5 亿元，同比增长 2.5%。2019 年家电全行业累计主营业务收入达 16000 亿元，同比增长 4.31%；累计利润总额达 1338.6 亿元，同比增长 11.89%，各品类业绩增速有不同程度的放缓。

据中国家用电器研究院和全国家用电器工业信息中心发布的数据显示，2019 年家电行业国内市场零售规模为 8,032 亿元，同比下降 2.2%；家电行业出口规模为 3,034 亿元，同比增长为 0.9%。2019 年，空调市场零售额达到 1912 亿元，同比下降 3.4%；洗衣机市场零售额为 705 亿元，同比增长 1.2%；冰箱市场零售额为 957 亿元，同比下降 1.2%。2019 年家电行业销售保持平稳，其中，家用空调营业收入和利润总额均居品类第一，分别增长 1.77%和 10.84%；家用制冷电器具营业收入增长 6.80%，利润总额增长 13.5%；家用厨房电器具营业收入和利润总额分别增长 7.71%和 20.04%。

2020 年新冠疫情之下，预期家用电器行业面临的内外不确定性与波动将有所增加，但从中长期来看，产业结构升级、居民收入稳定、消费多元化、国家政策对绿色、智能产业发展引导以及家电行业产品标准的升级都带来了新的机会点和增长点。

（1）大家电

在宏观经济发展进入“新常态”的背景下，近年来，中国家用电器行业增速放缓，根据欧睿国际数据统计，2017 年中国家电市场收入规模为 5,962 亿元，2007 年至 2017 年的年均复合增长率为 7.16%。长远来看，整个家电行业的增长仍然可期。一方面，宏观经济持续发展，农村家电保有量对比城镇仍存在一定差距，尤其是空调的保有量仍处于较低水平，随着农村居民收入的改善及未来城镇化进程的加快，未来仍有一定的新增需求空间；另一方面，城镇居民大家电保有量已基本达到每户一台的水平，按照家电的使用寿命，家电性能与品质的提升及在变频技术、新冷媒应用、新材料替代、智能化、网络化及工业设计等方面的突破，迎合居民收入持续增长，生活品味的提升消费观念的转变，将推动家电更新需求的有效释放。家电行业龙头企业依靠品牌认知、技术积累、资金实力、渠道覆盖及强大的营销能力，将逐渐从以量取胜的模式转向以价补量的模式，产品将逐渐高端化以带动消费升级，有望获得更高的市场份额并提升盈利能力。据国家统计局数据显示，2019 年家电全行业累计主营业务收入为 1.6 万亿，同比增长 4.31%，利润 1338.6 亿元，同比增长 11.89%。其中，国内家电市场零售规模达到 8032 亿元，同比下降 2.2%，从行业营收与利润情况看，2019 年我国家电零售市场整体低迷，消费规模小幅降低，但行业营收和利润仍然保持双增长。2019 年家电市场主

要呈现以下三大特点。从销售渠道看，家电开始向线上销售渠道转移；从销售品类看，智能家电在各个细分领域的份额都逐步提高；从销售模式看，特别是疫情期间，家电企业加大推动直播电商的营销模式。

1) 空调行业

近 10 年来，我国空调产业发展迅猛，空调行业的工业总产值和销售收入都经历了持续的增长，形成了珠三角、长三角、环渤海经济区三大空调生产基地。目前我国空调总产销量已经超过美国和日本，跃居世界首位，全球市场有 70% 以上的空调产品由中国生产，我国已经成为全球的空调器生产基地。2016 年，空调市场在这一年上演了戏剧化的大起大落，上半年库存高企、市场一片哀鸿。下半年却峰回路转，市场在高温天气引爆后一直维持高位水平。2017 年空调市场对于库存的要求仍然强烈，受益于高温天气持续时间长、上年房地产市场高速增长滞后影响和行业的持续补库存趋势等因素，我国空调行业实现空调产量 14,349.97 万台和销量 14,170.16 万台，分别同比增长 28.7% 和 31.0%。其中，空调内销达到 8,875.45 万台，同比增长 46.8%。此外，伴随着智能、智慧、物联等相关技术的提升和广泛应用，2017 年家用智能空调渗透率从上年的 15.8% 大幅升至 22.4%，产品消费升级亦保障了空调行业的稳定增速。2018 年，空调市场销售额达到 1980 亿元，同比增长 4.5%，2019 年，国内空调市场小幅下滑 3.4%，市场规模为 1912 亿元，产品结构进一步向高能效、舒适化、智能化发展。

2) 冰箱行业

目前中国已经成为世界上最大的冰箱生产国。受益于产品升级换代及消费升级，跟随着整个家电行业的发展历程，冰箱行业自 2005 年末开始进入持续较快增长阶段，受 2008 年全球经济放缓和房地产市场低迷的影响，市场需求及销量大幅萎缩；2009 年，受我国“家电下乡”、“以旧换新”、“节能惠民”等政策的推广深化，冰箱作为政策的受益者，在二、三级市场的普及速度很快，加之海外经济的复苏，冰箱行业的消费基础得到夯实。2012 年随着家电下乡和以旧换新政策结束，政策推动冰箱市场的作用减弱，随着电冰箱的普及化基本完成，中国家用电冰箱产量增速明显下滑，需求增速放缓的情况下竞争更加激烈。2013 年以来，随着行业对前期三大家电政策退出影响的消化，彻底扭转 2012 年颓势，市场销售在复苏中平稳增长，2013 年家用冰箱销售累计为 7701.4 万台，同比增长 1.7%，发展趋于稳定和智能化趋势加速。中怡康数据显示，2014 年，中国家用电冰箱共完成累计产量 9337.10 万台，同比下降 1.00%，累计销量 7633.8 万台，同比下降 0.88%。2015 年，全国家用电冰箱行业完成累计产量 8992.8 万台，同比下降 1.9%。在整个冰箱市场增长乏力的环境下，冰箱行业内部竞争将更加激烈，产品结构升级、线上销售

保持高速增长等因素是冰箱市场增长的源动力。2016年全国家用电冰箱行业完成累计产量9,238.33万台,同比2015年的8992.8万台增长了4.6%,增速较2015年上升了6.5个百分点。2017年全国家用电冰箱行业累计完成产量8,670.27万台,同比增长13.64%,销量累计达8726.54万台,产销率同比增长2.33%,库存比年初下降1.5%。2018年全国家用电冰箱产量为7876.7万台,累计增长2.5%,销量累计达8005万台,较2017年同比下降明显。2019年全国家用电冰箱产量为7904.3万台,同比增长8.1%,销量累计达7753.9万台,同比增长3.1%,其中多门冰箱与对开门冰箱零售额市场份额合计提升至72%,冰箱企业通过积极促销、发展多元化渠道等方式对冲市场波动,行业保持整体稳健。

3) 洗衣机行业

我国洗衣机市场经历了 30 多年的发展,近年来发展平稳,在国内市场已经进入了成熟期,城乡保有率较高,目前,按家庭计算,洗衣机在我国的普及率在 70%左右,其中城市为 95%左右,农村为 60%左右;相对其他白色家电行业,洗衣机子行业竞争较为温和,维持了较为稳定的利润率。

根据中国产业信息网数据,2005年至2019年的十余年来,我国洗衣机的产销量均实现了翻番。洗衣机产量由2005年2674.6万台增至2019年7433万台;销量由2005年2741万台增至2019年7428.6万台,2012年开始中国家用洗衣机产量呈上涨趋势,2016年产量达到7620.85万台,同比增长4.76%,2016年之后家用洗衣机产量开始下降,2017年全国家用洗衣机的销量为7591.02万台,同比增长0.82%,2018年中国家用洗衣机产量为7150.74万台,同比降低4.67%,销量为7193.1万台,同比下降5.24%,2018年中国家用洗衣机的产销率为100.6%,同比2017年少了0.6个百分点,家用洗衣机期末库存比年初减少了10.5%。从中国家用洗衣机出口量来看,2012-2018年家用洗衣机出口量均在2000万台以上,并呈现出增长趋势,截止到2018年,中国家用洗衣机出口量为2380万台,同比增长2.67%,出口金额达到32.34亿美元,同比增长6.56%。2019年截止12月底,全国家用洗衣机销量为7426.8万台,同比增长3.2%。近年来,我国洗衣机产销量出现一定程度的下滑,随着人口发展红利消失、消费升级趋势愈加显著,洗衣机行业从增量市场进入存量市场,行业企业都将面临产品结构升级、高端转型带来的发展“阵痛”,未来高端产品的需求会持续增加,为家电行业注入新鲜血液。

(2) 小家电

近年,随着国内大家电市场趋于饱和,市场上表现出来的供求矛盾日显突出。而在小家电领域,一方面与大家电微薄的利润相比,小家电的利润往往在 20%至 30%之间;另一方面,小家电占用资金较少,而且作为生活消费品,小家电的价

格比较低，消费者不会因为整体经济环境不好而持币待购。特别是在一线城市，随着城市消费者生活水平的提高，很多家庭希望能拥有更多带来生活便利的小家电产品，西方家庭常见的电烤箱、豆浆机、电磁炉、加湿器等产品开始越来越多地进入普通中国老百姓的家庭。由于小家电产品的利润空间、市场空间相对较大，绝对价格低，需求价格弹性小，产品更新周期短，产品线的丰富有助于平滑波动等特性，使得小家电的需求稳定性较高，受经济下滑的影响相对较小，小家电行业整体发展较快。根据中国商业联合会发布的消费品市场统计结果显示，国内小家电市场每年正在以 10%至 14%的速度增长，小家电孕育的巨大市场潜力已经成为家电市场新的利润增长点。目前，一些发达国家平均每个家庭拥有小家电约 40 余件，而我国每户平均只有 10 件左右。随着生活水平的持续提高，将有更多民众购买使生活更加健康、便利的小家电，如电磁炉、料理机、豆浆机、净水机、加湿器等。

2. 机器人及工业自动化行业

根据国际机器人联合会（IFR）的预测，全球对机器人自动化的需求将进一步增加，预计 2018 年至 2020 年之间的平均年增长率至少为 15%，2017 年全球机器人产业规模已超过 250 亿美元，增长 20.3%，而在 2018 年增长至 298.2 亿美元。自 2013 年以来，中国工业机器人连续六年成为全球第一大应用市场，据高工产研机器人研究所（GGII）和 IFR 的数据显示，2018 年中国工业机器人销量达到 15.64 万台，同比增长 14.97%，市场规模达到 62.3 亿美元。2018 年，国家工信部先后出台（《国家智能制造标准体系建设指南》、《工业互联网平台建设及推广工程实施指南》）两项指南，进一步明确工业互联网及智能制造的发展方向，而随着国内创新型企业的大量涌现，促使核心零部件等国产化进程不断加快且已达到规模化生产。

据高工产研机器人研究所（GGII）统计，2019 年中国工业机器人产量 18.69 万台，同比下滑 6.1%。值得一提的是，中国工业机器人产量在 2019 年四季度连续 3 个月保持正增长，结束了此前连续 13 个月的同比下滑趋势，制造业运行环境整体有所好转。分产品来看，并联机器人在食品、医药、日化、物流等领域均有所突破，2019 年增幅接近 20%，而且协作机器人仍保持逆势上扬，在 2019 年取得 30%左右的增长。在政策支持方面，国家工信部印发《工业互联网专项工作组 2019 年工作计划》，以进一步推动工业互联网及智能制造技术的普及应用；国家发改委、商务部 6 月 30 日发布《鼓励外商投资产业目录（2019 年版）》，继续将制造业作为鼓励外商投资的重点方向，全国目录新增或修改条目 80%以上属于制造业范畴，支持外资更多投向高端制造、智能制造、绿色制造等领域；11 月 15 日，国家发改委等十五部门联合发布《关于推动先进制造业和现代服务业深度融合发展的实施意见》，提出要培育融合发展新业态新模式，推进建设智能工厂，

加快工业互联网创新应用，推广柔性化定制等，同时深化制造业、服务业和互联网融合发展，促进现代物流和制造业高效融合。

（二）行业相关政策

家电行业属于制造业，同时与出口、拉动内需紧密相关，从涉及家电行业的相关产业政策、出口退税政策等政策层面来看，在国家大力推行产业升级、拉动内需、鼓励出口等相关政策的背景下，家电行业属于受惠行业。

1. 《中国制造2025》

2015年5月国务院发布《中国制造2025》，指出中国制造业应该着力六大战略任务与重点，家电行业作为核心制造业，需紧跟整体制造业发展形势逐步转型升级，更积极探索大数据、云计算；家电产业将加入与互联网、大数据、云计算等新信息技术跨价额融合，智能化是未来家电产业发展的首要方向。

2.“一带一路”

2013年9月和10月，国家主席习近平分别提出建设“新丝绸之路经济带”和“21世纪海上丝绸之路”的战略构想，进一步明确了对外扩展的经济战略，成为发展热点。目前国内家电市场相对低迷，使得产品出口成为家电企业盈利的主要来源之一，相比较国内市场需求放缓或者下滑，国际市场有着更大的需求。事实上，新兴经济体国家购买力极大，像孟加拉、印度、印尼、约旦及非洲等发展中国家和地区，都是增量市场，潜力很大，不少家电企业已经从国际市场的拓展中尝到了甜头。“一带一路”战略推开后，对家电企业而言，无论是品牌知名度还是销售额，都将有一个较大幅度地增长。有业内人士建议，家电厂商借势“一带一路”走出去，除了产品出口外，还可以在海外设立生产基地，实现国际化生产，并且在实现产品国际化的同时，还需谋求品牌国际化，以提升中国家电在全球市场的竞争力。

3. 《中国家用电器工业“十三五”发展指导意见》

近几年，家电企业研发投入逐年增长，科技创新能力大幅度提升。根据中国家用电器协会编写的《中国家用电器工业“十三五”发展指导意见》（征求意见稿），“十三五”期间，家电工业发展的基本原则为：坚持自主创新，坚持可持续发展，坚持需求导向，坚持质量为先，坚持落实工业和信息化深度融合，坚持国际化发展方向。家电工业发展的总体目标是，争取到2020年跨入全球性的家电强国行列。

4.2015年版《中国家电产业技术路线图》

2015 年版《中国家电产业技术路线图》提出了未来五年我国家电业的技术发展方向和具体指标，在产品节能、低碳环保、产品结构升级、产品质量、智能化和先进制造等方面都提出了产业技术发展目标，对技术瓶颈和研发路线进行了全新的分析和构建，并对智能化和先进制造两部分内容在 2013 年版《中国家电产业技术路线图》的基础上进行了补充和加强。

5. 家电能效“领跑者”制度

2014 年年底发布的家电能效“领跑者”制度，相关细则也早已上报国家部委审定，终于在 2015 年 11 月正式亮相。公布的《家电能效领跑者实施细则》首批涉及平板电视、家用电冰箱和空调三大类家电产品，将对高能效的节能产品予以奖励。不过，此次家电能效领跑者计划对于相关的企业产品给予的是政策性鼓励，并没有像前几次家电激励政策那样“明码实价”的标出国家补贴金额。可见，政府对于高能效家电的关注和重视程度已经层层加码，但是其对于类似产业政策的支持手段也开始从过去的“普惠”调整为“奖优”。政府采取有重点、有核心地扶持优秀企业的节能家电产品研发和市场推广，而不会再给一些家电市场投机者们提供空间。这也意味着，未来国家还将会推出一系列刺激家电产业，甚至产品的政策，但将不会采取任何的直接补贴，而是通过对政策实施结果的考核和效果的评估，最终再决定是否给予一定的奖励和激励。这也标志着政府对于家电产业治理手段和方法的变革。对于家电产业，特别是大企业坚持的技术创新迭代和产业升级路线来说，将是一次正向肯定。

6. 电器经营者将被纳入召回责任链条

国家质检总局制定的《缺陷消费品召回管理办法》经通报 WTO 后正式颁布，并将自 2016 年 1 月 1 日起实施。该《管理办法》对消费品召回实施目录管理：拟首先从儿童用品和家用电子电器产品共计 20 类产品开始实施，其中包括家电。很多家电厂商对于缺陷家电召回制度并不陌生。就在过去长达四年时间里，关于这一制度的实施和落地传言颇多，如今正式落地实施和执行，对于中国家电企业的产品生产制造能力不得不说是一种全新的考验。至少这将会全面倒逼家电企业的精品战略有效可持续实施，同时推动中国家电制造去除顽疾、重塑形象和信心的重要拐点。值得注意的是，在这一政策中，除了规定生产者召回第一责任人，更是将经营者、零部件生产供应商等纳入到“责任链条”中，实现了产业链全程监控，更好地推动品质提升。

7. 提高出口退税率至 17%

2009 年，空调、冰箱、洗衣机和小家电的出口退税率从原来的 14% 提高到 17%，实现增值税全额退还。出口退税率提高的最直接效果可以平滑生产成本上升对出

口价格的不利影响，考虑出口退税率提高降低出口成本之后，产品的出口价格可能随之下调，实际收益幅度被平滑。从多次历史调整来看，家电行业的出口退税率调整相对其他“两高一剩”、“低附加值”等行业较具稳定性，表明国家对出口达半壁江山的家电行业的出口退税率调整较为谨慎，这对家电行业具有长远的积极正面作用。

8. 废弃电器处理基金补贴标准

2015年11月，财政部、环保部、发改委和工信部四部委发布新版废弃电器电子产品处理基金补贴标准，新补贴标准自2016年1月1日起施行。新版补贴标准对废弃电视机和微型计算机的基金补贴标准略有下调，而对废弃空调补贴标准则有较大幅度提高，具体补贴标准为：电视最高70元/台；电脑最高70元/台；洗衣机最高45元/台；电冰箱最高80元/台；空调最高130元/台。当前家电市场的竞争已经从增量转而存量，而如何从存量市场竞争中找增量，成为不少家电企业的一门必修课。当前，家电市场很大一部分的增长空间在于家用电器的更新换代。此次废弃电器处理基金补贴标准的修改，顺应了当前中国家电的家庭保有量，以及不同产品的回收处理价值变化。截至2011年末，我国“四机一脑”的社会保有量已达17.7亿台，其中电视机约为5.2亿台、电冰箱约为3亿台、洗衣机约为3.2亿台、空调器约为3.3亿台、计算机约为3亿台，而我国每年“四机一脑”的废弃量达数千万台。对于家电企业和经销商来说，这可谓是一座有待重点开发和挖掘的“金矿”，也意味着接下来将会给相关企业带来新的利润蛋糕。

通过盘点家电行业最新政策变化，我们可以看到：对于家电市场来说，相关政策绝不会像之前“家电下乡”、“节能补贴”那样进行单纯财政补贴以拉动市场，而是着重于推动行业向产品绿色高效政策引领上和市场规范化方面。对企业来说，直接抓住政策利好机会可能不是那么容易，而是要把精力更加集中在产业结构升级上，才能更好的享受政策的红利。

（三）行业发展趋势

在家电行业整体增速放缓的背景之下，家电企业不仅需要依托产业升级、效率提升、精品扩张追求利润增长，更需关注移动互联网、产业互联网、工业4.0对商业模式、营销模式、企业管理和生产制造方面的颠覆，主动把握消费升级的趋势，通过产品结构的持续优化，推进产业链的重组、拓展甚至跨产业合作，寻求互联网经济环境下新的市场增长机遇。

随着物联网、大数据、云计算、人工智能等技术的不断升级以及互联网环境的进一步改善，推动商业模式更加多元化，以满足客户体验的创新产品成为中国家电市场的持续增长点，智能家居已处在爆发的前夜，家电企业如何与互联网企

业互补融合，构建智能家居“生态圈”，成为企业探索与发展的新方向。

渠道趋势方面，家电渠道提效需求日益迫切，层层代理与分销的家电营销模式面临挑战，电商渗透将进一步加速，线上线下产品区隔的过渡性方式逐步向线上线下融合转变，企业冀求更快速的消费者诉求反馈、更精准的消费信息把握，引导产品研发与升级。行业整合仍是长期不变的趋势，铜、铝、钢、塑料等大宗商品的持续下行及国家能效“领跑者”制度的推出，将进一步强化行业龙头的竞争能力，推动市场份额的提升与行业生态的优化。

中长期来看，虽然家电行业已告别连续多年的高增长态势，但我国家电行业增长动力没有改变，家电行业仍具备不容忽视的长期增长潜力。主要有以下几方面的因素：

一是在国家推动“收入倍增计划”与“中国特色城镇化”的背景之下，家电保有量仍有望保持持续提升。2017年全国居民人均可支配收入25,974元，其中城镇居民人均可支配收入36,396元，农村居民人均可支配收入13,432元，人均可支配收入的增加，使家电消费越来越多的具有日用消费品的特征，而中国城镇化率目前约为54%，城镇化无论数量还是质量都有较大的提升空间，中国城市化水平若保持年均1%的增长速度，约有1.5亿农村人口转为城镇人口，有望带来大量新增家电需求。

二是超过16亿台的家电存量规模，使持续稳定的更新需求成为提升家电销量的重要驱动力量。家电产品在节能、环保、智能化、网络化与工业设计突破等多方面的性能与品质提升，将进一步推动家电产品的消费升级，带动家电企业的产品结构优化与盈利能力提升。据市场监测数据，空调中的柜机占比、变频占比，洗衣机中的滚筒占比、冰箱中的多门与对开门冰箱占比及各类高端精品厨电与健康类小家电占比均保持提升态势，增长快于行业增长。

三是智能控制技术、电子信息技术、物联网技术和相关配套技术的成熟以及各种移动智能终端的普及，将有效推动智能家电的快速发展。智能家居发展趋势已逐步成为行业共识，从单一智能产品的极致化到为客户提供智慧家居整体解决方案，直至构建互融、合作、共享的智慧家居平台生态链，掌握核心资源的家电龙头企业成长空间巨大，据奥维咨询的数据预测，到2020年，智能家电整体产值将破10,000亿，其中智能硬件的产值将超过6,000亿。

四是线上线下融合的O2O模式、互联网普及下的大数据应用将持续推动家电企业的转型升级，电商新渠道已进入快速增长期。家电企业的信息化平台搭建逐渐成型，家电企业与互联网企业的跨界合作呈现新气象。

五是中国家电依托广阔的地域和14亿人口所蕴含的巨大市场，依托已形成的规模优势、产品集群优势及产业化配套优势，仍将保持全球竞争力。印度、南美、非洲、中东等新兴市场与地区，人口众多，正处在经济增长区间，逐步进入家电普及期，将有望带动我国家电在发展中国家出口的显著增长，给我国家电出口与全球运营带来新商机。

六是在新的竞争条件和竞争方式下，家电行业的生态将进一步改善，家电市场的集中度仍将持续提升。行业龙头依托品牌、技术、产业链、服务、渠道等优势，有望进一步提升市场份额与盈利能力，并推动行业走向规范竞争与良性发展。

1. 空调行业发展趋势

空调行业步入平稳发展阶段，行业内企业两极分化趋势继续扩大，企业间重组整合步伐加快，空调行业的寡头竞争时代将很快到来，以美的、格力、海尔为第一阵营的家电巨头的市场份额和品牌知名度得到进一步提升。行业集中度的提高将会引导市场运作向理性规范的方向发展，企业竞争将由外部竞争向企业内部转移，组织创新、管理创新、技术领先、产品更新换代从而提升企业核心竞争力，成为企业持续健康发展的关键所在。另外，凭借现有优势，寻求新的市场需求、建立新的利润增长点，也成为目前家用空调一线品牌的一大发展方向。

节能、高效、环保是空调产品的发展趋势。近几年国家加大了倡导全社会推广使用高效节能空调的力度，目前，变频空调以其省时、节能、恒温、舒适、超静音等特点，已开始逐步取代普通定频空调，成为节能高效空调的发展趋势。环保已经成为未来家用空调发展的最新趋势之一，空调产品的环保技术主要集中在使用新的制造材料、不使用有毒有害的材料、不使用氟利昂等对环境有害的制冷剂等方面。目前，世界上许多国家和地区已制定了有关空调环保的法律、法规，出台了相关规定和制度，不符合环保要求的产品将无法进入当地市场，这为家用空调企业提出了更高的技术进步要求。

随着外部政策、人口等传统红利消失，高端成为空调产业的新红利，智能成为本土高端战略的新引擎，将会推动空调产业的持续发展。而2016年空调市场整体的热度、消费需求持续增长将是空调行业快速发展的最好时机。但是被外资品牌占据30多年高端空调市场的格局，作为高端挑战者的本土企业所要面临的压力和挑战并不小。虽然价格战还会在空调市场时而上演，甚至部分一线领军企业迫于“库存包袱”而选择持续不断的“降价清仓出货”，但是中低端规模化市场需求节节下滑已成必然趋势，来自高端市场的刚性需求爆发却是水到渠成。这对于已经步入存量竞争阶段的空调市场，以及追求“个性化”、“多元化”的主流消费者来说，来自产品品质、功能及技术特点的力量早就取代价格成为市场和消费

者的主导力。年轻一代用户开始成为空调业的主流群体，成为决定空调品牌格局发展方向的主导者。近年来，年轻消费者主导的家电产业变革已率先在家电流通渠道上演，以天猫、京东为代表的电商平台开始成为家电销售的主渠道。同样，围绕在年轻一代消费者背后的生活方式、消费习惯以及品牌认知的变化，正在快速撬动整个空调产业竞争格局和消费趋势的裂变。

根据行业报告，长期来看，空调市场仍有大幅提升空间。国内市场，随着居民消费升级进程加速，消费者对品牌认可度、产品品质提出更高要求，同时对空调的节能、健康、舒适性、智能化提出了新的标准，更新换代需求表现强劲；伴随着新型城镇化进程的推进，家电在三四线市场的扩容不断加快。外销方面，全球经济复苏为空调市场增长提供了持续动力，“一带一路”战略为中国企业“走出去”创造了绝佳契机。

2.冰洗行业发展趋势

随着国内城镇化进程的持续推进，冰洗类别家电产品销售能产生巨大的推动力，因此未来冰洗产品内销量有望保持较好增幅。外销方面，虽然国外大环境整体不断复苏，但仍有欧债危机、地区政局动荡和自然灾害等波动因素存在，未来冰洗出口将以维持稳定为主。

在高端冰洗产品方面，配合居民居住环境的改善及对健康时尚的追求，内外资品牌主要集中在一、二线城市及经济发达地区，主流冰洗企业围绕品牌、技术、功能、外观、能效水平等一系列卖点不断展开竞争，且竞争呈加剧的趋势。而在农村阵营市场，高性价比产品最为畅销，价格、容量、外观日渐成为农村消费者购买冰洗产品重点考虑的三大要素。总体来看，外资品牌低价产品较少，在对三、四级农村市场及销售渠道下沉的建设上不具备较强的优势。本土企业，尤其是诸如海尔、美的等主流冰洗制造大企业，不断使用子品牌和延伸品牌拓展细分市场，品牌梯度战略的运用有助于提高市场份额。由于目前冰箱和洗衣机在农村的保有量仍然较低，随着农民收入的提高，对冰洗产品的新增需求、更新换代需求都日渐增加，预计三、四线市场将成为未来市场主力。

