

美的集团股份有限公司

2023-2025 年度债务融资工具募集说明书



发行人:	美的集团股份有限公司
担保情况:	无担保
信用评级机构:	标普信用评级(中国)有限公司
发行人主体信用等级:	AAAspc

主承销商/簿记管理人



中国工商银行股份有限公司

联席主承销商



中国农业银行股份有限公司

二〇二三年二月

声明与承诺

本公司发行本期债务融资工具已在中国银行间市场交易商协会注册，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。投资者购买本公司发行的本期债务融资工具，应当认真阅读本募集说明书全文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。

本公司已批准本募集说明书，及时、公平地履行信息披露义务，本公司及其全体董事、监事、高级管理人员保证募集说明书信息披露的真实、准确、完整，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、完整性和及时性承担个别和连带法律责任。全体董事、监事、高级管理人员已按照《公司信用类债券信息披露管理办法》及中国银行间市场交易商协会相关自律管理要求履行了相关内部程序。

本公司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。

本公司已就本募集说明书中引用中介机构意见的内容向相关中介机构进行了确认，中介机构确认募集说明书所引用的内容与其就本期债务融资工具发行出具的相关意见不存在矛盾，对所引用的内容无异议。若中介机构发现未经其确认或无法保证一致性或对引用内容有异议的，本公司和相关中介机构应对异议情况进行披露。

凡通过认购、受让等合法手段取得并持有本公司发行的债务融资工具，均视同自愿接受本募集说明书对各项权利义务的约定。

本公司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

声明与承诺.....	2
重要提示.....	6
第一章 释义.....	9
一、常用词语释义.....	9
二、专用词语释义.....	10
第二章 风险提示及说明.....	13
一、与本期债务融资工具相关的投资风险.....	13
二、与发行人相关的风险.....	13
三、特有风险.....	20
第三章 发行条款.....	21
第四章 募集资金运用.....	22
一、募集资金用途.....	22
二、公司承诺.....	22
三、偿债计划及还款保障措施.....	22
第五章 发行人基本情况.....	25
一、基本情况.....	25
二、历史沿革.....	26
三、控股股东与实际控制人.....	46
四、独立性情况.....	48
五、重要权益投资情况.....	49
六、公司治理结构.....	54
七、企业人员基本情况.....	63
八、公司主营业务情况.....	67
九、在建工程和拟投资项目.....	96
十、公司发展战略.....	98
十一、发行人所在行业分析.....	100
十二、发行人面临的竞争情况.....	114
十三、发行人在行业中的地位和竞争优势.....	118
第六章 本公司财务状况.....	123
一、财务概况.....	123
二、合并财务报表资产、负债及所有者权益结构分析.....	146
三、合并财务报表偿债能力分析.....	166
四、合并财务报表经营效率分析.....	167
五、合并财务报表盈利能力分析.....	168
六、营业外收入及“三费”分析.....	170
七、合并财务报表现金流量分析.....	172
八、有息债务情况.....	174
九、关联方及关联交易情况.....	176
十、或有事项.....	179
十一、资产限制用途情况.....	181
十二、公司持有金融衍生品、理财产品情况.....	182
十三、境外投资情况.....	182

十四、直接债务融资计划.....	183
十五、其他重要事项.....	183
第七章 资信状况.....	188
一、信用评级情况.....	188
二、银行授信情况.....	189
三、信用记录情况.....	190
四、发行及偿付直接债务融资工具的历史情况.....	190
第八章 本期债务融资工具信用增进情况.....	192
第九章 税项.....	193
一、增值税.....	193
二、所得税.....	193
三、印花税.....	193
四、税项抵销.....	193
五、声明.....	194
第十章 信息披露安排.....	195
一、发行人信息披露机制.....	195
二、信息披露安排.....	195
第十一章 持有人会议机制.....	200
一、持有人会议的目的与效力.....	200
二、持有人会议的召开情形.....	200
三、持有人会议的召集.....	201
四、持有人会议参会机构.....	203
五、持有人会议的表决和决议.....	204
六、其他.....	205
第十二章 违约、风险情形及处置.....	207
一、违约事件.....	207
二、违约责任.....	207
三、偿付风险.....	207
四、发行人义务.....	208
五、发行人应急预案.....	208
六、风险及违约处置基本原则.....	208
七、处置措施.....	208
八、不可抗力.....	209
九、争议解决机制.....	210
十、弃权.....	210
第十三章 发行的有关机构.....	211
一、发行人.....	211
二、主承销商.....	211
三、联席主承销商.....	211
四、信用评级机构.....	212
五、审计机构.....	212
六、律师事务所.....	212
七、登记、托管、结算机构.....	212
八、集中簿记建档系统技术支持机构.....	213

九、存续期管理机构.....	213
第十四章 备查文件.....	214
一、备查文件.....	214
二、查询地址.....	214
附录指标计算公式.....	216

重要提示

一、发行人主体提示

(一) 核心风险提示

1、经营风险

跨区域经营风险

发行人目前全球拥有约 200 家子公司、35 个研发中心和 35 个主要生产基地，业务覆盖 200 多个国家和地区；其中，在国内有 17 个主要生产基地，辐射华南、华东、华中、西南、华北五大区域；在海外有 18 个主要生产基地，分布在泰国、越南、日本、印度、埃及、意大利、巴西、阿根廷等地。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。

2、财务风险

商誉减值风险

2019-2021 年末及 2022 年 6 月末，发行人的商誉净额分别为 2,820,706.5 万元、2,955,721.8 万元、2,787,475.2 万元和 2,711,012.7 万元，占资产总额比重分别为 9.34%、8.20%、7.19%和 6.56%。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。

3、行业风险

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。未来几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。

(二) 情形提示

发行人近一年以来不涉及 MQ.4 表(重大资产重组)、MQ.7 表(重要事项)、MQ.8 表(股权委托管理)的情形。

二、发行条款提示

暂无。

三、投资人保护机制相关提示

(一) 持有人会议机制

本期债务融资工具募集说明书在“持有人会议机制”章节中明确,除法律法规另有规定外,持有人会议所审议通过的决议对本期债务融资工具全部持有人具有同等效力和约束力。

本期债务融资工具募集说明书在“持有人会议机制”章节中设置了对投资者实体权利影响较大的特别议案,按照本募集说明书约定,特别议案的决议生效条件为持有本期债务融资工具表决权超过总表决权数额 90%的持有人同意。因此,存在特别议案未经全体投资人同意而生效的情况下,个别投资人虽不同意但已受生效特别议案的约束,包括变更债务融资工具发行文件中与本息偿付相关的发行条款,包括本金或利息金额、计算方式、支付时间、信用增进协议及安排;新增或变更发行文件中的选择权条款、投资人保护机制或投资人保护条款;解聘、变更受托管理人或变更涉及持有人权利义务的受托管理协议条款;同意第三方承担债务融资工具清偿义务;授权受托管理人(若有)以外的第三方代表全体持有人行使相关权利;其他变更发行文件中可能会严重影响持有人收取债务融资工具本息的约定等自身实体权益存在因服从绝大多数人利益可能受到不利影响的可能性。

(二) 受托管理人机制

无。

(三) 违约、风险情形及处置

本期债务融资工具募集说明书“违约、风险情形及处置”章节约定,当发行人

发生风险或违约事件后，发行人可以与持有人协商采取以下风险及违约处置措施：

1、【重组并变更登记要素】在发行人无异议的情况下，持有人会议可按照【90】%的表决比例通过决议，来调整本期债务融资工具的基本偿付条款，该决议将约束本期债项下所有持有人。

2、【重组并以其他方式偿付】在发行人无异议的情况下，持有人会议可按照【50】%的表决比例通过决议，同意启动注销本期债务融资工具的工作。通过启动注销决议后，发行人应当与愿意注销的持有人签订注销协议；不愿意注销的持有人，所持债务融资工具可继续存续。

（四）投资人保护条款

无。

请投资人仔细阅读相关内容，知悉相关风险。

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	指在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及发行方案）。
5. 募集说明书	指本公司为发行本期债务融资工具并向投资者披露本期债务融资工具发行相关信息而制作的《美的集团股份有限公司 2023-2025 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/簿记管理人/存续期管理机构	指中国工商银行股份有限公司（简称“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而组织的，由主承销商和其他承销团成员组成的承销团队。
12. 承销协议	指主承销商与本公司签订的《美的集团股份有限公司 2023-2025 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 2023-2025 年度债务融资工具承销协议》的规定，在规定的发行日后，按发行利率/价格将本方包销额度比例内未售出的债务融资工具全部自行购入的承销方式。
15. 集中簿记建档	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/投资人发出申购订单，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实际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. 标普信用	指标普信用评级（中国）有限公司。
18. 工作日	指中国商业银行的对公营业日（不包括法定节假日或休息日）
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	指顺德北滘镇经济发展总公司，为美的电器发起人。
36.MERRILL	指 MERRILL LYNCH INTERNATIONAL，为美的集团股东。
37.广东制冷	指广东美的制冷设备有限公司。
38.美的商用	指广东美的商用空调设备有限公司。
39.广东美芝制冷	指广东美芝制冷设备有限公司。
40.广东威灵	指广东威灵电机制造有限公司。
41.广东厨房电器	指广东美的厨房电器制造有限公司。
42.电热器	指佛山市顺德区美的电热器制造有限公司。
43.洗涤电器	指佛山市顺德区美的洗涤电器制造有限公司。
44.KUKA/库卡集团	指 KUKA Aktiengesellschaft。
45.顺德农商行	指广东顺德农村商业银行股份有限公司。
46.东芝家电/TLSC	指东芝生活电器株式会社（Toshiba Lifestyle Products & Services Corporation）。
47.伊莱克斯	指伊莱克斯股份有限公司。
48.合康新能	指北京合康新能科技股份有限公司。
49.菱王电梯	指菱王电梯有限公司。
50.万东医疗	指北京万东医疗科技股份有限公司。
51.科陆电子	指深圳市科陆电子科技股份有限公司。
52.《公司章程》	指美的集团股份有限公司章程。
53.《公司法》	指《中华人民共和国公司法》。
54.《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。2019年12月31日，国家标准化管理委员会、国家市场监督管理总局联合发布了《房间空气调节器能效限定值及能效等级》（GB 21455-2019）标准，于2020年7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、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14%左右。新标准将房间空调器产品按照能效比大小划分为五个等级，1级表示能效最高。
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。
--	---

本募集说明书中，部分合计数与各加数直接相加之和在尾数上可能略有差异，这些差异是由于四舍五入造成的。

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售的债务融资工具时，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

2019-2021年末及2022年6月末，公司的存货净额分别为3,244,339.9万元、3,107,652.9万元、4,592,443.9万元和3,675,083.8万元，占资产总额比重分别为10.74%、8.62%、11.84%和8.90%。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

2019-2021年及2022年6月末，公司的应收账款净额分别为1,866,381.9万元、2,297,836.3万元、2,463,644.0万元和2,958,642.0万元，占资产总额比重分别为6.18%、6.38%、6.35%和7.16%；其中，2021年末公司账龄在1年以内的应收账款占比96.36%、1年以上占比3.64%，计提坏账准备85,917.9万元。2019-2021年末及2022年6月末，公司的其他应收款净额分别为271,297.4万元、297,394.5万元、310,406.5万元和217,566.3万元，占资产总额比重较小，分别为0.90%、0.83%、0.80%和0.53%。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。2021年末公司账龄在1年以内的其他应收款项占比90.76%、1年以上占比9.24%，已计提坏账准备4,353.0万元。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大比例坏账，公司将面临一定的资金周转压力。

3、贷款及垫款回收风险

2019-2021年末及2022年6月末，公司发放贷款及垫款净额分别为1,165,949.7万元、1,758,257.0万元、2,150,852.7万元和1,677,576.5万元，占资产总额比重分别为3.86%、4.88%、5.54%和4.06%，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。如果到期日发行人大比例不能收回贷款、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2022年6月末，发行人的所有者权益余额为14,039,847.0万元，其中未分配利润10,734,060.4万元。发行人未分配利润余额较大，占所有者权益的比重达76.45%，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

2019-2021年末及2022年6月末，发行人的商誉净额分别为2,820,706.5万元、2,955,721.8万元、2,787,475.2万元和2,711,012.7万元，占资产总额比重分别为

9.34%、8.20%、7.19%和6.56%。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

2019-2021年及2022年1-6月，发行人的期间费用分别为5,154,909.3万元、4,426,705.90万元、4,654,242.3万元和2,377,905.7万元，占当期营业收入的比例分别为18.53%、15.57%、13.64%和13.02%，2019年同比增长9.19%，2020年同比下降14.13%，2021年同比增长5.14%，而2022年1-6月同比增长1.25%，占比呈下降趋势，但随着销售规模增长，期间费用仍呈波动增长趋势。如果期间费用增长过快，会在一定程度上影响利润，对公司的盈利能力带来压力。

7、其他流动资产及其他非流动资产占比较大的风险

2019-2021年末及2022年6月末，发行人的其他流动资产、一年内到期的非流动资产及其他非流动资产合计分别为6,995,863.0万元、4,433,579.7万元、8,938,194.5万元和11,353,334.1万元，占资产总额比重分别为23.17%、12.30%、23.04%和27.48%。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，其他非流动资产主要是一年以上到期的货币性投资产品和不可转让的大额存单。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、疫情风险

新冠疫情的波动与反复，可能会对发行人产品与业务的消费需求及生产、销售均带来一定冲击影响，疫情可能带来的封锁、社交距离限制及出行限制等措施会使用户的流动性降低，疫情可能会造成部分地区生产经营受限、终端零售网点关闭、客户的运营中断以及物流成本提升，这些均会对发行人正常运营及市场环境带来不确定性的挑战。

2、宏观经济波动风险

发行人销售的家用电器、暖通空调及工业机器人等产品，其市场需求受经济形势和宏观调控的影响较大，如果全球经济出现重大波动、国内外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。

3、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，带来的经营风险。

4、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。未来几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、及利润率受到进一步挤压的风险。

5、生产要素价格波动风险

发行人消费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、塑料和铝材等，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较大波动，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，将会对发行人的经营业绩产生一定影响。

6、汇率风险

公司的家电生产部分材料需进口，同时近三年公司海外销售收入占比超 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，2022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 年收购库卡集团，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，另外，发行人近两年相继收购合康新能、菱王电梯、万东医疗和科陆电子，强化领域布局，增强战略合作，若公司对新资产不能进行有效整合，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

发行人目前全球拥有约 200 家子公司、35 个研发中心和 35 个主要生产基地，业务覆盖 200 多个国家和地区；其中，在国内有 17 个主要生产基地，辐射华南、华东、华中、西南、华北五大区域；在海外有 18 个主要生产基地，分布在泰国、越南、日本、印度、埃及、意大利、巴西、阿根廷等地。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。

（三）管理风险

1、公司规模扩张较快风险

2019-2021年及2022年6月末，发行人总资产分别为30,195,541.9万元、36,038,260.3万元、38,794,610.4万元和41,310,414.5万元，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，截至2022年6月末，公司直接或间接合并的子公司共约200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。目前发行人在全球拥有约200家子公司，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，近年未发生重大生产事故，但如果出现

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。2021 年末，发行人控股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，同时依据财政部、税务总局及国家发改委于 2020 年 4 月 23 日发布的《关于延续西部大开发企业所得税政策的公告》，2020 年度按 15% 的税率征收企业所得税；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

自 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。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。2022 年 1 月，国家发改委、工信部等部门联合印发《促进绿色消费实施方案》，引导消费者更换或新购绿色节能家电、环保家具等家居产品，促进绿色消费。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 2021 年 12 月末，公司在岗员工人数合计约 16.58 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。

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，虽发行人通过生产转移和客户重新议价对冲了大部分风险，但未来中美贸易摩擦如果进一步加剧，征税比例增加或清单范围扩大，可能仍会对发行人经营带来不利影响。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

作为一家覆盖智能家居事业群、工业技术事业群、楼宇科技事业部、机器人与自动化事业部和数字化创新业务五大业务板块的全球化科技集团，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。

三、偿债计划及还款保障措施

公司作为本期债务融资工具发行人，已指定财务部门制定周密的财务安排计划，牵头负责协调本期债务融资工具的偿付工作，及时落实未来还款的资金来源，保证资金按计划进行调度，确保本期债务融资工具的本息按时足额偿付，以充分维护本期债务融资工具持有人的利益。公司本期债务融资工具的偿付资金主要来源于公司持有的货币资金、营业收入及经营利润等，具体情况如下：

（一）营业收入及经营利润

公司近年的经营规模不断扩大，盈利能力不断增强，经营活动流入较为充裕，能够保证按时偿付本息。2019-2021年及2022年1-6月，公司营业总收入分别为27,938,050.6万元、28,570,972.9万元、34,336,082.5万元和18,366,339.9万元；公司

的净利润分别为2,527,714.4万元、2,750,654.2万元、2,901,537.6万元和1,612,239.7万元，发行人2019-2021年及2022年1-6月的营业总收入和净利润情况较好，盈利能力不断增强。2019-2021年及2022年1-6月，公司的经营活动现金净流量分别为3,859,040.4万元、2,955,711.7万元、3,509,170.4万元和2,139,471.0万元，其中经营活动现金流入分别为25,212,317.8万元、25,298,504.6万元、33,041,549.7万元和16,774,916.2万元，经营活动现金流入较为充裕，预计未来几年公司的营业收入及盈利水平将会平稳增长，从而带来较多的经营现金流入，公司未来业务运营中获取的稳定现金流量是按时偿付本期债务融资工具本息的主要还款来源。

（二）再融资能力较强

公司作为一家发展稳健的上市公司，目前国际评级为投资级别（穆迪A3/标普A/惠誉A），评级展望均为稳定；国内评级公司评定主体信用等级为最高级别AAAspc（标普信用），评级展望为稳定；公司市场形象良好，较容易通过资本市场进行直接融资。同时，公司与中国农业银行、中国工商银行、中国银行、中国建设银行等多家金融机构保持良好的业务合作关系，截至2022年6月末，发行人及下属子公司共获得主要银行授信额度1,668.10亿元，其中已使用授信额度为863.46亿元，未使用授信额度为804.64亿元，公司间接融资渠道畅通，银行授信额度充足，为公司日常现金流提供了较好的补充。综上，公司具备较强的再融资能力，较好地保证本期债务融资工具本息的按期偿还。

（三）其他保障措施

1、设立专门的偿付工作小组

发行人指定财务部门牵头负责协调本期债务融资工具的偿付工作，并通过协调本公司其他相关部门，在财务预算中落实安排本期债务融资工具本息的兑付资金，保证本息的如期偿付，保证投资者的利益。在本期债务融资工具存续期间，由财务部牵头组成偿付工作小组，组成人员来自发行人财务等相关部门，负责利息和本金的偿付及与之相关的工作。

2、切实做到专款专用

发行人将制定专门的募集资金使用计划，相关业务部门对资金使用情况将进行严格检查，切实做到专款专用，保证募集资金的投入、运用、稽核等方面的顺畅运作，并确保本期债务融资工具募集资金根据董事会决议并按照本募集说明书披露的用途使用。

3、制定并严格执行资金管理计划

本期债务融资工具发行后，发行人将根据债务结构情况进一步加强公司的资金负债管理、流动性管理、募集资金使用管理、资金管理等，并将根据本期债务融资工具本息未来到期应付情况制定年度、月度资金运用计划，保证资金按计划调度，及时、足额地准备偿债资金用于到期本息的兑付，以充分保障投资者的利益。

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6,997,053,441.00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。）

发行人是一家覆盖智能家居事业群、工业技术事业群、楼宇科技事业部、数字化创新和机器人与自动化事业部五大业务板块¹的全球化科技集团，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消

¹ 财务数据以上市公司披露口径分类展示。

费电器业务；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与自动化业务；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2021年12月31日，公司资产总额为38,794,610.4万元，负债总额为25,312,102.8万元，净资产总额13,482,507.6万元；2021年实现营业总收入34,336,082.5万元，利润总额3,371,754.4万元。

截至2022年6月30日，公司资产总额为41,310,414.5万元，负债总额为27,270,567.5万元，净资产总额14,039,847.0万元；2022年1-6月实现营业总收入18,366,339.9万元，利润总额1,883,294.8万元。

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5,000.00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12,000.00万元的募股工作，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，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。

2005年，公司收购江苏春花80%的股权。

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。

2010年，公司营业收入突破1000.00亿，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与自动化生产设备和解决方案的供应商德国库卡集团37,605,732.00股股份，约占库卡集团已发行股本的约95%，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Servotronix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。

2020年4月，发行人收购北京合康新能科技股份有限公司，成为控股股东，强化集团核心部件领域布局。

2020年12月，发行人收购了菱王电梯有限公司，正式进入电梯领域。

2021年2月，发行人收购北京万东医疗科技股份有限公司29.09%股份，成为控股股东，正式进入医疗器械行业。

2022年5月，发行人拟认购深圳市科陆电子科技股份有限公司29.96%股份，继续强化储能领域的布局。

(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和何享健等21个企业高管人员。

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进行转让。至此，顺德市美托投资有限公司股东为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的股东为何享健、陈大江、冯静梅、陈康宁和梁结银。

2001年7月，顺德市美托投资有限公司注册资本增至5,000.00万元。

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，股东为：何享健、陈大江、冯静梅和梁结银。

2002年9月，顺德市美托投资有限公司股东变化为顺德市利迅投资有限公司和何享健。

2002年10月，顺德市美托投资有限公司股东变化为顺德市天拓投资有限公司和顺德市利迅投资有限公司。

2003年7月，顺德市美托投资有限公司注册资本由10,000.00万元增至

50,000.00万元。

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，美的集团有限公司股东变化为：佛山市顺德区天拓投资有限公司、佛山市顺德区利迅投资有限公司、袁利群、栗建伟、黄晓明、郑伟康。

2007年11月，美的集团有限公司股东注册资本由50,000.00万元增至100,000.00万元。

2008年9月-2009年6月，美的集团有限公司股东变化为：佛山市顺德区天拓投资有限公司、佛山市顺德区利迅投资有限公司、方洪波、黄健、袁利群、蔡其武、栗建伟、黄晓明、郑伟康。

2010年7月，美的集团有限公司股东变化为：佛山市顺德区美的投资控股有限公司、方洪波、黄健、袁利群、蔡其武、栗建伟、黄晓明、郑伟康。

2011年11月，美的集团有限公司股东变化为：佛山市顺德区美的投资控股有限公司、方洪波、黄健、袁利群、蔡其武、栗建伟、黄晓明、郑伟康、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。

2012年3-4月，美的集团有限公司股东变化为：佛山市顺德区美的投资控股有限公司、方洪波、黄健、袁利群、蔡其武、栗建伟、黄晓明、郑伟康、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、宁波美晟股权投资合伙企业、鼎晖美泰（香港）有限公司、鼎晖绚彩（香港）有限公司、佳昭控股有限公司。

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686,323,389.00股股份用于换股。换股吸收合并完成后，发行人总股本为1,686,323,389.00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1,686,323,389.00股为基数，以资本公积金向全体股东每10股转增15股，转增完成后，公司股本总额增加至4,215,808,472.00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的批复》，核准公司非公开发行不超过5,500.00万股的人民币普通股。该次发行完成后，公司新增股本5,500.00万股。

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100,000.00万元。截至2015年7月31日，该次回购股份已实施完毕，公司回购股份数量共计29,591,644.00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29,591,644.00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4,267,391,228.00为基数，以资本公积金每10股转增5股，共转增2,133,695,614.00股。该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6,401,086,842.00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40.00亿。截至2018年12月28日，该次回购股份已实施完毕，公司回购股份数量共计95,105,015.00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95,105,015.00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2,984.00万份股票期权。

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2,718.50万份股票期权。

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3,751.875.00万份股票期权。

发行人于2019年4月18日召开第三届董事会第十次会议，审议通过了《关于注销已到期未行权的议案》，鉴于第一期股权激励已于2019年2月17日结束，发行人同意注销已授予但到期未行权的146,250份股票行权。

(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二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《关于公司第二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3,589.50

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3,294.00万份股票期权。

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3,147.00万份股票期权。

发行人于2020年6月5日召开第三届董事会第二十一次会议,审议通过了《关于注销第二期已到期未行权的股票期权的议案》,鉴于第二期股权激励已于2020年5月26日结束,发行人注销了已授予但到期未行权的140,900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4,039.50万份股票期权。

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3,807,955.70万份股票期权。

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》，确定该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。

根据发行人于2021年6月4日召开的第三届董事会三十四次会议，发行人审议通过了《关于公司第五期股票期权激励计划首次授予第二个行权期行权相关事项的议案》，确定通过考核的第五期激励对象共1,015人，其在第一个行权期（有效期截至2022年5月6日止）可行权共893.10万份股票期权。

根据发行人于2022年4月28日召开的第四届董事会第七次会议，审议通过《关于注销第五期预留授予已到期未行权的股票期权的议案》，注销5名激励对象已到期未行权的58,000份股票期权。

根据发行人于2022年6月8日召开的第四届董事会第九次会议，审议通过《关于注销第五期首次授予已到期未行权的股票期权的议案》，注销5名激励对象已到期未行权的30,270份股票期权。

同时审议通过了《关于调整第五期股票期权激励计划首次授予激励对象名单及期权数量的议案》，同意因激励对象离职、职务调整及个人或所在经营单位业绩考核不达标等原因对第五期股权激励计划激励对象及期权数量进行相应调整。经调整后，第五期股票期权的首次授予激励对象已授予未解锁的股票期权数量由原20,380,000份调整为17,447,750份。

同时审议通过了《关于第五期股票期权激励计划首次授予的第三个行权期行权相关事项的议案》，确定通过考核的第五期激励对象共926人，其在第三个行权期（有效期截至2023年5月6日止）可行权共8,237,750份股票期权。

同时审议通过了《关于调整第五期股票期权激励计划预留授予激励对象名单及期权数量的议案》，同意因激励对象离职原因对第五期股权激励计划激励对象及期权数量进行相应调整。经调整后，第五期股票期权的预留授予激励对象已授予未解锁的股票期权数量由原3,270,000份调整为2,835,000份。

同时审议通过了《关于第五期股票期权激励计划预留授予的第二个行权期行权相关事项的议案》确定通过考核的第五期预留授予激励对象共69人，其在第二个行权期（有效期截至2023年3月10日止）可行权共945,000份股票期权。

(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，确定该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4,654.00万份。

根据发行人于2021年6月4日召开的第三届董事会三十四次会议，发行人审议通过《关于公司第六期股票期权激励计划第一个行权期行权相关事项的议案》，确定通过考核的第六期激励对象共965人，其在第一个行权期（有效期截至2022年5月27日止）可行权共870.825万份股票期权。

发行人于2022年6月8日召开第四届董事会第九次会议，审议通过《关于注销第六期已到期未行权的股票期权的议案》，注销4名激励对象已授予但到期未行权的25,100份股票期权。

同时审议通过了《关于调整第六期股票期权激励计划激励对象名单及期权数量的议案》，同意因激励对象离职、所在经营单位业绩考核不达标、个人业绩不达标及职务调整等原因对第六期股权激励计划激励对象及期权数量进行相应调整。经调整后，第六期股票期权的激励对象已授予未解锁的股票期权数量由原30,255,000份调整为26,982,250份。

同时审议通过了《关于第六期股票期权激励计划的第二个行权期行权相关事项的议案》，确定通过考核的第六期激励对象共905人，其在第二个行权期（有效期截至2023年5月29日止）可行权共8,412,250份股票期权。

(7) 经发行人2020年5月22日召开的2019年年度股东大会审议通过了《关于公司第七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2019年年度股东大会授权，2020年6月5日召开的第三届董事会第二十一次会议审议通过了《关于调整公司第七期股票期权激励计划行权价格、激励对象名单及授予数量的议案》，确定该次股票期权的授予日为2020年6月5日，第七期股权激励计划的激励对象由1,425名变更为1,423名，股票期权总量由6,526.00万份调整为6,518.00万份。

根据发行人于2021年6月4日召开的第三届董事会第三十四次会议，发行人审议通过了《关于公司第七期股票期权激励计划第一个行权期行权相关事项的议案》，确定通过考核的第七期激励对象共1309人，其在第一个行权期（有效期截至2022年6月3日止）可行权共1,022.30万份股票期权。

发行人于2022年6月8日召开第四届董事会第九次会议，审议通过《关于注销第七期已到期未行权的股票期权的议案》，注销12名激励对象已授予但到期未行权的103,990份股票期权。

同时审议通过了《关于调整第七期股票期权激励计划激励对象名单及期权数量的议案》，同意因激励对象离职、所在经营单位业绩考核不达标、个人业绩不达标及职务调整等原因对第七期股权激励计划激励对象及期权数量进行相应调整。经调整后，第七期股票期权的激励对象已授予未解锁的股票期权数量由原

49,440,000份调整为44,200,200份。

同时审议通过了《关于第七期股票期权激励计划的第二个行权期行权相关事项的议案》，确定通过考核的第七期激励对象共1,237人，其在第二个行权期（有效期截至2023年6月4日止）可行权共15,490,200份股票期权。

(8) 经发行人召开的2020年年度股东大会审议通过了《关于公司第八期股票期权激励计划（草案）及其摘要的议案》，发行人于2021年7月14日完成了向1,885名激励对象授予了8,174万份股票期权。

(9) 发行人第四届董事会第七次会议和2021年年度股东大会审议通过了《关于公司第九期股票期权激励计划（草案）及其摘要的议案》，公司于2022年6月8日召开第四届董事会第九次会议，审议通过了《关于调整公司第九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》，同意因激励对象离职的原因对第九期股票期权激励计划的激励对象和期权数量进行相应调整。经调整后，第九期股票期权的激励对象由2,849名变更为2,815名，股票期权总量由109,074,000份调整为107,791,000份。发行人于7月4日完成了向2,813名激励对象授予了107,693,000份股票期权，行权价为54.61元/股。

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366,841,800.00元，其中增加股本人民币23,130,000.00元，增加资本公积人民币343,711,800.00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150,726,150.00元，其中增加股本人民币5,385,000.00元，增加资本公积人民币145,341,150.00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67.90万股回购注销。

发行人于2021年1月5日召开的第三届董事会第二十八次会议，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》，同意因激励对象离职及职务调整等原因对2名激励对象已获授但尚未解除限售的限制性股票共计3.2917万股进行回购注销，发行人于2021年5月24日完成上述注销。同时审议通过了《关于2017年限制性股票激励计划预留授予的第三次解除限售期解锁条件成就的议案》，该次符合解锁条件的激励对象共计39人，可申请解锁并上市流通的限制性股票数量为129.2083万股，占公司股本总额的0.02%，该次解除限售股份的上市流通日期为2021年2月8日。

(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。

发行人于2021年1月5日召开的第三届董事会第二十八次会议，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》，同意对22名激励对象已获授但尚未解除限售的限制性股票共计100.9501万股进行回购注销，公司于2021年5月24日完成上述注销。

发行人于2021年4月23日召开的第三届董事会第三十二次会议审议通过了《关于2018年限制性股票激励计划预留授予的第一次解除限售期解锁条件成就的议案》，该次符合解锁条件的激励对象共计24人，可申请解锁并上市流通的限制性股票数量为40.3249万股，占目前公司股本总额的0.0057%，该次解除限售股份的上市流通日期为2021年6月4日。

发行人于2021年6月4日召开的第三届董事会第三十四次会议审议通过了《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》，同意因激励对象离职、职务调整、2020年度个人及单位业绩考核不达标等原因对67名激励对象已获授但尚未解除限售的限制性股票共计76.1121万股进行回购注销。同时审议通过了《关于2018年限制性股票激励计划首次授予的第二次解除限售期解锁条件成就的议案》，该次符合解锁条件的激励对象共计209人，可申请解锁并上市流通的限制性股票数量为304.3254万股，占目前公司股本总额的0.0432%，该次解

除限售股份的上市流通日期为2021年6月30日。

发行人于2021年12月24日召开第四届董事会第三次会议和2022年1月14日召开2022年第一次临时股东大会，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》，同意因激励对象离职和职务调整原因对13名激励对象已获授但尚未解除限售的限制性股票共计386,250股进行回购注销。发行人于2022年4月20日，完成上述全部限制性股票的回购注销事宜。

发行人于2022年6月8日召开第四届董事会第九次会议，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》，同意因激励对象离职、职务调整、2021年度个人及单位业绩考核不达标等原因对54名激励对象已获授但尚未解除限售的限制性股票共计767,551股进行回购注销。同时审议通过了《关于2018年限制性股票激励计划首次授予的第三次解除限售期解锁条件成就的议案》，本次符合解锁条件的激励对象共计189人，可解锁的限制性股票数量为2,791,699股，占目前公司股本总额的0.0399%，本次解除限售股份的上市流通日期为2022年6月28日，其中高级管理人员管金伟、张小懿、钟铮分别解锁25,000股、25,000股、20,000股。同时审议通过了《关于2018年限制性股票激励计划预留授予的第二次解除限售期解锁条件成就的议案》，本次符合解除限售条件的激励对象共计21人，可解除限售的限制性股票数量为377,083股，占目前公司股本总额的0.0054%；本次解除限售股份的上市流通日期为2022年6月22日，其中高级管理人员赵文心解锁25,000股。

(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》，截至2020年2月20日，该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。

发行人于2021年1月5日召开的第三届董事会第二十八次会议审议通过了《关于对2019年限制性股票激励计划部分激励股份回购注销的议案》，同意对15名激励对象已获授但尚未解除限售的限制性股票共计104.3958万股进行回购注销，公司于2021年5月24日完成上述注销。

发行人于2021年6月4日召开的第三届董事会第三十四次会议审议通过了《关于对2019年限制性股票激励计划部分激励股份回购注销的议案》，同意对92名激励对象已获授但尚未解除限售的限制性股票共计94.1788万股进行回购注销。以及审议通过了《关于2019年限制性股票激励计划的第一次解除限售期解锁条件成就的议案》，该次符合解锁条件的激励对象共计363人，可申请解锁并上市流通的限制性股票数量为565.4629万股，占目前公司股本总额的0.0802%，该次解除限售股份的上市流通日期为2021年7月13日。

发行人于2021年12月24日召开第四届董事会第三次会议和2022年1月14日召开2022年第一次临时股东大会，审议通过了《关于对2019年限制性股票激励计划部分激励股份回购注销的议案》，同意因激励对象离职和职务调整原因对18名激励对象已获授但尚未解除限售的限制性股票共计771,042股进行回购注销。发行人于2022年4月20日，完成上述全部限制性股票的回购注销事宜。

发行人于2022年6月8日召开第四届董事会第九次会议，审议通过了《关于对2019年限制性股票激励计划部分激励股份回购注销的议案》，同意因激励对象离职、职务调整、2021年度个人及单位业绩考核不达标等原因对81名激励对象已获授但尚未解除限售的限制性股票共计1,348,916股进行回购注销。同时审议通过《关于2019年限制性股票激励计划的第二次解除限售期解锁条件成就的议案》，本次符合解锁条件的激励对象共计334人，可解锁的限制性股票数量为5,247,500股，占目前公司股本总额的0.0750%；本次解除限售股份的上市流通日期为2022年7月11日，其中高级管理人员赵文心、王金亮、管金伟分别解锁25,000股、30,000股、25,000股。

(4) 经发行人2020年6月5日召开的第三届董事会第二十一次会议审议通过了《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》、《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》、《关于对2019年限制性股票激励计划部分激励股份回购注销的议案》。