(1) 冰箱

在 2011 年之前，在“家电下乡补贴政策”、“家电以旧换新”和“冰箱新能效国家标准”等政策的轮番刺激下，我国冰箱对内销量大幅增长，从 2008 年的 2600 万台跃升至 2011 年的 5900 万台，是白电中对需求提前透支最多的品种，也因此随后连续四年冰箱内销皆呈现小幅下滑。随着节能减排、消费升级、技术创新、“互联网+”带来的基础设施升级等因素的推动，冰箱市场产品结构升级的趋势更加明显，智能冰箱成为冰箱行业的发展方向之一，近年来智能冰箱销售额增速遥遥领先于

冰箱行业整体增长速度。2017 年，智能冰箱销售额为 163.4 亿元，较上年增长 55.5%。2018 年智能冰箱销售约为 198.3 亿元。未来智能冰箱行业的边界将会进一步的被突破，健康化、个性化将成为智能冰箱的主要发展方向。

（2）洗衣机

从目前的市场上看，各洗衣机生产商大力推广的概念主要是集中在“节能”、“节水”和“降噪”上，预计此趋势在很长一段时间内都将会是国内洗衣机市场消费者和厂家十分关注的技术点。结合外部经营环境以及洗衣机行业发展态势，总体来说，预计中国洗衣机市场将会在未来几年呈现以下三个方面的趋势：品牌格局方面，品牌相对稳定并呈高位集中态势，国产品牌继续占据行业主导地位，外资品牌、二三线品牌的市场空间将逐渐减少，部分品牌甚至可能将被淘汰出局；消费趋势方面，随着居民收入持续增长，人们相比以往更加关注生活品质的提高。追求高端产品、低碳环保以及其它个性化需求，将成为洗衣机消费市场的主流；技术升级方面，随着国家节能减排、低碳环保的大力宣导和能效标识工作的推进，洗衣机产业节能省电、低碳环保成为主流技术发展方向，并全面带动整个行业的技术升级和产品结构的更新换代。

3. 小家电行业发展趋势

（1）产品追求技术创新和节能环保

在注重功能性和便捷性之外，小家电的产品设计也越来越得到业界的重视。智能家居已被认为是下一个十年中家居行业的掘金圣地，白色家电结合智能制造、物联网这些新技术进行开拓已成为业内流行趋势，自然小家电未来也将往智能化方向发展。目前，电脑芯片的技术已经成熟，体积越来越小的芯片为小家电智能化发展提供了基础。此外，智能手机、智能电视等智能设备已经把消费者的智能化消费习惯养成，这也有利于小家电行业智能化发展。事实上，近些年小家电行业也陆续开始了智能化地探索，比如电饭煲的预约功能、智能扫地机的防跌倒功能。

在目前大力提倡低碳节能的宏观背景下，节能环保开始成为生产厂家设计产品和消费者购买产品时的重要参考指标。目前，已有一些小家电企业在产品设计中应用了相关的节能环保技术并取得了良好的销售业绩，产品设计创新以及环保性必然成为各小家电企业主抓的环节，小家电市场必然会掀起一场环保技术大战。

（2）便利、健康、时尚的消费倾向明显

根据相关行业资讯，消费者对于小家电的外观和质感十分关注，除了最主要

的“使用方便、快捷”外，“体现生活品质”和“时尚”也是他们选购时所考虑的重要因素。目前，我国小家电的消费者群体大多是工薪一族，忙碌的工作生活之后就要求家庭生活更加简单、便利。同时，干净卫生无毒无害，这是对家电产品的必要要求，小家电的价格费用相对不高，消费者在选择上更多地考虑健康、安全的因素。例如，电热水壶的材料从早先的塑料为主，进而更新到现在以不锈钢为主；消毒柜产品更是体现人们对健康卫生生活的高品质要求。此外，时尚外观可以说是消费者购买小家电产品动机中的外在诱因，小家电产品的外观、工艺很大程度上能够刺激广大消费者的购买欲望。

（3）市场容量增长空间巨大

近几年小家电市场复合年增长率约为 25%。然而，从每户家庭拥有量来看，中国家庭的小家电保有量仍然偏低，数据显示，发达国家平均每户家庭的小家电拥有量近 40 种，而中国大中城市每户家庭小家电平均保有量还不到 10 种，市场容量远未饱和，中国小家电市场发展潜力巨大。而农村地区则属于处女地。目前农村居民的小家电保有量在 4-5 件左右，市场渗透率还较低。随着农村居民购买力的提高，将会再掀起一场小家电下乡潮。

4. 机器人及工业自动化行业发展趋势

经过 20 多年的发展，我国工业机器人已经初具规模，目前我国已生产出部分机器人关键元器件，开发出弧焊、点焊、码垛、装配、搬运、注塑、冲压、喷漆等工业机器人。一批国产工业机器人已服务于国内诸多企业的生产线上、一批机器人技术的研究人才也涌现出来、某些关键技术已达到或接近世界水平。自 2016 年开始，中国工业机器人累计安装量位列世界第一，发展速度史无前例。2017 年，中国工业机器人销量为 137920 台（其中，34671 台由中国机器人供应商安装），比 2016 年增加约 59%，继续成为全球最大的机器人市场。2012-2017 年，中国工业机器人销量年均复合增长率（CAGR）约为 43%。从国家和地区的分布来看，中国仍然是世界上最大的工业机器人市场，占全球安装总量的 36%，并超过欧洲和美洲的机器人安装量之和；美国的机器人安装量连续第八年达到新高峰，2018 年其安装量同比增加 22%；作为全球第五大机器人市场，德国 2018 年机器人安装量增加 26%。分产品来看，AGV 机器人同比增幅高达 60%，2018 年安装总量达 11.1 万台，而且医疗机器人安装量同比增幅也提升至 50%。据 IFR 预测，全球工业机器人市场短期虽有波动，但随着持续的自动化趋势及技术改进，全球工业机器人安装总量在 2020 年至 2022 年将实现年均 12% 的增长，并于 2022 年将达到 58.4 万台。

另据 IFR 最新数据显示，从工业机器人密度（平均每万名工人所拥有的工业

机器人数量)来看,新加坡机器人密度为 831,位列全球首位,而韩国降至第二位。中国的机器人密度提升至 140,相比 2017 年提高 30%,远超同期全球平均水平(99),且依然具备较大的成长空间与发展前景,考虑到制造业的柔性需求、人口红利的衰竭、新兴市场的涌现、创新技术的发展等多方面的因素,工业机器人的应用领域将不断拓展。

十二、发行人面临的竞争情况

(一) 总体情况

发行人在家电行业板块涉及产品主要包括空调、冰箱、洗衣机等,涉及产品线较为丰富,空调业务为其最主要业务板块。我国家电市场知名品牌主要有格力、美的、海尔、格兰仕、松下、LG、三星等,各自的品牌、价格、市场份额竞争均较为激烈,整个家电行业利润有所下滑,增速放缓。

(二) 主要板块分析

1. 大家电

在我国大家电市场中,美的电器、格力电器和青岛海尔三家龙头企业的优势地位十分明显。在行业集中度不断提高的背景下,行业生态不断优化,行业龙头企业具有较强的成本转嫁能力和抗风险能力。

(1) 空调行业

据国家统计局数据显示,2019年我国空调总产量为21866.2万台,相比2018年提升6.74%。据中商产业研究院预测,2020年我国空调总产量将达23539.9万台。从销量来看,从2016年至今我国空调销售保持了持续上升的发展趋势,2019年国内空调总销量21365.5万台,相比2018年的20142.5万台增长了6.07%,预计2020年我国空调总销量将达24105.7万台。

从品牌表现来看,马太效应继续在国内空调行业中发挥效应,品牌集中度进一步提高。从家用空调品牌格局变化看,国内家用空调品牌按内销量基本分为三大阵营,第一阵营为内销量在500万台以上,包括格力、美的、海尔三大品牌;第二阵营为内销量处于300-500万台,包括奥克斯、志高、格兰仕等品牌;第三阵营为内销量在300万台以下的其他品牌。

2019年空调品牌间竞争更加激烈,尤其第一阵营对中小品牌的挤出效应明显,同2018年相比,第一阵营品牌市场占有率提升1.93个百分点至82.37%,其引领国内空调市场趋势更加明显,从具体品牌销量来看,2019年格力空调销量市场份额

最大，占比为30.87%，排名第二的为美的，占比28.22%，第三为海尔，市场份额占比为7.41%。

（2）冰箱行业

长期以来，国内冰箱市场的竞争格局具有三个明显特点：一是冰箱行业的品牌集中度较高，以零售量计算，冰箱行业前十品牌集中度高达80%以上，尤其是在经历几次大并购后，冰箱市场的集团化竞争格局愈发明显；二是国内品牌阵营在竞争中具有明显优势，海尔长期占据市场第一宝座，份额保持在23%以上，此外美菱、美的、容声、海信等也凭借不同策略取得市场份额的提升，而西门子是唯一有实力与国内品牌对抗的外资品牌；三是尽管国内品牌在整体冰箱市场占据着明显的优势，但在中高端市场仍然是国外品牌占据领先地位。

截至2019年末，根据中怡康的数据统计，整个冰箱行业零售额同比下降2.9%。但在行业下滑背景下，TOP3品牌年累零售额却同比增加，海尔冰箱同比增幅1.5%，容声冰箱同比增幅0.6%，美的冰箱同比增幅4.3%，发行人的零售额行业排名遥遥领先。

（3）洗衣机行业

经过多年发展，当前中国洗衣机市场品牌呈高度集中的特点，行业主流品牌主要有海尔、小天鹅、荣事达、松下等。前十位公司占据行业80%以上的市场份额。其中，海尔份额一直高居行业首位，截至2018年末，国内洗衣机市场零售规模达到3689万台，716亿元，分别同比增长0.6%、4.7%。其中，海尔洗衣机占市场零售量份额高达27.5%，美的则通过对小天鹅、荣事达的整合，生产规模 and 市场份额已经仅次于海尔，跃居洗衣机行业第二，包括小天鹅在内的美的洗衣机占市场零售量份额为27%。海尔、美的两大国产洗衣机占市场份额比重高达54.5%，国内洗衣机市场基本上形成了海尔系、美的系主导的格局。其余市场份额主要被三洋、松下、西门子、LG、三星、海信等品牌占据。国内洗衣机市场基本进入寡头竞争市场阶段。

截至2019年末，根据中怡康的数据统计，洗衣机市场零售额达3844万台，同比增长4.2%，销售额711亿元，同比下降0.6%，整体市场相对平稳。海尔、美的系（含小天鹅）、西门子、洗衣机产品的零售量占比分别为42.9%、16.1%、8.9%，发行人的产品销量排名洗衣机行业第二位。

2.小家电

小家电细分化特征显著，品类选择多，大品牌集中度明显，类似于美的、九阳、苏泊尔等大企业，技术优势和科研优势较强，在细分品类下市场占有率高。受益于品类扩张（主要是西式厨房小家电、家居小家电等）和消费升级（主要是豆浆机、电饭煲、电水壶、电磁炉和电压力锅等传统厨房小家电），我国小家电市场规模（不含热水器）由 2014 年的 1438 亿增至 2018 年的 2389 亿，年复合增速 13.5%。小家电市场增长空间广阔。从整体看，当前我国城镇/农村小家电保有量分别为 10 件/户、5 件/户，而美日保有量均值在 22 件/户，我国小家电居民保有量提升空间很大。从新品类看，我国料理机、咖啡机、烤箱、吸尘器等新兴品类的居民保有量提升空间更大。预计未来几年，伴随传统品类持续升级和新品类扩张，成长空间广阔的小家电市场将维持 10%以上的增速。预计到 2020 年中国小家电行业市场规模将达到 4600 亿元。美的集团是国内小家电产品系列最全的小家电群生产商。美的集团在国内小家电行业的主要竞争对手包括青岛海尔、苏泊尔、九阳股份及广东格兰仕集团有限公司等，公司小家电产品在国内行业内排名前列，2019 年，电饭煲、电磁炉、电水壶、电压力锅线上和线下市场占有率均第一名，微波炉线上市场占有率第一名和线下市场占有率第二名，洗碗机市场占有率第三名，灶具和油烟机市场占有率第四名；从国际市场来看，三星、飞利浦、松下、SEB 等国外厂商仍然占据着小家电高端产品市场大部分份额。在这种情况下，中国小家电企业更重视品牌对销售的拉动作用，以品质树立品牌，以品牌抢占市场。近年来，美的、海尔在国内市场方面的优异表现充分证明了品牌的拉动作用。

3. 机器人及工业自动化行业

机器人产业作为衡量一个国家科技创新和高端制造业水平的重要标志，已经被许多国家上升为国家战略。近年来，随着全球新一轮科技和产业革命的蓬勃发展，我国机器人产业发展势头迅猛，产业规模与市场空间不断扩大，国产工业机器人结构持续调整，逐渐走向成熟。具体来看，国产工业机器人占比在 3C 电子制造、汽车制造、金属加工三大领域均有所提升；全球服务机器人市场规模保持快速增长，我国服务机器人发展增速高于全球增速；机器人关键技术与国外存有差距，核心零部件仍依赖进口，在核心技术研发、价值链分工、人才培养等领域面临瓶颈制约，应鼓励技术积累，政策向技术创新倾斜。目前，全球工业机器人销量稳步增长，亚洲市场依然最具潜力。其中，我国工业机器人市场保持向好发展，约占全球市场份额三分之一，是全球第一大工业机器人应用市场。2019 年，中国机器人市场规模持续增长，达 588.7 亿元，增长率为 9.8%，预计到 2022 年，市场规模将达到 991.9 亿元，2020-2022 三年复合增长率为 19.0%。其中，中国服务机器人市场规模为 206.5 亿元，占整体机器人市场规模的 35.1%，工业机器人市场规模为 382.2 亿元，占比为 64.9%。

近年来，随着我国人口老龄化趋势加快，居民对医疗、教育的需求持续旺盛，我国服务机器人快速发展，智能水平快速提升，与国际领先水平基本并跑，颇具成长空间。2019年，服务机器人市场需求不断扩大，市场规模呈现上升趋势，达到206.5亿元，市场保持高速增长，预计到2022年，服务机器人市场规模将达到439.6亿元。未来三年，中国服务机器人市场将保持较快增长，市场规模及占比也将不断增加，2022年，中国服务机器人市场份额将达到44.3%。

根据IFR的统计数据，2017年中、日、韩、美、德等五个国家工业机器人销量约占全球工业机器人总销量的70%以上，其中，中、日、韩三国占全球总销量的58%。中国自2013年以来已经连续五年成为全球最大的工业机器人销售市场，并且保持着高速增长的态势。2019年，工业机器人市场规模受下游汽车、电子电气等行业景气度下滑的影响，增速较上年放缓，呈现下降趋势，但总体市场规模仍然呈现稳定上升趋势，达382.2亿元，预计到2022年，工业机器人市场规模将进一步增长，达到552.3亿元。未来三年，工业机器人行业应用结构的总体格局基本保持不变，到2022年，汽车及零部件、电子电气仍然占据最大比重，随着制造业转型升级进程的不断加速，将为金属加工、食品医疗、仓储物流等应用行业带来更大的市场空间。

十三、发行人在行业中的地位和竞争优势

（一）发行人在行业中的地位

通过多年的经营积累，发行人已经发展成为中国家电品类最齐全，产业链最完整并在全球具有影响力的家电龙头企业之一，集团在国内建有17个生产基地，辐射华南、华东、华中、西南、华北五大区域；在越南、白俄罗斯、埃及、巴西、阿根廷、印度建有17个海外生产基地，公司主要家电产品产能、产量及销量均稳居国内外前列。

据2019《财富》世界500强榜单，美的集团排名第312位，自2016年上榜以来提升169位，《财富》中国500强榜单，美的集团排名第36位，连续5年蝉联同行业第一；2019中国企业信用发展论坛暨第十届诚信公益盛典发布的2018年度中国企业信用500强、中国制造业企业信用100强、中国民营企业信用100强以及中国上市公司信用500强中，美的均名列前茅；据“BrandZ™2019 最具价值中国品牌100强”排行榜，美的在众多品牌中排行第33位，品牌价值上涨20%；据英国品牌评估机构Brand Finance发布的2019年“全球最具价值品牌500强”和“全球100个最有价值的科技品牌榜”，美的分别位列138名和第27位，领先国内同行业其他品牌。美的获取标普、惠誉、穆迪三大国际信用评级，评级结果在全球同行以及国内民营企业中均处于领先地位。

（二）发行人在行业中的竞争优势

1. 产业链和品牌优势

发行人以行业领先的压缩机、电控、磁控管等核心部件研发制造技术为支撑，结合强大的物流及服务能力，形成了包括关键部件与整机研发、制造和销售为一体的完整产业链。公司是国内家喻户晓的领先家电及暖通空调系统品牌，各主要产品品类均居行业领导地位，一方面让公司能够提供全面且具竞争力的产品组合，另一方面也为公司在品牌效应、规模议价、用户需求挖掘及研发投入多方面实现内部协同效应。面向家电智能化发展趋势，家电间的兼容、配合及互动变得越发重要，拥有全品类的家电产品线的美的在构建统一、兼容的智慧家居平台，向用户提供一体化的家庭解决方案方面已具备领先优势。

2. 技术研发优势

发行人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的全球一流研发技术投入及实力，过去 5 年研发投入接近 400 亿元，2019 年研发投入超过 100 亿元，包括中国在内的 11 个国家设有 28 个研究中心，逐步形成“4+2”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为核心，并已筹建上海全球创新园区；海外以美国研发中心、德国研发中心、日本研发中心、意大利米兰设计中心为主，发挥区域优势，整合全球研发资源，优化全球研发布局。公司研发人员现已超过 10,000 人，外籍资深专家超过 500 人，在强化全球研发布局的同时，既与 MIT、UC Berkeley、UIUC、Stanford、Purdue University、University of Maryland, The University of Sheffield、Polytechnic University of Milan、清华大学、上海交通大学、浙江大学、中国科学院、哈尔滨工业大学、西安交通大学、华中科技大学、华南理工大学等国内外顶级科研机构开展合作，建立联合实验室，共同深化技术创新；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。公司关注与聚焦技术创新、用户创新、产品创新、设计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。

3. 全球资源配置优势

一系列全球资源并购整合及新产业拓展的有效完成，进一步奠定了发行人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。公司海外销售占总销售 40%以上，美的产品已出口至全球超过 200 个国家及地区，拥有 17 个海外生产基地及 24 个销售运营机构。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。

4. 渠道网络优势

多年发展与布局，发行人已形成了全方位、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，同时公司产品优势、产品优势、线下渠道优势及物流布局优势，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。2019 年，美的全网销售规模近 700 亿元，同比增幅达到 30%以上，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。

公司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。基于遍布全国的上百个城市配送中心，聚焦资源投入城市配送领域，依托自主研发的信息技术系统和全面布局的配送网络，实现全国区县乡镇无盲点全程可视化直配，24 小时内可送达 19,692 个乡镇，占乡镇总数的 46%，48 小时内可送达 35944 个乡镇，全国乡镇 48 小时配送覆盖率可达 85%左右。同时，安得智联还与美的售后服务网点深度整合，实现送货安装一体化，有效改善了售后服务环节的客户体验。。

5. 管理制度优势

公司关注治理架构、企业管控和集权、分权体系的建设，已形成了成熟的职业经理人管理体制。事业部制运作多年，其充分放权和以业绩为导向的考评与激励制度，成为了公司职业经理人的锻炼与成长平台。公司的主要高层经营管理团队，均为在美的经营实践中培养的职业经理人，在美的各单位平均工作年限达 15 年以上，具备丰富的行业经验和管理经验，对全球及中国家电产业有深刻的理解，对产业运营环境及企业运营管理有精准的把握，公司的机制优势奠定了美的全价值链高效卓越运营的能力与未来稳定持续发展的坚实基础。

面对不同层级的公司核心管理及技术团队，公司已推出六期股票期权激励计划，三期限限制性股票激励计划，五期全球合伙人持股计划及两期事业合伙人持股计划，搭建了经营管理层、核心骨干与全体股东利益一致的股权架构及长、短期激励与约束相统一的激励机制。

6. 信息化优势

发行人围绕用户体验提出全面数字化、全面智能化的战略方向，一方面运用数字技术改造全价值链，与业务深度融合，力争成为数字化标杆企业；另一方面，前瞻性布局规划以智能化技术、产品和场景为核心的全新产品、服务和业务模式，在竞争中赶超互联网企业。美的持续对人工智能、芯片、传感器、大数据、云计算等新兴技术领域进行投入与研究，拥有家电行业规模最大的人工智能团队，致力于以大数据和 AI 为驱动，赋予产品、机器、流程、系统以感知、认知、理解和决策的能力，最大限度消除人机交互的阻隔，打造以“没有交互”为目标的智能家电产品。围绕“人和家庭”进行 IoT 全价值链建设，在包括用户数据美的集团股份有限公司保护、智能场景内容运营、智能连接技术开发、智能家居生态建设、云平台搭建、智能语音功能与大数据云管家服务实现等领域的全面突破，在为用户提供完整的智能家居生活解决方案的同时，也可实现对生态合作伙伴赋能。

借助多年的“一个美的、一个体系、一个标准”的数字化转型实践，美的已经成功实现了以软件、数据驱动的全价值链运营，完整地覆盖了研发能力、订单预定、计划能力、柔性制造、采购能力、品质跟踪、物流能力、客服安装等全价值链的各个环节，实现了端到端的协同拉通。在该平台之上，C2M 柔性制造、研发平台化/模块化、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为现实。美的工业互联网平台“M.IoT”成为国内首家集自主工业知识、软件、硬件于一体的完整工业互联网平台供应商，重点打造数据采集与监控系统平台（SCADA）、工业云平台、工业大数据平台和工业软件服务（SaaS），将客户定制 C2M、供应协同、解决方案等服务标准化、平台化、云化，目前已构建超过 20 款的平台产品。美的工业互联网平台解决方案不仅已用于美的全球多个基地与各类产品，还向超过 200 家的不同行业客户输出产品与服务，美的工业互联网已具备坚实基础。

第六章 本公司财务状况

重要提示：投资者在阅读以下财务信息时，应当参阅本公司完整的财务报表以及本募集说明书其他部分对于发行人财务数据和指标的解释。

本章节中，财务数据部分计算结果与各数直接加减后的尾数上有差异，这些差异是由四舍五入造成的。

一、财务概况

本部分内容所涉及公司2017年度至2019年度的财务数据均来源于相应年度经审计的合并及母公司财务报表。此外，2020年一季度财务数据来源于未经审计的合并及母公司财务报表。

（一）财务报告执行的会计政策

公司合并及母公司2017年度、2018年度、2019年度审计报告及2020年一季度财务报表均按照财政部于2006年2月15日及以后期间颁布的《企业会计准则——基本准则》、各项具体会计准则及相关规定、以及中国证监会《公开发行证券的公司信息披露编报规则第15号——财务报告的一般规定》的披露规定编制。

（二）重要会计估计和判断以及重要会计政策变更

1. 2017年的重要会计估计和判断以及重要会计政策变更

1) 重要会计估计和判断:

发行人根据历史经验和其他因素，包括对未来事项的合理预期，对所采用的重要会计估计和关键判断进行持续的评价。下列重要会计估计及关键假设存在会导致下一会计年度资产和负债的账面价值出现重大调整的重要风险:

①与收购业务相关的可辨认资产公允价值评估及商誉确认

非同一控制的企业合并下，发行人发生的合并成本及在合并中取得的可辨认净资产按购买日的公允价值计量，同时需要将合并成本在合并中取得的按购买日公允价值计量的可辨认资产及负债中进行分摊。合并成本大于合并中取得的被购买方于购买日可辨认净资产公允价值份额的差额，确认为商誉。评估可辨认资产和负债的公允价值涉及管理层的重大估计和判断，尤其是识别无形资产并评估其公允价值，从而影响商誉的确认。评估无形资产公允价值时所采用的关键假设，包括收入增长率、税息折旧及摊销前利润盈利率、贡献资产贡献率、特许权费率、

识别的无形资产剩余可使用年限及折现率等。

②商誉减值准备

发行人每年对商誉进行减值测试。包含分摊的商誉的资产组和资产组组合的可收回金额按照公允价值减去处置费用后的净额与使用价值两者之间的较高者确定。对可回收金额的计算需要采用会计估计。管理层在对商誉进行减值测试，以持续使用为基础的预计未来现金流量的现值来确定包含商誉的资产组的可收回金额时，采用的关键假设包括预计收入增长率、税息折旧及摊销前利润盈利率、永续年增长率及折现率等，涉及重大的会计估计与判断。

③所得税

发行人在多个地区缴纳企业所得税。在正常的经营活动中，很多交易和事项的最终税务处理都存在不确定性。在计提各个地区的所得税费用时，发行人需要作出重大判断。如果这些税务事项的最终认定结果与最初入账的金额存在差异，该差异将对作出上述最终认定期间的所得税费用和递延所得税的金额产生影响。

2) 重要会计政策变更

财政部于2017年颁布了《企业会计准则第42号——持有待售的非流动资产、处置组和终止经营》、修订后的《企业会计准则第16号——政府补助》和《关于修订印发一般企业财务报表格式的通知》(财会〔2017〕30号)，发行人已采用上述准则和通知编制2017年度财务报表，对发行人财务报表的影响列示如下：

表6-1 2017年度重要会计政策变更影响表

会计政策变更的内容和原因	受影响的报表项目名称
本集团将 2017 年度获得的增值税返还计入其他收益项目。2016 年度的比较财务报表未重列	不适用
本集团将 2017 年度发生的与收益相关的政府补助直接冲减相关成本费用或损失。2016 年度的比较财务报表未重列	不适用
本集团将 2017 年度处置固定资产和无形资产产生的利得和损失计入资产处置收益项目。2016 年度的比较财务报表已相应调整	资产处置收益 营业外收入 营业外支出