根据发行人《2017年限制性股票激励计划（草案）》的规定，发行人拟回购注销3名激励对象已获授权但尚未解除限售的限制性股票共计18.75万股，回购资金总额2,206,875.00元，资金来源自有资金；根据发行人《2018年限制性股票激励计划（草案）》的规定，发行人拟回购注销18名激励对象已获授权但尚未解除限售的限制性股票共计102.1万股，回购资金总额24,203,280.00元，资金来源自有资金；根据《2019年限制性股票激励计划（草案）》的规定，发行人拟回购注销15名2019年限制性股票激励对象已获授权但尚未解除限售的限制性股票共计101万股，回购资金总额24,442,000.00元，资金来源自有资金。

(5) 经发行人于2020年5月22日召开2019年年度股东大会，审议通过了《关于公司2020年限制性股票激励计划（草案）及其摘要的议案》及相关议案。该次计划拟授予520名激励对象3,418万股限制性股票，占美的集团当时发行股本总额的0.49%，该次计划授予的限制性股票的价格为26.01元/股。

根据中汇会计师事务所（特殊普通合伙）于2020年7月6日出具了中汇会验[2020]5044号《验资报告》，审验了公司截至2020年6月30日止根据2020年限制性股票激励计划实际向506名激励对象授予限制性股票募集资金的实收情况。经审验，截至2020年6月30日止，公司已收到506名限制性股票激励对象缴纳的限制性股票认购款人民币811,842,900.00元，该次授予后公司股本总额不变，增加股权激励限售股3,324.50万股。

发行人于2021年1月5日召开的第三届董事会第二十八次会议审议通过了《关于对2020年限制性股票激励计划部分激励股份回购注销的议案》，同意对11名激励对象已获授但尚未解除限售的限制性股票共计44.0374万股进行回购注销，公司于2021年5月24日完成上述注销。

发行人于2021年6月4日召开的第三届董事会第三十四次会议审议通过了《关于对2020年限制性股票激励计划部分激励股份回购注销的议案》，同意对263名激励对象已获授但尚未解除限售的限制性股票共计164.3164万股进行回购注销。

以及审议通过了《关于2020年限制性股票激励计划的第一次解除限售期解锁条件成就的议案》，该次符合解锁条件的激励对象共计487人，可解锁的限制性股票数量为548.8962万股。占目前公司股本总额的0.0778%，该次解除限售股份的上市流通日期为2021年7月20日。

发行人于2021年12月24日召开第四届董事会第三次会议，审议通过《关于对2020年限制性股票激励计划部分激励股份回购注销的议案》，同意因激励对象离职、职务调整及违反“公司红线”等原因对30名激励对象已获授但尚未解除限售的限制性股票共计1,314,501股进行回购注销。公司于2022年4月20日，完成上述全部限制性股票的回购注销事宜。

发行人于2022年6月8日召开第四届董事会第九次会议，审议通过了《关于对2020年限制性股票激励计划部分激励股份回购注销的议案》，同意因激励对象离职、职务调整、2021年度个人及单位业绩考核不达标等原因对154名激励对象已获授但尚未解除限售的限制性股票共计1,914,495股进行回购注销同时审议通过了《关于2020年限制性股票激励计划的第二次解除限售期解锁条件成就的议案》，本次符合解锁条件的激励对象共计443人，可解锁的限制性股票数量为7,899,587股，占目前公司股本总额的0.1129%；本次解除限售股份的上市流通日期为2022年7月19日，其中高级管理人员赵文心、李国林、王金亮分别解锁36,000股、30,000股、36,000股。

(6) 经发行人于2021年5月21日召开2020年年度股东大会，审议通过了《关于公司2021年限制性股票激励计划（草案）及其摘要的议案》及相关议案。该次计划拟授予147名激励对象1,057万股限制性股票，占美的集团当时发行股本总额的0.15%，该次计划授予的限制性股票的价格为41.49元/股。

根据中汇会计师事务所（特殊普通合伙）于2021年6月30日出具了中汇会验[2021]6003号《验资报告》，审验了公司截至2021年6月23日止根据2021年限制性股票激励计划实际向139名激励对象授予限制性股票募集资金的实收情况。经审验，截至2021年6月23日止，公司已收到139名限制性股票激励对象缴纳的限制性股票认购款人民币396,804,800.00元，该次授予后公司股本总额不变，增加股权激励限售股994万股。

发行人于2021年12月24日召开第四届董事会第三次会议，审议通过《关于对

2021年限制性股票激励计划部分激励股份回购注销的议案》，同意因激励对象离职、职务调整及违反“公司红线”等原因对7名激励对象已获授但尚未解除限售的限制性股票共计290,000股进行回购注销。公司于2022年4月20日，完成上述全部限制性股票的回购注销事宜。

发行人于2022年6月8日召开第四届董事会第九次会议，审议通过了《关于对2021年限制性股票激励计划部分激励股份回购注销的议案》，同意因激励对象离职、职务调整等原因对21名2021年限制性股票激励对象已获授但尚未解除限售的限制性股票共计1,100,000股进行回购注销。

(7) 经发行人2022年4月28日召开的第四届董事会第七次会议，审议通过了《美的集团股份有限公司2022年限制性股票激励计划（草案）》及其摘要。第四届监事会第四次会议对公司《2022年限制性股票激励计划（草案）》激励对象名单进行了核查。

发行人于2022年5月20日召开2021年年度股东大会，审议通过了《关于公司2022年限制性股票激励计划（草案）及其摘要的议案》、《关于制定〈2022年限制性股票激励计划实施考核办法〉的议案》、《关于提请股东大会授权董事会办理2022年限制性股票激励计划相关事宜的议案》等2022年限制性股票激励计划相关议案。

发行人于2022年6月8日召开第四届董事会第九次会议审议通过《关于调整公司2022年限制性股票激励计划授予价格、激励对象名单及授予数量的议案》。根据2021年度利润分配方案，授予价格由28.14元/股调整为26.47元/股。同意因激励对象离职原因，将2022年限制性股票的激励对象由199名变更为197名，限制性股票总量由12,630,000股调整为12,450,000股。发行人于7月13日完成了向191名激励对象授予12,152,500股限制性股票，授予价为26.47元/股，其中高级管理人员王金亮、李国林、江鹏和赵文心均获授80,000股。

9、股份回购

(1) 发行人于2020年2月21日召开第三届董事会第十八次会议审议通过了《关于回购部分社会公众股份方案的议案》，同意发行人以集中竞价的方式使用自有资金回购部分公司股份，回购价格为不超过人民币65元/股（鉴于公司2019年年度利润分配方案已实施完成，该次回购股份的价格上限调整为63.41元/股），

回购数量为不超过8,000万股且不低于4,000万股。根据2020年10月23日发行人披露的《关于公司回购方案实施完成的公告》，发行人于回购期间以集中竞价方式累计回购股份41,826,050股，占发行人截至2020年10月21日总股本的0.5953%，该次回购方案实施完毕。目前已经累计转让回购股份10,635,020股，若发行人未能在回购股份完成后的36个月内实施上述用途，未使用部分将履行相关程序予以注销。

(2) 发行人于2021年2月23日召开第三届董事会第二十九次会议审议通过了《关于回购部分社会公众股份方案的议案》，同意发行人以集中竞价的方式使用自有资金回购部分公司股份，回购价格为不超过人民币140元/股，回购数量不超过10,000万股且不低于5,000万股，实施期限为自董事会审议通过回购股份方案之日起12个月内。发行人自2021年2月25日至2021年4月2日回购了99,999,931股，占发行人截至2021年3月31日总股本的1.4189%，最高成交价为95.68元/股，最低成交价为80.29元/股，支付的总金额为8,664,107,576.69元，已达回购方案的数量上限10,000万股，该次回购方案实施完毕

(3) 发行人于2021年5月9日和2021年5月21日召开的第三届董事会第三十三次会议和2020年年度股东大会审议通过了《关于回购部分社会公众股份方案的议案》，同意发行人以集中竞价的方式使用自有资金回购部分公司股份用于注销并减少注册资本，回购价格为不超过人民币100元/股，回购金额为不超过50亿元且不低于25亿元，实施期限为自股东大会审议通过回购股份方案之日起12个月内。发行人于2021年6月1日披露了《关于回购部分社会公众股份的报告书》，自2021年6月3日至2021年8月13日回购了71,976,243股，占公司截至2021年8月12日总股本的1.0205%，最高成交价为79.15元/股，最低成交价为61.43元/股，支付的总金额为4,999,995,937.03元（不含交易费用）。该次公司回购股份金额已达到最高限额，回购方案已实施完毕。

(4) 发行人于2022年3月10日召开的第四届董事会第六次会议审议通过了《关于回购部分社会公众股份方案的议案》，同意发行人以集中竞价的方式使用自有资金回购部分公司股份用于实施公司股权激励计划及/或员工持股计划，回购价格不超过人民币70元/股，回购金额为不超过50亿元且不低于25亿元，实施期限为自董事会审议通过回购股份方案之日起12个月内。截至2022年8月31日，

发行人通过回购专用券账户，以集中竞价方式累计回购了33,072,771股，占公司总股本的0.4725%，最高成交价为60.05元/股，最低成交价为50.14元/股，支付的总金额为1,830,811,029.93元（不含交易费用）。

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2022年6月末，发行人股本为6,997,329,041股，就前述股本变更事宜，发行人已办理工商变更登记手续，注册资本为人民币6,997,053,441.00元。

截至2022年6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

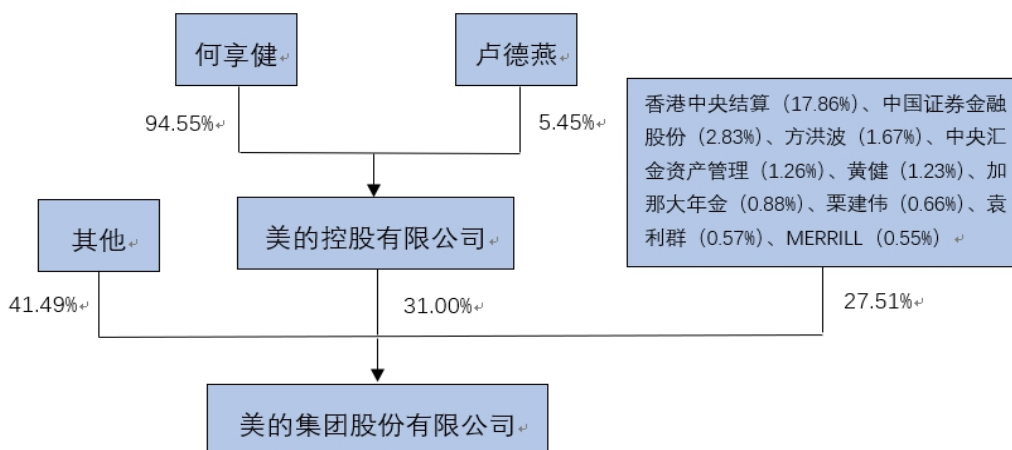
序号	股东名称	持股比例 (%)	持股数量 (股)	股东性质
1	美的控股有限公司	31.00	2,169,178,713	境内非国有法人
2	香港中央结算有限公司	17.86	1,249,815,931	境外法人
3	中国证券金融股份有限公司	2.83	198,145,134	境内非国有法人
4	方洪波	1.67	116,990,492	境内自然人
5	中央汇金资产管理有限责任公司	1.26	88,260,460	国有法人
6	黄健	1.23	86,140,000	境内自然人
7	加拿大年金计划投资委员会-自有资金(交易所)	0.88	61,913,903	境外法人
8	栗建伟	0.66	46,264,545	境外自然人
9	袁利群	0.57	39,633,597	境内自然人
10	MERRILL LYNCH INTERNATIONAL	0.55	38,554,877	境外法人

三、控股股东与实际控制人

(一) 控股股东情况

截至2022年6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。2022年6月30日，该公司总资产4,695.41亿元，总负债2,910.77亿元，所有者权益1,784.64亿元，2022年1-6月的营业收入1,839.47亿元，净利润161.67亿元。

表5-3 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	持股比例 (%)	享有表决权比例 (%)	注册地	主营业务
1	佛山市顺德区美的发展有限公司	直接	330,000 万元人民币	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
2	美的控股（国际）有限公司	直接	12,450 万美元	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。

截至 2022 年 6 月 30 日,公司的控股股东美的控股有限公司持有的发行人股份 2,169,178,713 股,占公司总股本的 31.00%,美的控股持有公司股份中处于质押状态的股份累计为 100,000,000.00 股,占其持有公司股份总数的 4.61%,占公司总股本的 1.42%。

(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,何享健还持有宁波美域股权投资合伙企业(有限合伙)99.67%的股份和佛山顺德君域管理有限公司90%的股份。

表 5-4 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	3,000.00	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	30,100.00	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2022年6月末，公司直接或间接持股的控股子公司429家（不包含KUKA Akiengesellschaft，以下简称“库卡集团”或“库卡”），参股公司88家。

(一) 重要子公司情况

表5-5 2022年6月末重要子公司情况表

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	广东美的制冷设备有限公司	85,400	家用空调制造、销售	73%	7%	80%
2	广东美的集团芜湖制冷设备有限公司	USD692.8	家用空调制造、销售	73%	7%	80%
3	美的集团武汉制冷设备有限公司	USD800	空调制造	73%	7%	80%
4	芜湖美智空调设备有限公司	83,000	空调制造	87%	13%	100%
5	重庆美的制冷设备有限公司	5,000	家用空调制造、销售	95%	5%	100%
6	广东美的暖通设备有限公司	50,000	空调制造	90%	10%	100%
7	浙江美芝压缩机有限公司	5,000	空调制造	100%	-	100%

序号	公司名称	注册资本	主营业务	母公司持股比例 (%)		表决比例
		(万元)		直接	间接	
8	合肥美的电冰箱有限公司	USD9210.9873	电冰箱制造	75%	25%	100%
9	合肥华凌股份有限公司	9,120	电冰箱制造	75%	25%	100%
10	广东美的厨房电器制造有限公司	USD15,858	小家电制造	-	100%	100%
11	佛山市顺德区美的电热器制造有限公司	USD4,200	小家电制造	-	100%	100%
12	芜湖美的厨卫电器制造有限公司	6,000	小家电制造	90%	10%	100%
13	无锡小天鹅电器有限公司	73,248.7764	洗衣机制造	100%	-	100%
14	美的电器（新加坡）贸易有限公司	SGD34,800	出口贸易	-	100%	100%
15	美的集团财务有限公司	350,000	金融业	95%	5%	100%
16	美的小额贷款股份有限公司	100,000	小额贷款	5%	95%	100%
17	Mecca International (BVI) Limited	USD1	控股投资	-	100%	100%
18	美的国际控股有限公司	USD2380	控股投资	100%	-	100%
19	芜湖美的生活电器制造有限公司	6,000	小家电制造	100%	-	100%
20	Midea Electric Netherlands (I) B.V.	EUR2.5	控股投资	-	100%	100%
21	Toshiba Consumer Marketing Corporation	JPY10,000	家电制造	-	100%	100%
22	TLSC	JPY10,000	家电制造	-	100%	100%
23	KUKA	EUR10,341.62 22	机器人制造、销售	-	95%	95%
24	宁波美的联合物资供应有限公司	48,000	批发零售	100%	-	100%
25	重庆美的商业保理有限公司	100,000	保付代理	-	100%	100%
26	天津美的商业保理有限公司	100,000	保付代理	-	100%	100%
27	美的创新投资有限公司	10,000	控股投资	85%	15%	100%

（二）持股比例小于50%但纳入合并范围子公司

截至2022年6月末，发行人存在持股比例小于50%但纳入合并范围子公司，分别为北京合康新能科技股份有限公司及其子公司和北京万东医疗科技股份有限公司及其子公司。

发行人通过收购股份拥有北京合康新能科技股份有限公司及其子公司和北京万东医疗科技股份有限公司及其子公司的第一大表决权，成为控股股东，故发行人将其纳入合并范围。

（三）持股比例超过50%但未纳入合并范围子公司

截至2022年6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6家主要的重要子公司²情况，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 85,400.00 万元，股东构成为：美的集团股份有限公司持股 73.00%；东芝开利株式会社占比 20.00%；美的电器（BVI）有限公司持股 7.00%。注册地址：佛山市顺德区北滘镇林港路。经营范围为：消费器械生产；消毒器械销售。

（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，具体经营项目以相关部门批准文件或许可证件为准）制冷、空调设备制造；制冷、空调设备销售；电子元器件制造；电力电子元器件销售；电子元器件销售；家用电器制造；家用电器销售；配电开关控制设备制造；照明器具制造；照明器具销售；通信设备制造；音响设备制造；智能家庭网关制造；五金产品制造；模具制造；模具销售；电子产品销售；互联网销售（除销售需要许可的商品）；家用电器零配件销售；家居用品销售；体育用品及器材零售；服务服饰零售；日用家电零售；文具用品零售；信息技术咨询服务；厨具卫具及日用杂品零售；电器辅件销售；日用品销售；搪瓷制品销售；技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广。（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）（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 2021 年末总资产 3,960,467.4 万元，总负债 3,533,302.8 万元，净资产 427,164.7 万元，2021 年实现营业总收入 4,904,535.9 万元，净利润 20,921.6 万元。

2、美的电器（新加坡）贸易有限公司

美的电器(新加坡)贸易有限公司成立于 2008 年 01 月，公司负责人为钟铮，注册资本 34800 万新加坡元，股东构成为：美的国际控股有限公司 100%。注册地址为：01/02, 07, 158, CECIL STREET 069545。经营范围为：进出口贸易。

该公司 2021 年末总资产 2,661,636.2 万元，总负债 1,733,015.0 万元，净资产 928,621.2 万元，2021 年实现营业总收入 6,271,884.4 万元，净利润 329,383.1 万元。

3、美的集团财务有限公司

² 资产、净资产、营业收入、净利润中至少一项占比发行人对应科目的 8%及以上。

美的集团财务有限公司成立于 2010 年 07 月，法定代表人为钟铮，注册资本 350000 万元人民币，股东构成为：美的集团股份有限公司持股 95.00%；广东威灵电机制造有限公司持股 5.00%。注册地址为：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。经营范围为：（一）对成员单位办理财务和融资顾问、信用鉴证及相关的咨询、代理业务；（二）协助成员单位实现交易款项的收付；（三）对成员单位提供担保；（四）办理成员单位之间的委托贷款；（五）对成员单位办理票据承兑与贴现；（六）办理成员单位之间的内部转帐结算及相应的结算、清算方案设计；（七）吸收成员单位的存款；（八）对成员单位办理贷款及融资租赁；（九）从事同业拆借；（十）承销成员单位的企业债券；（十一）对金融机构的股权投资；（十二）成员单位产品的消费信贷、买方信贷及融资租赁；（十三）衍生产品交易业务（普通类资格，仅限于从事由客户发起的远期结售汇、远期外汇买卖、外汇掉期、货币掉期、利率掉期与外汇期权六种产品的代客交易业务）；（十四）有价证券投资（固定收益类）。（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。）（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 2021 年末总资产 3,206,581.2 万元，总负债 2,556,924.3 万元，净资产 649,656.9 万元，2021 年实现营业总收入 53,798.9 万元，净利润 39,113.1 万元。

4、Midea Electric Netherlands (I) B.V.

Midea Electric Netherlands (I) B.V. 成立于 2017 年 3 月，公司负责人为钟铮，注册资本 2.5 万欧元，股东构成为：GUANGDONG MIDEA ELECTRIC COMPANY LIMITED。注册地址为：Johan Cruijff Boulevard 67, 1101DL Amsterdam。该公司的主要职能为投资控股。

该公司 2021 年末总资产 2,678,721.2 万元，总负债 2,778,413.4 万元，净资产 -99,692.2 万元，2021 年实现营业总收入 0.0 万元，净利润 -25,860.1 万元，该公司为控股公司，无实际经营，净利润告负主要是贷款的利息净流出。

5、KUKA

发行人于 2017 年 1 月通过全资子公司 MECCA International (BVI) Limited 以现金 2,700,185.60 万元收购 KUKA Aktiengesellschaft 的 81.04% 股权，加上该次收购前的 13.51% 股权，合计约 95% 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，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 2021 年末总资产 2,684,163.2 万元，总负债 1,699,811.3 万元，净资产 984,351.9 万元，2021 年实现营业总收入 2,511,835.4 万元，净利润 43,923.5 万元。

6、宁波美的联合物资供应有限公司

宁波美的联合物资供应有限公司成立于 2011 年 01 月，法定代表人为周树青，注册资本 48000 万元，股东构成为：美的集团股份有限公司 100%。注册地址为：北仑区梅山盐场 1 号办公楼五号 291 室。经营范围为：钢材、塑料原料及产品、铝制品、铜材、电子产品、化工原料、纺织原料及产品、纸制品、办公用品、检测设备、实验分析仪器、仪器仪表、工业油脂、普通机械设备及配件、电气设备、电子元器件、日用品、橡胶原料及产品、润滑油的批发、零售；自营和代理各类货物和技术的进出口业务（除国家限定公司经营或禁止进出口的货物及技术）；企业管理咨询。（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 2021 年末总资产 760,995.9 万元，总负债 600,207.2 万元，净资产 160,788.8 万元，2021 年实现营业总收入 4,523,755.4 万元，净利润 93,227.8 万元。

（五）主要参股公司情况

表5-6 2021年6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	508,200.4207.00	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 508,200.42 万元人民币，美的集团股份有限公司直接持股 7.00%，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 2021 年末总资产 40,572,436.6 万元，总负债 37,333,632.6 万元，净资产 3,214,827.8 万元，2021 年实现营业总收入 840,595.0 万元，净利润 357,120.9 万元。

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 30.00% 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30.00%的事项；金额占公司最近经审计净资产低于50.00%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5.00%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，设立了经营模块及职能模块，具体如下：

图5-2 公司组织结构图



1、经营模块：

(1) 智能家居事业群：作为智慧家电、智慧家居及周边相关产业和生态链的经营主体，承担面向终端消费者的智能化场景搭建，用户运营和数据价值发掘，致力于为终端消费者提供最佳体验的全屋智能家居及服务。

(2) 工业技术事业群：具备专业化研发、生产、销售压缩机、电机、芯片、工控、散热组件等高精度核心部件产品的能力，拥有美芝、威灵、美仁、东芝、合康、日业、东菱和高创等多个品牌，产品广泛应用于家用电器、3C产品、新能源汽车和工业自动化等领域。

(3) 楼宇科技事业部：致力于为楼宇及公共设施提供能源、暖通、电梯、控制等产品及全套解决方案和服务，并积极探索新的商业模式和类型，着力成为掌握关键核心科技及制造能力的领先型工业企业。

(4) 机器人与自动化事业部：主要围绕未来工厂相关领域，提供包括工业机器人、物流自动化系统及传输系统解决方案，以及面向医疗、娱乐、新消费领域的相关解决方案等。

(5) 数字化创新业务：主要包括以智能供应链、工业互联网等在美的集团商业模式变革中孵化出的新型业务，可为企业数字化转型提供软件服务、无人零售解决方案和生产性服务等，还包括从事影像类医疗器械产品和相关服务的万东医疗。

2、职能模块：

发行人以客户为中心，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。主要职能部门包括：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、品牌传播和法务等，详细情况见下表：

表5-7 主要职能部门介绍

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	主要负责集团战略规划、投资管理、合资合作等工作
3	财经	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、经营管理工作
4	投资者关系	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	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	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	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	主要负责用户与市场调研分析管理等工作
10	法务	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相关制度，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，公司建立和完善了财务

组织管理相关制度、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，发行人制定了募集资金相关管理办法。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

公司向合资子公司派任董事及高级管理人员，按照高级管理人员薪酬相关的管理制度，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；按照外派及聘任高级管理人员考核相关管理办法，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，统一结算，统一对外融资担保，统一资金信息系统。

6、人力资源与薪酬管理制度

在人力资源与薪酬管理方面，按照劳动人事相关管理、工资管理、劳动合同管理、培训管理等相关制度，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，按照内部审计工作规范、审计监察管理、风险评估实施办法等相关管理规定，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，发行人制订了对外投资管理相关制度。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，会同公司财务部门、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，制订对外担保决策相关制度并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。

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，发行人制订了关联交易管理相关制度，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，发行人制定内部审计相关制度。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，公司利用金融工具开展外汇对冲，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相关规定。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。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，公司制定了资金管理相关制度。集团资金管理模式为：坚持资金集中管理，统一结算，统一对外融资担保，统一资金信息系统，集团财务管理部门负责归口管理，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。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，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，可通过贷款、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

2021年12月31日，公司在岗职工约165,799人，其中销售人员8,561人，占总人数的5.16%；技术人员19,150人，占比11.55%；生产人员134,274人，占比80.99%。大专及以上学历员工共133,315人，占比80.41%，与生产人员的占比结构基本一致。大学本科学历人员26,976人，占比16.27%；硕士及以上学历5,508人，占比3.32%。截止2022年6月末，公司在岗人数约16万人，较年初无明显变化。

表 5-8 员工的专业构成情况

专业构成的类别	人数	比例
生产人员	134,274	80.99%
销售人员	8,561	5.16%
技术人员	19,150	11.55%
财务人员	2,116	1.28%
行政人员	1,698	1.02%
合计	165,799	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	5,508	3.32%
大学本科	26,976	16.27%
大专、中专	69,839	42.12%
其他	63,476	38.28%
合计	165,799	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 9 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	2021年9月至2024年9月
何剑锋	1967	董事	2021年9月至2024年9月
殷必彤	1968	董事兼副总裁	2021年9月至2024年9月
顾炎民	1963	董事兼副总裁	2021年9月至2024年9月
王建国	1976	董事兼副总裁	2021年9月至2024年9月
于刚	1959	董事	2021年9月至2024年9月
薛云奎	1964	独立董事	2021年9月至2024年9月
管清友	1977	独立董事	2021年9月至2024年9月
韩践	1972	独立董事	2021年9月至2024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 9 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
董文涛	1985	监事会主席	2021年9月至2024年9月
赵军	1975	监事	2021年9月至2024年9月
梁惠铭	1983	监事	2021年9月至2024年9月

3、高级管理人员 13 名

公司总裁、副总裁、财务总监、首席人才官及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	2021年9月至2024年9月
殷必彤	1968	董事兼副总裁	2021年9月至2024年9月
顾炎民	1963	董事兼副总裁	2021年9月至2024年9月
王建国	1976	董事兼副总裁	2021年9月至2024年9月
张小懿	1973	副总裁	2021年9月至2024年9月
胡自强	1957	副总裁	2021年9月至2024年9月
王金亮	1967	副总裁	2021年9月至2024年9月
李国林	1976	副总裁	2021年9月至2024年9月
伏拥军	1968	副总裁	2021年9月至2024年9月
管金伟	1979	副总裁	2021年9月至2024年9月
柏林	1981	副总裁	2022年5月至2024年9月
钟铮	1981	首席财务官兼财务总监	2022年2月至2024年9月
赵文心	1982	首席人才官	2022年2月至2024年9月
江鹏	1973	董事会秘书	2021年9月至2024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。

2、**董事何剑锋**：男，本科，现任公司董事。何剑锋先生同时任盈峰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，现任公司董事、副总裁兼智能家居事业群联席总裁、中国区域总裁。

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，现任公司董事、副总裁、机器人与自动化事业部总裁兼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。

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，曾任清华大学国情研究院项目主任，中国海洋石油总公司处长，民生证券股份有限公司副总裁、研究院院长。现任如是金融研究院院长，海南大学经济学院教授，同时担任中国民营经济研究会副会长、中国经济体制改革基金会理事、APEC 工商理事会数字经济委员会委员、华鑫证券首席经济顾问，美的集团股份有限公司、南华期货股份有限公司、北京影谱科技股份有限公司、杭州海康威视数字技术股份有限公司、山东高速路桥集团股份有限公司及陕西省国际信托股份有限公司独立董事，财政部财政发展智库专家委员，国家发改委城市与小城镇中心学术委员，工信部工业经济运行专家咨询委员会委员。

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

学教授，世界经济论坛专家组成员及公司独立董事。

9、监事会主席董文涛：男，硕士，2016 年加入美的集团，曾就职于中集集团、中兴通讯，并先后在美的集团法务、投资者关系等部门任职。

10、监事赵军：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执行总裁，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。

12、副总裁伏拥军：男，硕士，1999 年加入美的，曾任美的环境电器事业部总经理，美的部品事业部总经理，美的机电事业部总裁，现任美的集团副总裁兼工业技术事业群总裁。

13、副总裁管金伟：男，硕士，2002 年加入美的，曾任美的中央空调事业部副总经理兼海外营销公司总经理、美的国际总裁助理兼东盟区域总经理等职务，现任美的集团副总裁兼楼宇科技事业部总裁。

14、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总监、行政与人力资源部总监、冰箱事业部总经理等职务，现任公司董事、副总裁、智能家居事业群联席总裁、美的国际总裁。

15、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、美的集团 IT 总监等职务，现任公司副总裁兼 CIO。

16、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，并在下属上市公司北京万东医疗科技股份有限公司担任董事长。

17、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。

18、副总裁李国林：男，硕士，1998 年加入美的，曾任美的集团家用空调事业部副总裁、生活电器事业部总裁，现任公司副总裁、品质与智能制造总监。

19、副总裁柏林：男，41 岁，本科，2003 年加入美的集团，曾任制冷集团亚太大区总经理、冰箱事业部海外营销公司总经理、冰箱事业部国内营销公司总经理、冰箱事业部总经理、现任公司副总裁。

20、财务总监钟铮：女，硕士，2002 年加入美的，曾任金融中心、部品事

业部财经总监，美的集团审计总监等职务，现任公司首席财务官。

21、首席人才官赵文心：女，39岁，硕士，2004年加入美的集团，曾任美的集团家用空调事业部副总经理兼海外营销总经理、美的国际副总裁等职务，现任公司首席人才官。

22、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

公司主要业务为暖通空调、消费电器、机器人与自动化，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2017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）等为一体的全球化科技企业集团转换。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、楼宇科技、工业技术	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等
机器人与自动化	KUKA	KUKA Aktiengesellschaft 等

公司2019-2021年及2022年1-6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	2019 年度		2020 年度		2021 年度		2022 年 1-6 月	
	收入	占比	收入	占比	收入	占比	收入	占比
暖通空调	1,196.1	42.99%	1,212.2	42.65%	1,418.8	41.58%	832.4	45.57%
消费电器	1,094.9	39.35%	1,138.9	40.07%	1,318.7	38.64%	663.3	36.31%
机器人与自动化	251.9	9.05%	215.9	7.60%	272.8	7.99%	132.6	7.26%
其他	27.7	1.00%	47.8	1.68%	72.7	2.13%	46.7	2.56%
主营业务收入合计	2,570.6	92.40%	2,614.7	92.00%	3,083.0	90.35%	1,675.0	91.70%
其他业务收入	211.6	7.60%	227.5	8.00%	329.4	9.65%	151.6	8.30%
合计	2,782.2	100.00%	2,842.2	100.00%	3,412.4	100.00%	1,826.6	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、美云智数等主体为主的智能供应链及数字化创新业务；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	2019 年度		2020 年度		2021 年度		2022 年 1-6 月	
	成本	占比	成本	占比	成本	占比	成本	占比
暖通空调	816.3	41.24%	919.3	43.19%	1,120.1	42.34%	657.1	46.79%
消费电器	750.1	37.90%	791.1	37.17%	952.8	36.02%	469.6	33.44%
机器人与自动化	199.5	10.08%	173	8.13%	213.5	8.07%	104.5	7.44%
其他	27.2	1.37%	44.6	2.09%	64.5	2.44%	43.4	3.09%
主营业务成本合计	1,793.1	90.60%	1,927.9	90.58%	2,350.9	88.87%	1,274.6	90.76%
其他业务成本	186	9.40%	200.5	9.42%	294.3	11.13%	129.7	9.24%
合计	1,979.1	100.00%	2,128.4	100.00%	2,645.2	100.00%	1,404.3	100.00%

表5-16 公司毛利构成表

单位：亿元

产品	2019 年度		2020 年度		2021 年度		2022 年 1-6 月	
	毛利	占比	毛利	占比	毛利	占比	毛利	占比
暖通空调	379.8	47.29%	292.9	41.03%	298.7	38.93%	175.3	41.51%

产品	2019 年度		2020 年度		2021 年度		2022 年 1-6 月	
	毛利	占比	毛利	占比	毛利	占比	毛利	占比
消费电器	344.8	42.93%	347.8	48.73%	365.9	47.69%	193.7	45.87%
机器人与自动化	52.4	6.52%	42.9	6.01%	59.3	7.73%	28.1	6.65%
其他	0.5	0.06%	3.2	0.45%	8.2	1.07%	3.3	0.78%
主营业务毛利合计	777.5	96.81%	686.8	96.22%	732.1	95.42%	400.4	94.81%
其他业务	25.6	3.19%	27	3.78%	35.1	4.58%	21.9	5.19%
合计	803.1	100.00%	713.8	100.00%	767.2	100.00%	422.3	100.00%

表5-17 公司毛利率构成表

产品	2019 年度	2020 年度	2021 年度	2022 年 1-6 月
暖通空调	31.75%	24.16%	21.05%	21.06%
消费电器	31.49%	30.54%	27.75%	29.20%
机器人与自动化	20.80%	19.87%	21.74%	21.19%
其他	1.81%	6.69%	11.28%	7.07%
主营业务合计	30.25%	26.27%	23.75%	23.90%
其他业务	12.10%	11.87%	10.66%	14.45%
合计	28.87%	25.11%	22.48%	23.12%

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。2019-2021年及2022年1-6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80.00%以上，毛利润占公司主营业务毛利润的比重均保持在86.00%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，2021年分别占比45.57%和36.31%；机器人与自动化业务产生的收入规模2018-2020年逐年下降，2021年同比增长了26.35%，占比7.99%，主营业务中的其他主要为以安得智联、美云智数等主体为主的智能供应链及数字化创新业务，产生的收入规模较小，但占比也在逐年增长，2021年占比2.13%；其他业务板块主要为家电材料的销售收入，2021年占比9.65%。

2019-2021年及2022年1-6月，公司的主营业务收入分别为2,570.6亿元、2,614.7亿元、3,083.0亿元和1,675.0亿元，近三年同比增长6.67%、1.72%及17.97%，占营业收入比重分别为92.40%、92.00%和90.35%。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，公司的主营业务面临一定的压力，但公司的家电品类多元化，有效地抵抗了经济下行压力，2020年公司主营业务收入仍小幅增长1.72%。2021年，家电行业整体发展积极向好，在新冠疫情加速推动下，机器人市场需求在国内疫情稳定情况下得到陆续释放，公司各业务板块均有所增长，2021年公司主营业务收入同比增长17.97%。

2019-2021年及2022年1-6月，公司的主营业务成本分别为1793.1亿元、1,927.9亿元、2,350.9亿元和1,274.6亿元，近三个会计年度同比增幅分别4.56%、7.52%及21.94%。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。2019年，公司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；2020年，原材料价格上涨，主营业务成本的增幅高于主营业务收入的增幅；2021年，工业原材料价格上涨、制造业芯片短缺，主营业务成本的增幅仍高于主营业务收入的增幅。

2019-2021年及2022年1-6月，公司的主营业务毛利分别为777.5亿元、686.8亿元、732.1亿元和400.4亿元，近三个会计年度同比分别增长11.89%、-11.67%及6.60%，2020年，公司主营业务毛利同比下降11.67%；2021年，公司主营业务毛利同比实现增长，增幅6.60%。暖通空调和家用电器板块仍是公司最大的主营业务利润来源。