2. 2018年的重要会计估计和判断以及重要会计政策变更

1) 重要会计估计和判断

发行人根据历史经验和其他因素，包括对未来事项的合理预期，对所采用的

重要会计估计和关键判断进行持续的评价。下列重要会计估计及关键假设存在会导致下一会计年度资产和负债的账面价值出现重大调整的重要风险：

①商誉减值准备

发行人每年对商誉进行减值测试。包含分摊的商誉的资产组和资产组组合的可收回金额按照公允价值减去处置费用后的净额与使用价值两者之间的较高者确定。对可回收金额的计算需要采用会计估计。管理层在对商誉进行减值测试，以持续使用为基础的预计未来现金流量的现值来确定包含商誉的资产组的可收回金额时，采用的关键假设包括预计收入增长率、税息折旧及摊销前利润盈利率、永续年增长率及折现率等，涉及重大的会计估计与判断。

②所得税

发行人在多个地区缴纳企业所得税。在正常的经营活动中，很多交易和事项的最终税务处理都存在不确定性。在计提各个地区的所得税费用时，发行人需要作出重大判断。如果这些税务事项的最终认定结果与最初入账的金额存在差异，该差异将对作出上述最终认定期间的所得税费用和递延所得税的金额产生影响。

2) 重要会计政策变更

财政部于2018年颁布了《财政部关于修订印发2018年度一般企业财务报表格式的通知》(财会[2018]15号)及其解读，发行人已按照上述通知编制2018年度的财务报表，比较财务报表已相应调整，对财务报表的影响列示如下：

表6-2 2018年度重要会计政策变更对合并资产负债表及利润表的影响表

会计政策变更的内容和原因	受影响的报表项目名称
发行人将应收票据和应收账款合并计入应收票据及应收账款项目	应收账款 应收票据 应收票据及应收账款
发行人将应收利息计入其他应收款项目	其他流动资产 其他应收款
发行人将应付票据和应付账款合并计入应付票据及应付账款项目	应付账款 应付票据 应付票据及应付账款
发行人将应付利息、应付股利和其他应付款合并计入其他应付款项目	应付利息 应付股利 其他应付款
发行人将长期应付款和专项应付款合并计入长期	专项应付款

应付款项目	长期应付款
发行人将原计入管理费用项目的研发费用单独列示为研发费用项目	研发费用 管理费用

3.2019年的重要会计估计和判断以及重要会计政策变更

1) 重要会计估计和判断

发行人根据历史经验和其他因素，包括对未来事项的合理预期，对所采用的重要会计估计和关键判断进行持续的评价。下列重要会计估计及关键假设存在会导致下一会计年度资产和负债的账面价值出现重大调整的重要风险：

①商誉减值准备

本集团每年对商誉进行减值测试。包含分摊的商誉的资产组和资产组组合的可收回金额按照公允价值减去处置费用后的净额与使用价值两者之间的较高者确定。对可回收金额的计算需要采用会计估计。管理层在对商誉进行减值测试，以持续使用为基础的预计未来现金流量的现值来确定包含商誉的资产组的可收回金额时，采用的关键假设包括预计收入增长率、税息折旧及摊销前利润盈利率、永续年增长率及折现率等，涉及重大的会计估计与判断。

②所得税

本集团在多个地区缴纳企业所得税。在正常的经营活动中，很多交易和事项的最终税务处理都存在不确定性。在计提各个地区的所得税费用时，本集团需要作出重大判断。如果这些税务事项的最终认定结果与最初入账的金额存在差异，该差异将对作出上述最终认定期间的所得税费用和递延所得税的金额产生影响。

2) 重要会计政策变更

财政部于2017年颁布了修订后的《企业会计准则第22号——金融工具确认和计量》、《企业会计准则第23号——金融资产转移》、《企业会计准则第24号——套期保值》及《企业会计准则第37号——金融工具列报》等(以下合称“新金融工具准则”)，并于2019年颁布了《关于修订印发2019年度一般企业财务报表格式的通知》(财会[2019]6号)(以下简称“修订企业财务报表格式通知”)及修订后的《企业会计准则第7号——非货币性资产交换》(以下简称“非货币性资产交换准则”)和《企业会计准则第12号——债务重组》(以下简称“债务重组准则”)，发行人已采用上述准则和通知编制2019年度财务报表。修订后非货币性资产交换准则及债务重组准则对发行人无显著影响，其他修订对发行人报表的影响列示如下：

①根据修订企业财务报表格式通知的修改，对发行人合并资产负债表的影响如下：

表6-3 2019年度重要会计政策变更对合并资产负债表的影响表1

会计政策变更的内容和原因	受影响的报表项目名称
本集团将应收票据及应收账款项目分拆为应收账款项目和应收票据项目。	应收账款 应收票据 应收票据及应收账款
本集团将应付票据及应付账款项目分拆为应付账款项目和应付票据项目。	应付账款 应付票据 应付票据及应付账款

②根据新金融工具准则的相关规定，于2019年1月1日，发行人合并财务报表中金融资产按照原金融工具准则和新金融工具准则的规定进行列报和计量的结果对比表如下：

表6-4 2019年度重要会计政策变更对合并资产负债表的影响表2

原金融工具准则		新金融工具准则	
项目	计量类别	项目	计量类别
应收票据	摊余成本	应收票据	摊余成本
		应收款项融资	以公允价值计量且其变动计入其他综合收益
应收账款	摊余成本	应收账款	摊余成本
		应收款项融资	以公允价值计量且其变动计入其他综合收益
其他应收款	摊余成本	其他应收款	摊余成本
		交易性金融资产	以公允价值计量且其变动计入当期损益
其他流动资产	以公允价值计量且其变动计入其他综合收益(套期工具)	其他流动资产	以公允价值计量且其变动计入其他综合收益
	以公允价值计量且其变动计入其他综合收益(理财产品)	交易性金融资产	以公允价值计量且其变动计入当期损益
	摊余成本(结构性存款)	其他流动资产	摊余成本
衍生金融资产	以公允价值计量且其变动计入当期损益	衍生金融资产	以公允价值计量且其变动计入当期损益
发放贷款及垫款	摊余成本	发放贷款及垫款	摊余成本
长期应收款	摊余成本	长期应收款	摊余成本
可供出售金融资产	以公允价值计量且其变动计入其他综合收益(权益工具)	交易性金融资产	以公允价值计量且其变动计入当期损益
		其他非流动金融资产	以公允价值计量且其变动计入当期损益

	以成本计量（权益工具）	其他非流动金融资产	以公允价值计量且其变动计入当期损益
--	-------------	-----------	-------------------

表6-5 2019年度重要会计政策变更对母公司报表的影响表

原金融工具准则		新金融工具准则	
项目	计量类别	项目	计量类别
其他流动资产	以公允价值计量且其变动计入其他综合收益（理财产品）	交易性金融资产	以公允价值计量且其变动计入当期损益
可供出售金融资产	以成本计量（权益工具）	其他非流动资产	以公允价值计量且其变动计入当期损益

4.2020年一季度的重要会计估计和判断以及重要会计政策变更

1) 会计政策变更原因及内容

根据财政部2017年发布的《关于修订印发〈企业会计准则第14号—收入〉的通知》（财会[2017]22号）的规定和要求，自2020年1月1日起执行修订后的《企业会计准则第14号—收入》，公司原采用的相关会计政策需要进行相应调整。将现行收入和建造合同两项准则纳入统一的收入确认模型；以控制权转移替代风险报酬转移作为收入确认时点的判断标准；对于包含多重交易安排的合同的会计处理提供更明确的指引；对于某些特定交易（或事项）的收入确认和计量给出了明确规定。

2) 变更实行日期

公司自2020年1月1日起执行新收入准则。

3) 本次会计政策变更对公司的影响

根据新旧准则衔接规定，公司自2020年1月1日起按新收入准则要求编制会计报表，不追溯调整2019年度可比数，不影响公司2019年度相关财务指标。本次会计政策变更不会对公司财务状况、经营成果和现金流量产生重大影响。

（三）财务报告的审计情况

普华永道中天会计师事务所（特殊普通合伙）对公司2017年度至2019年度的公司合并及母公司财务报表进行审计，并出具编号为普华永道中天审字（2018）第10017号、普华永道中天审字（2019）第10017号审计报告和普华永道中天审字（2020）第10017号，均为标准无保留意见的审计报告。发行人2020年一季度合并及母公司财务报表未经审计。本募集说明书所用数据，除下年度审计报告对上年度

数据进行了调整则以下年度审计报告为准或另有说明外，均为各期审计报告期末数。

(四) 合并报表范围的变化情况

1.2017年公司合并报表范围情况

本公司下属子公司较多，此处仅披露重要子公司情况。本公司将营业收入占本公司合并财务报表营业收入2%以上（含2%）的子公司及集团重要的投融资企业认定为重要子公司：

表6-6 2017年度纳入合并范围子公司明细表

序号	名称	合并原因
1	广东美的制冷设备有限公司	本公司控股子公司或控股子公司的子公司，并对其财务和经营决策具有实质控制权
2	广东美的集团芜湖制冷设备有限公司	
3	美的集团武汉制冷设备有限公司	
4	芜湖美智空调设备有限公司	
5	广州华凌空调设备有限公司	
6	广东美的暖通设备有限公司	
7	广东美芝制冷设备有限公司	
8	浙江美芝压缩机有限公司	
9	合肥美的电冰箱有限公司	
10	宁波美的联合物资供应有限公司	
11	广东美的厨房电器制造有限公司	
12	佛山市顺德区美的电热电器制造有限公司	
13	无锡小天鹅股份有限公司	
14	芜湖威灵电机销售有限公司	
15	美的电器(新加坡)贸易有限公司	
16	美的集团财务有限公司	
17	美的小额贷款股份有限公司	
18	深圳前海美的资产管理有限公司	
19	Mecca International (BVI) Limited	
20	美的国际控股有限公司	
21	美的投资发展公司	
22	Midea Electric Netherlands (I) B.V.	
23	Springer Carrier Ltda.	
24	Toshiba Consumer Marketing Corporation	
25	TLSC	
26	KUKA	

2.2018年公司合并报表范围情况

2018年公司新纳入合并范围的子公司7家，不再纳入合并范围的子公司4家，具体情况如下：

表6-7 2018年度纳入合并范围变化情况

序号	公司名称	变更内容	原因
1	Miraco International Trading Company	新增合并	收购股权
2	IRT SA Neuchatel Switzeland	新增合并	收购股权
3	Mor-Tech Manufacturing Inc.	新增合并	收购股权
4	Mor-Tech Design Inc.	新增合并	收购股权
5	Midea Home Appliances UK Ltd	新增合并	设立
6	上海科慕电器有限公司	新增合并	设立
7	广东威灵汽车部件有限公司	新增合并	设立
8	武汉美的材料供应有限公司	合并范围减少	注销
9	常州安得物流有限公司	合并范围减少	注销
10	潍坊安得物流有限公司	合并范围减少	注销
11	Clivet Aircon Limited	合并范围减少	注销

3.2019 年公司合并报表范围情况

2019年公司新纳入合并范围的子公司7家，不再纳入合并范围的子公司4家，具体情况如下：

表6-8 2018年度纳入合并范围变化情况

序号	公司名称	变更内容	原因
1	Midea Electrics Egypt	新增合并	设立
2	安徽威灵汽车部件有限公司	新增合并	设立
3	无锡小天鹅电器有限公司	新增合并	设立
4	广东粤云工业互联网创新科技有限公司	新增合并	设立
5	广东瑞仕格科技有限公司	新增合并	设立
6	Midea Refrigeration Equipment (Thailand) Co., Ltd.	新增合并	设立
7	天津美的商业保理有限公司	新增合并	设立
8	主力电器（贵阳）有限公司	合并范围减少	注销
9	芜湖美的的家用电器咨询服务有限公司	合并范围减少	注销
10	深圳前海美的的资产管理有限公司	合并范围减少	注销
11	美的金融控股（深圳）有限公司	合并范围减少	注销

4.2020 年一季度会计报表合并范围较 2019 年度变化情况

2020年一季度公司新纳入合并范围的子公司2家，不再纳入合并范围的子公司1家，具体情况如下：

表 6-9 2020 年一季度会计报表合并范围较 2019 年度变化情况表

序号	公司名称	变更内容	原因
1	美的集团（上海）有限公司	新增合并	设立
2	重庆美的商业保理有限公司	新增合并	设立
3	芜湖美的洗涤电器商贸有限公司	合并范围减少	注销

(四) 2017-2019 年及 2020 年 1-3 月财务数据

1. 2017-2019 年及 2020 年 1-3 月末公司合并资产负债表、利润表及现金流量表

表 6-10 2017-2019 年及 2020 年 3 月末合并资产负债表

单位：万元

项目	2017 年末	2018 年末	2019 年末	2020 年 3 月末
一、资产总额	24,810,685.8	26,370,114.8	30,195,541.9	30,166,858.4
1、流动资产	16,981,067.6	18,268,943.8	21,648,269.2	21,584,393.6
货币资金	4,827,420.0	2,788,828.0	7,091,684.1	7,851,485.6
交易性金融资产	0.0	0.0	108,735.1	123,097.2
衍生金融资产	35,332.7	22,019.7	19,741.2	16,810.9
应收票据	1,085,422.6	1,255,629.4	476,852.0	182,132.4
应收账款	1,752,871.7	1,939,017.4	1,866,381.9	2,065,208.5
应收款项融资	0.0	0.0	756,577.6	310,111.9
预付款项	167,224.8	221,588.8	224,617.7	278,441.3
合同资产	0.0	0.0	0.0	426,115.5
发放贷款及垫款	1,217,895.3	1,132,839.2	1,086,939.6	1,138,029.0
其他应收款	265,756.8	297,136.8	271,297.4	306,972.2
存货	2,944,416.6	2,964,501.8	3,244,339.9	2,435,854.7
其他流动资产	4,684,727.1	7,647,382.7	6,501,102.7	6,450,134.4
2、非流动资产	7,829,618.2	8,101,171.0	8,547,272.7	8,582,464.8
可供出售金融资产	183,105.1	190,687.8	0.0	0.0
长期应收款	36,224.8	3,481.5	120,807.9	117,611.5
发放贷款及垫款	0.0	0.0	79,010.1	66,380.0
长期股权投资	263,369.8	271,331.6	279,080.6	284,706.6
其他非流动金融资产	0.0	0.0	175,010.7	215,808.4
投资性房地产	42,080.2	39,176.5	39,933.5	39,113.4
固定资产	2,260,072.4	2,243,721.2	2,166,468.2	2,139,465.3
在建工程	87,957.6	207,762.1	119,465.0	132,940.5

项目	2017 年末	2018 年末	2019 年末	2020 年 3 月末
无形资产	1,516,703.6	1,618,667.5	1,548,417.9	1,535,868.2
商誉	2,890,378.5	2,910,039.0	2,820,706.5	2,815,170.4
长期待摊费用	85,910.6	119,137.3	126,712.7	123,780.7
递延所得税资产	402,333.4	442,131.3	576,899.3	585,178.9
其他非流动资产	61,482.2	55,035.2	494,760.3	526,440.9
二、负债总额	16,518,168.7	17,124,663.1	19,445,932.2	19,008,702.2
1、流动负债	11,909,185.7	13,023,108.8	14,431,848.4	14,024,282.2
短期借款	258,410.2	87,039.0	570,183.8	699,800.3
向中央银行借款	0.0	9,975.4	0.0	0.0
吸收存款及同业存放	10,892.6	4,438.6	6,247.7	7,169.7
衍生金融负债	9,043.2	75,629.9	2,710.0	11,308.4
应付票据	2,520,778.5	2,332,511.5	2,389,160.0	2,311,267.4
应付账款	3,514,477.7	3,690,162.6	4,253,577.7	4,465,996.2
预收款项	1,740,906.3	1,678,166.6	1,623,185.4	0.0
合同负债	0.0	0.0	0.0	1,354,723.8
应付职工薪酬	524,750.0	578,800.4	643,610.9	428,074.0
应交税费	354,415.4	387,529.8	509,626.7	419,524.4
应付利息	9,480.1	0.0	0.0	0.0
应付股利	9,531.7	0.0	0.0	0.0
其他应付款	317,040.5	334,612.9	380,056.8	355,473.0
一年内到期的非流动负债	13,660.5	712,271.2	146,011.7	145,474.5
其他流动负债	2,625,799.0	3,131,970.9	3,907,477.7	3,825,470.5
2、非流动负债	4,608,983.0	4,101,554.3	5,014,083.8	4,984,420.0
长期借款	3,298,632.5	3,209,143.9	4,129,837.7	4,136,898.8
应付债券	455,305.4	0.0	0.0	0.0
长期应付款	24,803.6	8,889.0	3,364.6	2,096.7
专项应付款	250.0	0.0	0.0	0.0
预计负债	33,073.6	26,888.7	35,326.9	34,885.7
递延收益	53,644.3	64,758.3	61,715.5	62,374.6
长期应付职工薪酬	246,585.4	248,031.8	241,856.3	236,837.8
递延所得税负债	397,282.3	442,207.4	455,600.2	429,199.2
其他非流动负债	99,405.9	101,635.2	86,382.6	82,127.2
三、所有者权益	8,292,517.1	9,245,451.7	10,749,609.7	11,158,156.2
股本	656,105.3	666,303.1	697,190.0	699,946.7

项目	2017 年末	2018 年末	2019 年末	2020 年 3 月末
资本公积	1,591,150.4	1,845,130.7	1,964,031.3	2,039,989.9
减：库存股	-36,684.2	-491,842.7	-375,973.2	-444,251.5
其他综合收益	-24,469.2	-133,215.3	-71,155.4	-129,498.3
一般风险准备	36,694.7	36,694.7	36,694.7	36,694.7
盈余公积	388,223.2	507,909.6	644,765.8	644,765.8
未分配利润	4,762,723.5	5,876,231.5	7,271,363.1	7,752,836.8
归属于母公司股东权益合计	7,373,743.7	8,307,211.6	10,166,916.3	10,600,484.1
少数股东权益	918,773.4	938,240.1	582,693.4	557,672.1

表6-11 2017-2019年及2020年1-3月合并利润表

单位：万元

项目	2017 年度	2018 年度	2019 年度	2020 年 1-3 月
一、营业总收入	24,191,889.6	26,181,963.5	27,938,050.6	5,835,591.5
其中：营业收入	24,071,230.1	25,966,482.0	27,821,601.7	5,801,303.1
利息收入	120,658.2	215,439.2	116,318.0	34,278.6
手续费及佣金收入	1.3	42.3	130.9	9.8
减：营业成本	-18,046,055.2	-18,816,455.7	-19,791,392.8	-4,342,830.0
利息支出	-25,092.5	-18,949.0	-12,261.8	-5,302.3
手续费及佣金支出	-271.7	-321.4	-1,163.3	-197.6
税金及附加	-141,642.8	-161,756.6	-172,061.6	-28,113.8
销售费用	-2,673,867.3	-3,108,587.9	-3,461,123.1	-565,699.3
管理费用	-1,478,023.6	-957,163.9	-953,136.1	-200,852.1
研发费用	-	-837,720.1	-963,813.7	-207,767.1
财务收入/(费用)	-81,594.9	182,304.0	223,163.6	26,739.7
其中：利息费用	-96,720.8	-70,399.1	-88,070.3	-27,214.2
其中：利息收入	114,383.7	215,586.2	380,713.6	77,892.3
资产减值(损失)/转回	-26,911.2	-44,786.4	-87,190.9	143.0
加：公允价值变动收益/(损失)	-2,504.5	-81,045.0	136,116.3	2,057.0
投资收益	183,022.1	90,732.6	16,413.2	40,970.9
其中：对联营企业和合营企业的投资收益	31,001.6	34,932.1	50,622.5	13,758.8
其中：以摊余成本计量的金融资产终止确认损益	0.0	0.0	-70.9	0.0
资产处置收益/(损失)	132,725.1	-3,493.4	-13,113.1	384.1

项目	2017 年度	2018 年度	2019 年度	2020 年 1-3 月
信用减值损失	0.0	0.0	-9,644.6	-13,181.3
其他收益	131,112.3	131,690.4	119,466.5	8,181.8
二、营业利润	2,162,785.4	2,556,411.1	2,968,309.2	550,124.5
加：营业外收入	46,720.4	43,475.6	61,331.0	4,613.4
减：营业外支出	-24,028.4	-22,580.9	-36,728.8	-1,672.6
三、利润总额	2,185,477.4	2,577,305.8	2,992,911.4	553,065.3
减：所得税费用	-324,358.4	-412,263.9	-465,197.0	-72,026.3
四、净利润	1,861,119.0	2,165,041.9	2,527,714.4	481,039.0
归属母公司所有者净利润	1,728,368.9	2,023,077.9	2,421,122.2	481,097.7
少数股东损益	132,750.1	141,964.0	106,592.2	-58.7

表6-12 2017-2019年及2020年1-3月合并现金流量表

单位：万元

项目	2017 年度	2018 年度	2019 年度	2020 年 1-3 月
一、经营活动产生的现金流量：				
销售商品、提供劳务收到的现金	19,582,033.8	21,123,072.3	23,881,558.9	5,449,354.9
发放贷款及垫款净减少额	0.0	86,420.9	0.0	0.0
吸收存款和同业存放款项净增加额	7,221.8	0.0	1,809.1	922.0
存放中央银行款项净减少额	0.0	70,887.9	69,302.3	2,619.8
向中央银行借款净增加额	0.0	9,975.4	0.0	0.0
收取利息、手续费及佣金的现金	117,547.7	217,466.1	131,592.1	35,696.8
收到的税费返还	547,654.3	570,525.9	627,173.3	148,137.4
收到其他与经营活动有关的现金	477,103.6	555,822.1	500,882.1	77,156.2
经营活动现金流入小计	20,731,561.2	22,634,170.6	25,212,317.8	5,713,887.1
购买商品、接受劳务支付的现金	11,650,804.2	12,736,781.3	13,009,949.7	2,998,670.5
发放贷款及垫款净增加额	193,334.8	0.0	31,885.9	42,070.7
吸收存款和同业存放款项净减少额	0.0	6,454.0	0.0	0.0
存放中央银行款项净增加额	115,804.0	0.0	9,975.4	0.0
支付利息、手续费及佣金的现金	25,365.0	19,876.1	13,425.1	5,573.1
支付给职工以及为职工支付的现金	2,274,054.1	2,470,957.8	2,685,113.9	889,574.2
支付的各项税费	1,113,944.8	1,373,926.2	1,489,751.3	262,158.7
支付其他与经营活动有关的现金	2,913,992.0	3,240,067.2	4,113,176.1	748,980.2
经营活动现金流出小计	18,287,298.9	19,848,062.6	21,353,277.4	4,947,027.4
经营活动产生的现金流量净额	2,444,262.3	2,786,108.0	3,859,040.4	766,859.7
二、投资活动产生的现金流量：				
收回投资收到的现金	8,512,738.2	6,571,162.2	8,485,260.1	2,258,027.5
取得投资收益收到的现金	272,760.3	209,794.8	402,659.0	100,509.7
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	144,110.1	16,407.0	12,541.9	868.3

项目	2017 年度	2018 年度	2019 年度	2020 年 1-3 月
处置子公司及其他营业单位收到的现金净额	0.0	2,440.6	0.0	0.0
投资活动现金流入小计	8,929,608.6	6,799,804.6	8,900,461.0	2,359,405.5
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	321,840.2	561,185.1	345,185.6	88,483.0
投资支付的现金	9,496,712.2	8,071,383.0	10,845,739.8	2,818,353.8
取得子公司及其他营业单位支付的现金净额	2,585,017.0	31,465.3	20,305.7	1,126.1
投资活动现金流出小计	12,403,569.4	8,664,033.4	11,211,231.1	2,907,962.9
投资活动产生的现金流量净额	-3,473,960.8	-1,864,228.8	-2,310,770.1	-548,557.4
三、筹资活动产生的现金流量:				
吸收投资收到的现金	166,820.5	271,336.6	289,791.7	36,192.0
其中: 子公司吸收少数股东投资收到的现金	4,305.2	61,509.2	12,042.7	0.0
取得借款收到的现金	6,216,988.6	252,431.5	1,711,767.7	140,347.8
筹资活动现金流入小计	6,383,809.1	523,768.1	2,001,559.4	176,539.8
偿还债务支付的现金	3,607,425.1	337,849.2	864,387.5	26,035.1
兑付短期融资券支付的现金	0.0	0.0	0.0	0.0
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	790,805.6	930,322.2	1,105,576.9	38,334.4
其中: 子公司支付给少数股东的股利、利润	81,516.4	81,599.8	165,150.4	6,263.1
支付其他与筹资活动有关的现金	20,413.9	594,313.1	358,955.1	82,109.3
筹资活动现金流出小计	4,418,644.6	1,862,484.5	2,328,919.5	146,478.8
筹资活动产生的现金流量净额	1,965,164.5	-1,338,716.4	-327,360.1	30,061.0
四、汇率变动对现金及现金等价物的影响	-3,673.7	28,900.1	28,037.6	5,660.3
五、现金及现金等价物净减少额	931,792.3	-387,937.1	1,248,947.8	254,023.6
加: 年初现金及现金等价物余额	1,251,373.0	2,183,165.3	1,795,228.2	3,044,176.0
六、年末现金及现金等价物余额	2,183,165.3	1,795,228.2	3,044,176.0	3,298,199.6

2、2017-2019年及2020年3月末母公司资产负债表、利润表及现金流量表

表6-13 2017-2019年及2020年3月末母公司资产负债表

单位: 万元

项目	2017 年末	2018 年末	2019 年末	2020 年 3 月末
一、资产总额	9,297,722.6	11,311,887.8	17,338,363.2	18,694,861.3
1、流动资产	6,598,587.1	8,206,197.1	11,336,368.2	12,674,213.4
货币资金	2,934,992.6	1,536,162.6	5,229,105.6	6,153,859.8
存放中央银行款项	0.0	0.0	0.0	0.0
存放同业款项	0.0	0.0	0.0	0.0
衍生金融资产	0.0	0.0	0.0	0.0
应收票据	0.0	0.0	0.0	0.0

项目	2017 年末	2018 年末	2019 年末	2020 年 3 月末
应收账款	0.0	0.0	0.0	0.0
预付款项	2,387.7	5,506.9	3,687.7	9,617.9
发放贷款和垫款	0.0	0.0	0.0	0.0
应收股利	89,704.0	0.0	0.0	0.0
其他应收款	840,356.4	1,159,302.0	1,836,986.5	2,075,043.6
存货	0.0	0.0	0.0	0.0
其他流动资产	2,731,146.4	5,505,225.6	4,266,588.4	4,435,692.1
2、非流动资产	2,699,135.5	3,105,690.7	6,001,995.0	6,020,647.9
可供出售金融资产	5,686.8	5,657.9	0.0	0.0
长期应收款	0.0	0.0	0.0	0.0
长期股权投资	2,454,060.1	2,823,629.5	5,260,585.9	5,278,131.3
其他非流动金融资产	0.0	0.0	48,756.4	48,756.4
投资性房地产	59,720.0	56,095.4	51,882.8	50,815.3
固定资产	124,599.8	105,679.0	87,823.9	83,406.3
在建工程	3,631.3	5,187.2	15,568.1	17,793.6
无形资产	23,115.4	71,245.4	70,083.6	69,685.5
商誉	0.0	0.0	0.0	0.0
长期待摊费用	12,145.2	17,468.4	12,354.8	10,412.7
递延所得税资产	15,206.9	20,270.3	18,988.8	20,872.3
其他非流动资产	970.0	457.6	435,950.7	440,774.5
二、负债总额	5,852,786.3	7,618,755.7	11,387,974.0	12,656,629.9
1、流动负债	5,852,786.3	7,618,755.7	10,982,070.8	12,250,726.7
短期借款	0.0	57,500.0	455,006.4	485,880.8
吸收存款及同业存放	0.0	0.0	0.0	0.0
衍生金融负债	0.0	0.0	0.0	0.0
卖出回购金融资产	0.0	0.0	0.0	0.0
应付票据	0.0	0.0	0.0	0.0
应付账款	0.0	0.0	0.0	0.0
预收款项	0.0	0.0	0.0	0.0
应付职工薪酬	42,780.6	57,363.2	56,686.1	55,852.4
应交税费	4,517.9	28,049.9	105,924.6	68,228.4
应付利息	14,651.3	0.0	0.0	0.0
应付股利	0.0	0.0	0.0	0.0
其他应付款	5,786,753.5	7,471,401.2	10,362,499.8	11,640,188.8
一年内到期的非流动 负债	0.0	0.0	0.0	0.0
其他流动负债	4,083.0	4,441.4	1,953.9	576.3
2、非流动负债	0.0	0.0	405,903.2	405,903.2
长期借款	0.0	0.0	400,000.0	400,000.0
应付债券	0.0	0.0	0.0	0.0
长期应付款	0.0	0.0	0.0	0.0

项目	2017 年末	2018 年末	2019 年末	2020 年 3 月末
专项应付款	0.0	0.0	0.0	0.0
预计负债	0.0	0.0	0.0	0.0
递延收益	0.0	0.0	0.0	0.0
长期应付职工薪酬	0.0	0.0	0.0	0.0
递延所得税负债	0.0	0.0	5,903.2	5,903.2
其他非流动负债	0.0	0.0	0.0	0.0
三、所有者权益	3,444,936.3	3,693,132.1	5,950,389.2	6,038,231.4
股本	656,105.3	666,303.1	697,190.0	699,946.7
资本公积	772,623.7	1,061,538.9	2,659,295.9	2,733,333.5
减：库存股	-36,684.2	-491,842.7	-375,973.2	-444,251.5
其他综合收益	3,345.9	602.0	173.5	173.5
一般风险准备	0.0	0.0	0.0	0.0
盈余公积	388,223.2	507,909.6	644,765.8	644,765.8
未分配利润	1,661,322.4	1,948,621.2	2,324,937.2	2,404,263.4

表6-14 2017-2019年及2020年3月末母公司利润表

单位：万元

项目	2017 年度	2018 年度	2019 年度	2020 年 1-3 月
一、营业收入	156,567.0	176,716.1	176,790.2	38,271.0
减：营业成本	3,881.9	3,963.2	4,582.3	1,069.6
营业税金及附加	2,660.7	4,060.1	3,748.1	1,486.0
销售费用	0.0	0.0	0.0	0.0
管理费用	69,431.4	87,956.3	57,907.2	12,912.6
财务费用	32,800.0	-97,506.2	-197,437.9	-32,162.6
其中：利息费用	75,029.0	75,802.4	140,237.6	39,728.6
其中：利息收入	-40,552.0	-178,025.8	-336,300.3	-71,894.2
资产减值损失	5.0	605.1	0.0	0.0
加：公允价值变动收益（损失以“-”号填列）	0.0	0.0	16,256.5	8,652.9
投资收益（损失以“-”号填列）	1,021,440.3	972,009.4	1,038,446.6	22,206.5
其中：对联营企业和合营企业的投资收益	20,990.8	23,941.8	27,208.9	7,430.0
资产处置收益/（损失）	-9.5	4,561.4	-104.0	0.0
信用减值损失	0.0	0.0	-41.8	-617.9
其他收益	999.6	42,137.7	46,403.4	168.7
二、营业利润	1,070,218.4	1,196,346.1	1,408,951.2	85,375.6
加：营业外收入	196.1	641.9	3,983.2	84.2
减：营业外支出	121.6	412.4	2,274.1	1,262.9

项目	2017 年度	2018 年度	2019 年度	2020 年 1-3 月
三、利润总额	1,070,292.9	1,196,575.6	1,410,660.3	84,196.9
减：所得税费用	-7,470.2	-288.1	42,098.4	5,246.7
四、净利润	1,077,763.1	1,196,863.7	1,368,561.9	78,950.2

表6-15 2017-2019年及2020年3月末母公司现金流量表

单位：万元

项目	2017 年度	2018 年度	2019 年度	2020 年 1-3 月
一、经营活动产生的现金流量：				
销售商品、提供劳务收到的现金	0.0	0.0	0.0	0.0
发放贷款及垫款净减少额	0.0	0.0	0.0	0.0
吸收存款和同业存放款项净增加额	0.0	0.0	0.0	0.0
存放中央银行款项净减少额	0.0	0.0	0.0	0.0
向中央银行借款净增加额	0.0	0.0	0.0	0.0
收取利息、手续费及佣金的现金	0.0	0.0	0.0	0.0
收到的税费返还	0.0	0.0	0.0	0.0
收到其他与经营活动有关的现金	943,205.7	1,924,817.4	3,080,903.6	1,333,622.3
经营活动现金流入小计	943,205.7	1,924,817.4	3,080,903.6	1,333,622.3
购买商品、接受劳务支付的现金	0.0	0.0	0.0	0.0
发放贷款及垫款净增加额	0.0	0.0	0.0	0.0
吸收存款和同业存放款项净减少额	0.0	0.0	0.0	0.0
存放中央银行款项净增加额	0.0	0.0	0.0	0.0
向中央银行借款净减少额	0.0	0.0	0.0	0.0
支付利息、手续费及佣金的现金	0.0	0.0	0.0	0.0
支付给职工以及为职工支付的现金	11,743.6	29,832.3	5,226.9	978.3
支付的各项税费	10,407.3	10,257.5	13,342.1	296.4
支付其他与经营活动有关的现金	27,640.6	298,673.2	681,847.2	282,838.6
经营活动现金流出小计	49,791.5	338,763.0	700,416.2	284,113.3
经营活动产生的现金流量净额	893,414.2	1,586,054.4	2,380,487.4	1,049,509.0
二、投资活动产生的现金流量：				
收回投资收到的现金	4,982,494.0	2,731,523.1	5,692,022.2	2,096,000.0
取得投资收益收到的现金	1,005,458.4	1,107,586.4	1,281,286.9	98,007.9
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	1,204.9	182.5	104.0	0.0
处置子公司及其他营业单位收到的现金净额	0.0	0.0	0.0	0.0
投资活动现金流入小计	5,989,157.3	3,839,292.0	6,973,413.1	2,194,007.9

项目	2017 年度	2018 年度	2019 年度	2020 年 1-3 月
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	24,607.3	71,577.8	18,332.6	4,716.8
投资支付的现金	4,526,452.6	5,959,351.2	8,888,373.7	2,776,000.0
取得子公司及其他营业单位支付的现金净额	0.0	0.0	0.0	0.0
投资活动现金流出小计	4,551,059.9	6,030,929.0	8,906,706.3	2,780,716.8
投资活动产生的现金流量净额	1,438,097.4	-2,191,637.0	-1,933,293.2	-586,708.9
三、筹资活动产生的现金流量:				
吸收投资收到的现金	162,515.3	209,827.3	277,749.0	36,192.0
其中: 子公司吸收少数股东投资收到的现金	0.0	0.0	0.0	0.0
取得借款收到的现金	160,000.0	100,000.0	1,105,956.4	30,874.4
发行短期融资券收到的现金	0.0	0.0	0.0	0.0
筹资活动现金流入小计	322,515.3	309,827.3	1,383,705.4	67,066.4
偿还债务支付的现金	160,000.0	42,500.0	308,450.0	0.0
兑付短期融资券支付的现金	0.0	0.0	0.0	0.0
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	713,664.1	838,524.8	974,029.8	40,022.2
其中: 子公司支付给少数股东的股利、利润	0.0	0.0	0.0	0.0
支付其他与筹资活动有关的现金	0.0	402,880.8	325,748.2	80,205.9
筹资活动现金流出小计	873,664.1	1,283,905.6	1,608,228.0	120,228.1
筹资活动产生的现金流量净额	-551,148.8	-974,078.3	-224,522.6	-53,161.7
四、汇率变动对现金及现金等价物的影响	0.0	0.0	0.0	0.0
五、现金及现金等价物净减少额	1,780,362.8	-1,579,660.9	222,671.6	409,638.4
加: 年初现金及现金等价物余额	817,491.5	2,597,854.3	1,018,193.4	1,240,865.0
六、年末现金及现金等价物余额	2,597,854.3	1,018,193.4	1,240,865.0	1,650,503.4

二、合并财务报表资产、负债及所有者权益结构分析

(一) 资产结构分析

2017-2019 年及 2020 年 3 月末, 公司资产构成情况见下表:

表6-16 资产构成情况表

单位: 万元、%

项目	2017 年		2018 年		2019 年		2020 年 3 月末	
	余额	占比	余额	占比	余额	占比	余额	占比
货币资金	4,827,420.0	19.46	2,788,828.0	10.58	7,091,684.1	23.49	7,851,485.6	26.03
交易性金融资产	0.0	0.00	0.0	0.00	108,735.1	0.36	123,097.2	0.41
衍生金融资产	35,332.7	0.14	22,019.7	0.08	19,741.2	0.07	16,810.9	0.06
应收票据	1,085,422.6	4.37	1,255,629.4	4.76	476,852.0	1.58	182,132.4	0.60
应收账款	1,752,871.7	7.06	1,939,017.4	7.35	1,866,381.9	6.18	2,065,208.5	6.85
应收款项融资	0.0	0.00	0.0	0.00	756,577.6	2.51	310,111.9	1.03
预付款项	167,224.8	0.67	221,588.8	0.84	224,617.7	0.74	278,441.3	0.92
合同资产	0.0	0.00	0.0	0.00	0.0	0.00	426,115.5	1.41
发放贷款及垫款	1,217,895.3	4.91	1,132,839.2	4.30	1,086,939.6	3.60	1,138,029.0	3.77
其他应收款	265,756.8	1.07	297,136.8	1.13	271,297.4	0.90	306,972.2	1.02
存货	2,944,416.6	11.87	2,964,501.8	11.24	3,244,339.9	10.74	2,435,854.7	8.07
其他流动资产	4,684,727.1	18.88	7,647,382.7	29.00	6,501,102.7	21.53	6,450,134.4	21.38
流动资产	16,981,067.6	68.44	18,268,943.8	69.28	21,648,269.2	71.69	21,584,393.6	71.55
可供出售金融资产	183,105.1	0.74	190,687.8	0.72	0.0	0.00	0.0	0.00
长期应收款	36,224.8	0.15	3,481.5	0.01	120,807.9	0.40	117,611.5	0.39
发放贷款及垫款	0.0	0.00	0.0	0.00	79,010.1	0.26	66,380.0	0.22
长期股权投资	263,369.8	1.06	271,331.6	1.03	279,080.6	0.92	284,706.6	0.94
其他非流动金融资产	0.0	0.00	0.0	0.00	175,010.7	0.58	215,808.4	0.72
投资性房地产	42,080.2	0.17	39,176.5	0.15	39,933.5	0.13	39,113.4	0.13
固定资产	2,260,072.4	9.11	2,243,721.2	8.51	2,166,468.2	7.17	2,139,465.3	7.09
在建工程	87,957.6	0.35	207,762.1	0.79	119,465.0	0.40	132,940.5	0.44
无形资产	1,516,703.6	6.11	1,618,667.5	6.14	1,548,417.9	5.13	1,535,868.2	5.09
商誉	2,890,378.5	11.65	2,910,039.0	11.04	2,820,706.5	9.34	2,815,170.4	9.33
长期待摊费用	85,910.6	0.35	119,137.3	0.45	126,712.7	0.42	123,780.7	0.41
递延所得税资产	402,333.4	1.62	442,131.3	1.68	576,899.3	1.91	585,178.9	1.94
其他非流动资产	61,482.2	0.25	55,035.2	0.21	494,760.3	1.64	526,440.9	1.75
非流动资产	7,829,618.2	31.56	8,101,171.0	30.72	8,547,272.7	28.31	8,582,464.8	28.45
资产总额	24,810,685.8	100.00	26,370,114.8	100.00	30,195,541.9	100.00	30,166,858.4	100.00

2017-2019，公司总资产规模逐年增长；2020年3月末，公司总资产规模小幅

下降。2017年末，公司资产总额达到24,810,685.8万元，较2016年末增加45.43%；2018年末，公司资产总额达到26,370,114.8万元，较2017年末增加6.29%；2019年末，公司资产总额达到30,195,541.9万元，较2018年末增加14.51%；2020年3月末，公司资产总额30,166,858.4万元，较2019年末微降0.09%。公司于2017年完成了KUKA集团等海外并购，并对原产业和新购产业进行一系列的整合，带动应收票据、应收账款、预付款项、发放贷款和垫款、其他应收款、存货、其他流动资产等流动资产科目以及长期应收账款、长期股权投资、固定资产、无形资产、商誉等非流动资产科目增长，从而带动2017年资产规模增长速度较快。2018年至2019年公司资产规模增速放缓，但经营规模仍然稳定提升。2020年3月末，受新冠疫情影响，公司销售有所影响，但资产规模仍相对稳定。

2017-2019及2020年3月末，公司流动资产分别为：16,981,067.6万元、18,268,943.8万元、21,648,269.2万元和21,584,393.6万元，占资产总额比重分别为68.44%、69.28%、71.69%和71.55%。流动资产主要是货币资金、应收票据、应收账款、应收款项融资、发放贷款及垫款、存货及其他流动资产。

2017-2019年及2020年3月末，公司非流动资产分别为：7,829,618.2万元、8,101,171.0万元、8,547,272.7万元和8,582,464.8万元，占资产总额比重分别为31.56%、30.72%、28.31%和28.45%。非流动资产主要是长期股权投资、固定资产、无形资产、商誉及递延所得税资产。

公司资产主要构成情况如下：

1. 货币资金

2017-2019年及2020年3月末，公司的货币资金余额分别为4,827,420.0万元、2,788,828.0万元、7,091,684.1万元和7,851,485.6万元，占资产总额比重分别为19.46%、10.58%、23.49%和26.03%，公司的货币资金中主要为库存现金、银行存款、其他货币资金、存放中央银行款项及存放同业款项。2017年末，公司货币资金较调整后的2016年末货币资金2,716,911.8万元增加2,110,508.2万元，增幅77.68%，主要是公司经营活动产生的现金流量净额增加所致；2018年末，公司货币资金较2017年末减少2,038,592.0万元，降幅42.23%，主要是公司为提高资金收益而使用自有资金购买结构性存款及掉期存款所致；2019年末，公司货币资金较2018年末货币资金增加4,302,856.1万元，增幅154.29%，主要是公司经营活动产生的现金流量净额增加，主要办理银行存款产品，2019年末公司三个月以上定期存款余额3,949,167.6万元，较2018年末增加3,380,504.7万元，增长594.47%。2020年3月末货币资金较年初增加759,801.5万元，增幅为10.71%，主要是公司经营活动产生的现金流量净额增加所致。

公司近三年货币资金情况如下表:

表6-17 货币资金情况表

单位: 万元

项目	2017年	2018年	2019年	2020年3月末
库存现金	458.9	380.3	312.8	287.0
银行存款	2,195,420.6	1,585,741.3	4,901,267.7	6,018,966.5
其他货币资金	26,725.9	12,319.7	15,302.2	19,681.9
存放中央银行法定准备金	183,505.1	112,617.2	43,314.9	40,695.1
存放中央银行超额存款准备	30,596.3	20,407.3	35,547.1	73,080.1
存放同业款项	2,390,713.2	1,057,362.2	2,056,216.0	1,656,154.4
应计利息	0.0	0.0	39,723.4	42,620.5
合计	4,827,420.0	2,788,828.0	7,091,684.1	7,851,485.6

注: 其他货币资金主要为证券保证金、银行承兑汇票保证金及信用证保证金。

2. 应收票据

2017-2019年及2020年3月末, 公司的应收票据净额分别为1,085,422.6万元、1,255,629.4万元、476,852.0万元和182,132.4万元, 占资产总额比重分别为4.37%、4.76%、1.58%和0.6%。2017年末, 公司应收票据较2016年末增加342,673.8万元, 增幅46.14%, 主要是公司经营规模增长所致; 2018年末, 公司应收票据较2017年末增加170,206.8万元, 增幅15.68%; 根据新金融工具准则的规定, 2019年末新增了科目“应收款项融资”, 从“应收账款”和“应收票据”转入; 故2019年末的应收票据净额较调整后的2018年末应收票据净额1,104,953.9万元减少628,101.9万元, 降幅56.84%, 主要是公司将持有的部分票据转让、贴现或背书回款所致; 2020年3月末, 公司应收票据较2019年末下降61.81%, 主要是受到疫情影响, 公司销售相对下降所致。

3. 应收账款

2017-2019年及2020年3月末, 公司的应收账款净额分别为1,752,871.7万元、1,939,017.4万元、1,866,381.9万元和2,065,208.5万元, 占资产总额比重分别为7.06%、7.35%、6.18%和6.85%, 占当期营业总收入的比例分别为7.25%、7.41%、7.13%和9.31%。2017年末应收账款净额较2016年末增加407,420.6万元, 增幅30.28%, 主要是KUKA业务并入及销售收入增加带动应收账款增长; 2018年末应收账款净额较2017年末增加186,145.7万元, 增幅10.62%, 增幅与当年营业收入8.23%的增长幅度相当。根据新金融工具准则的规定, 2019年末新增了科目“应收

款项融资”，从“应收账款”和“应收票据”转入；故2019年末的应收账款净额较调整后的2018年末应收账款净额1,864,197.9万元减少2,184.0万元，降幅0.12%；2020年3月末，应收账款净额较年初增加198,826.6万元，增幅为10.65%。公司应收账款账龄基本上在1年以内。

公司应收账款余额及计提坏账准备情况如下表：

表6-18 公司应收账款余额及计提坏账准备情况表

单位：万元

类别		2019 年末余额			2020 年 3 月末余额		
		账面余额	坏账准备	账面价值	账面余额	坏账准备	账面价值
单项计提坏账准备的应收账款	境内客户	299.8	299.8	0.0	71.4	71.4	-
	境外客户	476.7	476.7	0.0	1,136.1	1,136.1	-
组合计提坏账准备的应收账款	境内业务组合	790,883.1	43,757.8	747,125.3	856,461.8	46,619.1	809,842.7
	境外业务组合	1,171,504.8	52,248.2	1,119,256.6	1,304,024.6	48,658.8	1,255,365.8
合计		1,963,164.4	96,782.5	1,866,381.9	2,161,693.9	96,485.4	2,065,208.5

公司按账龄分析的应收账款情况如下表：

表6-19 公司应收账款账龄明细表

单位：万元

账龄	2019 年		2020 年 3 月末	
	账面余额	占比	账面余额	占比
1 年以内	1,916,869.4	97.64%	2,126,499.1	98.37%
1-2 年	30,155.4	1.54%	16,030.8	0.74%
2-3 年	10,164.3	0.52%	9,950.8	0.46%
3-5 年	4,210.6	0.21%	6,424.3	0.30%
5 年以上	1,764.7	0.09%	2,788.9	0.13%
合计	1,963,164.4	100.00%	2,161,693.9	100.00%

表6-20 2019年末公司应收账款余额前五名客户

单位：万元

2019 年末应收账款余额前五名客户			
客户名称	金额	年限	占应收账款总额比例
1	35,596.4	一年以内	1.81%

2019 年末应收账款余额前五名客户			
客户名称	金额	年限	占应收账款总额比例
2	22,571.5	一年以内	1.15%
3	109,915.0	一年以内	5.60%
4	18,763.8	一年以内	0.96%
5	15,341.3	一年以内	0.78%
合计	202,187.9		10.30%

公司在销售时对客户资信状况予以评估，符合公司相关要求时才给予客户一定的信用金额及信用期，并安排专职人员定期与客户核对往来账目，跟踪客户财务状况及货款到期清收情况；超过信用期未能及时收款的客户，公司将视情况启动催收、停止交易、律师函或法律诉讼等程序；期末检查应收账款的账面价值，并按照相关规定要求进行减值测试及计提坏账准备。

4. 应收款项融资

根据新金融工具准则的规定，2019年末新增了科目“应收款项融资”，从“应收账款”和“应收票据”转入，调整后的2018-2019年及2020年3月末，公司应收款项融资净额分别为225,495.0万元、756,577.6万元和310,111.9万元，占资产总额比重较小，分别为0.86%、2.51%和1.03%，主要为根据日常资金管理需要，预计通过转让、贴现或背书汇款并终止确认的应收账款和银行承兑汇票。2019年末的应收款项融资净额较2018年末增加531,082.6万元，增幅235.52%，主要是公司经营规模增长所致；2020年3月末的应收款项融资净额较2019年末减少446,465.7万元，降幅59.01%，主要是受疫情影响，销售收入同比下降所致。

5. 其他应收款

2017-2019年及2020年3月末，公司的其他应收款净额分别为265,756.8万元、297,136.8万元、271,297.4万元和306,972.2万元，占资产总额比重较小，分别为1.07%、1.13%、0.9%和1.02%。2017年末其他应收款净额较2016年末增加151,743.5万元，增幅133.09%，主要是当年合并库卡集团所致。根据《财政部关于修订印发2018年度一般企业财务报表格式的通知》（财会[2018]15号），2018年末将“应收利息”17592.80万元从“其他流动资产”计入“其他应收款”，因此2018年末其他应收款净额较2017年末其他应收款净额280,999.8万元增加16,137万元，增幅5.74%。根据新金融工具准则的修改，2019年末将“其他应收款”中的1,042.9万元转入“交易性金融资产”，故2019年末其他应收款净额较调整后的2018年末其他应收款净额296,093.9万元，减少24,796.5万元，下降了8.37%。2017年公司其他应

收款主要为往来款、员工借款及押金质保金等，2018年及最近一期的其他应收款增加了应收利息，应收利息主要包括定期存款应收利息等。2020年3月末其他应收款较年初增加35,674.8万元，增幅为13.15%。公司按账龄分析法计提坏账准备的其他应收账款情况如下表：

表6-21 公司其他应收账款账龄明细表

单位：万元

账龄	2019 年末余额		2020 年 3 月末余额	
	账面金额	占比	账面余额	占比
1 年以内	264,358.4	95.57%	289,254.0	92.47%
1-2 年	6,949.0	2.51%	16,608.7	5.31%
2-3 年	1,655.5	0.60%	2,109.5	0.67%
3-5 年	2,577.3	0.93%	3,992.5	1.28%
5 年以上	1,069.6	0.39%	846.1	0.27%
合计	276,609.8	100.00%	312,810.8	100.00%

表6-22 公司其他应收账款余额前五名客户

单位：万元

客户名称	2019 年末			2020 年 3 月末		
	金额	账龄	占其他应收款总额比例	金额	账龄	占其他应收款总额比例
1	12,358.3	一年以内	4.47%	25,016.3	一年以内	8.15%
2	6,110.3	一年以内	2.21%	12,358.3	一年以内	4.03%
3	1,560.2	一年以内	0.56%	6,382.7	一年以内	2.08%
4	1,200.0	一年以内	0.43%	4,165.9	一年以内	1.36%
5	993.9	一年以内	0.36%	1,200.0	一年以内	0.39%
合计	22,222.6		8.03%	13,448.6		16.00%

6. 存货

2017-2019年及2020年3月末，公司的存货净额分别为2,944,416.6万元、2,964,501.8万元、3,244,339.9万元和2,435,854.7万元，占资产总额比重分别为11.87%、11.24%、10.74%和8.07%。2017年末存货净额较2016年末增加1,381,726.9万元，增幅88.42%，主要是库卡业务并入及产品补充库存需求所致；2018年末存货净额较2017年末增加20,085.2万元，增幅0.68%，保持稳定水平。2019年末存货净额较2018年末增加279,838.1万元，增幅9.44%，主要是公司经营规模增长，库存商品增加。2020年3月末存货净额较年初减少808,485.2万元，降幅24.92%，主要是受疫情影响，公司的产销规模同比有所下降。公司的存货情况如下表：

表6-23 公司存货情况表

单位：万元

项目	2019 年末		
	账面余额	跌价准备	账面价值
库存商品	2,204,673.0	40,759.8	2,163,913.2
原材料	500,919.7	6,787.5	494,132.2
在产品	159,604.2	0.0	159,604.2
委托加工物资	21,954.2	0.0	21,954.2
低值易耗品	3,818.5	0.0	3,818.5
已完工未结算	400,917.6	0.0	400,917.6
合计	3,291,887.2	47,547.3	3,244,339.9
项目	2020 年 3 月末		
	账面余额	跌价准备	账面价值
库存商品	1,766,661.7	38,833.0	1,727,828.7
原材料	519,613.8	6,967.6	512,646.2
在产品	165,983.3	0.0	165,983.3
委托加工物资	25,069.4	0.0	25,069.4
低值易耗品	4,327.1	0.0	4,327.1
合计	2,481,655.3	45,800.6	2,435,854.7

7. 预付款项

2017-2019年及2020年3月末，公司的预付款项净额分别为167,224.8万元、221,588.80万元、224,617.7万元和278,441.3万元，占资产总额比重分别为0.67%、0.84%、0.74%和0.92%，公司预付款项主要是大宗材料预付款、广告费预付款等。公司预付账款占比不高，且近年预付水平控制在较低水平。2017年末，公司的预付款项较2016年末增加8,488.2万元，增幅5.35%；2018年末，公司预付款项较2017年末增加54,364.0万元，增幅32.51%，主要是公司经营规模增长所致；2019年末，公司的预付款项较2018年末增加3,028.9万元，增幅1.37%；2020年3月末预付款项较年初增加53,823.6万元，增幅为23.96%。