2019-2021年及2022年1-6月，公司的主营业务毛利率分别为30.24%、26.27%、23.75%和23.90%，近三个会计年度毛利率逐年下降，主要受工业原材料价格上涨、制造业芯片短缺影响导致成本增幅较大。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。2022年1-6月铜、铝等大宗原材料仍在高位震荡，公司的盈利水平仍处于近年来的低位，但仍维持在23.90%。

（二）主营业务板块情况

1、暖通空调板块及家用电器板块（家电业务）

公司的主要业务为家电业务，由暖通空调板块及家用电器板块构成。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。公司在全球拥有约200家子公司、34个研发中心和34个主要生产基地，业务覆盖200多个国家和地区。其中，在海外设有17个研发中心和17个主要生产基地，遍布越南、埃及、巴西、阿根廷、印度等十多个国家；在国内有17个主要生产基地，辐射华南、华东、华中、西南、华北五大区域，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，主要机电产品的产销量规模均居世界前列。

(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	2021 年					2022 年 1-6 月					
	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		份额	全网排名		份额	市场排名		份额	全网排名
家用空调	36.0	1	家用空调	34.6	1	家用空调	34.3	1	家用空调	35.6	1
洗衣机	27.4	2	洗衣机	33.7	2	洗衣机	25.7	2	洗衣机	33.4	2
干衣机	25.0	1	干衣机	31.7	1	干衣机	26.0	2	干衣机	35.5	1
冰箱	14.5	2	冰箱	18.2	2	冰箱	13.9	2	冰箱	18.5	2
电饭煲	42.1	1	微波炉	49.7	1	电饭煲	40.8	1	微波炉	47.1	1
电压力锅	43.8	1	台式烤箱	27.0	1	微波炉	54.7	1	台式烤箱	25.0	1

2021 年						2022 年 1-6 月					
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		份额	全网排名		份额	市场排名		份额	全网排名
电暖器	49.4	1	电压力锅	40.4	1	电暖器	50.9	1	电压力锅	39.2	1
电磁炉	47.9	1	电饭煲	30.1	1	电磁炉	46.6	1	电磁炉	47.6	1
电风扇	38.7	1	电磁炉	50.5	1	电风扇	40.7	1	洗碗机	29.4	1
电水壶	38.0	1	洗碗机	29.5	1	电水壶	37.0	1	电水壶	24.5	1
饮水机	43.0	1	电水壶	27.0	1	饮水机	43.7	1	电风扇	20.9	1
破壁机	30.7	2	电风扇	22.7	1	台式烤箱	35.8	1	电暖器	23.3	1
净水器	20.1	2	挂烫机	25.1	1	电压力锅	39.5	2	净水器	19.8	1
微波炉	46.6	2	电暖器	21.4	1	破壁机	30.6	2	电饭煲	26.7	2
台式烤箱	31.9	2	净水器	17.6	1	净水器	19.0	2	电热水器	31.8	2
电热水器	17.0	3	电热水器	29.9	2	电热水器	16.9	3	燃气热水器	16.0	2
-	-	-	燃气热水器	17.1	2	-	-	-	消毒柜	18.4	2
-	-	-	油烟机	15.9	2	-	-	-	燃气灶	12.2	2
-	-	-	消毒柜	17.9	2	-	-	-	饮水机	13.8	3
-	-	-	燃气灶	13.8	2	-	-	-	破壁机	12.0	3
-	-	-	饮水机	15.7	3	-	-	-	油烟机	12.6	3
-	-	-	破壁机	14.3	3	-	-	-	-	-	-

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楼宇科技事业部统一经营，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，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。公司在家用空调方面基于用户需求、场景及生态持续探索产品创新，引领行业创新趋势，如①COLMO AirNEXT“空气进化主机”采用可插入式空气模块，满足不同年龄段用户对空气的需求，提升多场景下空气健康舒适性和操作智能便利性，可主动识别环境信息为用户提供智能空气解决方案；②美的领航者二代家用中央空调集成全屋中央空调、地暖、新风、加湿于一体的家居系统解决方案，是行业首款获多联机盘管高温杀菌认证的产品，杀菌率达 99% 以上；③COLMO 家用中央空调依托包豪斯美学，集成全屋温、湿、风、净、鲜的三维调节及智能专家系统，实现一屋一气候和全屋主动调节，灵活实现小三房、大平层、别墅等各类场景需求；④公司在 2021 年还推出 7 款行业首批与华为 HarmonyOS 系统合作的空调产品，实现一触即连、极简交互、服务直达等全场景用户体验。公司在家用空调领域持续深耕海外市场，在窗式空调、除湿机及移动空调等品类市场不断开拓的同时，还积极引领行业为环境保护做出贡献，继 2020 年获得联合国工业发展署杰出贡献奖后，凭借 R290 分体机产品在 2021 年再次全面升级，成为空调行业内唯一连续两次获得德国“蓝天使”认证的公司，目前该“蓝天使”认证的 R290 分体机已正式向欧盟及全球市场发售。

中央空调方面，公司拥有顺德、重庆、合肥、意大利 Clivet 四大生产基地，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，2021 年美的暖通与楼宇正式升级为美的楼宇科技，利用“楼宇设备设施+数字化技术+

产业生态布局”，支持丰富多变的场景聚合和灵活个性的数字体验。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，深受房地产、轨道交通、通信、酒店、教育、医疗、工业等行业客户的信赖。根据《机电信息·中央空调市场》监测的数据显示，2021 年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，美的楼宇科技在研发实力、产品技术、市场表现等方面是行业的领头羊。美的楼宇科技在 2021 年度实现离心机累计下线超过千台，总冷量超过 120 万冷吨，标志着国产离心机突破外资技术壁垒，是破局更是美的核心技术能力的证明；三大产品“Air C+风管式空调室内机”、“司南系列磁悬浮变频离心式冷水机组”、“三管制热回收多联机”在 2021 中国制冷展上斩获创新产品奖；与上海交通大学共同申报的“宽温域热回收多联机高效节能关键技术研究及产业化应用”项目荣获第十届中国制冷学会科学技术二等奖、广东省机械工程学会科学技术一等奖及广东省机械行业协会科学技术一等奖；与上海交通大学等单位联合开发的“超低温高效节能空气源热泵供热技术及产业化”项目荣获中国产学研促进会产学研合作创新成果奖；自主研发的“热回收多联机组及智能控制系统”项目在第 72 届德国纽伦堡国际发明展斩获银奖；在 2021 年中国暖通空调产业发展峰会上，连续第五年荣膺“冷暖智造·金智奖”，而且自主研发的“司南系列磁悬浮离心机”荣获“十大整机产品奖”；美的楼宇科技相关产品专利技术共获得第二十二届中国专利奖优秀奖 4 项，同时广东美的暖通设备有限公司与菱王电梯有限公司均被认定为广东省工业设计中心，充分展现在楼宇科技领域的技术研发实力。

2) 冰洗产品

冰箱方面，公司冰箱业务由下属冰箱事业部及东芝运营，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。2021 年公司冰箱产品线下市场占有率 14.5%，线上市场份额 18.2%，市场排名均为第二名。2021 年公司围绕用户烹饪的核心诉求美味、保鲜、营养、健康、高效、便捷等方面进行不断进行产品创新、技术突破以及智能场景的拓展。①COLMO TURING

系列冰箱搭载首创行业自动开关门技术；②TURING营养空间站冰箱以“机器理性”的深层次“营养”视角，通过AI多维营养科技为用户带来营养均衡智能管理，满足家庭健康营养需求；③东芝雾语冰箱以“雾化保鲜”科技传达新鲜之道，搭载东芝专利技术UNIT透湿膜实现果蔬7天鲜活，同时具备三种速冻模式及iTouch轻触开门功能；④美的首款美式冰箱首创金属质感助力把手，通过PST+超磁电离净味技术实现19分钟急速净味，除菌率高达99.9%；⑤美的冰箱积极与华为等深度合作，美的全球首款HarmonyOS冰箱于2021年6月在华为商城全面开售。

洗衣机方面，公司的洗衣机业务由属下洗衣机事业部及东芝运营，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、美的、COLMO、东芝等知名品牌，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。2021年公司洗衣机产品线下市场占有率27.4%，线上市场份额33.7%，市场排名均为第二名；干衣机产品线下市场占有率25.0%，线上市场份额31.7%，市场排名均为第一名。公司COLMO AI轻干洗技术针对当前用户高端衣物或特殊衣物无法居家洗涤的痛点，突破性的将高能蒸汽技术应用到洗衣机领域，颠覆传统洗涤方式，获评第十七届（2021）中国家用电器创新成果“年度技术创新成果”；COLMO轻干洗2.0技术中的“大容量双驱脱水型双滚筒关键技术及产业化”、“高温环境下长效等离子除味杀菌关键技术及产业化应用”、“洗衣机用新型电极催化涂层特效技术应用及产业化”等成果还获得中国轻工业联合会的“国际领先”认定；行业内首创基于电催化涂层和特殊电极制备技术的蓝氧科技，完成防串色、白衣净白、整机长效抑菌及有害物质降解技术，革新特殊污渍洗净效果，从传统的5种污渍扩展至32种特殊污渍，洗净比均达到A级。公司的轻干洗技术和蓝氧科技进一步推动洗衣机行业技术创新与进步。

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。2021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、微波炉等均线上和线下市场排名前两名。

厨卫电器方面，公司推出的COLMO星图SV8油烟机，首款四区拢烟与360mm超薄设计的产品；新静吸系列玲珑油烟机，强化“轻松吸、轻松洗、轻松控”的用户心智体验；超薄燃气灶Q81U系列产品采用行业领先的上进风点火技术，台面首创一体式无缝设计便于清洁，台下25mm劲薄机身，超薄上进风结构设计包含多项专利技术；富氧灶Q63-M系列产品行业首创碟形富氧舱混氧技术。美的F70洗碗机搭载ADS智能投放专利技术，提供餐具洗护全流程智能解决方案；COLMO TURING系列洗碗机采用洗碗液AI智能投放系统，内部装载突破传统限制，获中国国家用电器研究院四星级消毒认证；公司推出的200Q11消毒柜，180L大容量全新定义厨房收纳。

生活电器方面：①公司在2021年推出一系列创新电饭煲产品，双阀低糖电饭煲获得德国iF设计奖；全自动电饭煲获得韩国好设计奖、美国IDEA工业设计奖；MiniMore多功能电饭煲获得多个国际设计奖项。②公司还推出“升降可调煎烤机”，搭载行业独创的拔杆无级升降技术；围绕“大健康”消费趋势，美的推出“抗菌系列煎烤机”；美的无烟烤架搭载内循环水冷净化吸烟系统，无需耗材就能实现油烟净化。③公司推出的美的MINI20燃卡料理平台得益于领先的小型化磁控管技术，产品采用行业内体积最小、功率最高的Q12磁控管，首创MIX燃脂算法，蒸、微、烤三重技术结合，实现美味健康料理，搭载华为鸿蒙系统，共享健康数据，打造私人燃脂管家；美的“极炙烤”系列产品采用石墨烯发热管技术，实现烤管0.2秒即热，1300°C高温辐射，解决“预热长、烤制慢”的电烤箱使用痛点；美的R5嵌入式微蒸烤一体机集成微、蒸、烤、炸四种烹饪方式。④COLMO I2000大通量厨下净水器，应用多项创新技术，搭载全时零陈水技术，全自动冲洗滤芯，升级PR前置滤芯，采用风琴式结构设计，采用第三代提拉式换芯方式，实现两步换芯的简化操作，赢得行业和市场的广泛认可，荣获“净水价值产品奖”和“中国创新设计红星奖”。

(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。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。

表5-20 公司主要原材料采购构成表

单位：元/吨、万元

原材料	2019 年			2020 年			2021 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	47,180	1,411,788	7.70%	47,036	1,455,565	7.34%	64,323	2,183,834	8.39%
铝	16,232	454,254	2.50%	16,274	488,199	2.46%	20,539	691,595	2.66%
钢材小计	4,530	1,296,968	7.10%	4,570	1,494,378	7.54%	6,365	2,245,576	8.63%
塑料小计	9,613	594,387	3.20%	8,846	738,751	3.73%	10,979	1,057,596	4.07%
合计	-	3,757,396	20.50%	-	4,176,893	21.07%		6,178,601	23.75%

公司的上游供应商较为丰富，2019-2021年，前五大供应商采购额占年度采购总额的比重分别为5.42%、5.14%及6.27%，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
2019 年	1	313,424.3	1.71%	否

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
	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%	-
2020 年	1	277,634.6	1.40%	否
	2	203,520.1	1.03%	否
	3	193,007.2	0.97%	否
	4	174,964.9	0.88%	否
	5	170,010.4	0.86%	否
	合计	1,019,137.2	5.14%	-
2021 年	1	551,590.3	2.12%	否
	2	358,860.7	1.38%	否
	3	249,517.7	0.96%	否
	4	235,602.6	0.91%	否
	5	233,042.1	0.90%	否
	合计	1,628,613.4	6.27%	-

(3) 生产情况

1) 生产模式

公司以行业领先的压缩机、电机、磁控管、控制器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。家电业务的生产模式有两种：内销推行“T+3”模式，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；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 公司近三年产能、产量、销量及销售收入情况

业务 板块	项目	2019 年	2020 年	2021 年
		暖通空调板块	产能 (万台/套)	20,551

业务	项目	2019 年	2020 年	2021 年
消费电器板块	产量 (万台/套)	17,837	16,801	21,171
	销量 (万台/套)	17,792	16,541	19,743
	产能 (万台/套)	30,990	37,932	42,569
合计	产量 (万台/套)	28,669	34,297	37,336
	销量 (万台/套)	27,876	34,218	36,524
	产能 (万台/套)	51,540	56,776	66,485
合计	产量 (万台/套)	46,506	51,098	58,507
	销量 (万台/套)	45,668	50,759	56,267
	产能 (万台/套)			

3) 生产技术和研发水平

公司通过自研智能混流排产算法，实现多约束、多目标和多版本的排产方案，计划排程效率提升 75%，工厂资源配置效率提升 8%，生产效率稳步提升；持续完善海外制造布局，加速推进“中国供全球+区域供区域”模式，在埃及新建的冰箱、洗衣机和热水器的生产基地完成投产并将覆盖中东与非洲地区，泰国空调新基地完成试产将进一步完善东南亚区域的制造布局，在巴西启动新制造基地建设以覆盖多个重点品类，同时还在海外制造基地大力引入推广国内精益制造体系并培育海外精益人才，实现制造效率提升 20%以上，提升全球制造交付能力，不断完善海外工厂 EHS 管理体系，为海外生产基地安全稳定运营提供有力的保障。

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，成立三级技术委员会和构建四级研发体系，制定和执行技术战略，构建全球顶尖研发能力；技术战略与中长期产品规划相互衔接，实现双轮驱动，聚焦 11 项技术领域，构建核心技术突破和领先的能力；过去 5 年研发投入超过 450 亿元，仅 2021 年研发投入达到 120 亿元，已在包括中国在内的 12 个国家设立了 35 个研究中心，逐步形成“2+4+N”全球化研发网络，建立研发规模优势。国内以顺德总部全球创新中心和上海全球创新园区为核心；海外以美国研发中心、德国研发中心、日本研发中心、意大利研发中心为主，发挥区位优势，整合全球研发资源，形成优势互补的区域性技术研发中心，以科技领先战略牵引人才密度和厚度，成建制地构建全球研发布局。美的研发人员超过 18,000 人，外籍资深专家超过 500 人。美的不断整合优势资源着力构建开放式创新生态平台，

一方面建立全球创新生态体系，整合大型企业、中小企业、高校、科研院所、咨询机构等 5 大类资源，搭建技术研发生态网络，可触达数量庞大的资源；另一方面构建科学家体系，已设立 8 个院士工作站（室），引入 19 位战略合作院士，合作研发项目超过 100 项。既与 MIT、UC Berkeley、UIUC、Stanford University、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，建立联合实验室和深化技术合作；还与 BASF、Honeywell 等科技公司开展战略合作，多渠道构建全球创新生态系统。

围绕产品领先战略，构建优化“三级技术委员会”、“四级研发体系”组织维度与“三个一代”技术维度相结合的新型研发模式，支撑未来全品类的“第一、唯一”目标。围绕用户需求，区分不同组织和技术进行创新产品开发、先行平台研究、关键零部件攻关、差异化卖点布局以及基本性能提升，通过全球产品群开发，搭建全球产品平台，构建科技领先能力。截至 2021 年底，美的已有 10 个国家级企业技术中心、设计中心及博士后科研工作站，19 位长期合作的院士和 8 个院士工作站（室），超过 60 个省部级企业技术中心、工程中心、设计中心或重点实验室。2021 年发行人主导开展的“R290 新一代房间空调器关键技术研究及产业化”、“多声源振动及噪音控制技术在风冷冰箱中研究和应用”、“高湿环境下长效等离子除味杀菌关键技术及产业化应用”、“水平对置磁悬浮变频离心压缩机技术研究及应用”、“极炙烤关键技术研究与应用”、“高品质 IH 电热炊具功率调控关键技术与产业化应用”、“新型高效变频压缩机关键技术研究及产业化”、“厨房空气健康管理油烟机关键技术研究与应用”及“低碳高能效换热器关键技术在家电产品中的研究及应用”等百余项技术经过权威鉴定，均被认定为“国际领先”。2021 年 11 月 3 日，美的空调凭借“建筑热环境理论及其绿色营造关键技术”项目，再次获得“国家科学技术进步奖二等奖”。此外，美的还获得黑龙江省技术发明一等奖、中国轻工业联合会科技进步奖一等奖、中国节能协会节能减排科技进步一等奖以及中国商业联合会科技进步一等奖等。

2021 年，公司在智能家居方面、产品关键性能方面、核心零部件方面、绿色健康方面、领跑者标准方面及国际标准方面参与了多项国家标准及国际标准

的修订。截止 2021 年底，公司累计参与制订或修订技术标准 1347 项，其中国际标准 41 项，国家标准 514 项，行业标准 277 项，地方和团体标准 515 项。公司还成为 TC212/WG7 无尾家用电器智能控制技术工作组和 TC212/WG10 传感器工作组组长单位，并连续四年入选“企业标准领跑者”，涵盖 32 类产品的 38 项标准。美的家用空调和厨热分别获批国家级消费品标准化试点项目，智能云多联机入选 2021 年度百项团体标准应用示范项目，美的参与制订的中国家用电器协会两项团体标准《电饭锅内胆通用要求及评价规范》和《家用和类似用途电动炒菜机》被鉴定为“国际领先”水平，同时美的冰箱还荣获第一届安徽省标准创新贡献奖。

截至 2021 年底，公司（含东芝家电）专利授权维持量超过 7 万件，2021 年在全球范围内申请专利超过 10,000 件，获得发明专利授权超过 3000 件，其中海外发明专利授权超过 1000 件。公司持续推进专利质量提升工作，在 2021 年第二十二届中国专利奖项评选中斩获多项荣誉，其中“可隐藏送风口的空调器”荣获中国发明专利奖银奖，“电水壶”和“无线充电手持式除螨仪”中国外观设计专利奖银奖，另有“喷气增焓空调系统”等技术获得 20 余项优秀奖。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	授权日期
一种消除房间余热的节能冷却装置的控制方法	美的集团	CN200810220715.2	2011.03.23
空调辅助降温换热装置的节能控制方法	美的集团	CN200910038204.3	2011.04.27
一种提高空调舒适性的控制方法	美的集团	CN200910193953.3	2012.08.22
一种线圈盘端子	美的集团	CN201010508493.1	2013.01.09
一种可调节的恒温恒流热水器	美的集团	CN201110210200.6	2013.08.14
一种空调器的控制方法	美的集团	CN201110306064.0	2016.07.06
空调器预约运行的控制方法	美的集团	CN201110326558.5	2016.06.01
一种床上专用空调器	美的集团	CN201210187409.X	2014.10.08
热水器系统及其控制方法	美的集团	CN201210385636.3	2016.03.02
空调及其控制方法	美的集团	CN201210540504.3	2017.02.15

专利名称	申请人	专利号	授权日期
电控箱、用于电控箱的散热系统及其控制方法	美的集团	CN201410120630.2	2017.05.10
空调系统及其控制方法	美的集团	CN201410232571.8	2016.08.17
空调系统及其控制方法	美的集团	CN201410232548.9	2016.08.17
变频空调的控制方法	美的集团	CN200910193966.0	2012.08.22
直流变频空调及其控制方法	美的集团	CN201110162844.2	2013.10.09
一种直流变频空调器有源 PFC 控制方法	美的集团	CN201110313374.5	2016.12.14
变频空调室外机及其整机功耗功率的自检系统和方法	美的集团	CN201210321631.4	2016.12.21
变频空调及其控制装置和控制方法	美的集团	CN201410305871.4	2017.10.13
双贯流空调器及其送风控制方法	美的集团	CN201210569891.3	2017.11.10
空调器的自保持四通阀控制电路及其控制方法	美的集团	CN201110297163.7	2014.04.16
一种可补充热量的电饭煲	美的集团	CN201210010482.X	2015.06.10
空调器电风扇的联机系统及其控制方法	美的集团	CN201210236169.8	2015.06.10
电烤箱	广东厨房、美的集团	CN201210066607.0	2015.09.30
烤箱	广东厨房、美的集团	CN201510080438.X	2015.04.29
热水器及其控制方法	广东暖通、美的集团	CN201310193997.2	2014.03.12
热泵系统及其控制方法	广东暖通、美的集团	CN201410326788.5	2017.02.08
空调系统及其控制方法	广东暖通、美的集团	CN201510452017.5	2016.07.06
空调器中变频模块的温度传感器的检测方法及装置	广东暖通、美的集团	CN201510278985.9	2017.11.10
变频空调制热启动控制方法、控制系统及其空调器	广东暖通、美的集团	CN201510428883.0	2017.07.28
加热系统和具有加热系统的热泵热水器	广东暖通、美的集团	CN201310075725.2	2017.08.01
热泵热水器组	广东暖通	CN201310317819.6	2017.07.28
热水器	芜湖厨卫	CN201310373951.9	2017.05.03
燃气热水器	芜湖厨卫	CN201310637776.X	2016.08.17
热泵互补热水系统	芜湖厨卫	CN201510070598.6	2017.01.18

专利名称	申请人	专利号	授权日期
储水式电热水器控制系统	芜湖厨卫	CN201410407230.X	2017.09.26
洗碗机的干燥控制装置、方法和洗碗机	佛山洗涤、美的集团	CN201510430771.9	2018.07.13
线圈盘支架组件及其模具和制造方法	美的集团、佛山电热	CN201310095524.9	2015.09.09
电磁加热装置、烹饪设备及其控制方法	美的集团、佛山电热	CN201310409443.1	2017.09.19
电磁加热装置	佛山电热、美的集团	CN201410168520.3	2017.11.10

(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、乡镇专卖和天猫商城等渠道，逐步形成相对稳定的渠道局面。

经过多年发展与布局，美的已形成了业态布局完整、地域覆盖广阔的渠道网络，可快速满足线上与线下不同用户的家电购买需求。线下不同用户的家电购买需求。美的在线下市场已构建超过14万家线下零售网点，形成综合家电卖场、自有专卖体系、传统零售商以及电商下沉加盟店的全业态网络布局，从一线城市到乡镇的各级市场，用户都可便捷享受到美的产品与服务；特别是行业独有的超过2万家网点的专卖体系，如前装店、旗舰店、专业店等可满足用户从新装到更新的不同需求，2022年将专卖业务与前装业务合并成立美云销+，统一平台、统一管理、统一运营，强化美云销+生态建设，实现美云销+业务覆盖全级别市场；坚持以客户为中心，持续推动直营零售数字化变革，为客户提供行业领先的数字化平台服务，通过线下门店能力提升、采购保障、用户运营等提供专业的数字化平台支持，提升现货率、订单评审时效及物流交付效率确保门店供给体验，持续开展美云销APP优化、供应链能力提升、物流时效改善，依靠“美的到家”小程序打造线下门店的线上商城，通过营销工具组合、用户运营阵地、服务到家平台等多种方式为线下零售赋能；围绕“智能家居”和“全屋整装解决方案”，深度拓展与

家装、家居、建材、设计等渠道的合作，累计建成超过1,300家美的智慧家全屋智能体验中心，通过1+N的门店布局，智能套系化产品打造，搭建M+Design设计师俱乐部，推动前装市场向统一供货、统一运营、统一服务变革，实现门店标准化运营及用户一站式服务，打造多元化智慧生活方式，2022年上半年前装市场零售同比提升超过100%。此外，在拼多多、抖音、快手等新渠道加速发展，并结合用户的会员运营、产品的套系化与智能化驱动新的销售与用户增长。

美的集团旗下的科技创新型供应链服务（物流）企业安得智联，全面应用数字化技术和大数据技术实现对全链路物流网络优化与管理，打造智能化、数字化的全网服务物流平台。聚焦资源投入城乡配送领域，配送网络实现了全国区、县、乡、镇全程无盲点的可视化直配。基于遍布全国超过140个城市的物流配送中心，服务能力可覆盖全国99%以上的乡镇，24小时内可送达30,739个乡镇，占乡镇总数的77%以上，48小时内可送达37,260个乡镇，占乡镇总数的94%以上。公司强化线上与线下一盘货、ToB/ToC一体化交付运营优势，并完善送装一体服务网络，拉通从生产制造到消费端的全流程，为客户提供全域订单的优质服务解决方案，全面提升终端用户体验。

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

公司从2015年开始推动外销业务以“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，目前公司深化OEM和OBM双轮驱动体系数字化。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、Eureka、KUKA、Swisslog、Servotronic、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。

2021年,美的建立以美国、巴西、德国、日本、东盟为突破口的全球战略,深化OEM和OBM双轮驱动体系数字化能力建设,因地制宜地推进海外数字化,成立海外品牌建设专项,新增海外自有品牌销售网点超过43000家,累积总数达到15万以上,试点DTC模式,实现在线场景化、视频化、直播化运营,发布多款面向海外线上市场的套系产品及重点单品,持续加大海外电商业务的投入,成立海外电商公司并组建海外电商IT系统专项团队,通过引入专业人才完善电商组织架构,根据业务需求开发数字化系统,2021年海外电商整体销售额实现同比增长65%,电商销售占比不断提升,在美国、英国、德国、意大利、巴西的电商平台有超过40款Best Seller产品,并在美国亚马逊的8个细分品类中进入销售前三,逐步完善亚太区域电商组织,并在东南亚电商年度大促期间实现同比增长达145%,加速拓展电商渠道,在2021年已入驻超过10个欧美国家的本土电商平台。

发行人2019年至2021年家用电器海外销售收入占比分别为37.72%、39.20%、36.71%³。2022年上半年,海外市场IoT产品出货量超过140万台,产品激活超过26万台,虽然仍受到新冠疫情持续影响,但随着海外渠道布局持续完善,预计公司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	2019年	占比	2020年	占比	2021年	占比
国内	15,723,389	62.28%	15,965,100	60.80%	19,864,076	63.29%
国外	9,521,499	37.72%	10,292,207	39.20%	11,522,913	36.71%
合计	25,244,888	100.00%	26,257,307	100.00%	31,386,989	100.00%

表5-25 公司销售前五大客户明细表

单位:万元

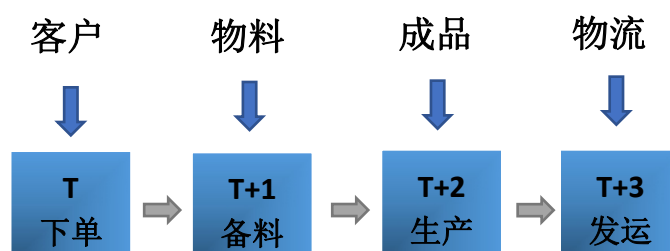
年份	销售客户名次	销售额(万元)	占年度销售总额比例	是否关联
2019年	1	1,997,177.1	7.18%	否
	2	825,710.1	2.97%	否
	3	295,084.2	1.06%	否
	4	245,088.4	0.88%	否

³ 为发行人家用电器类业务(暖通空调和消费电器板块)的海外销售收入占比。

	5	213,200.7	0.77%	否
	合计	3,576,260.5	12.86%	-
2020 年	1	2,319,937.2	8.16%	否
	2	890,782.7	3.13%	否
	3	262,677.6	0.92%	否
	4	259,904.5	0.91%	否
	5	214,392.3	0.75%	否
	合计	3,947,694.2	13.89%	-
2021 年	1	2,210,372.3	6.48%	否
	2	542,400.6	1.59%	否
	3	380,278.7	1.11%	否
	4	260,753.2	0.76%	否
	5	232,045.7	0.68%	否
	合计	3,625,850.5	10.62%	-

(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。目前公司仍在推动全集团多品类的“T+3”业务模式变革，在仓储配送环节，以“T+3”计划拉通、下线直发、统仓统配、库存共享支撑整体供应链解决方案场景；在海外业务环节，启动多个核心项目支持公司全球突破战略落地，其中包

括海外业务“T+3”体系建立，通过优化“T+3”模式，下线装柜率提升 20%，发货周期缩短 16%。

(6) 数字化转型

公司 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 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。2021 年，发行人成立工业技术研究院与战略发展组织，坚持自研与收购并重，加快完善智慧交通、工业自动化、绿色能源、家用电器四大领域的技术、产品与市场布局，已形成信息层、控制层、驱动层、执行层的完整产业链布局，坚定投入数字化转型应对未来用工挑战，不断拓展和提升产能，通过新设佛山杏坛基地，前瞻布局家电产品智能制造，将生产布局、工艺设计、生产管理进行全面自动化、数字化、智能化升级，力争打造中国工业 4.0 智能制造示范基地和世界级“灯塔工厂”。2022 年 6 月，发行人“数字美的 2025”战略发布会提出总体目标：业务数字化，建设 DTC 数字平台，业务在线化要达到 100%；数据业务化，数字驱动运营达到 70%，智能化决策要做到 40%，核心指标体系是现在的 10 倍；数字技术保持行业领先优势，将数字决策技术与业务完全融合，物联网中台达到 10 亿级连接能力；AIoT 化，智能家居做到全球行业首选；发展数字创新业务，孵化 1-2 家上市公司。

近年来，发行人超 120 亿元投入数字化转型，拉通供需两侧，实现业务场景的智能分析、预警、管控、预测和决策，构建了独特的 5 全 5 数智能质量管理模式：通过全球用户共创体系实现数智企划，通过行业首创全球平台群开发及自主

研发仿真体系实现数智研发，通过全价值链 T+3 和 632 系统实现 5000 多家供应商数据互通、智能排产、下线直发实现小批次、个性化的敏捷交付，全流程可视、全价值链高质量运营，实现数智制造；通过数智营销和数智服务，精准满足用户需求。5 全 5 数智能质量管理模式对内以全球联合管理方式进行全面复制，对外以工业互联网赋能 40 多个行业 300 多家企业。

(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，公司制定了安全生产相关管理办法，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

①防止污染设施的建设和运行情况

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。

②建设项目环境影响评价及其他环境保护行政许可情况

发行人各子公司严守环境保护法律及相关行政法规，所有建设项目遵守环境影响评价及其他相关规定，未发生违规。各子公司项目建设完成时已聘请第三方检测机构对项目的废水、废气、噪音等指标进行检测，并及时完成环评报告的编制、审批工作。

③突发环境时间应急预案

发行人各子公司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，提高企业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。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，并完成突发应急预案的政府备案。

④环境自行监测方案

发行人各子公司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：COD_{Cr}、SS、石油类等。该数据在线上传政府监管部门，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。

⑤减少碳排放采取的措施及效果

（1）发布绿色战略，集团内部全面核查碳排放源，达到摸清企业碳排放总量和强度的目的；（2）组建专业团队，科学分析节能降耗措施和方法，在保证企业增量发展的前提下，进行水电气节能降耗的改造措施，减少能源费用约 6000 万；（3）从绿色设计，绿色采购，绿色制造，绿色物流，绿色回收和绿色服务六个维度，站在产品全生命周期的角度，从源头减少能源/材料消耗，并生产更加低碳环保的产品，如 R290 的环保自然冷媒，根据年度销售量，可减少碳排放约 220 万吨。

近三年及一期公司未发生重大环保事故。

2、机器人与自动化

目前，发行人机器人与自动化板块的运营主体主要为库卡集团。2021 年，发行人该板块实现营业收入 272.8 亿元，2022 年 1-6 月实现收入 132.6 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 95%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, 并在 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, 可有效降低客户成本, 且在性能、精准度及速度方面均有大幅提升; 2020 年底, 库卡与大众汽车在茨维考工厂持续深入合作以建立生产全电动汽车产线, 该项工作涉及 1700 多台库卡机器人, 还参与了大众汽车旗下续航里程超过 500 公里的汽车可扩展电池系统的制造, 成为德国首个纯电动汽车厂的参与者; 2021 年, 库卡与戴姆勒集团签订新的合作框架协议, 进一步延续双方的长期合作伙伴关系, 相关订单涉及数千台机器人、生产线以及库卡软件控制器等产品, 包括 KR FORTEC 重载机器人、新一代的 KR QUANTEC 机器人等; 2021 年 9 月, 库卡收到来自梅赛德斯 G 级车供应商 MAGNA 的订单, 将在奥地利为其建造电动车型的全自动梯架生产线, 重载六轴机器人 KR 1000 titan 将应用于该产线系统, 并融合库卡的可满足电动车生产需求的创新焊接技术; 库卡还获得奥迪中型车和豪华车的车身底座组装生产线, 该项订单总额达数百万欧元, 约 200 台库卡机器人将应用于该产线, 涵盖点焊和粘接等制造环节; 此外, 库卡在 2021 年 6 月还荣获 Stellantis 汽车集团颁发的 2020 年度供应商大奖, 以表彰及时高效且高质量的产品服务, Stellantis 汽车集团由菲亚特克莱斯勒汽车公司 (FCA) 与标致雪铁龙集团 (PSA) 合并而

成。

②在一般工业领域，库卡 2021 年接到来自 BACA System 新订单，涉及 100 台 KR 210 QUANTEC 机器人，库卡已连续 7 年为其提供创新机器人解决方案以用于石材切割领域，并已累计向其提供超过 450 台机器人设备。2022 年上半年，库卡推出 LBR iisy 系列灵敏轻型协作机器人新产品，工作范围更大，有效载荷分别为 11 千克和 15 千克，可通过新的 iiQKA.OS 操作系统运行；新一代 KR CYBERTECH nano 机器人将在 KR C5 微型机器人控制器上运行，该款机器人可在连续路径运动中同时保障出色的操作精度，可应用在 PCB 组装、喷漆、粘合、机械加工、抛光、包装和电弧焊等各类场景。

③在物流、仓储领域，2021 年 5 月瑞仕格获得全球领先的汽车照明系统与电子装置供应商 ZKW 集团的生产线扩产改造项目订单，将为其提供以 Tornado miniload crane 为核心的仓储自动化系统，还包括 QuickMove conveyor systems 和 SynQ management software 等系统及软件；自疫情发生以来，瑞仕格一直在为客户核心供应链系统的正常运行保驾护航，在上半年获得 21 个 AutoStore 项目订单，总计金额超过 6000 万欧元，这些订单客户包括挪威物流服务商 Bring、意大利进口商 Andreas STIHL SpA 以及德国玩具零售商 ROFU 等；2021 年 12 月，瑞仕格获得快速发展的欧洲生鲜电商 Rohlik 的数百万欧元项目订单，将在欧洲的布拉格和维也纳两地提供自动化物流解决方案，并将涉及 CycloneCarrier Shuttle solution、QuickMove conveyor system、SynQ Software 等多个解决方案和软件系统；瑞仕格还将为瑞士联邦铁路（SFR）提供现代化高架存储技术和仓储管理软件系统。2022 年上半年，库卡第二代 KR QUANTEC PA 码垛机器人具有高达 240 千克的有效载荷，并采用食品级 NSF H1 润滑剂，满足食品行业要求，该款产品专为要求苛刻的码垛任务而开发，包括优化的重量和重心设计和改进的驱动单元，有效减少占地面积，速度提升 10%，大幅缩短工作时长。