8. 发放贷款及垫款

2017-2019年及2020年3月末，公司的发放贷款及垫款分别为1,217,895.3万元、1,132,839.2万元、1,086,939.6万元和1,138,029.0万元，占资产总额比重分别为4.91%、4.30%、3.60%和3.77%。2017年末，公司的发放贷款及垫款较2016年末增加190,555.6万元，增幅18.55%；2018年末公司发放贷款及垫款较2017年末减少85,056.1万元，降幅6.98%，主要是票据贴现融资规模有所减少；2019年末公司将超过一年的发放垫款和垫款79,010.1万元另列，在非流动资产中新增科目“发放贷款及垫款”，故2019年末公司的发放贷款及垫款合计1,165,949.7万元，较2018年

末增加 33,110.5 万元，增幅 2.92%；2020 年 3 月末公司发放贷款及垫款合计 1,204,409.0 万元，较年初增加 38,459.3 万元，增幅为 3.3%，主要得益于贷款业务规模上升。

公司的发放贷款及垫款明细见下表：

表 6-24 发放贷款及垫款明细表

单位：万元

序号	项目	2017 年	2018 年	2019 年	2020 年 3 月末
1	个人贷款和垫款	56,799.8	89,439.2	111,012.7	105,871.9
2	公司贷款和垫款	1,177,860.9	1,058,800.6	1,070,828.9	1,117,987.1
3	其中：贷款	259,903.8	470,230.8	955,895.3	875,559.3
4	其中：票据贴现	917,957.1	588,569.8	114,933.6	242,427.7
5	贷款和垫款总额	1,234,660.7	1,148,239.8	1,181,841.6	1,223,859.0
6	减：贷款损失准备	16,765.4	15,400.6	15,891.9	-19,450.0
7	合计	1,217,895.3	1,132,839.2	1,165,949.7	1,204,409.0

注：发放贷款及垫款明细表里 2019 年末的合计余额包含超过一年的发放贷款和垫款 79,010.1 万元。

9. 其他流动资产

公司的其他流动资产主要是结构性存款及掉期存款、理财产品、待摊费用、待抵扣税费等。2017-2019 年及 2020 年 3 月末，公司的其他流动资产分别为 4,684,727.1 万元、7,647,382.7 万元、6,501,102.7 万元和 6,450,134.4 万元，占资产总额比重分别为 18.88%、29.00%、21.53% 和 21.38%。2017 年末公司其他流动资产较 2016 年末增加 331,767.4 万元，增幅 7.62%，2018 年末公司其他流动资产较 2017 年末增加 2,962,655.6 万元，增幅 63.24%，主要是公司经营规模增长带动经营活动现金流增加，以自有资金购买结构性存款及掉期存款增加所致；根据新金融工具准则的修改，2019 年末将“其他流动资产”科目中的“理财产品”转入“交易性金融资产”，故 2019 年末公司其他流动资产较调整后的 2018 年末其他流动资产 7,495,282.0 万元减少 994,179.3 万元，降幅 13.26%，主要是结构性存款到期转出。2020 年 3 月末其他流动资产较年初减少 50,968.3 万元，降幅 0.78%。

公司的其他流动资产明细见下表：

表 6-25 公司其他流动资产明细表

单位：万元

项目	2017年	2018年	2019年	2020年3月末
待摊费用	63,940.9	64,764.8	87,545.1	85,414.6
待抵扣增值税 进项税	298,880.0	280,331.5	315,979.4	253,126.1
理财产品	2,209,471.5	152,100.7	0.0	0.0
结构性存款及 掉期存款	1,925,208.6	7,040,250.9	6,003,885.5	5,970,696.7
其他	187,226.1	109,934.8	93,692.7	140,897.0
合计	4,684,727.1	7,647,382.7	6,501,102.7	6,450,134.4

10.长期股权投资

公司的长期股权投资主要是对于参股企业的投资。2017-2019年及2020年3月末，公司的长期股权投资分别为263,369.8万元、271,331.6万元、279,080.6万元和284,706.6万元，占资产总额比重分别为1.06%、1.03%、0.92%和0.94%。近三年公司长期股权投资持续稳定增长，2017年末公司长期股权较2016年末增加42,196.6万元，增幅19.08%，2018年末公司长期股权投资较2017年末增加7,961.8万元，增幅3.02%，2019年末公司长期股权投资较2018年末增加7,749.0万元，增幅2.86%，2020年3月末长期股权投资较年初增加5,626.0万元，增幅为2.02%。

公司的长期股权投资明细见下表：

表6-26 2020年3月末长期股权投资明细表

单位：万元

被投资单位	2020年3月末
广东顺德农村商业银行股份有限公司	214,897.4
合肥荣事达电机有限公司	10,734.1
其他	59,075.0
合计	284,706.6

11.固定资产

2017-2019年及2020年3月末，公司的固定资产净值分别为2,260,072.4万元、2,243,721.2万元、2,166,468.2万元和2,139,465.3万元，占资产总额比重分别为9.11%、8.51%、7.17%和7.09%，公司的固定资产主要为生产经营所需房屋及建筑物、机器设备等。公司近几年固定资产净额和比例逐步下降，主要是公司近几年新增固定资产投资较少，但经营规模不断扩大，总资产规模持续增长。2017年末公司固定资产净值较2016年末增加154,393.3万元，增幅7.33%；2018年末公司固定资产净值较2017年末减少16,351.2万元，降幅0.72%；2019年末公司固定资产净值

较2018年末减少77,253.0万元，降幅3.44%；2020年3月末较年初减少27,002.9万元，降幅1.25%。

2017-2019年及2020年3月末，公司固定资产明细情况见下表：

表6-27 公司固定资产明细表

单位：万元

项目	2017年	2018年	2019年	2020年3月末
房屋及建筑物	1,102,195.3	1,082,780.8	1,053,122.2	1,043,993.7
土地	109,052.7	128,340.2	129,058.6	132,379.2
机器设备	893,813.8	867,924.5	827,890.1	812,029.4
运输工具	34,454.6	27,016.3	19,802.0	17,929.9
电子设备及其他	120,556.0	137,659.4	136,595.3	133,133.1
合计	2,260,072.4	2,243,721.2	2,166,468.2	2,139,465.3

12.在建工程

2017-2019年及2020年3月末，公司的在建工程余额分别为87,957.6万元、207,762.1万元、119,465.0万元和132,940.5万元，占资产总额比重分别为0.35%、0.79%、0.40%和0.44%，占资产总额比重较小。2017年末公司的在建工程余额较2016年末增加29,884.7万元，增幅51.46%，2018年末公司的在建工程余额较2017年末增加119,804.5万元，增幅136.21%，主要是并购KUKA带入项目所致。2019年末公司的在建工程余额较2018年末减少88,297.1万元，降幅42.5%，主要是在建项目完工转出所致。2020年3月末公司的在建工程余额较年初增加13,475.5万元，增幅11.28%。

主要在建工程项目明细情况见下表：

表6-28 2020年3月末在建工程项目情况

单位：万元

项目	余额
美的总部 A04 地块项目	10,298.1
美的印度科技园	42,106.2
其他	80,536.2
合计	132,940.5

13.无形资产

2017-2019年及2020年3月末，公司无形资产净额分别为1,516,703.6万元、1,618,667.5万元、1,548,417.9万元和1,535,868.2万元，占总资产比重分别为6.11%、

6.14%、5.13%和5.09%。公司无形资产由土地使用权、专用权及非专利技术、商标权、商标使用权等组成。2017年末公司无形资产净额较2016年末增加829,849.8万元，增长120.82%，主要是收购库卡集团评估无形资产增加所致；2018年末公司无形资产较2017年末增加101,963.9万元，增长6.72%，主要是土地使用权购置增加；2019年末公司无形资产净额较2018年末减少70,249.6万元，降幅4.34%。2020年3月末公司的无形资产较年初减少12,549.7万元，下降0.81%。

表6-29 公司无形资产明细表

单位：万元

项目	2017年	2018年	2019年	2020年3月末
土地使用权	311,042.0	376,782.7	374,326.0	371,810.2
专利权及非专利技术等	161,096.0	156,248.6	149,864.2	147,999.8
商标权	490,876.8	493,022.7	488,446.5	487,397.8
商标使用权	233,358.2	243,379.2	245,037.3	248,680.3
其他	320,330.6	349,234.3	290,743.9	279,980.1
合计	1,516,703.6	1,618,667.5	1,548,417.9	1,535,868.2

14. 商誉

2017-2019年及2020年3月末，公司的商誉净额分别为2,890,378.5万元、2,910,039.0万元、2,820,706.5万元和2,815,170.4万元，占总资产比重分别为11.65%、11.04%、9.34%和9.33%。2017年末公司的商誉净额较2016年末增加2,317,279.0万元，增幅达404.34%，主要是收购库卡集团及其他公司股权以及对2016年收购东芝家电做购买对家作分摊调整所致；2018年末公司的商誉净额较2017年末增加19,660.5万元，增幅0.68%；2019年末公司的商誉净额较2018年末减少89,332.5万元，降幅3.07%，主要是公司对以色列子公司Servotronix Motion Control Ltd.资产组计提减值准备55,224.8万元。2020年3月末公司的商誉较年初减少5,536.1万元，降幅0.2%，保持稳定水平。公司商誉明细：

表6-30 截至2020年3月末公司商誉情况

单位：万元

被投资单位名称	2020年3月末
KUKA 集团	2,222,106.6
TLSC 集团	305,198.9
小天鹅	136,130.6
其他	151,734.3
总计	2,815,170.4

15.可供出售金融资产（交易性金融资产和其他非流动金融资产）

根据财政部颁布的《关于修订印发2019年度一般企业财务报表格式的通知》（财会[2019]6号），“可供出售金融资产”分别计入“交易性金融资产”和“其他非流动金融资产”，因此2019年年末和2020年3月末公司的可供出售金融资产余额为0，交易性金融资产分别为108,735.1万元和123,097.2万元，其他非流动金融资产分别为175,010.7万元和215,808.4万元。2019年末公司的交易性金融资产较调整后2018年末的交易性金融资产265,404.5万元减少156,669.4万元，降幅59.03%，主要是上市公司的股权投资金额减少；2020年3月末交易性金融资产较年初增加14,362.1万元，增幅13.21%。2019年末公司的其他非流动金融资产较调整后2018年末的其他非流动金融资产78,426.9万元增加96,583.8万元，增幅123.15%，主要是已投资的非上市公司股权公允价值变动损益增加了41,821.9万元，新增非上市公司等投资59,323.4万元；2020年3月末公司的其他非流动金融资产较年初增加40,797.7万元，增幅23.31%。

（二）负债结构分析

2017-2019年及2020年3月末，公司负债构成情况见下表：

表6-31 负债构成表

单位：万元、%

项目	2017年		2018年		2019年		2020年3月末	
	余额	占比	余额	占比	余额	占比	余额	占比
短期借款	258,410.2	1.56	87,039.0	0.51	570,183.8	2.93	699,800.3	3.68
向中央银行借款	0.0	0.00	9,975.4	0.06	0.0	0.00	0.0	0.00
吸收存款及同业存放	10,892.6	0.07	4,438.6	0.03	6,247.7	0.03	7,169.7	0.04
衍生金融负债	9,043.2	0.05	75,629.9	0.44	2,710.0	0.01	11,308.4	0.06
应付票据	2,520,778.5	15.26	2,332,511.5	13.62	2,389,160.0	12.29	2,311,267.4	12.16
应付账款	3,514,477.7	21.28	3,690,162.6	21.55	4,253,577.7	21.87	4,465,996.2	23.49
预收款项	1,740,906.3	10.54	1,678,166.6	9.80	1,623,185.4	8.35	0.0	0.00
合同负债	0.0	0.00	0.0	0.00	0.0	0.00	1,354,723.8	7.13
应付职工薪酬	524,750.0	3.18	578,800.4	3.38	643,610.9	3.31	428,074.0	2.25

项目	2017 年		2018 年		2019 年		2020 年 3 月末	
	余额	占比	余额	占比	余额	占比	余额	占比
应交税费	354,415.4	2.15	387,529.8	2.26	509,626.7	2.62	419,524.4	2.21
应付利息	9,480.1	0.06	0.0	0.00	0.0	0.00	0.0	0.00
应付股利	9,531.7	0.06	0.0	0.00	0.0	0.00	0.0	0.00
其他应付款	317,040.5	1.92	334,612.9	1.95	380,056.8	1.95	355,473.0	1.87
一年内到期的非流动负债	13,660.5	0.08	712,271.2	4.16	146,011.7	0.75	145,474.5	0.77
其他流动负债	2,625,799.0	15.90	3,131,970.9	18.29	3,907,477.7	20.09	3,825,470.5	20.12
流动负债	11,909,185.7	72.10	13,023,108.8	76.05	14,431,848.4	74.22	14,024,282.2	73.78
长期借款	3,298,632.5	19.97	3,209,143.9	18.74	4,129,837.7	21.24	4,136,898.8	21.76
应付债券	455,305.4	2.76	0.0	0.00	0.0	0.00	0.0	0.00
长期应付款	24,803.6	0.15	8,889.0	0.05	3,364.6	0.02	2,096.7	0.01
专项应付款	250.0	0.00	0.0	0.00	0.0	0.00	0.0	0.00
预计负债	33,073.6	0.20	26,888.7	0.16	35,326.9	0.18	34,885.7	0.18
递延收益	53,644.3	0.32	64,758.3	0.38	61,715.5	0.32	62,374.6	0.33
长期应付职工薪酬	246,585.4	1.49	248,031.8	1.45	241,856.3	1.24	236,837.8	1.25
递延所得税负债	397,282.3	2.41	442,207.4	2.58	455,600.2	2.34	429,199.2	2.26
其他非流动负债	99,405.9	0.60	101,635.2	0.59	86,382.6	0.44	82,127.2	0.43
非流动负债	4,608,983.0	27.90	4,101,554.3	23.95	5,014,083.8	25.78	4,984,420.0	26.22
负债总额	16,518,168.7	100.00	17,124,663.1	100.00	19,445,932.2	100.00	19,008,702.2	100.00

2017-2019年及2020年3月末，公司的负债总额分别为16,518,168.7万元、17,124,663.1万元、19,445,932.2和19,008,702.2万元，总体呈增长状态，主要是以流动负债为主。2017年末公司的负债总额较2016年末增加6,355,767.2万元，增长62.54%，主要是并购库卡集团，长期借款增加所致；2018年末公司的负债总额较2017年末增加606,494.4万元，增长3.67%；2019年末公司的负债总额较2018年末增加2,321,269.1万元，增长13.56%，主要是公司的销售规模增长，短期借款、其他

流动负债和长期借款相对增加；2020年3月末公司的负债总额较年初减少437,230.0万元，下降2.25%，主要是受疫情影响，销量同比有所下降，预收款项相对减少。2017-2019年及2020年3月末，公司的流动负债余额分别为11,909,185.7万元、13,023,108.8万元、14,431,848.4万元和14,024,282.2万元，占负债总额比重分别为72.1%、76.05%、74.22%和73.78%。流动负债主要包括：短期借款、应付票据、应付账款、预收账款、一年内到期的非流动负债和其他流动负债等。2017-2019年及2020年3月末，公司非流动负债余额分别为4,608,983.0万元、4,101,554.3万元、5,014,083.8万元和4,984,420.0万元，占负债总额比重分别27.9%、23.95%、25.78%和26.22%。2016年-2017年，公司经营规模不断扩大以及积极关注与把握全球产业并购投资机会，公司的资金需求增大、TLSC及KUKA收入带动长期借款、应付债券、长期应付职工薪酬、递延所得税负债及其他非流动负债科目增加，导致公司的非流动负债比重相对增长；由于公司经营规模持续增长，2017年-2020年3月末非流动负债比重持续维持在20%以上。

公司主要负债构成情况如下：

1.短期借款

2017-2019年及2020年3月末，公司的短期借款期末余额分别为258,410.2万元、87,039.0万元、570,183.8万元和699,800.3万元，占负债总额比重分别为1.56%、0.51%、2.93%和3.68%。2017年末，公司短期借款较2016年末减少44,032.4万元，下降14.56%；2018年末，公司短期借款较2017年末减少171,371.2万元，下降66.32%，主要是已归还大部分银行短期借款；2019年末，公司短期借款较2018年末483,144.8万元，增长555.09%，主要是公司为了提高资金运营效益，通过短期借款补充流动资金；2020年3月末，公司增加短期借款金额129,616.5万元，相对年初增幅为22.73%，主要是短期补充疫情期间的流动资金所需。

2.应付票据

2017-2019年及2020年3月末，公司的应付票据期末余额分别为2,520,778.5万元、2,332,511.5万元、2,389,160.0万元和2,311,267.4万元，全部为银行承兑汇票，主要用于支付材料采购款项，占负债总额比重分别为15.26%、13.62%、12.29%和12.16%。2017年末，公司应付票据较2016年末增加672,284.6万元，增幅为36.37%，主要是公司销售规模稳健增长，材料采购需求增加导致开票量相对增加；2018年末，公司应付票据较2017年末应付票据减少188,267.0万元，下降7.47%，主要是银行承兑汇票到期兑付所致；2019年末，公司应付票据较2018年末增加56,648.5万元，增长2.43%；2020年3月末公司应付票据较年初减少77,892.6万元，下降3.26%。

3.应付账款

2017-2019年及2020年3月末，公司的应付账款净额分别为3,514,477.7万元、3,690,162.6万元、4,253,577.7万元和4,465,996.2万元，占负债总额比重分别为21.28%、21.55%、21.87%和23.49%，公司的应付账款账龄主要在1年以内。2017年末，公司应付账款较2016年末增加978,781.7万元，增幅38.60%，主要是随着销售规模的稳健增长，公司不断加大采购规模，同时公司采购规模大、谈判能力强，获得一定的账期；2018年末，公司应付账款较2017年末增加175,684.9万元，增幅为5%；2019年末，公司应付账款较2018年末563,415.1万元，增幅15.27%，主要是公司销售规模增长；2020年3月末公司的应付账款较年初增加212,418.5万元，增幅为4.99%，主要是公司订单稳定，应付材料款增加。

截至2019年末，公司应付账款前五名如下：

表6-32 2019年末应付账款前五名明细

单位：万元

单位名称	关系	金额	账龄	占比
1	第三方	23,480.03	一年以内	0.55%
2	第三方	20,557.00	一年以内	0.48%
3	第三方	19,475.47	一年以内	0.46%
4	第三方	18,644.41	一年以内	0.44%
5	第三方	18,400.65	一年以内	0.43%
合计		100,557.56		2.36%

2019年末前五名供应商的应付账款余额合计100,557.56万元，占应付账款总额比重2.36%，公司的供应商较分散。

表6-33 2020年3月末应付账款前五名明细

单位：万元

单位名称	关系	金额	账龄	占比
1	第三方	15,793.33	一年以内	0.35%
2	第三方	14,548.29	一年以内	0.33%
3	第三方	13,029.05	一年以内	0.29%
4	第三方	12,443.19	一年以内	0.28%
5	第三方	12,246.65	一年以内	0.27%
合计		68,060.50		1.52%

2020年3月末前五名供应商的应付账款余额合计68,060.50万元，占应付账款总额比重1.52%，公司的供应商较分散。

4.预收款项

2017-2019年及2020年3月末,公司的预收账款净额分别为1,740,906.3万元、1,678,166.6万元、1,623,185.4万元和0.0万元,占负债总额比重分别为10.54%、9.8%、8.35%和0⁶,2020年3月末的合同负债净额1,354,723.8万元,占负债总额比重7.13%。预收账款和合同负债均是预收部分经销商销售商品时的预付款。2017年末,公司预收账款较2016年末增加715,668.8万元,增幅为69.81%,主要是公司销售规模增长;2018年末,公司预收账款较2017年末减少62,739.7万元,降幅为3.6%;2019年末,公司预收款项较2018年末减少54,981.2万元,降幅3.28%;2020年3月末公司合同负债较年初减少268,461.6万元,降幅16.54%,主要是受疫情影响,一季度订单有所下降。

5.其他应付款

公司的其他应付款主要包括限制性股票回购款、押金保证金、代垫物流费、工程设备款、应付股利等。2017-2019年及2020年3月末,公司的其他应付款净额分别为317,040.5万元、334,612.9万元、380,056.8万元和355,473.0万元,占总负债比重分别为1.92%、1.95%、1.95%和1.87%。2017年末公司的其他应付款较2016年末增加159,898.3万元,增长101.75%,主要是收购库卡集团带入所致;根据《财政部关于修订印发2018年度一般企业财务报表格式的通知》(财会[2018]15号),2018年末将“应付利息”9,485.2万元和“应付股利”11,119.5万元计入“其他应付款”,因此2018年末其他应付款净额较调整后的2017年末其他应付款净额336,052.3万元减少1,439.4万元,下降0.43%,变化不大。2019年末公司的其他应付款较2018年末增加45,443.9万元,增长13.58%;2020年3月末公司的其他应付款较年初减少24,583.8万元,降幅6.47%。

公司其他应付款前五大客户明细情况见下表:

表6-34 公司其他应付款前五大客户明细表

单位:万元

客户名称	2019 年末		2020 年 3 月末	
	金额	占其他应付款总额比例	金额	占其他应付款总额比例
1	138,750.81	36.51%	126,823.25	35.68%
2	8,712.35	2.29%	11,357.46	3.20%
3	3,442.55	0.91%	6,242.59	1.76%
4	2,035.44	0.54%	5,638.29	1.59%
5	1,751.13	0.46%	2,429.74	0.68%

⁶ 2020年起首次执行新收入准则、新租赁准则调整了资产科目,根据新收入准则,2020年3月末将预收账款转入合同负债

合计	154,692.28	40.70%	152,491.33	42.90%
----	------------	--------	------------	--------

6.一年内到期的非流动负债

2017-2019年及2020年3月末，公司一年内到期的非流动负债分别为13,660.5万元、712,271.2万元、146,011.7万元和145,474.5万元，占负债总额比重分别为0.08%、4.16%、0.75%和0.77%。2017年公司一年内到期的非流动负债主要为一年以内到期的长期应付款，比重较小；2017年末，公司一年内到期的非流动负债较2016年末减少2,194.0万元，下降13.84%；2018年末公司的一年内到期的非流动负债较2017年末增加698,610.7万元，增幅达5114.09%，主要是应付债券7亿美元（折算人民币479,764.4万元）及长期借款216,604.1万元转入所致；2019年末公司的一年内到期的非流动负债较2018年末减少了566,259.5万元，主要是应付债券到期兑付及长期借款到期归还所致；2020年3月末公司的一年内到期的非流动负债较年初减少537.2万元，降幅0.37%。

7.其他流动负债

2017-2019年及2020年3月末，公司的其他流动负债分别为2,625,799.0万元、3,131,970.9万元、3,907,477.7万元和3,825,470.5万元，占负债总额比重分别为15.9%、18.29%、20.09%和20.12%，总体呈现逐年上升态势。公司的其他流动负债主要为预提销售返利、预提安装维修费、预提促销费、预提运输费等。2017年末，公司其他流动负债较2016年末增加169,502.0万元，增幅6.9%；2018年末，公司其他流动负债较2017年末增加506,171.9万元，增幅为19.28%；2019年末，公司的其他流动负债较2018年末增加775,506.8万元，增幅24.76%；2020年3月末公司其他流动负债较年初减少82,007.2万元，降幅为2.10%。

8.长期借款

2017-2019年及2020年3月末，公司的长期借款期末余额分别为3,298,632.5万元、3,209,143.9万元、4,129,837.7万元和4,136,898.8万元，占负债总额比重分别为19.97%、18.74%、21.24%和21.76%。近年来公司经营规模扩大以及积极关注全球产业并购投资计划，资金需求增加，通过长期借款补充资金缺口，2017年末长期借款较2016年末增加3,073,197.7万元，增幅达1363.23%，主要增加了395,626.7万欧元贷款，其中370,685.67万欧元（折算人民币2,892,200.8万元）为收购库卡集团的长期贷款，以公司持有的库卡集团81.04%股权抵押，利息每半年支付一次，于2022年8月到期；2018年末长期借款较2017年末减少89,488.6万元，降幅2.71%，主要是贷款转入一年以内到期的非流动负债；2019年末长期借款较2018年末增加920,693.8万元，增幅28.69%，主要是公司增加部分长期借款补充经营资金缺口以

及去年一年内到期的融资转贷增加，贷款金额6,946,000.0万日元（折算人民币445,141.4万元）。2020年3月末长期借款较年初增加7,061.1万元，增幅0.17%。

9.长期应付职工薪酬

2017-2019年及2020年3月末，公司的长期应付职工薪酬期末余额分别为246,585.4万元、248,031.8万元、241,856.3万元和236,837.8万元，占负债总额比重分别为1.49%、1.45%、1.24%和1.25%。2017年末公司的长期应付职工薪酬期末余额较2016年末增加101,590.0万元，增幅70.06%，主要为公司收购库卡集团带入所致；2018年末公司长期应付职工薪酬较2017年末增加1,446.4万元，增幅为0.59%；2019年末公司长期应付职工薪酬较2018年末减少6,175.5万元，降幅2.49%；2020年3月末公司长期应付职工薪酬较年初减少5,018.5万元，降幅为2.07%，变化不大。

10.递延所得税负债

2017-2019年及2020年3月末，公司的递延所得税负债期末余额分别为397,282.3万元、442,207.4万元、455,600.2万元和429,199.2万元，占负债总额比重分别为2.41%、2.58%、2.34%和2.26%。2017年末的递延所得税负债余额较年初增加214,085.0万元，增幅116.86%，主要是收购库卡集团评估增值及并购带入所致。2018年末的递延所得税负债余额较年初增加44,925.1万元，增幅11.31%；2019年末的递延所得税负债余额较2018年末增加13,392.8万元，增幅3.03%；2020年3月末的递延所得税负债余额较年初减少26,401.0万元，降幅5.79%。

（三）所有者权益结构分析

表6-35 所有者权益结构表

单位：万元、%

项目	2017年		2018年		2019年		2020年3月末	
	余额	占比	余额	占比	余额	占比	余额	占比
股本	656,105.3	7.91	666,303.1	7.21	697,190.0	6.49	699,946.7	6.27
资本公积	1,591,150.4	19.19	1,845,130.7	19.96	1,964,031.3	18.27	2,039,989.9	18.28
减：库存股	-36,684.2	-0.44	-491,842.7	-5.32	-375,973.2	-3.50	-444,251.5	-3.98
其他综合收益	-24,469.2	-0.30	-133,215.3	-1.44	-71,155.4	-0.66	-129,498.3	-1.16
一般风险准备	36,694.7	0.44	36,694.7	0.40	36,694.7	0.34	36,694.7	0.33
盈余公积	388,223.2	4.68	507,909.6	5.49	644,765.8	6.00	644,765.8	5.78
未分配利润	4,762,723.5	57.43	5,876,231.5	63.56	7,271,363.1	67.64	7,752,836.8	69.48
归属于母公司 股东权益合计	7,373,743.7	88.92	8,307,211.6	89.85	10,166,916.3	94.58	10,600,484.1	95.00
少数股东权益	918,773.4	11.08	938,240.1	10.15	582,693.4	5.42	557,672.1	5.00
所有者权益合	8,292,517.1	100.00	9,245,451.7	100.00	10,749,609.7	100.00	11,158,156.2	100.00

项目	2017 年		2018 年		2019 年		2020 年 3 月末	
	余额	占比	余额	占比	余额	占比	余额	占比
计								

公司 2017-2019 年及 2020 年 3 月末所有者权益分别为 8,292,517.1 万元、9,245,451.7 万元、10,749,609.7 万元和 11,158,156.2 万元，保持持续增长。公司所有者权益以未分配利润为主，近三年及最近一期未分配利润占所有者权益总额比例均在 50% 以上。

1. 股本

2017-2019 年及 2020 年 3 月末，公司的股本余额分别为 656,105.3 万元、666,303.1 万元、697,190.0 万元和 699,946.7 万元，占所有者权益总额比重分别为 7.91%、7.21%、6.49% 和 6.27%。2017 年末公司的股本较 2016 年末增加 10,228.60 万元，主要是 2017 年度因股份支付激励方案增加股本 10,228.6 万元；2018 年末公司的股本较 2017 年末增加 10,197.8 万元，主要是 2018 年度因股份支付激励方案增加股本 10,367.9 万元；2019 年末公司的股本较 2018 年末增加 30,886.9 万元，主要是公司因发行 A 股 32,365.7 万股的形式换股吸收合并小天鹅所致；2020 年 3 月末公司的股本较年初增加 2,756.7 万元，增幅 0.4%。

2. 资本公积

2017-2019 年及 2020 年 3 月末，公司的资本公积余额分别为 1,591,150.4 万元、1,845,130.7 万元、1,964,031.3 万元和 2,039,989.9 万元，占所有者权益总额比重分别为 19.19%、19.96%、18.27% 和 18.28%。2017 年末公司资本公积较 2016 年末增加 231,493.5 万元，主要原因：一是股本溢价增加 194,702.5 万元，其中股票期权行权产生的股本溢价 160,313.3 万元（其中 40,932.1 万元从资本公积（股份支付激励方案）转入）以及限制性股票认缴产生的股份溢价 34,371.2 万元；二是股份支付激励方案净增 32,600.5 万元，因股份支付激励方案而确认的费用总额中归属于母公司股东权益的影响增加 73,532.6 万元，股票期权行权 40,932.1 万元转入股本溢价。2018 年末公司资本公积较 2017 年末增加 253,980.3 万元，主要原因：一是股本溢价增加净增 256,976.9 万元，其中股份支付激励方案行权产生的股本溢价 190,499.1 万元（其中 46,891.8 万元从资本公积（股份支付激励方案）转入）以及股份激励方案认缴产生的股本溢价 69,188.7 万元，另外回购股份支付激励方案减少股本溢价 2,710.9 万元；二是股份支付激励方案净增 32,641.2 万元，因股份支付激励方案而确认的费用总额中归属于母公司股东权益的影响增加 82,533.0 万元，股票期权行权 46,891.8 万元转入股本溢价；三是公司收购威灵控股有限公司及重庆美的通用制冷设备有限公司之少数股东权益产生资本公积减少 40,828.0 万元。2019 年末公司资本公积较 2018 年

末增加118,900.6万元，主要原因是：一是股票期权行权产生的股本溢价237,224.8万元，限制性股票认缴产生的股本溢价5,466.8万元以及换股吸收合并小天鹅增发股份产生的股本溢价283,399.1万元，同时由于回购限制性股票减少股本溢价15,050.1万元，回购部分社会公众股份注销减少股本溢价390,515.1万元，导致股本溢价合计120,525.5万元；二是因股票期权激励方案和限制性股票计划而确认的费用总额中归属于母公司股东权益的影响增加73,333.0万元，同时因股票期权行权58,904.3万元转入股本溢价而减少，导致股份支付激励方案溢价合计14,418.7万元。2020年3月末公司资本公积较年初增加75,958.6万元，增幅10.89%。

3.未分配利润

2017-2019年及2020年3月末，公司的未分配利润余额分别为4,762,723.5万元、5,876,231.5万元、7,271,363.1万元和7,752,836.8万元，占所有者权益总额比重分别为57.43%、63.56%、67.64%和69.48%。公司2017年末-2020年3月末，公司未分配利润较年初分别增加952,184.4万元、1,113,508.0万元、1,395,131.6万元和481,473.7万元，增幅分别达到24.99%、23.38%、23.74%和6.62%。未分配利润余额呈稳步上升趋势，主要是近年来公司持续盈利，净利润转入未分配利润所致。

三、合并财务报表偿债能力分析

表6-36 偿债能力分析表

单位：倍

项目	2017年	2018年	2019年	2020年3月末
资产负债率	66.58%	64.94%	64.40%	63.01%
流动比率	142.59%	140.28%	150.00%	153.91%
速动比率	117.86%	117.52%	127.52%	136.54%
EBIT 利息保障倍数	23.6	37.61	34.98	21.32

注：有关财务指标计算公式请见本募集说明书附录。

2017-2019年及2020年3月末，公司资产负债率分别为66.58%、64.94%、64.40%和63.01%，基本保持在65%左右。根据国务院国资委财务监督及考核评价局公布的《企业绩效评价标准值2019》中的家用电器制造业行业指标（下同），公司2017-2019年及2020年3月末的资产负债率接近行业平均值（59%），且近年逐步下降，表明公司资产负债率处于行业合理水平。

2017-2019年及2020年3月末，公司流动比率分别为142.59%、140.28%、150.00%和153.91%，速动比率分别为117.86%、117.52%、127.52%和136.54%，近三年公司的速动比率处于行业良好值（103.5%）和优秀值（121.1%）之间，2019年及2020

年3月末超过优秀值。2018年末流动比率和速动比率相对有所下降，主要是因为公司一年内到期的应付债券和长期负债转入一年内到期的非流动负债，企业的流动负债相对增加所致。公司的流动比率和速动比率持续维持较高水平，且呈现稳中有升态势，表明公司的经营管理能力逐年提高，资产负债结构逐年优化，短期偿债能力得以提升。

2017-2019年及2020年3月末，公司的利息保障倍数分别为23.6倍、37.61倍、34.98倍和21.32倍。近三年公司的EBIT利息保障倍数逐年增长，2020年3月末受疫情影响，公司的盈利同比有所下降，导致利息保障倍数下降较大，但公司的指标数据仍远优于行业优秀值（7.8倍），公司债务的利息偿还得到了比较充足的保障，依靠经营利润归还融资利息的能力较强。

四、合并财务报表经营效率分析

表 6-37 合并财务报表经营效率分析表

单位：次/年

项目	2017年	2018年	2019年	2020年3月末
应收账款周转率	15.54	14.07	14.62	11.80
存货周转率	8.01	6.37	6.38	6.12
流动资产周转率	1.66	1.47	1.39	1.07
固定资产周转率	11.03	11.53	12.62	10.78
总资产周转率	1.15	1.01	0.98	0.77

注：2020年3月末数据为年化数据，有关财务指标计算公式请见本募集说明书附录。

2017-2019年及2020年3月末，公司应收账款周转率分别为15.54次/年、14.07次/年、14.62次/年和11.80次/年。近年来，公司的应收账款周转率呈波动增长趋势，2017-2019年公司的应收账款周转率均优于行业优秀值（13.2次/年），表明公司在经营规模不断扩大、销售收入稳步上升的情况下，应收账款周转率始终保持较好水平；2020年3月末受疫情影响，公司的营业收入同比有所下降，导致指标相对下降，但是仍优于行业平均水平（9.1次/年），表明公司的应收账款管理能力仍较强。

2017-2019年及2020年3月末，公司存货周转率分别为8.01次/年、6.37次/年、6.38次/年和6.12次/年。近三年及最近一期，公司的存货周转率逐年下降，主要是随着公司经营规模扩大以及全球产业的协同融合不断推进，企业的采购规模和库存需求增加所致，但公司近三年及近一期的存货周转率优于行业良好值（5.3），存货周转速度较快，表明公司在经营规模不断扩大的情况下，资产运营能力仍保持较好水平。

2017-2019年及2020年3月末，公司流动资产周转率分别为1.66次/年、1.47次/

年、1.39次/年和1.07次/年，总资产周转率分别为1.15次/年、1.01次/年、0.98次/年和0.77次/年，固定资产周转率分别为11.03次/年、11.53次/年、12.62次/年和10.78次/年。近三年，公司的流动资产周转率均优于行业平均值(1.3次/年)，总资产周转率均稍低于于行业平均值（1.2次/年），流动资产周转率及总资产周转率总体呈现下降趋势，主要是受近年国内房地产投资增速放缓、全球经济不景气等因素影响，公司的销售收入增幅放缓，而公司的资产规模快速扩大所导致，2017年相对增长主要是合并库卡集团导致销售收入增幅较大所致，但公司各期净利润仍得到较大幅度增长，增幅均超过16%。近三年公司的固定资产周转率保持相对稳定提升。以上三项资产周转指标表明企业的资产营运状况正常。

从以上指标可见，公司整体发展平稳、经营正常，相关财务指标与发展趋势相匹配。

五、合并财务报表盈利能力分析

表6-38 合并财务报表盈利能力分析表

单位：万元

项目	2017年	2018年	2019年	2020年1-3月
营业总收入	24,191,889.6	26,181,963.5	27,938,050.6	5,835,591.5
其中：营业成本	18,046,055.2	18,816,455.7	-19,791,392.8	-4,342,830.0
投资收益	183,022.1	90,732.6	16,413.2	40,970.9
营业利润	2,162,785.4	2,556,411.1	2,968,309.2	550,124.5
利润总额	2,185,477.4	2,577,305.8	2,992,911.4	553,065.3
净利润	1,861,119.0	2,165,041.9	2,527,714.4	481,039.0
营业利润率	8.94%	9.76%	10.62%	9.43%
销售净利润率	7.69%	8.27%	9.05%	8.24%
净资产收益率	24.50%	24.69%	25.28%	17.57%
总资产净利润率	8.89%	8.46%	8.94%	6.38%

注：2020年1-3月盈利能力指标为年化数据，有关财务指标计算公式请见本募集说明书附录。

（一）营业总收入与营业成本分析

2017-2019年及2020年1-3月，公司营业总收入分别为24,191,889.60万元、26,181,963.50万元、27,938,050.6万元和5,835,591.5万元，2017年公司营业总收入较2016年增加8,207,719.5万元，增幅51.35%，主要是公司全球产业投资并购计划推进，并购东芝家电和库卡集团导致营业收入增幅较大；2018年公司营业总收入较2017年增加1,990,073.9万元，增幅8.23%，2019年公司营业总收入较2018年增加1,756,087.1万元，增幅6.71%，在国内外政治经济环境动荡的情况下，公司的营业

总收入仍维持一定的增长。2020年1-3月公司营业总收入同比减少1,714,451.1万元,降幅22.71%,主要是受到新冠肺炎疫情全球爆发影响,导致公司产销均受到一定影响,但中长期来看,产业结构升级、居民收入稳定、消费多元化、国家政策对绿色、智能产业发展引导以及家电行业产品标准的升级都为公司带来了新的机会点和增长点,尤其新冠肺炎疫情进一步加强了消费者对于健康家电的需求,新品类会持续保持增长。

2017-2019年及2020年1-3月,公司营业成本分别为18,046,055.2万元、18,816,455.7万元、19,791,392.8万元和4,342,830.0万元,近三年同比增长率分别为56.09%、4.27%和5.18%。公司的营业成本变动幅度基本与营业总收入变动幅度同步,除了2018年受并购库卡集团影响,企业的营业成本增幅均低于营业总收入增幅1%以上,显示出公司的成本控制能力较好。2020年1-3月公司营业成本同比减少1,044,955.8万元,降幅19.39%。

(二) 投资收益分析

2017-2019年及2020年1-3月,公司投资收益分别为183,022.1万元、90,732.6万元、16,413.2万元和40,970.9万元。公司的投资收益主要为理财产品的投资收益、权益法核算的长期股权投资收益等。2017年投资收益较2016年增加54,426.0万元,增长42.32%,主要是处置金融资产以及长期股权投资等收益增加;2018年投资收益较2017年减少92,289.5万元,降幅50.43%,主要是公司理财产品投资减少;2019年投资收益较2018年减少74,319.4万元,降幅81.91%,主要是衍生金融工具亏损所致。2020年1-3月投资收益同比增加55,668.6万元,增幅378.76%,主要是衍生金融工具交割损益变动所致。

(三) 利润总额和净利润分析

2017-2019年及2020年1-3月,公司的利润总额分别为2,185,477.4万元、2,577,305.8万元、2,992,911.4万元和553,065.3万元。近三年利润总额同比增长率分别为15.54%、17.93%和16.13%。2017-2019年及2020年1-3月,公司的净利润分别为1,861,119.0万元、2,165,041.9万元、2,527,714.4万元和481,039.0万元,近三年净利润同比增长率分别为17.33%、16.33%和16.75%。近三年公司的利润总额及净利润均呈增长趋势,除了2017年由于并购库卡集团,机器人板块的创利能力有待提升外,近三年的增长幅度明显高于营业总收入的增长幅度,显示了公司盈利能力和成本控制能力较强。2020年1-3月公司的利润总额和净利润同比分别下降28.35%和26.46%,主要是受到新冠肺炎疫情影响,导致公司的盈利能力短期内受到较大影响。

(四) 盈利能力指标分析

2017-2019年及2020年1-3月，公司的营业利润率分别为8.94%、9.76%和11.77%，销售净利润率分别为9.92%、7.69%、8.27%和10.08%。2017年由于并购库卡集团自动化业务带入及评估溢价摊销影响导致公司的营业利润率和销售净利润率相对降低；近几年来公司的营业利润率及销售净利润率总体稳步提升，尤其2018年东芝家电优化产品结构提升毛利，实现全年扭亏目标，大幅改善盈利能力。公司坚持推进高质量产品增长的战略转型，通过优化产品结构逐步提高中高端产品销售占比，从而使得公司盈利能力和成本控制能力保持在较好水平，营业利润率及销售净利润率稳固提升。

2017-2019年及2020年1-3月，公司的总资产净利润率分别为8.89%、8.46%、8.94%和6.38%，随着公司的经营规模不断扩大，产业板块扩张，总资产规模大幅增长，导致公司总资产净利润率呈波动变化。但2017-2019年及2020年1-3月，公司的净资产收益率分别为24.5%、24.69%、25.28%和17.57%，均明显高于行业优秀值（11.0%）。总体上，公司的资产运营效益稳步提高。

整体而言，近年公司坚持“产品领先、效率驱动、全球运营”三大战略主轴，聚集产品力提升，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。公司盈利能力稳固提升，受到新冠肺炎疫情的“黑天鹅”事件影响，虽然短期内有所不利影响，但仍维持在行业水平之上，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。

六、营业外收入及“三费”分析

（一）营业外收入分析

2017-2019年及2020年1-3月，公司的营业外收入分别为46,720.4万元、43,475.6万元、61,331.0万元和4,613.4万元。公司的营业外收入主要构成为索赔收入、罚款收入等，2019年公司营业外收入较2018年增加17,855.4万元，增幅41.07%，主要是公司获得的政府补助收入、索赔收入、罚款收入等增加。2017-2019年及2020年1-3月，公司的资产处置收益分别是132,725.1万元、-3,493.4万元、-13,113.1万元及384.1万元；其他收益分别是131,112.3万元、131,690.4万元、119,466.5万元及8,181.8万元，其他收益主要为与收益相关的专项补助。

（二）“三费”分析

表6-39 “三费”分析表

单位：万元、%

项目	2017年	2018年	2019年	2020年1-3月
销售费用	2,673,867.3	3,108,587.9	3,461,123.1	565,699.3
管理费用	1,478,023.6	957,163.9	953,136.1	200,852.1
研发费用	0.0	837,720.1	963,813.7	207,767.1
财务（收入）/费用	81,594.9	-182,304.0	-223,163.6	-26,739.7
三费合计	4,233,485.8	4,721,167.9	5,154,909.3	947,578.8
营业收入	24,071,230.1	25,966,482.0	27,821,601.7	5,801,303.1
占营业收入的比重	17.59%	18.18%	18.53%	16.33%

注3：根据财政部2018年颁布的《关于修订印发2018年度一般企业财务报表格式的通知》（财会[2018]15号），将原计入“管理费用”项目的研发费用分拆“研究费用”科目单独列报。

公司2017-2019-年及2020年1-3月的三费合计分别为4,233,485.8万元、4,721,167.9万元、5,154,909.3万元和957,578.8万元，占当期营业收入的比例分别为17.59%、18.18%、18.53%和16.33%，近三年逐年增长，2017年公司的三费合计较2016年增加1,604,160.9万元，增幅61.01%，主要是经营规模扩大和并购库卡集团带入所致；2018-2019年同比分别增长11.52%和9.19%，与营业收入的增幅趋势匹配；2020年1-3月同比下降28.3%，主要受新冠肺炎疫情疫情影响，公司的产量和销量短期内均受到一定影响。

公司近年的销售费用和管理费用随着营业收入的增长而增加，公司2017年销售费用较2016年增加906,022.2万元，增幅51.25%；主要是经营规模扩大和并购库卡集团带入所致；公司2017年度管理费用较2016年增加515,945.9万元，增幅53.63%，高于营业收入的增幅，主要是并购库卡集团带入所致，同时为提升产品竞争力，公司的职工薪酬费用、研发支出等增加所致。公司2018年的销售费用较2017年增加434,720.6万元，增幅16.25%，管理费用和研发费用合并较2017年增加316,860.4万元，增幅21.44%，主要是经营规模扩大以及研发投入增加；公司2019年的销售费用较2018年增加352,535.2万元，增幅11.34%，管理费用较2018年减少4,027.8万元，降幅0.42%，研发费用较2018年增加126,093.6万元，增幅15.05%，主要是销售规模增长所致。2020年1-3月的销售费用同比减少385,664.1万元，降幅40.54%，主要是主要受新冠肺炎疫情疫情影响，当季全球的消费需求大幅下降；但公司的管理费用同比增加3,140.0万元，增幅1.59%，研发费用同比减少12,792.7万元，降幅5.80%，公司的运营和研发仍维持正常。

2017年财务费用较2016年减少182,192.8万元，降幅达181.11%，主要是汇兑损益变动所致，2016年汇兑收益55,768.9万元，2017年汇兑损失86,318.5万元；2018年财务费用较2017年增加263,898.9万元，增幅323.43%，主要是公司购买存款类产

品增加，当年实现利息收入215,586.2万元（同比增长188.48%）和当年汇兑收益48,529.8万元所致。2019年财务费用较2018年增加40,859.6万元，主要原因是利息收入增加。2020年1-3月财务费用同比减少21,366.1万元，降幅44.41%，主要是利息收入同比减少所致。

七、合并财务报表现金流量分析

表6-40 合并财务报表现金流量分析表

单位：万元

项目	2017年	2018年	2019年	2020年1-3月
经营活动现金流入	20,731,561.2	22,634,170.6	25,212,317.8	5,713,887.1
经营活动现金流出	18,287,298.9	19,848,062.6	21,353,277.4	4,947,027.4
经营活动净现金流量	2,444,262.3	2,786,108.0	3,859,040.4	766,859.7
投资活动现金流入	8,929,608.6	6,799,804.6	8,900,461.0	2,359,405.5
投资活动现金流出	12,403,569.4	8,664,033.4	11,211,231.1	2,907,962.9
投资活动净现金流量	-3,473,960.8	-1,864,228.8	-2,310,770.1	-548,557.4
筹资活动现金流入	6,383,809.1	523,768.1	2,001,559.4	176,539.8
筹资活动现金流出	4,418,644.6	1,862,484.5	2,328,919.5	146,478.8
筹资活动净现金流量	1,965,164.5	-1,338,716.4	-327,360.1	30,061.0
汇率变动对现金及现金等价物的影响	-3673.7	28,900.1	28,037.6	5,660.3
现金及现金等价物净增加额	931,792.3	-387,937.1	1,248,947.8	254,023.6

（一）经营活动净现金流量

公司2017-2019年及2020年1-3月的经营活动净现金流量分别2,444,262.3万元、2,786,108.0万元、3,859,040.4万元和766,859.7万元，公司2017-2019年及2020年1-3月的经营活动净现金流量大于零，除了2017年受并购库卡集团影响所有下降，近年来呈现稳定增加的趋势，表明公司的资金周转状况良好。近年来，公司的经营规模不断扩大，盈利能力稳固提升使得公司与生产销售直接相关的经营活动净现金流入呈现稳定增长。2019公司的经营活动净现金流量同比增加1,072,932.4万元，增幅38.51%，公司通过积极推进战略转型，经营规模不断扩大，经营活动产生的现金流量净额稳步上升。2020年1-3月公司的经营活动净现金流量同比减少417,418.5万元，降幅35.25%，主要是销售规模下降，销售商品、提供劳务所受到的现金减少。

（二）投资活动净现金流量

公司2017-2019年及2020年1-3月的投资活动净现金流量分别为-3,473,960.8万

元、-1,864,228.8万元、-2,310,770.1万元和-548,557.4万元。公司2017-2019年及2020年1-3月的投资活动净现金流量均出现负值，主要是因为公司近年进行子公司的股权收购、购买银行理财等所致。2017年投资活动现金流出大幅增加，主要是公司取得子公司及其他营业单位支付资金增加了2,294,992万元所致。2018年公司投资性活动净现金流量同比增长46.34%，主要是公司及子公司的投资支出减少；2019年公司投资性活动净现金流出量同比增加23.95%，主要是购买银行理财等投资支付的现金增加。2020年1-3月公司的投资活动净现金流量同比增长67.37%。主要是公司收回投资收到的现金同比增加所致。

（三）筹资活动净现金流量

公司2017-2019年及2020年1-3月的筹资活动净现金流量分别为1,965,164.5万元、-1,338,716.4万元、-327,360.1万元和30,061.0万元。2017年公司的筹资活动净现金流量为正值，且较2016年增加1,949,173.3万元，增幅121.89%，主要原因是当年增加了395,626.7万欧元贷款，其中370,685.67万欧元（折算人民币2,892,200.8万元）为收购德国库卡集团的长期贷款，以公司持有的库卡集团81.04%股权抵押，利息每半年支付一次，于2022年8月到期。2018-2019年公司筹资活动净现金流量为负值，2018年主要是企业为降低财务费用减少了长期及短期借款，2019年主要是企业到期兑付了债券及部分长期借款；2020年1-3月公司筹资活动净现金流量为正值，主要是公司第一季度没有进行分红等大额支出。2017-2019年及2020年1-3月，公司分配股利、利润或偿付利息支付的现金分别为790,805.6万元、930,322.2万元、1,105,576.9万元和38,334.4万元，占筹资活动现金流出比重分别为17.9%、49.95%、47.47%和26.17%。

（四）现金及现金等价物净增加额

公司2017-2019年及2020年1-3月现金及现金等价物的净增加额为931,792.3万元、-387,937.1万元、1,248,947.8万元和254,023.6万元。公司2018年现金及现金等价物的净增加额为负数，2017年、2019年及2020年1-3月均为正数，主要是公司2018年借款减少所致，2017年为了积极响应全球产业板块投资，2019年为了经营规模扩大，公司增加借款补充资金缺口。2020年1-3月公司的现金及现金等价物的净增加额同比增长了356.51%，主要是投资活动产生的现金流量净额同比增加。

八、有息债务情况

（一）期限结构及融资利率情况

截至2020年3月末，公司有息债务余额为4,136,898.8万元，主要包括短期借款、长期借款、一年内到期的长期借款。具体情况如下：

表6-41 2020年3月末公司有息债务期限结构表

单位：万元

项目	2020年3月末	
	余额	占比
短期借款	699,800.3	14.11%
一年内到期的长期借款	122,991.1	2.48%
长期借款	4,136,898.8	83.41%
合计	4,959,690.2	100.00%

表6-42 2020年3月末公司有息债务融资利率表

单位：万元

项目	金额	利率区间	期限
短期借款	699,800.3	0.57%-9.40%	1年内(含)
一年内到期的长期借款	122,991.1	-	1年内(含)
长期借款	4,136,898.8	0.55%-5.5%	5年内
合计	4,959,690.2		

(二) 有息债务担保结构情况

截至2020年3月末，公司有息债务结构情况如下：

表6-43 公司有息债务结构情况表

单位：万元、%

项目	短期借款		长期借款		一年内到期的长期借款		合计	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
信用借款	695,786.2	99.43%	589,066.9	14.24%	119,086.7	96.83%	1,403,939.8	28.31%
保证借款	4,014.1	0.57%	666,887.1	16.12%	0.0	0.00%	670,901.2	13.53%
抵押借款	0.0	0.00%	2,880,944.8	69.64%	3,904.4	3.17%	2,880,944.8	58.09%
合计	699,800.3	100.00%	4,136,898.8	100.00%	122,991.1	100.00%	4,959,690.2	100.00%

(三) 主要银行借款情况

截至2020年3月末，公司及下属子公司主要银行借款具体情况如下：

表6-44 公司主要银行借款明细表

单位：万元、%

公司名称	借款银行	借款金额 (折人民币)	期限	起息日	到期日	担保方式
------	------	----------------	----	-----	-----	------

公司名称	借款银行	借款金额 (折人民币)	期限	起息日	到期日	担保方式
Midea Electric Netherlands (I) B.V.	工行银团贷款	2,866,469	5 年	2017/8/25	2022/8/24	抵押借款
美的国际控股有限公司	东方汇理银行香港分行	456,345	5 年	2019/5/29	2024/5/29	保证借款
美的国际控股有限公司	渣打银行香港分行	210,128	2 年	2019/4/23	2021/4/23	保证借款
美的集团股份有限公司	中国进出口银行广东省分行	400,000	2 年	2019/1/28	2021/1/25	信用借款
合计		3,932,942				

(四) 公司直接债务融资情况

截至募集说明书签署日，发行人直接债务融资余额为50亿元。

九、关联方及关联交易情况

按照《企业会计准则—关联方关系及其交易的披露》的规定，截至2020年3月末，公司主要关联方及关联交易情况如下：

(一) 关联方

1. 公司的母公司情况

① 公司的实际控制人

公司的实际控制人为何享健先生，男，中国国籍，汉族，1942年出生，高级经济师，为公司的实际控制人。截至2018年末，何享健先生持有美的控股有限公司94.55%，美的控股有限公司持股公司股份数量为2,212,046,613股，持股比例为33.2%。