④在医疗领域，一家慕尼黑的医疗中心通过使用配有库卡高精度机器人的设备 The CyberKnife system of Accuray 进行肿瘤治疗，该设备可替代传统的放射疗法，实现库卡机器人在医疗领域的应用突破。另外库卡 LBR Med 是一款经过认证并应用于医疗产品中的协作机器人，在 2022 年 5 月举行的国际机器人与自动化会议（ICRA）上，库卡与合作伙伴展示了 LBR Med 机器人如何用于如脑肿瘤活检等高度复杂敏感的医疗场景。

另库卡还积极探索在新领域的机器人应用，由于食品、药品、美容化妆品行业对于机器人自动化行业有特别卫生要求，库卡新的“Hygienic Oil”产品组合与“Hygienic Machine”产品旨在避免潜在的污染并符合最高的卫生要求，库卡“Hygienic Oil”工业机器人还符合欧盟 Machinery Directive 2006/42/EC 和国际 DIN ISO 14159 等标准的卫生要求；在餐饮领域，位于新加坡的一家餐饮公 Rati 再次向库卡订购 20 台机器人用于调酒和制作咖啡，以扩大经营；在建筑领域，库卡 KR QUANTEC 机器将助力比利时 BESIX 集团改革传统的建造方式，借助库卡机器人采用 3D 方式打印混凝土的圆柱、雕塑和立面元素，达到快速且环保的效果；“KUKA NOX”建筑机器人荣获 2021 红点设计概念奖；在软件领域，库卡凭借其新款 iiQKA 机器人操作系统和生态系统获得德国创新奖，iiQKA.OS 具有卓越的适用性，具备现代化和模块化的软件体系结构，并具有高性能和灵活性，可提高开发过程效率和速度，使用户轻松快速的实现自动化。在新业务领域，库卡旗下瑞仕格面向垂直农场推出自动化系统，该系统具有可伸缩性、灵活性和低成本等特点，在已有特定空间内即可进行安装和维护，可有效拓展农作物种植范围，以实现食物生产更加贴近城镇消费者。

2019-2021 年及 2022 年 1-6 月，库卡集团累计收到订单分别为 31.91 亿欧元、27.92 亿欧元、35.65 亿欧元和 25.45 亿欧元；2019 年较 2018 年下降了 3.45%，2020 年较 2019 年下降了 12.5%，2021 年较 2020 年增长了 27.69%，主要是经历疫情之后，工业机器人和自动化的需求进一步增加，且因疫情所延迟的相关投资活动迅速恢复；2022 年 1-6 月同比增长 34.80%，主要是上半年欧洲战事导致能源价格大增，供应链压力加大，欧洲地区对于工业化的需求随之大幅增加造成订单量增长。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，韩国机器人密度已达到 932，跻身全球首位，而中国机器人密度从 2015 年的 49 增长至 246，近两倍于同期全球平均水平（126），位列全球第九，且依旧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。2022 年上半年，库卡业务保持稳健发展，持续推动各项产品和技术创新；2022 年初，库卡获得福特汽车在欧洲最大的商用车生产商 Ford Otosan 的项目订单，将提供超过 700 台机器人用于生产福特下一代电动汽车；KUKA Assembly & Test GmbH 和 Wiksfors Technology AB 建立战略合作

伙伴关系，双方将在模块化房屋建筑行业携手合作，定位提供“下一代工厂”解决方案；库卡将为澳大利亚诊断公司 Ellume 提供 144 台库卡 KR AGILUS 系列机器人，以扩大其新冠病毒快速检测设备的自动化生产能力，项目金额超过百万欧元；库卡和 FlexFactor 在慕尼黑机器人及自动化技术贸易展（AUTOMATICA）上宣布将在“生产付费模式”领域开展合作，制造汽车白车身。2022 年 4 月库卡第六次荣获通用汽车 2021 年“年度供应商”称号。

2019-2021 年及 2022 年 1-6 月，库卡集团销售收入分别为 31.93 亿欧元、25.74 亿欧元、32.86 亿欧元和 17.36 亿欧元；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；2020 年较 2019 年大幅下降 19.39%，主要是受到疫情影响；2021 年较 2020 年增长 27.66%，主要是经历疫情之后，工业机器人和自动化的需求进一步增加，且因疫情所延迟的相关投资活动迅速恢复；2022 年 1-6 月同比增长 13.46%，主要是中国区业务增长。2019-2021 年及 2022 年 1-6 月，库卡集团息税前利润分别为 0.48 亿欧元、-1.13 亿欧元、0.62 亿欧元和 0.49 亿欧元，2021 年实现扭亏为盈。2019-2021 年及 2022 年 1-6 月，库卡集团的收入、订单情况如下：

表5-26 2019-2021年及2022年1-6月库卡集团的收入及订单情况表

项目	2019 年	2020 年	2021 年	2022 年 1-6 月
订单（亿欧元）	31.91	27.92	35.65	25.45
收入（亿欧元）	31.93	25.74	32.86	17.36
息税前利润（亿欧元）	0.48	-1.13	0.62	0.49

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。

2021 年，库卡中国完成发布 24 项新产品和应用，进一步补齐国内的产品系列，并通过数字化应用给客户id提供增值服务；客户结构持续改善，其他行业销售占比超过传统汽车行业，其中在电动车、工程机械、新能源、消费电子等行业的收入占比提升明显，且新客户销售占比超过 10%。在汽车领域，国内本土汽车客户同比增长超过 100%，在卡车行业获得首单业务，订单总额超过 1 亿元；在电动车领域，着力拓展新能源汽车的上游汽车零部件行业客户并取得成效，如海斯坦普、麦格纳、长春英利、昆山信杰、无锡万华等，还赢得新能源交通工具制造商江苏金彭集团的弧焊机器人订单，成功突破该领域的竞争格局；在新能源领域，锂电业务同比激增 350%以上，在锂电、光伏行业均实现了单一行业千台以上的销售业绩，并成为这两个行业的领头羊；在消费电子领域，实现同比 300%增长，在苹果主要代工厂商中也取得重要突破；在一般工业领域，码垛机器人销售突破千台，实现近三倍的同比增长，并在乳业、家具、化工等行业的头部客户实现突破，此外还获得玻璃行业客户的订单，将提供数百台机器人；在工程机械领域，陆续获得中联重科、山东山推、三一重工等多个集采项目订单；在物流领域，瑞仕格成功拿下 FILA 全渠道中央仓项目，订单总计达千万欧元，作为中国鞋服行业自动化立体仓的标杆。截至 2022 年 6 月，库卡中国获得超过 2 万台机器人订单，克服疫情和供应链等方面的困难，生产交付超过 1 万台，与比亚迪、特斯拉、蔚来汽车、宁德时代等新能源汽车行业头部客户建立合作关系；通过价值链协同，与上游核心零部件供方合作，提升供方产能，完成控制柜核心部件 RDC 的重新设计和发布，推动平衡缸等关键物料的国产化辅配，有效支持重负载机器人市场需求，也为库卡中国未来 5 年战略目标的达成提供保障。

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，截至 2022 年 6 月，美的机器人使用密度已超过 440 台/万人，并将在未来两

年内进一步加大投入以实现 700 台/万人的目标。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 Servotronix,在软件工具、设备控制、伺服驱动器、伺服电机以及编码器的工业自动化全产业链进行布局,持续为各领域客户提供定制化运动控制方案,同时积极推动营销模式变革,2022 年上半年直线驱动产品收入同比增长超过 40%;高创传动还连续 3 年获得中国直驱产业联盟“CDDIA 年度直驱领域影响力品牌”称号。

3、其他

2019-2021 年及 2022 年 1-6 月其他(智能供应链)的营业收入分别为 27.7 亿元、47.8 亿元、72.7 亿元和 46.7 亿元,占比分别为 1.00%、1.68%、2.13%和 2.56%,规模相对其他板块较小。该板块主要包括安得智联科技股份有限公司、佛山美云智数科技有限公司等主体。

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。

美云智数基于先进企业的业务实践,把管理实践软件产品化,通过智能制造、物联网、大数据、云计算、移动互联网等技术,为工业互联网及智能制造提供公有及私有云产品。作为美的工业互联网对外输出服务的载体,2017 年 2 月对外运营以来,已服务于 40+细分行业领域,目前在深圳、广州、上海、北京、厦门、重庆等地均设有运营机构。

(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⁴,近三年及一期的营业收入分别为 211.6 亿元、227.5 亿元、329.4 亿元和 151.6 亿元,占比分别为 7.60%、8.00%、9.65%和 8.30%。该板块中家电材料销售所占比重较大,2021 年家电材料销售营业收入 294.6 亿元,占比 89.44%。

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,

⁴ 其他主要包括家电材料的销售、加工等。

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超过十八年，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增值服务为一体的多元化、专业化服务体系。

九、在建工程和拟投资项目

(一) 公司主要投资项目情况

截至2022年6月末，公司在建工程余额为359,062.5万元，主要都是为了扩大产能和技术改造升级。

表5-28 2022年6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2022年6月已投资额	2022年预计投资	2023年预计投资	2024年预计投资
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%	7.52	7.52	2.48	0
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	10	100%	9	10	0	0
上海研发中心项目前期项目	美的集团（上海）有限公司	2021年1月	62.8823	100%	27.6557	33.9602	13.7116	8.0003
美的总部08地块项目	美的集团股份有限公司	2021年9月	10	100%	2.4	1.2	4.4	2

表5-29 2022年6月末主要在建工程表（续）

项目名称	项目立项 ⁵	环境评价 ⁶	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

⁵ 广东省企业投资项目备案证

⁶ 建设项目环境影响登记证

美的总部 08 地块项目	2020-440606-47-0 3-003947	2020440606000027 66	粤（2020）佛顺不动产权第 0033895 号
上海研发中心项目前期项目	310118MA1JNET 8X20201D310100 1	/	沪（2021）青字不动产权第 002224 号 沪（2021）青字不动产权第 002225 号 沪（2021）青字不动产权第 033834 号 沪（2021）青字不动产权第 033835 号

1、美的总部 A04 地块项目

项目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能家居等软件产业研发基地。预计 2023 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。项目位于印度马哈拉施特拉邦苏巴帕勒；项目总投资约 10 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先制造基地，预计 2022 年年底完工。

3、美的总部 A08 地块项目

项目位于佛山市顺德区北滘镇新城 05-C-08 地块；规划占地面积为 32966.21m²，总建筑面积 204087.19 m²。项目总投资约 10 亿元，资金来源于自筹。该项目主要用于发展工业互联网，打造智能制造、大数据、移动化等软件产业研发基地，预计 2024 年完工。

4、上海研发中心项目前期项目

上海美的全球创新园区项目位于青浦区西虹桥，总占地面积 81182 m²（121 亩），总建筑面积约 40 万 m²，可容纳 8 千至 1 万人办公，未来将建成智能化、数字化的低碳园区，持续发力基础技术、人工智能、用户研究和智慧供应链创新与应用开发，致力于打造一座“森林上方的科技之城”，目前处于前期项目建设。

（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“科技领先、用户直达、数智驱动、全球突破”的四大战略主轴，聚焦全面智能化和全面数字化，以四大战略主轴为支柱推进五大业务板块持续发展。公司治理机制的先进性、价值理念的与时俱进和管理层的心智成长是美的坚定生长的基石，持续完善责、权、利清晰的公司治理机制，明确分权和授权，不断健全代理人机制，优化激励与约束制度，激发企业家精神与组织活力，建立扁平化组织与优化流程；坚持长期主义和利他主义的价值理念，贯彻落实以员工、用户、客户、合作伙伴为中心，提升企业 EHS 治理和 ESG 评级；管理层不断自我反思和否定，并在心智、思维、认知等维度实现全方位成长，改善人才结构，构建包容共协的多元化团队，进一步强化企业的多样性、开放性、包容性，打造简单、直接、扁平、平等的文化氛围；同时不断完善集团一致性管理，以实现经营的一致性、文化的一致性、价值理念的一致性，保障企业经营的持续稳定发展。发行人整合全球资源，以用户为中心，通过技术创新、品质提升，形成核心技术壁垒，实现主营品类全球领先以及新产业突破，坚持科技领先；通过数字化、智能化运营，在心智、产品、购买和服务等维度以全面实现用户直达；通过全价值链的数据运营、平台化运作提升业务竞争力，以数智驱动提升美的在数字化时代的竞争力；推进全球化业务布局，提升自有品牌占比，夯实全球运营基础，达成全球突破；通过强化和提升管理效率、制造效率及资产效率，打造效率驱动下的成本竞争优势；加强 ToB 业务领域的相关产业布局，培育新的增长点与产业平台。每年为全球超过 4 亿用户，以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，致力于创造美好生活。

发行人以科技领先为立身之本，建立健全研究组织，加大数字化与研发投入，持续改善人才结构，做好科技创新、产品创新、技术创新、业务模式创新、流程创新。坚定加大研发投入，构建研发规模优势，持续布局核心技术、前沿技术、基础技术、数字化和智能化等；积极响应国家“双碳”战略，支撑推进集团“绿色战略”；践行“3+1”标准化战略；持续落地“三个一代”项目，加速研究成

果转化落地，专注 ToC “数一战略”；在 ToB 业务领域，利用数字化技术，联合战略合作伙伴，加大对新产业差异化创新技术研究，持续推动创新技术产业化；持续构建科学家体系，大力引入高端人才，持续完善研发网络。

发行人保持高质量的发展方向，坚持内生式增长和持续有效增长。以用户为中心作为经营逻辑起点，通过用户研究、用户洞察、产品企划变革和用户运营，推进用户直达；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；在竞争中保持主动性，改善产品结构，做好高端产品，加快小家电业务的破局和大家电业务的发展升级，做好新消费升级产品的推动；规划、建立和完善业务中台，坚持“一个美的、一个体系、一个标准”；面对汇率及大宗原材料价格波动、供应链采购管理等共性问题，坚定推动美的内部协同共享机制，不断完善应对解决方案；保持投资的有效性，严控非经营性费用，提高劳动生产率，提升人力资源配置效率。

发行人面向国内市场，围绕用户直达战略，继续推动组织变革、零售能力、用户运营及后端基础能力培育，加快智能体验终端建设，优化服务体验，实现用户心智直达。面向海外市场，持续优化产品结构，探索直营零售与一盘货模式，并试点落地 DTC 业务模式，持续提升线下渠道网络布局的广度与深度，加速海外电商关键能力建设，推动海外业务数字化转型与变革，强化区域化本土制造协同，推进外销领域业务场景端到端流程的梳理和重构。

发行人将持续聚焦推动核心业务变革及数字化赋能，重点推动数字化赋能运营中心、美云销 APP 体验优化、采购体验完善、云仓与全链路库存共享、全屋 C2M 等项目，以集成供应链项目（ISC）为核心构建全球订单和计划中心，加强 ToB 业务板块的数字化建设，推动数字化系统架构全面微服务改造，持续强化底层数字化能力的建设。实现核心 ToB 业务增量创造，不断拓展业务边界并实现加速增长，新业务快速布局、切入并占领市场。

发行人推进库卡在中国的本土化运营，加大对产品开发应用的投入，以及对核心部件、软件系统的研发创新；在市场端，保持在汽车领域优势的基础上，积极拓展新能源、一般工业、电子、医疗及物流、服务等新业务；在经营端，聚焦研究开发、供应链管理、卓越运营和数字化等方面，加速打造机器人及工业自动化业务的核心竞争力。

十一、发行人所在行业分析

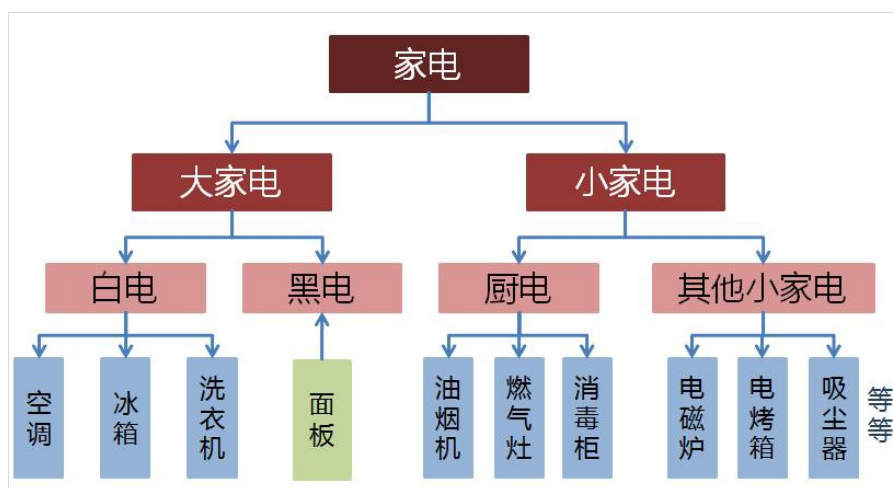
（一）行业概况

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



2021 年，随着中国经济的强势复苏，国民经济稳中加固，稳中向好，家电行业抵御了工业原材料上涨、制造业芯片短缺等不利因素，行业发展整体保持了积极向好的良性态势，对外出口依然保持强劲增长，而国内市场也进一步复苏。根据中国家用电器研究院与全国家用电器工业信息中心联合发布的《2021 中国家电行业年度报告》，2021 年家电行业国内市场零售规模为 7,542.8 亿元，同比增加 3.4%；另据海关总署数据显示，2021 年我国家电产品出口额 6,382 亿元，同比增长 14.1%。当前，尽管全球疫情和世界经济形势仍然严峻复杂，经济发展面临的挑战前所未有，但是从中长期来看，产业结构升级、居民收入稳定、消费多元化、国家政策对绿色和智能产业发展引导以及家电行业产品标准升级都将带来新的机会点和增长点。从行业发展趋势来看，一是家电行业呈现横向跨界，家装、家居、家电三位一体发展，家电生产企业联合销售渠道横向拓展业务范围，将朝着大家居的战略方向推进，全屋定制、全屋整装都成为其业务内容；二是家电企业内部呈现纵向发展，丰富完善产品类目的产品序列，企业的新品开发将围绕着捕捉生活方式趋势、挖掘用户需要、解决生活痛点、推动产品创新、提供品质生活等方面来开展；三是产品依旧是立足之本，从安全、易用、健康等维度提升用户体验是产品竞争的重要方面，尽管我国白电市场已进入发展成熟期，但消费升级的产品趋势明显，提升生活质量的高端高效家电产品仍极具发展潜能。