② 公司的母公司

公司的母公司为美的控股有限公司，详见第五章第三节“控股股东与实际控制人”。

2. 本公司的子公司

公司的子公司情况详见第五章第三节“重要权益投资情况”。

3. 不存在控制关系的关联方

不存在控制关系的关联方如下表所示:

表6-45 2020年3月末不存在控制关系的关联方

序号	公司名称	与本公司之关系
1	广东威奇电工材料有限公司	同受本公司最终控股股东直系亲属控制
2	安徽威奇电工材料有限公司	同受本公司最终控股股东直系亲属控制
3	盈峰投资控股集团有限公司	同受本公司最终控股股东直系亲属控制
4	佛山市顺德区美的发展有限公司	同受本公司实际控制人控制
5	佛山市美的房地产发展有限公司	同受本公司实际控制人控制
6	广东美的置业有限公司	同受本公司实际控制人控制
7	广东顺德农村商业银行股份有限公司	本公司之联营企业
8	广东安川美的工业机器人有限公司	本公司之联营企业
9	佛山市麦克罗美的滤芯设备制造有限公司	本公司之联营企业
10	CONCEPTION MIDEA INC	本公司之联营企业
11	合肥会通新材料有限公司	同受本公司最终控股股东直系亲属控制

(二) 关联交易情况

公司涉及的关联交易，定价原则为基本按市场价格协议定价。存在控制关系且已纳入公司合并会计报表范围的子公司，其相互间交易及母子公司交易已作抵销。

表6-46 2020年1-3月关联方交易情况

单位：万元

项目	关联方名称	金额	定价策略	产品/服务
购货	广东威奇电工材料有限公司	18,848.0	协议价格	采购商品
	佛山市麦克罗美的滤芯设备制造有限公司	5,746.8	协议价格	采购商品
	安徽威奇电工材料有限公司	5,978.7	协议价格	采购商品
	会通新材料股份有限公司	20,905.7	协议价格	采购商品
	合计	51,479.2		

公司生产的部分塑料采购于会通新材料股份有限公司，协议定价，结算方式为银行票据和转账等；公司生产压缩机用的部分漆包线购自广东威奇电工材料有限公司、安徽威奇电工材料有限公司，按协议定价，结算方式为银行票据和转账等。公司生产饮水机等采用的滤芯购自佛山市麦克罗美的滤芯设备制造有限公司，按协议定价，结算方式为银行票据和转账等。

(三) 关联方应收应付款项

表6-47 2020年3月末关联方应收应付款项表

单位：万元

项目名称	关联方	期末账面余额	期初账面余额
应付账款	广东威奇电工材料有限公司	13,964.88	20,195.60
	佛山市麦克罗美的滤芯设备制造有限公司	4,257.19	6,825.80
	安徽威奇电工材料有限公司	4,329.66	6,037.30
	会通新材料股份有限公司	11,360.04	8,012.10
	合计	33,911.76	41,070.80

(四) 其他关联交易

1.公司2016年3月24日召开的第二届董事会第六次会议审议通过了《2016年度日常关联交易预计议案》、《关于公司在顺德农商行存贷款关联交易的议案》和《关于2016年度向盈峰环境提供票据贴现业务的关联交易公告》，2016年，预计公司及下属子公司拟与盈峰环境、会通新材料等公司及其下属子公司发生购买原材料及产品、提供物流及服务日常关联交易的总金额不超过165,550.00万元。2016年度本公司与上述关联方实际发生的日常关联交易总金额为109,894.9万元。公司在广东顺德农村商业银行股份有限公司开设了银行账户，并发生存款、贷款及其他相关业务。2016年公司在顺德农商行的最高存款余额不超过人民币50亿元；2016年公司在顺德农商行的最高信贷余额不超过人民币30亿元。2016年度，本公司下属子公司美的财司拟向盈峰环境及其下属子公司提供票据贴现业务，预计票据贴现总金额不超过100,000万元，收取的票据贴现利息不超过2,000万元。

2.公司2017年3月29日召开的第二届董事会第二十次会议审议通过了《2017年度日常关联交易预计公告》和《关于公司2017年度在顺德农商行存贷款关联交易的公告》。2017年，预计公司及下属子公司拟与盈峰环境、会通新材料等公司及其下属子公司发生购买原材料及产品、提供物流及服务日常关联交易的总金额不超过150,000.00万元。2017年度本公司与上述关联方实际发生的日常关联交易总金额为161,865万元。2017年公司在顺德农商行的最高存款余额不超过人民币50亿元；2017年公司在顺德农商行的最高信贷余额不超过人民币50亿元。

3.公司2018年3月29日召开的第二届董事会第三十次会议审议通过了《2018年度日常关联交易预计公告》和《关于公司2018年度在顺德农商行存贷款关联交易的公告》，2018年，预计公司及下属子公司拟与盈峰环境、会通新材料等公司及其下属子公司发生购买原材料及产品、提供物流及服务日常关联交易的总金额不超过200,000万元。2018年度本公司与上述关联方实际发生的日常关联交易总金额为146,275万元。2018年公司在顺德农商行的最高存款余额不超过人民币50亿元；2018年公司在顺德农商行的最高信贷余额不超过人民币50亿元。

4.公司于2019年1月9日发布的《关于全资子公司参与设立产业投资基金暨关联交易的公告》，为促进集团长期资产配置多样化、科技创新以及在新兴产业领域的发展，发行人的全资子公司美的创新投资有限公司作为有限合伙人拟参与投资宁波美智和创投资中心发起设立的一支产业投资基金，该产业投资基金目标规模为人民币10-20亿。基金管理人可根据基金发展情况和潜在的项目投资进展向外部投资人募集，以达到目标规模。

5.公司2019年4月18日召开的第三届董事会第十次会议审议通过了《2019年度日常关联交易预计公告》和《关于公司2019年度在顺德农商行存贷款关联交易的议案》，2019年，预计本公司及下属子公司拟与盈峰环境、会通新材料和美的置业等公司及其下属子公司发生购买原材料、提供产品和服务等日常关联交易的总金额不超过320,000万元。2019年度本公司与上述关联方实际发生的日常关联交易总金额为129,384.7万元。公司2019年公司在顺德农商行的最高存款余额不超过人民币50亿元；2019年公司在顺德农商行的最高信贷余额不超过人民币50亿元。

6.公司于2020年1月11日发布的《关于全资子公司向产业投资基金追加认购份额暨关联交易的公告》，为促进集团长期资产配置多样化、科技创新以及在新兴产业领域的发展，发行人的全资子公司美的创新投资有限公司作为有限合伙人之一于2019年1月参与发起设立了一支产业投资基金“广东美的智能科技产业投资基金管理中心（有限合伙）”，为了进一步优化公司产业布局，为公司的战略及产业孵化优质项目，提升公司综合竞争力，公司拟通过美的创投增加认缴出资额30,000万元，本次增加认缴出资后，美的创投累计认缴出资额60,000万元。

7.公司2020年4月28日召开的第三届董事会第二十次会议审议通过了《关于2020年度日常关联交易预计的议案》和《关于公司2020年度与顺德农商行相关关联交易的议案》，2020年，预计本公司及下属子公司拟与盈峰环境、会通新材料和美的置业等公司及其下属子公司发生购买原材料、提供产品等日常关联交易的总金额不超过367,100万元。2019年度本公司与上述关联方实际发生的日常关联交易总金额为242,873万元。公司2020年公司在顺德农商行的最高存款余额不超过人民币70亿元；2020年公司在顺德农商行的最高信贷余额不超过人民币70亿元；2020年顺德农商行在公司（主要通过财务公司）办理票据贴现和同业拆借的金额不超过人民币20亿元。

十、或有事项

（一）担保

1.对外担保

截至2019年末，公司的对外担保余额折合人民币为0万元。

2.对子公司担保

截至2019年末，公司的对子公司担保余额折合人民币为4,050,641万元，对主要子公司的担保情况见下表：

表6-48 2019年公司对主要子公司的担保情况表

单位：万元

担保方	被担保方	实际担保金额
发行人	广东美的制冷设备有限公司	114,791
发行人	广东美的厨房电器制造有限公司	75,606
发行人	广东威特真空电子制造有限公司	1,647
发行人	广东美的暖通设备有限公司	11,784
发行人	广东美的生活电器制造有限公司	26,736
发行人	佛山市顺德区美的电热电器制造有限公	58,943
发行人	广东美的环境电器制造有限公司	163
发行人	佛山市顺德区美的洗涤电器制造有限公	12,007
发行人	佛山市顺德区美的饮水机制造有限公司	243
发行人	广东美芝制冷设备有限公司	170
发行人	广东美芝精密制造有限公司	112,722
发行人	广东威灵电机制造有限公司	41,247
发行人	佛山市威灵洗涤电机制造有限公司	1,373
发行人	宁波美的联合物资供应有限公司	14,733
发行人	安得智联科技股份有限公司	6,358
发行人	广东美的集团芜湖制冷设备有限公司	50,072
发行人	芜湖美的厨卫电器制造有限公司	590
发行人	安徽美芝精密制造有限公司	1,458
发行人	无锡小天鹅股份有限公司	49
发行人	合肥美的洗衣机有限公司	26,918
发行人	江苏美的清洁电器股份有限公司	300
发行人	邯郸美的制冷设备有限公司	183
发行人	重庆美的通用制冷设备有限公司	186
发行人	美智光电科技有限公司	58
发行人	美的国际控股有限公司	631,212
发行人	美的国际贸易有限公司	27,967
发行人	美的投资发展有限公司	457,516

发行人	美的电器（新加坡）贸易有限公司	63,449
发行人	东芝生活电器株式会社及下属子公司	59,350
发行人	Midea Consumer Electric Vietnam	4,154
合计		1,801,985

（二）重大未决诉讼及仲裁事项

截至2019年末，发行人拥有51%股权的巴西子公司所涉及的税务纠纷案件金额合计约6.98亿巴西雷亚尔(约人民币12.07亿元)(部分案件已延续超过十年，上述金额包含涉及本金及其所产生的利息)。截至2019年末，相关案件仍在审理之中。巴西子公司原股东已协议承诺，将依据上述税务纠纷案件的裁决结果，对发行人作出赔付，赔付的最高金额约1.57亿巴西雷亚尔(约人民币2.72亿元)。发行人的管理层参考独立第三方律师的判断，认为发行人败诉赔偿的可能性比较低，预期不存在重大税务违规风险。

（三）承诺事项

截至2019年末，公司没有重大的经营租赁承诺事项，存在已签约而尚不必在资产负债表上列示的资本性支出承诺事项：

表6-49 资本性支出承诺事项

单位：万元

项目	2019 年末余额	2018 年末余额
房屋、建筑物及机器设备	143,342.0	63,968.9
合计	143,342.0	63,968.9

十一、资产限制用途情况

截至2020年3月末，公司的受限资产包含货币资金（主要为各类业务保证金、定期存款）以及公司的子公司购买的库卡集团81.04%的股权。具体明细详见下表：

表6-50 受限资产情况

单位：亿元

项目	2020 年 3 月末余额	2019 年 12 月末余额
货币资金	451.07	400.77
合计	451.07	400.77

注1：以上货币资金包含三个月以上定期存款、法定准备金以及保证金等

注2：公司的子公司购买的库卡集团81.04%的股权为Midea Electric Netherlands (I) B.V.的2,866,468.70万元的银团贷款作抵押。

截至募集说明书签署日，公司受限资产情况无重大变化，无其他具有可对抗第三人的优先偿付负债。

十二、公司持有金融衍生品、理财产品情况

（一）衍生品情况

公司期货业务及外汇资金业务，坚持谨慎与稳健操作原则。截至2020年3月末，公司衍生产品名称明细如下：

表6-51 衍生品投资明细表

单位：万元

衍生产品名称	交易目的	交易结构	期初本金	期末本金	期末投资金额占报告期净资产比例	盈亏情况
期货合约	套期保值	期货公司	137.7	-30,002.30	-0.28%	-30,973.30
外汇远期合约	套期保值	银行	26,747.50	-10,505.20	-0.10%	-23,334.80
合计			26,885.20	-40,507.50	-0.38%	-54,308.10

（二）委托贷款及理财产品情况

截至募集说明书签署日，公司无委托贷款情况。截至2020年3月末，公司理财产品明细如下：

表6-52 理财产品明细表

单位：亿元

产品类型	名义本金	预计收益
结构性存款	634.1	3%-5%
合计	634.1	

十三、境外投资情况

表6-53 主要的境外投资情况

单位：万元

境外子公司	持股比例	主要业务	2019年12月末所有者权益	2019年营业收入	2019年净利润	基本情况
Miraco	50.41%	家电生产	32,994	148,303	10,472	发行人于2018年增持了miraco的股份，成为控股股东，注册资本7500万埃及镑，经营范围：家电生产。
库卡集团	94.55%	自动化业务	1,054,033	2,474,338	13,732	本集团于2017年1月6日收购KUKA Aktiengesellschaft，经营范围：开发、设计、制造、销售和维护工业机器人和基于机器人的产品及应用，以及上述领域的其他处理系统和产品贸易，系统的开发、规划、设计、制造、施工、销售、运营和维护，包括工业系统、用于装配和制造的机械和工具，以及上述领域的产品贸易，为商业企业提供各类服务，特别是物业及楼宇管理、数据处理、人力资源及租赁服务。

十四、直接债务融资计划

截至本募集说明书签署日，发行人已注册100亿元超短融并已发行50亿元，募集资金主要用于补充流动资金。

十五、其他重要事项

1. 收购库卡集团

2017年1月，发行人通过境外全资子公司MECCA International (BVI)Limited以现金方式全面要约收购库卡集团股份，要约收购价格为每股115欧元，交易金额为37.07亿欧元，折合人民币270.02亿元。

本次收购前，MECCA持有库卡集团13.51%股权，通过本次要约收购，公司通过MECCA收购库卡集团约81.04%的股权，通过MECCA合计持有库卡集团37,605,732股股份，占库卡集团已发行股本的比例约为94.55%。2017年1月6日，库卡集团32,233,536股股份完成交割及交易价款支付，公司已将持有的库卡集团37605732股股份质押给了中国工商银行法兰克福分行，作为本次收购融资的担保。库卡集团自2017年起纳入公司合并范围，收购形成商誉206.98亿元（另有15.04亿元外币报表折算差额，2017年底商誉账面价值中库卡集团共计222.03亿元）；库卡集团的产业布局和技术优势与发行人近年来持续推进的“智慧家居+智能制造”“双智”战略具有协同性。

2. 收购东芝白色家电业务

发行人与东芝株式会社签署股权转让协议，借助双方的互补优势和资源，进一步深化战略合作，在家电及其它新领域共同探索与开拓新的增长机遇。2016年

6月30日，公司以约537亿日元（约5亿美元）收购东芝家电业务的主体“东芝生活电器株式会社”80.1%的股权，东芝保留19.9%的股权，同时，公司将获得40年的东芝品牌的全球授权及超过5千项与白色家电相关的专利。本次交易完成了股权转让交割手续。

3.收购Clivet公司

发行人于2016年6月21日与Bello家族签署了协议，收购意大利中央空调企业Clivet80%的股权，并于2016年10月底完成交易，依托Clivet在欧洲中央空调市场的影响力，公司将进一步提升在欧洲及全球市场大型中央空调市场占有率，延展销售渠道，并获得完整的大型中央空调的生产线与技术协同，提升整体价值。

4.收购Servotronix公司

发行人于2017年1月完成以色列高创公司（Servotronix）的收购，继续充实公司在运动控制和自动化解决方案领域的技术与产品储备，完善机器人产业平台布局。

5.合伙人持股计划

2015年起，发行人搭建经营管理层、核心骨干与全体股东权益一致的股权结构及长、短期激励与约束相统一的激励机制，启动全球合伙人持股计划，2018年新增事业合伙人计划。截至2020年3月末，公司累计发布了五期全球合伙人持股计划和两期事业合伙人持股计划；2015年至2019年，公司合伙人持股计划通过二级市场购买的方式持股，2019年起，公司合伙人持股计划通过受让公司回购账户的股份的方式持股。

6.吸收并购小天鹅

发行人于2018年10月23日召开了第三届董事会第二次会议，审议并通过了关于公司发行A股股份换股吸收合并无锡小天鹅股份有限公司暨关联交易符合《关于规范上市公司重大资产重组若干问题的规定》，于2019年3月12日收到中国证监会核发的《关于核准美的集团股份有限公司吸收合并无锡小天鹅股份有限公司的批复》（证监许可[2019]352号），根据该批复，中国证监会核准美的集团发行342,130,784股股份吸收合并小天鹅。公司于2019年4月22日收到了国家外汇管理局佛山市中心支局出具的《国家外汇管理局佛山市中心支局关于美的集团股份有限公司发行A股换股吸收合并无锡小天鹅股份有限公司相关外汇业务的批复》（佛汇复[2019]1号），公司董事会将根据上述批复文件协助投资者办理外汇的相关事宜。鉴于小天鹅和公司在吸收合并实施完成前进行了利润分配，本次换股吸

收合并涉及的相关调整事项如下：小天鹅A股的换股价格调整为46.91元/股，小天鹅B股的换股价格调整为38.07元/股，美的集团的股票发行价格由42.04元/股调整为40.74元/股。小天鹅A股股票的换股比例调整为1:1.15144821，小天鹅B股股票的换股比例调整为1:0.93446244。美的集团因本次换股吸收合并发行的股份数量调整为323,657,476股。2019年6月21日，公司因本次吸收合并新增发的共计323,657,476股股份已于深交所上市流通，本次换股吸收合并完成后，小天鹅将终止上市并注销法人资格，发行人子公司将承继及承接小天鹅的全部资产、负债、业务、人员、合同及其他一切权利与义务。

7.收购合康新能

2020年3月25日，发行人下属子公司广东美的暖通设备有限公司与上海上丰集团有限公司、刘锦成签署了《股份转让协议》，拟收购北京合康新能科技股份有限公司（深证创业板上市企业，股票代码300048，以下简称“合康新能”）控股权，收购股份总数为208,685,418股（约占合康新能总股本的比例为18.73%），总价款为742,582,087元；同时，美的暖通与上海上丰集团有限公司以及叶进吾（上丰集团的实际控制人）签署了《表决权委托协议》，上丰集团和叶进吾同意将其持有的合康新能55,747,255股股份的表决权（约占合康新能总股本的5%）不可撤销地委托给美的暖通，委托期限为自本次收购的交割日起15个月。2020年4月30日，本次收购涉及的208,685,418股无限售条件流通股已全部完成过户登记。收购完成后，发行人通过美的暖通合计持有合康新能208,685,418股股份，并通过上丰集团及叶进吾委托的55,747,255股股份表决权，合计控制合康新能264,432,673股股份表决权（约占合康新能总股本的23.73%），发行人成为合康新能间接控股股东。本次收购不构成关联交易和重大资产重组。

本次收购标的合康新能的核心业务包括工业变频器、伺服系统，收购完成后将使发行人进一步加强工业自动化与电力电子软件驱动领域的产业布局，提升工业自动化产业链协同机会，拓展ToB业务规模，强化ToC和ToB业务“双轮驱动”的业务模式；合康新能的高、低压变频器有助于加速发行人大型中央空调的变频化进程，提升对传统定频产品的竞争优势；合康新能在节能环保、新能源汽车等业务方面的业务布局，增加了发行人业务的多元性。

第七章 资信状况

一、信用评级情况

(一) 历史评级情况

表7-1 公司历史评级情况表

评级主体	评级公司	评级日期	评级报告名称	信用等级	评级展望
美的集团有限公司	大公国际资信评估有限公司	2007年11月14日	美的集团有限公司2007年度企业信用评级报告	AA-	稳定
美的集团有限公司	大公国际资信评估有限公司	2009年05月05日	美的集团有限公司2009年度企业信用评级报告	AA	稳定
美的集团有限公司	大公国际资信评估有限公司	2011年01月18日	美的集团有限公司2011年度企业信用评级报告	AA+	稳定
美的集团股份有限公司	大公国际资信评估有限公司	2016年2月24日	美的集团股份有限公司2016年度企业信用评级报告	AAA	稳定
美的集团股份有限公司	联合资信评估有限公司	2020年3月16日	美的集团股份有限公司主体长期信用评级报告	AAA	稳定

(二) 主体评级情况

根据联合资信评估有限公司（以下简称“联合”）2020年3月16日出具的《美的集团股份有限公司主体长期信用评级报告》，发行人主体信用等级为AAA，评级展望为稳定。发行人主体信用等级为AAA，表明发行人偿还债务的能力极强，基本不受不利经济环境的影响，违约风险极低。

1、评级报告观点

(1) 主要优势/机遇

公司是全产业链、全产品线的家电龙头企业，在品牌价值、市场份额和品牌知名度等方面具备综合优势。

公司在产品创新和智能制造等领域持续进行研发投入，近三年，研发投入规模及占营业收入的比重在同业企业中均处于领先地位。

近年来，公司先后完成对库卡集团和东芝家电的股权收购及上市公司小天鹅的吸收合并。库卡集团是全球领先的机器人及自动化生产设备和解决方案的供应商之一；东芝家电在日本、东南亚和中东市场有广泛的影响力；小天鹅在洗衣机

领域具有明显优势。上述收购及整合进一步拓展了公司的产品品类，加速公司全球化布局，并将在技术研发、供应链、渠道等多方面产生协同。

公司货币资金充裕，资产流动性强，融资渠道畅通，整体偿债能力很强。

（2）关注

公司所在的家电行业竞争激烈，受消费刺激政策、房地产行业周期性及国际性贸易摩擦等因素影响较大，近年来行业增速放缓明显。

公司境外收购业务形成的商誉规模较大，若并购业务发展未及预期，存在商誉减值风险。

随着公司出口收入占比的提升，汇率波动造成的产品出口与汇兑损失风险有所增加。

（三）跟踪评级安排

自评级报告出具之日起，在本期债务融资工具的存续期内，联合资信评估有限公司将对其进行持续跟踪评级。持续跟踪评级包括定期跟踪评级和不定期跟踪评级。

美的集团股份有限公司应按联合资信跟踪评级资料清单的要求及时提供相关资料。美的集团股份有限公司如发生重大变化，或发生可能对信用等级产生较大影响的重大事件，美的集团股份有限公司应及时通知联合资信并提供有关资料。

联合资信将密切关注美的集团股份有限公司的经营管理状况、外部经营环境及本期债项相关信息，如发现美的集团股份有限公司出现重大变化，或发现存在或出现可能对美的集团股份有限公司或本期债项信用等级产生较大影响的事项时，联合资信将就该项进行必要调查，及时对该项进行分析，据实确认或调整信用评级结果。

如美的集团股份有限公司不能及时提供跟踪评级资料，导致联合资信无法对美的集团股份有限公司或本期债项信用等级变化情况做出判断，联合资信可以终止评级。

二、银行授信情况

截至2020年3月末，发行人及下属子公司共获得主要银行授信额度1,132.37亿

元，其中已使用授信额度为561.45亿元，未使用授信额度为570.92亿元，具体情况如下表：

表7-2 公司银行授信情况表

单位：亿元

授信银行	授信总额	已用额度	未使用授信余额
中国银行	49.70	0.58	49.12
工商银行	63.41	1.08	62.33
农业银行	48.33	2.14	46.19
建设银行	53.20	22.00	31.20
其它 ⁷	917.73	535.65	382.08
合计	1,132.37	561.45	570.92

三、信用记录情况

通过查询中国人民银行企业信用信息基础数据库，截至募集说明书签署日，公司近三年无不良信用记录。

四、发行及偿付直接债务融资工具的历史情况

表7-3 历年债务融资工具发行情况表

单位：亿元

债券品种	债券简称	发行日期	发行规模	发行时主体级别	发行期限	兑付情况
短期融资券	08美的CP01	2008-02-25	18.00	AAA	1年	已兑付
短期融资券	08美的CP02	2008-04-21	10.00	AAA	1年	已兑付
短期融资券	09美的CP01	2009-10-14	10.00	AAA	1年	已兑付
短期融资券	09美的CP02	2009-11-04	10.00	AAA	1年	已兑付
中期票据	10美的MTN1	2010-03-15	15.00	AAA	3年	已兑付
中期票据	10美的MTN2	2010-04-21	5.00	AAA	3年	已兑付
中期票据	10美的MTN3	2010-11-26	15.00	AAA	3年	已兑付
中期票据	11美的MTN1	2011-01-21	10.00	AAA	3年	已兑付
短期融资券	11美的CP01	2011-03-30	20.00	AAA	1年	已兑付
短期融资券	11美的CP002	2011-12-05	15.00	AAA	1年	已兑付
短期融资券	12美的CP001	2012-04-11	10.00	AAA	1年	已兑付
超短期融资债券	16美的SCP001	2016-06-16	20.00	AAA	90天	已兑付
超短期融资债券	20美的SCP001	2020-04-16	20.00	AAA	180天	未兑付
超短期融资债券	20美的SCP002	2020-04-28	30.00	AAA	90天	未兑付
超短期融资	20美的SCP003	2020-05-14	30.00	AAA	240天	未兑付

⁷ 其他包含公司办理的银团贷款

债券						
超短期融资债券	20 美的 SCP004	2020-05-21	20.00	AAA	210 天	未兑付
合计			258.00			

2008 年公司分两期合计发行短期融资券人民币 28 亿元。发行情况为：2008 年 2 月 22 日发行第一期 18 亿元短期融资券，到期日 2009 年 2 月 24 日；2008 年 4 月 18 日发行第一期 10 亿元短期融资券，到期日 2009 年 4 月 21 日。公司已按期归还上述两期短期融资券，无不良信用记录。

2009 年公司分两期合计发行短期融资券人民币 20 亿元。发行情况为：2009 年 10 月 10 日发行第一期 10 亿元短期融资券，到期日 2010 年 10 月 14 日；2009 年 11 月 2 日发行第一期 10 亿元短期融资券，到期日 2010 年 11 月 4 日。公司已按期归还上述两期短期融资券，无不良信用记录。

2010 年公司分三期合计发行中期票据人民币 35 亿元。发行情况为：2010 年 3 月 12 日发行第一期 15 亿元中期票据，到期日 2013 年 3 月 15 日；2010 年 4 月 19 日发行第一期 5 亿元中期票据，到期日 2013 年 4 月 21 日；2010 年 11 月 24 日发行第三期 15 亿元中期票据，到期日 2013 年 11 月 26 日。公司已按期归还上述三期中期票据，无不良信用记录。

2011 年公司合计发行中期票据和短期融资券各为人民币 10 亿元和 35 亿元。发行情况为：2011 年 1 月 19 日发行第一期 10 亿元中期票据，到期日 2014 年 1 月 21 日；2011 年 3 月 28 日发行第一期 20 亿元短期融资券，到期日 2012 年 3 月 30 日。2011 年 12 月 1 日发行第一期 15 亿元短期融资券，到期日 2012 年 12 月 5 日。公司已按期归还上述一期中期票据和两期短期融资券，无不良信用记录。

2012 年公司合计发行一期短期融资券人民币 10 亿元。发行情况为：2012 年 4 月 4 月 9 日发行第一期 10 亿元短期融资券，到期日 2013 年 4 月 11 日。公司已按期归还上述短期融资券，无不良信用记录。

2014 年至 2016 年，公司在美国货币市场累计发行 432 期商业票据，合计金额为 812,783.20 万美元，期限 1-268 天。截至 2020 年 3 月末，公司已全部按期归还上述商业票据，无不良信用记录。

2016 年，公司发行一期超短期融资券人民币 20 亿元。发行情况为：2016 年 6 月 14 日发行第一期 20 亿元超短期融资券，到期日为 2016 年 9 月 14 日。公司已按期归还上述超短期融资券，无不良信用记录。

2016 年，发行人子公司美的投资发展有限公司发行一期美元公司债券 7 亿美

元。发行情况为：2016年6月3日发行美元公司债券7亿美元，到期日为2019年6月3日。子公司已按期归还上述债券，无不良信用记录。

2020年4月-5月，公司发行四期超短期融资券合计人民币100亿元。发行情况为：2020年4月16日发行第一期20亿元超短期融资券，到期日为2020年10月17日；2020年4月26日发行第二期30亿元超短期融资券，到期日为2020年7月27日；2020年5月14日发行第三期30亿元超短期融资券，到期日为2021年01月13日；2020年5月21日发行第四期20亿元超短期融资券，到期日为2020年12月21日。上述超短期融资券尚未到期兑付。上述超短期融资券尚未到期兑付。

截至募集说明书签署日，发行人直接债务融资余额为100亿元。

第八章 本期债务融资工具信用增进情况

本期债务融资工具无担保。

第九章 税项

根据国家有关税收法律法规的规定，投资者投资本期债务融资工具所应缴纳的税款由投资者承担。本期债务融资工具的投资人应遵守我国有关税务方面的法律、法规。本“税务分析”是依据我国现行的税务法律、法规及国家税务总局有关规范性文件的规定做出的。如果相关的法律、法规发生变更，本“税务分析”中所提及的税务事项将按变更后的法律法规执行。

下列这些说明不构成对投资者的法律或税务建议，也不涉及投资本期债务融资工具可能出现的税务后果。投资者如果准备购买本期债务融资工具，并且投资者又属于按照法律规定需要遵守特别税务规定的投资者，本公司建议投资者应向其专业顾问咨询有关的税务责任。

一、增值税

根据 2016 年 3 月 24 日财政部、国家税务总局发布的《关于全面推开营业税改征增值税试点的通知》（财税[2016]36 号），自 2016 年 5 月 1 日起适用的流转税由征营业税改征增值税。

二、所得税

根据 2008 年 1 月 1 日起执行的《中华人民共和国企业所得税法实施条例》及其他相关的法律、法规，一般企业投资者来源于企业融资券的利息所得应缴纳企业所得税。企业应将当期应收取的融资券利息计入当期收入，核算当期损益后缴纳企业所得税。

三、印花税

根据 1988 年 10 月 1 日起开始施行的《中华人民共和国印花税暂行条例》及其实施细则，在我国境内买卖、继承、赠与、交换、分割等所书立的财产转让书据，均应缴纳印花税。

对非金融企业债务融资工具在银行间债券市场进行的交易，我国目前还没有开始征收印花税。截至本募集说明书出具之日，投资者买卖、赠与或继承公司债券而书立财产转让书据时，不需要缴纳印花税。发行人无法预测国家是否或将会于何时决定对有关债务融资工具交易征收印花税，也无法预测将会适用的税率水平。

投资者所应缴纳税项不与债务融资工具的各项支付构成抵销。

第十章 信息披露安排

一、信息披露机制

发行人将按照中国银行间市场交易商协会的信息披露要求,组织本期债务融资工具存续期间各类财务报表及与公司经营相关的所有重大信息的披露事项。

二、信息披露安排

发行人将严格按照中国人民银行《银行间债券市场非金融企业债务融资工具管理办法》及交易商协会《银行间债券市场非金融企业债务融资工具信息披露规则》等文件的相关规定,进行本期债务融资工具存续期间各类财务报表、审计报告及可能影响本期债务融资工具投资者实现其债务融资工具兑付的重大事项的披露工作,同时上述信息披露时间不晚于发行人在证券交易所、指定媒体或其他场合向市场公开披露的时间。

(一) 发行文件

发行人发行本期债务融资工具,在发行日前1个工作日,通过交易商协会认可的网站披露如下文件:

- 1、本期债务融资工具募集说明书;
- 2、本期债务融资工具法律意见书;
- 3、美的集团股份有限公司主体长期信用评级报告及跟踪评级安排的说明;
- 4、经注册会计师审计的公司2017年度、2018年度、2019年度合并及母公司资产负债表、利润表、现金流量表与审计意见全文,公司2020年一季度未经审计的合并及母公司资产负债表、利润表及现金流量表。
- 5、协会要求的其他需披露的文件。

(二) 重大事项

发行人在本期债务融资工具存续期间,及时向市场公开披露可能影响债务融资工具投资者实现其债权的重大事项,包括:

- 1、企业名称、经营方针和经营范围发生重大变化;

- 2、企业生产经营的外部条件发生重大变化；
- 3、企业涉及可能对其资产、负债、权益和经营成果产生重要影响的重大合同；
- 4、企业发生可能影响其偿债能力的资产抵押、质押、出售、转让、划转或报废；
- 5、企业发生未能清偿到期重大债务的违约情况；
- 6、企业发生大额赔偿责任或因赔偿责任影响正常生产经营且难以消除的；
- 7、企业发生超过净资产10%以上的重大亏损或重大损失；
- 8、企业一次免除他人债务超过一定金额，可能影响其偿债能力的；
- 9、企业三分之一以上董事、三分之二以上监事、董事长或者总经理发生变动；董事长或者总经理无法履行职责；
- 10、企业做出减资、合并、分立、解散及申请破产的决定，或者依法进入破产程序、被责令关闭；
- 11、企业涉及需要说明的市场传闻；
- 12、企业涉及重大诉讼、仲裁事项；
- 13、企业涉嫌违法违规被有权机关调查，或者受到刑事处罚、重大行政处罚；企业董事、监事、高级管理人员涉嫌违法违纪被有权机关调查或者采取强制措施；
- 14、企业发生可能影响其偿债能力的资产被查封、扣押或冻结的情况；企业主要或者全部业务陷入停顿，可能影响其偿债能力的；
- 15、企业对外提供重大担保。

(三) 定期披露信息

- 1、每年4月30日以前，披露上一年度的年度报告和审计报告；
- 2、每年8月31日以前，披露本年度上半年的资产负债表、利润表和现金流量表；

3、每年4月30日和10月31日以前，披露本年度第一季度和第三季度的资产负债表、利润表及现金流量表；第一季度信息披露时间不迟于上一年度信息披露时间。

（四）本金兑付和付息事项

发行人将在本期债务融资工具本息兑付日前5个工作日，通过交易商协会认可的网站公布本金兑付和付息事项。如有关信息披露管理制度发生变化，发行人将依据其变化对于信息披露做出调整。

第十一章 投资者保护机制

一、违约事件及责任

(一) 违约事件

如下列任何一项事件发生及继续,则投资者均可向发行人或主承销商(如有代理追偿责任)发出书面通知,表明应即刻启动投资者保护机制。在此情况下,发行人或主承销商(如有代理追偿责任)应依据本条款有关规定即刻启动投资者保护机制。有关事件在发行人或主承销商接获有关通知前已予以纠正的,则另作别论:

- 1、拖欠付款:拖欠本期债务融资工具本金或任何到期应付利息;
- 2、解散:发行人于所有未赎回本期债务融资工具获赎回前解散或因其它原因不再存在,因获准重组引致的解散除外;
- 3、破产:发行人破产、全面无力偿债、拖欠到期应付款项、停止/暂停支付所有或大部份债务或终止经营其业务,或发行人根据《破产法》规定进入破产程序。

(二) 违约责任

1、发行人应履行按时、足额偿付到期债务融资工具本息的义务,不得提前或推迟偿还本金和支付利息。发行人如未履行本期债务融资工具还本付息义务或未按《银行间债券市场非金融企业债务融资工具管理办法》及配套文件规定的时间支付相关费用,则按逾期金额每日0.21%承担违约责任。如双方出现争议且不能协商解决,可依法向人民法院提起诉讼。

2、发行人应按照相关法律法规的要求和本募集说明书的约定及时披露信息,并保证所披露信息的真实性、准确性和完整性。如果由于发行人未披露、未及时披露或信息披露存在瑕疵而造成投资者实际损失,视为发行人违约。

3、发行人改变募集资金用途的,应当及时向投资者公告。

4、在本期债务融资工具存续期间,发生影响公司偿债能力的重大事项,即前一章所涉及的影响公司偿债能力的重大事项所列情形之一的,应当及时予以公告或以有效的方式告知投资者,否则将承担违约责任。

5、发行人如在其重要资产或重大受益权上设置可能对发行人偿还本期债务融资工具的能力构成重大实质性不利影响的任何形式的担保或第三方权益,或者

发行人对其重要资产或重大受益权做出其他形式的处置，影响到本期债务融资工具偿还能力的，即构成违约，应限期改正，并提供充分有效的补救措施。

6、发行人违反上述条款即构成违约。如导致投资者蒙受经济损失，发行人有责任对投资者进行赔偿。

二、投资者保护机制

（一）应急事件

应急事件是指发行人突然出现的，可能导致本期债务融资工具不能按期、足额兑付，并可能影响到金融市场稳定的事件。

在本期债务融资工具存续期内单独或同时发生下列应急事件时，可以启动投资者保护应急预案：

1、发行人发生未能清偿到期债务的违约情况；债务种类包括但不限于短期融资券、超短期融资券、中期票据、企业债券、公司债券、可转换债券、可分离债券等公开发行债务，以及银行贷款、承兑汇票等非公开发行债务；

2、发行人或发行人的高级管理层出现严重违法、违规案件，或已就重大经济事件接受有关部门调查，且足以影响到债务融资工具的按时、足额兑付；

3、发行人发生超过净资产 10%以上重大损失（包括投资损失和经营性亏损），且足以影响到债务融资工具的按时、足额兑付；

4、发行人做出减资¹、合并、分立、解散及申请破产的决定；

5、发行人受到重大行政处分、罚款或涉及重大诉讼或司法强制执行等事件，且罚款、诉讼或强制执行的标的额较大，且足以影响本期债务融资工具的按时、足额兑付；

6、其他可能引起投资者重大损失的事件。

应急事件发生后，发行人和主承销商应立即按照本章的约定启动投资者保护应急预案，保障投资者权益，减小对债券市场的不利影响。

（二）投资者保护应急预案的启动

投资者可以在发生上述应急事件时，向发行人和主承销商建议启动投资者保护应急预案；或由发行人和主承销商在发生应急事件后主动启动应急预案；也可在监管机构认为必要时要求启动应急预案。

¹ 因股权激励计划及股权回购导致减资的除外。

发行人和主承销商启动应急预案后，可采取下列某项或多项措施保护债权：

- 1、公开披露有关事项；
- 2、召开持有人会议，商议债权保护有关事宜。

（三）信息披露

在出现应急事件时，发行人应主动与主承销商、评级机构、监管机构、媒体等方面及时沟通，并通过指定媒体披露该事件。

应急事件发生时的信息披露工作包括：

- 1、跟踪事态发展进程，协助主承销商发布有关声明；
- 2、听取监管机构意见，按照监管机构要求做好有关信息披露工作；
- 3、主动与评级机构互通情况，督促评级机构做好跟踪评级，并及时披露评级信息；
- 4、适时与主承销商联系发布关于应急事件的处置方案，包括信用增级措施、提前偿还计划以及持有人会议决议等；
- 5、适时与主承销商联系发布关于应急事件的其他有关声明。

（四）债券持有人会议

持有人大会是指在出现应急事件后，投资者为了维护债权利益而召开的会议。

1、持有人会议的召开条件

主承销商/联席主承销商作为本期债务融资工具的持有人会议的召集人。在债务融资工具存续期间，出现以下情形之一的，召集人应当自知悉该情形之日起按勤勉尽责的要求召集持有人会议，并拟定会议议案。

- （1）发行人未能按期足额兑付债务融资工具本金或利息；
- （2）发行人转移债务融资工具全部或部分清偿义务；
- （3）发行人变更信用增进安排或信用增进机构，对债务融资工具持有人权益产生重大不利影响的；
- （4）发行人或者信用增进机构减资¹、合并、分立、解散、申请破产、被接管、被责令停产停业、被暂扣或者吊销许可证、暂扣或者吊销执照；

¹ 因股权激励计划及股权回购导致减资的除外。

(5) 发行人或者信用增进机构因资产无偿划转、资产转让、债务减免、股权交易、股权托管等原因导致发行人或者信用增进机构净资产减少单次超过最近经审计净资产的百分之十或者两年内累计超过净资产(以首次减资行为发生时对应的最近经审计净资产为准)的百分之十,或者虽未达到上述指标,但对发行人或者信用增进机构的生产、经营影响重大;

(6) 单独或合计持有百分之三十以上同期债务融资工具余额的持有人提议召开;

(7) 募集说明书中约定的其他应当召开持有人会议的情形;

(8) 法律、法规规定的其他应由持有人会议做出决议的情形。

出现上述情形时,发行人或者信用增进机构应当及时告知召集人,召集人应当自知悉该情形之日起在实际可行的最短期限内召集持有人会议,并拟定会议议案。持有人会议的召集不以发行人或信用增进机构履行告知义务为前提。

召集人不能履行或者不履行召集职责的,单独或合计持有百分之三十以上同期债务融资工具余额的持有人、发行人、主承销商或信用增进机构均可以自行召集持有人会议,履行召集人的职责。

在本期债务融资工具存续期间,发行人或信用增进机构出现《银行间债券市场非金融企业债务融资工具信息披露规则》列明的重大事项或信息披露变更事项情形之一的,召集人可以召集持有人会议;单独或合计持有百分之十以上同期债务融资工具的持有人、发行人和信用增进机构可以向召集人书面提议召开持有人会议,召集人应自收到提议之日起五个工作日内向提议人书面回复是否同意召集持有人会议。

召集人不能履行或者不履行召集职责的,单独或合计持有百分之三十以上本期债务融资工具余额的持有人、发行人、主承销商均可以自行召集持有人会议,履行召集人的职责。

2、持有人会议的召集

召集人应当至少于持有人会议召开日前十个工作日在交易商协会认可的网站发布召开持有人会议的公告。召开持有人会议的公告内容包括但不限于下列事项:

- (1) 债务融资工具发行情况、持有人会议召开背景;
- (2) 会议召集人、会务负责人姓名及联系方式;
- (3) 会议时间和地点;

(4) 会议召开形式：持有人会议可以采用现场、非现场或两者相结合的形式；

(5) 会议拟审议议题：议题属于持有人会议权限范围、有明确的决议事项，并且符合法律、法规和本规程的相关规定；

(6) 会议议事程序：包括持有人会议的召集方式、表决方式、表决时间和其他相关事宜；

(7) 债权登记日：应为持有人会议召开日前一工作日；

(8) 提交债券账务资料以确认参会资格的截止时点：债务融资工具持有人在持有人会议召开前未向召集人证明其参会资格的，不得参加持有人会议和享有表决权；

(9) 委托事项：参会人员应出具授权委托书和身份证明，在授权范围内参加持有人会议并履行受托义务。

召集人应当至少于持有人会议召开日前七个工作日将议案发送至持有人，并将议案提交至持有人会议审议。

3、持有人会议参会机构

本期债务融资工具持有人应当于债权登记日向中国人民银行认可的银行间债券市场债券登记托管结算机构申请查询本人当日的债券账务信息，并于会议召开日提供相应债券账务资料以证明参会资格。召集人应当对本期债务融资工具持有人的参会资格进行确认，并登记其名称以及持有份额。

除法律、法规及相关自律规则另有规定外，在债权登记日确认债权的本期债务融资工具持有人有权出席持有人会议。

发行人、本期债务融资工具清偿义务承继方、信用增进机构等重要关联方应当按照召集人的要求列席持有人会议。交易商协会可以派员列席持有人会议。

持有人会议应当有律师见证。见证律师原则上由为本期债务融资工具发行出具法律意见的律师担任。非协会会员单位的律师事务所的律师见证持有人会议并出具法律意见的，该律师事务所应当向交易商协会书面声明自愿接受交易商协会自律管理，遵守交易商协会的相关自律规定。

见证律师对会议的召集、召开、表决程序、出席会议人员资格和有效表决权等事项出具法律意见书。法律意见书应当与持有人会议决议一同披露。

信用评级机构可应召集人邀请列席会议，持续跟踪持有人会议动向，并及时

发表公开评级意见。

4、持有人会议的表决和决议

本期债务融资工具持有人及其代理人行使表决权，所持每一本期债务融资工具最低面额为一表决权。发行人、发行人母公司、发行人下属子公司、本期债务融资工具清偿义务承继方等重要关联方没有表决权。

除募集说明书另有约定外，出席持有人会议的本期债务融资工具持有人所持有的表决权数额应达到本期债务融资工具总表决权的三分之二以上，会议方可生效。

持有人会议的议事程序和表决形式，除本募集说明书有规定外，由召集人规定。

持有人会议对列入议程的各项议案分别审议，逐项表决。

持有人会议不得对公告通知中未列明的事项进行决议。

单独或合计持有百分之十以上本期债务融资工具余额的持有人可以提议修订议案。

持有人应当至少于持有人会议召开日前五个工作日以书面形式向召集人提出修订议案，召集人应当至少于持有人会议召开前三个工作日将修订议案发送至持有人，并提交至持有人会议审议。

持有人会议的全部议案应当在会议召开首日后的三个工作日内表决结束。

召集人应当于表决截止日向中国人民银行认可的银行间债券市场债券登记托管结算机构申请查询和核对相关债项持有人当日债券账务信息，表决截止日终无对应本期债务融资工具面额的表决票视为无效票。

持有人投弃权票的，其所持有的债务融资工具面额计入议案表决的统计中。持有人未做表决或者投票不规范的，视为该持有人投弃权票。

除募集说明书另有约定外，持有人会议决议应当由出席会议的本期债务融资工具持有人所持表决权的四分之三以上通过后生效。

持有人会议应有书面会议记录。召集人应当保证持有人会议记录内容真实、准确和完整。持有人会议记录由出席会议的召集人代表和见证律师签名。

召集人应当在持有人会议表决截止日次一工作日将会议决议公告在交易商协会认可的网站披露。会议决议公告包括但不限于以下内容：

- (1) 出席会议的本期债务融资工具持有人所持表决权情况；

(2) 会议有效性;

(3) 各项议案的议题和表决结果。

如需要发行人答复的,召集人在会议表决截止日次一工作日将会议决议提交至发行人,并代表本期债务融资工具持有人及时就有关决议内容与发行人及其他有关机构进行沟通。发行人应当自收到会议决议之日起三个工作日内答复是否接受持有人会议通过的决议。

召集人应当及时将发行人的答复在交易商协会认可的网站披露。

持有人会议的会议公告、会议议案、参会机构与人员以及表决机构与人员名册、会议记录、表决文件、会议决议公告、发行人的答复(若持有人会议决议需发行人答复)、法律意见书、召集人自登记托管机构获取的债权登记日日终和会议表决截止日日终本期债务融资工具持有人名单等会议文件和资料由召集人保管,并至少保管至对应本期债务融资工具兑付结束后五年。

如召集人为发行人或者信用增进机构的,上述会议文件、材料由见证持有人会议的律师所在的律师事务所存档。

三、不可抗力

(一) 不可抗力是指本期债务融资工具发行后,由于当事人不能预见、不能避免并不能克服的情况,致使债务融资工具相关责任人不能履约的情况。

(二) 不可抗力包括但不限于以下情况:

- 1、自然力量引起的事故如水灾、火灾、地震、海啸等;
- 2、国际、国内金融市场风险事故的发生;交易系统或交易场所无法正常工作;
- 3、社会异常事件如战争、罢工、恐怖袭击等。

(三) 不可抗力事件的应对措施

1、不可抗力发生时,发行人、主承销商或联席主承销商应及时通知投资者及债务融资工具相关各方,并尽最大努力保护债务融资工具投资者的合法权益。

2、发行人、主承销商或联席主承销商应召集债务融资工具持有人会议磋商,决定是否终止债务融资工具或根据不可抗力事件对债务融资工具的影响免除或延迟相关义务的履行。

四、弃权

任何一方当事人未能行使或延迟行使本文约定的任何权利，或宣布对方违约仅适用某一特定情势，不能视作弃权，也不能视为继续对权利的放弃，致使无法对今后违约方的违约行为行使权利。任何一方当事人未行使任何权利，也不会构成对对方当事人的弃权。

第十二章 发行的有关机构

一、发行人

名称: 美的集团股份有限公司
注册地址: 佛山市顺德区北滘镇美的大道 6 号美的总部大楼 B 区 26-28 楼
联系地址: 佛山市顺德区北滘镇美的大道 6 号美的总部大楼 B 区 6 楼
法定代表人: 方洪波
联系人: 储旭
电话: 0757-26337228
传真: /
邮政编码: 528311

二、承销团

(一) 主承销商

名称: 中国工商银行股份有限公司
注册地址: 北京市西城区复兴门内大街 55 号
法定代表人: 陈四清
联系人: 戴莹
电话: 010-66109649
传真: 010-66107567
邮政编码: 100140

(二) 联席主承销商

名称: 中国农业银行股份有限公司
注册地址: 北京市东城区建国门内大街 69 号
法定代表人: 周慕冰
联系人: 安立伟
电话: 010-85109045
传真: 010-85106311
邮政编码: 100005

三、信用评级机构

名称: 联合资信评估有限公司

注册地址： 北京市朝阳区建国门外大街甲 6 号中环世贸中心 D 座 7 层
法定代表人： 王少波
联系人： 郭昊
电话： 010-85679696
传真： 010-85679228
邮政编码： 100022

四、审计机构

名称： 普华永道中天会计师事务所（特殊普通合伙）
注册地址： 中国（上海）自由贸易试验区陆家嘴环路 1318 号星展银行大厦 6 楼
法定代表人： 李丹
联系人： 王斌
电话： 020-38192000
传真： 020-38192000
邮政编码： 510623

五、发行人律师

名称： 北京市嘉源律师事务所
注册地址： 北京市西城区复兴门内大街 158 号远洋大厦 F408
法定代表人： 郭斌
联系人： 刘兴
电话： 010-66413377
传真： 010-66412855
邮政编码： 100031

六、托管人

名称： 银行间市场清算所股份有限公司
地址： 上海市中山南路 318 号东方国际金融广场 33-34 层
法定代表人： 谢众
联系人： 王艺丹
电话： 021-63323840
传真： 021-63326661
邮政编码： 200010

七、技术支持机构

名称: 北京金融资产交易所有限公司
地址: 北京市西城区金融大街乙 17 号
法定代表人: 郭欠
联系人: 发行部
电话: 010-57896722、010-57896516
传真: 010-57896726
邮政编码: 100032

截至目前,本公司与上述发行有关的中介机构及其负责人、高级管理人员及经办人员之间不存在直接或间接的股权关系或其他重大利害关系。

第十三章 备查文件

一、备查文件

- 1.关于美的集团股份有限公司发行债务融资工具的接受注册通知书
- 2.有权机构决议
- 3.美的集团股份有限公司章程
- 4.经审计的美的集团股份有限公司2017-2019年财务报告及未经审计的2020年一季度财务报表
- 5.联合资信评估有限公司出具的信用评级报告及有关持续跟踪评级的安排
- 6.北京嘉源律师事务所出具的法律意见书

二、查询地址

- 1、美的集团股份有限公司
注册地址： 佛山市顺德区北滘镇美的大道6号美的总部大楼B区26-28楼
联系地址： 佛山市顺德区北滘镇美的大道6号美的总部大楼B区6楼
法定代表人： 方洪波
联系人： 储旭
电话： 0757-26337228
传真：
邮政编码： 528311
- 2、中国工商银行股份有限公司
注册地址： 北京市西城区复兴门内大街55号
法定代表人： 陈四清
联系人： 戴莹
电话： 010-66109649
传真： 010-66107567
邮政编码： 100140

投资者可通过中国货币网（www.chinamoney.com.cn）或上海清算所网站（www.shclearing.com）下载本募集说明书，或者在本期债务融资工具发行期内工作日的一般办公时间，到上述地点查阅本募集说明书全文及上述备查文件。

附录 指标计算公式

流动比率 = 流动资产 / 流动负债

速动比率 = (流动资产 - 存货) / 流动负债

资产负债率 (%) = 负债总额 / 资产总额 × 100%

EBIT = 利润总额 + 列入财务费用的利息支出

EBIT 利息保障倍数 = EBIT / 计入财务费用的利息支出

销售毛利率 (%) = (销售收入 - 销售成本) / 销售收入 × 100%

收入费用率 (%) = (销售费用 + 管理费用 + 财务费用) / 销售收入 × 100%

营业利润率 (%) = 营业利润 / 营业总收入 × 100%

销售净利率 (%) = 净利润 / 营业总收入 × 100%

净资产收益率 (%) = 净利润 / [(所有者权益期初余额 + 所有者权益期末余额) / 2] × 100%

总资产净利润率 (%) = 净利润 / [(总资产期初余额 + 总资产期末余额) / 2] × 100%

应收账款周转率 (次/年) = 营业收入 / [(应收账款期初余额 + 应收账款期末余额) / 2]

存货周转率 (次/年) = 营业成本 / [(存货期初余额 + 存货期末余额) / 2]

流动资产周转率 (次/年) = 营业收入 / [(流动资产期初余额 + 流动资产期末余额) / 2]

固定资产周转率 (次/年) = 营业收入 / [(固定资产期初余额 + 固定资产期末余额) / 2]

总资产周转率 (次/年) = 营业收入 / [(总资产期初余额 + 总资产期末余额) / 2]

(本页无正文) 专用于《美的集团股份有限公司 2020-2022 年度债务融资工具募集说明书》盖章页。



2020 年 6 月 28 日