2022 年上半年，国内经济在多重压力下坎坷前行，国内 GDP 增速放缓，疫情反复为经济发展带来阻力，居民收入感受和信心指数较低导致消费意愿受挫，社会消费品总额下降，同时家电相关原材料价格仍在高位运行。根据中国家用电器研究院与全国家用电器工业信息中心联合发布的《2022 年中国家电行业半年度报告》，国内家电出口和内销规模均出现下滑，其中 2022 年上半年家电行业出口规模为 2,833 亿元，同比下降 8.2%；2022 年上半年家电行业国内销售规模为 3,609 亿元，同比下降 11.2%。

（1）大家电

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，其中冰箱、空调、洗衣机等主要家电产品产量占全球 50% 以上。从细分行业看，全国空调 2021 年累计产量 21835.7 万台，同比增长 9.4%；

全国冰箱 2021 年累计产量 8992.1 万台，同比下降 0.4%；全国洗衣机 2021 年累计产量 8618.5 万台，同比增长 9.5%。

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。2019 年产品结构进一步向高能效、舒适化、智能化发展，空调市场零售额为 1912 亿元，同比下降 3.4%；2020 年中国消费市场受到了疫情的强烈冲击，空调市场零售额为 1,475 亿元，同比下降 22.8%；2021 年，中国空调市场受到了原材料上涨、能效双控、疫情反复等多方面因素影响，空调市场销售规模仍在缓慢恢复，全年零售额 1,545 亿元，同比增长 4.8%。

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。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%；2020 年全国家用电冰箱产量为 9014.7 万台，同比增长 8.4%，销量累计达 8447 万台，同比增长 9.2%，其中多门冰箱与对开门冰箱继续保持增长，多门冰箱的线下零售量市场份额达到 42%，相较上年提升近 7%，2021 年全国家用电冰箱产量达 8992.1 万台，同比下降 0.25%，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，作为普及率较高的家电产品之一，开始步入更新换代期，近年来发展平稳，呈波动趋势；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 2021 年的 10 余年来，我国家用洗衣机的产量实现了翻番，2016 年洗衣机产量从 2005 年 2674.6 万台上涨到 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，到 2019 年再实现正增长，2020 年全国家用洗衣机的产量为 8041.9 万台，同比增长 8.19%，2021 年全国家用洗衣机的产量为

8618.5 万台，同比增长 7.17%。据中怡康数据显示，2019 年全国洗衣机市场零售量 3844 万台，同比增长 4.20%，零售额 711 亿元，同比下降 0.70%；2020 年受疫情等因素影响，全国洗衣机零售规模有所下降，全年零售额 3612 万台，同比下降 6.04%，零售额 685 亿元，同比下降 3.66%；2021 年已基本恢复至疫情前水平，全年零售量 3827 万台，零售额 735 亿元。

（2）小家电

小家电利润率通常高于大家电，同时小家电作为生活消费品，价格较低，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。根据奥维云网数据显示，2019 年得益于电商渠道的崛起，中国厨小家电的全年零售量规模达到 26748 万台，同比增长 14.8%；2020 年新冠疫情改变了人民的生活方式和消费习惯，中国厨小家电的零售量规模同比增长 2.6%，达到历年高峰 27444 万台；2021 年市场周期接近成熟，疫情带动的消费需求逐渐消化后，全年的零售量规模回落至 23744 万台，同比下降 13.5%

2、机器人及自动化行业

根据国际机器人联合会（IFR）发布的《世界机器人 2021 工业机器人》显示，2021 年全球机器人安装量强劲反弹，IFR 预计全球安装量将增长 13%，达到 435,000 台，其中美洲实现同比增长 18%，欧洲实现同比增长 7.4%，亚洲实现同比增长 15%。IFR 还预测全球工业机器人行业增长率在 2022 年至 2024 年可能相对放缓，并在 2024 年实现全年新装机量突破 51 万台。

自 2013 年以来，中国工业机器人连续七年成为全球第一大应用市场，IFR 数据显示中国工业机器人销量在 2015 年至 2020 年的复合年增长率超过 20%，工

业机器人安装量继续位列全球第一。在 2021 年，尽管需要面对疫情、缺芯危机、原材料短缺、供应链承压、供电紧张、运输价格上涨等多重挑战，海外疫情尚未稳定，中国依然持续承接海外制造订单，且新冠疫情也加速推动企业“机器换人”，市场需求在国内疫情稳定情况下得到陆续释放。根据国家统计局发布数据显示，2021 年国内实现工业机器人产量 366,044 台，同比增长 44.9%，创历史新高。同时，2021 年工业机器人领域相关融资继续保持高热度，工业互联网、协作机器人、物流及医疗领域机器人、3D 视觉与传感器等领域最为显著。从行业来看，新能源汽车带动汽车行业重回景气，3C 产品、锂电、光伏的需求旺盛，一般工业领域的机器人应用进一步拓展，并且非工业领域的机器人应用出现新机遇；从机型来看，睿工业数据显示 SCARA 机器人、协作机器人、六轴机器人等均呈现高增长态势，其中 20Kg 以下的六轴机器人 2021 年出货量同比增长高达 48%，而 20Kg 以上的六轴机器人更是创下历史新高，在结束连续 3 年的负增长后实现同比增幅高达 64%，协作机器人更是实现同比涨幅超 100%。

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，韩国机器人密度已达到 932，跻身全球首位，而中国机器人密度从 2015 年的 49 增长至 246，近两倍于同期全球平均水平（126），位列全球第九，且依旧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。在政策支持方面，2020 年，工业和信息化部发布《关于工业大数据发展的指导意见》，以贯彻落实国家大数据发展战略，促进工业数字化转型，激发工业数据资源要素潜力，加快工业大数据产业发展；同年 3 月，中共中央政治局常务委员会在召开会议提出加快 5G 网络、数据中心等新型基础设施建设进度；4 月，国家发改委首次明确新型基础设施的范围，包含信息基础设施、融合基础设施、创新基础设施；5 月，《2020 年国务院政府工作报告》还提出重点支持“两新一重”（新型基础设施建设，新型城镇化建设，交通、水利等重大工程建设）建设；2021 年 12 月，工业和信息化部、国家发改委、科技部等 15 部门联合发布的《“十四五”机器人产业发展规划》明确提出，力争到 2025 年，我国成为全球机器人创新技术策源地、高端制造集聚地和集成应用新高地，机器人产业营业收入年均增长超过 20%，制造业机器人密度实现翻番；2022 年 4 月，工业和信息化部发布《关于开展 2022 年度智能制造标准应用试点工作的通知》

形成一批推动智能制造有效实施应用的“标准群”。随着国家逐步引领新型基础设施建设的大力发展，工业机器人行业发展潜力巨大。在地方政策层面，各地政府陆续发布相关政策推动机器人行业发展，如江苏省发布了《关于深入推进数字经济发展的意见》、广东省发布了《广东省推进新型基础设施建设三年实施方案（2020—2022年）》和《广东省建设国家数字经济创新发展试验区工作方案》、上海市发布了《上海市建设100+智能工厂专项行动方案》。

（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的放缓或者下滑，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、《第十四个五年规划和2035年远景目标纲要》

近几年，信息技术飞速发展，智慧家电将进入普及发展阶段。根据“十四五规划”，“十四五”期间，家电工业发展的方向为：一是加快推动数字产业化，拓

宽基于 5G 的应用场景中智能家电行业的应用水平，二是物联网，进一步培育智能家电行业在家居物联网产业中的发展。

4、《绿色高效制冷行动方案》

由国家发展改革委、工业和信息化部、财政部、生态环境部、住房城乡建设部、市场监管总局于 2019 年 6 月 13 日印发实施的《绿色高效制冷行动方案》要求大幅度提高制冷能效和绿色水平，扩大绿色产品供给。到 2022 年，我国家用空调等制冷产品的市场能效水平提升 30%以上，绿色高效制冷产品市场占有率将提高 20%，实现年节电约 1000 亿千瓦时。到 2030 年，大型公共建筑制冷能效提升 30%，制冷总体能效水平提升 25%以上，绿色高效制冷产品市场占有率提高 40%以上。

5、《家电“以旧换新”倡议书》

2020 年 6 月，中国家用电器协会发起《家电“以旧换新”倡议书》，呼吁广大消费者通过以旧换新等方式，推动家电更新消费。

6、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。

7、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。

8、废弃电器处理基金补贴标准

2021年3月,财政部、生态环境部、发改委和工信部四部发布《关于调整废弃电器电子产品处理基金补贴标准的通知》,新补贴标准自2021年4月1日起施行。新版补贴标准对废弃电视机、微型计算机、洗衣机、空调等的基金补贴标准均略有下调,具体补贴标准为:电视最高45元/台;电脑最高45元/台;洗衣机最高30元/台;电冰箱最高55元/台;空调最高100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。根据国际环保组织“绿色和平”预测,2020年和2030年,我国包括电视机、电冰箱、洗衣机、空调和微型计算机在内的电子产品报废重量将分别达到1540万吨和2722万吨,平均年复合增长率为5.86%。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。

9、健全绿色低碳循环发展

2021年2月,国务院发布《关于加快建立健全绿色低碳循环发展经济体系的指导意见》后,各地政府陆续出台实施意见,全方位全过程推行绿色规划、绿色设计、绿色投资、绿色建设、绿色生产、绿色流通、绿色生活、绿色消费。意见指出促进绿色产品消费,加强绿色产品和服务认证管理,完善认证机构信用监管机制,推广绿色电力证书交易,引领全社会提升绿色电力消费,严厉打击虚标绿色产品行为,有关行政处罚等信息纳入国家企业信用信息公示系统。2022年1月18日,国家发展改革委、工业和信息化部、住建城乡建设部、商务部、市场监管总

局、国管局和中直管理局印发《促进绿色消费实施方案》的通知，鼓励引导消费更换或新购绿色节能家电、环保家具等家居产品；大力推广智能家电，通过优化开短时间、错峰启停，减少非必要耗能，参与电网调峰。

10、鼓励家电下乡行动

2021年11月，国务院发布《“十四五”推进农业农村现代化规划》，其中提出实施农村消费促进行动，鼓励有条件的地区开展农村家电更新行动、实施家具家装下乡补贴和新一轮汽车下乡，促进农村居民耐用消费品更新换代。2022年1月14日，国家发展改革委发布《关于做好近期促进消费工作的通知》，意见提到鼓励有条件的地方开展绿色智能家电下乡，通过企业让利、降低首付比例等方式，促进农村居民消费，支持家电、家具等企业开展“以旧换新”、“以换代弃”活动，加强家电安全使用年限标准等宣传解读，鼓励家电合理更新。

11、推动废旧物资循环利用

2022年1月，国家发展改革委发布的《关于加快废旧物资循环利用体系建设的指导意见》推动废旧物资回收专业化，包括鼓励家电生产企业发展回收、加工、利用一体化模式。2022年4月，国务院办公厅发布的《国务院办公厅关于进一步释放消费潜力促进消费持续恢复的意见》指出大力推动绿色家装，鼓励消费者更换或新购绿色节能家电、环保家具等家具产品，加快构建废旧物资循环利用体系，推动汽车、家电、家具、电池、电子产品等回收利用。2022年5月，国家发展改革委、工业和信息化部、生态环境部三部发布《关于做好2022年家电生产企业回收目标责任制行动有关工作的通知》，确定海尔智家股份有限公司、珠海格力电器股份有限公司、TCL实业控股股份有限公司、四川长虹电器股份有限公司、美的集团、海信营销管理有限公司6家企业开展2022年回收目标责任制行动，回收家电合计1696万台。

（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。2020年全国居民人均可支配收入35,128元，其中城镇居民人均可支配收入47,412元，农村居民人均可支配收入18,931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64.72%，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21亿台的家电存量规模，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，奥维云网数据显示，2016-2021年中国智能家电市场规

模迅速增长，2021年中国智能家电市场规模突破5500亿元，同比2016年翻两番。

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年受益于气

候炎热刺激消费需求及地产后周期带动新增需求等因素，空调市场整体的热度、消费需求持续增长成为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。目前健康化、个性化已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

2021 年，中国小家电行业市场规模体量达到 1017 亿元，同比增长 0.99%，2017-2021 年小家电行业市场规模体量整体呈现上涨趋势，五年复合年增长率约 8.72%。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。2017-2020 年，中国工业机器人销量年均复合增长率（CAGR）约为 21%。自 2016 年开始，中国工业机器人累计安装量位居世界第一，发展迅速。2021 年，中国依然是全球最大的机器人市场，工业机器人销量达到 25.6 万台，同比增加 48.8%。据 IFR 预测，全球工业机器人行业增长率在 2022 年至 2024 年可能相对放缓，并在 2024 年实现全年新装机量突破 51 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，韩国机器人密度已达到 932，跻身全球首位，而中国机器人密度从 2015 年的 49 增长至 246，近两倍于同期全球平均水平（126），位列全球第九，且依旧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、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美的、海尔、格力、格兰仕、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、格力和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

2021年,我国空调产量21835万台,同比增长9.35%,市场零售额1,545亿元,同比增长4.8%。家用空调方面,我国家用空调产量为1.54亿台,同比增长8.4%,销量为1.52亿台,同比增长15.2%,其中内销8527万台,仍未恢复到疫情前正常水平,主要是受到原材料上涨、能效双控、疫情反复等不同因素影响。

从品牌表现来看,近年来我国空调行业产业结构日趋成熟,品牌格局头部效应继续扩大。从国内空调品牌格局变化看,国内空调品牌按出货量基本分为三大阵营,第一阵营为内销量在800万套以上,包括美的、海尔、格力、三大品牌;第二阵营为内销量处于100-800万套,包括奥克斯、TCL、海信科龙、长虹等;第三阵营为内销量在100万套以下的其他品牌。

2021年空调品牌间竞争更加激烈,美的和格力合计市场占有率超过50%,第一阵营及第二阵营的国内品牌市场占有率已达到90%以上,外资品牌在国内市场已逐渐式微。

(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2021年末,根据全国家用电器工业信息中心发布的数据显示,冰箱市场零售额达到999亿元,同比增加7.4%,国内冰箱市场头部品牌的份额集中度得到进一步提升。因受原材料价格上涨和结构升级影响,冰箱价格结构优化显著,其中单价7,000元以上的产品线下市场零售量份额超过20%;从分门体的份额变化来看,四门以上的多门体冰箱在线下市场已成为绝对主流,线下市场零售量份额达到45.3%;2021年400L以上的大容积冰箱在线下市场零售量份额已接近60%。据奥维云网线下监测数据显示,意式三门品牌中TOP3品牌线下市场零售额集中度高达71%,海尔冰箱占比约41%、卡萨帝冰箱占比约15.8%、美的冰箱占比约14.2%;T型门品牌中TOP3品牌线下市场零售额集中度高达83.5%,其中西门子

占比约47.4%、博世占比约21.3%、容声占比约14.8%；中/美式对开品牌中TOP3品牌线下市场零售额集中度高达83.4%，其中容声占比约31.8%、海尔占比约31.7%、海信占比约19.9%。

（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、西门子等。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2021年末，国内洗衣机市场零售规模达到3827万台，同比增长5.95%，零售额达735亿元，同比下降7.3%。其中，海尔洗衣机占线上市场份额39.45%，美的则通过对小天鹅、美的品牌的整合，市场份额仅次于海尔，跃居洗衣机行业第二，包括小天鹅在内的美的洗衣机占线上市场份额为32.23%。海尔、美的两大国产洗衣机占市场份额比重高达71%，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TCL、海信、西门子等品牌占据。国内洗衣机市场基本进入寡头竞争市场阶段。

截至2021年末，据全国家用电器工业信息中心发布的数据显示，洗衣机市场零售额达到714亿元，同比增长8.7%，其中线上渠道销售占比超过52%，海尔保持洗衣机品类销冠、美的系（含小天鹅）、西门子洗衣机产品分列第二至三名，合计市场占比超过70%。

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），2021年，中国小家电行业市场规模体量达到1017亿元，2017-2021年整体呈现上涨趋势，五年复合年增长率约8.72%，小家电市场增长空间广阔。从整体看，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，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2024年中国小家电行业市场规模将达到6400亿元。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，2021年，电饭煲、电磁炉、电水壶、电压力锅、电暖器线上和线下市场占有率均第一名，微波炉、洗碗机、净水器、台式烤箱线上市场占有率第一名，电热水器、油烟机、消毒柜、燃气灶线上市场占有率第二名；从国际市场来看，三星、飞利浦、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。据《中国机器人产业发展报告》显示，2021年中国机器人市场规模持续增长839亿元，增长率为17.8%，其中工业机器人市场规模为445.7亿元，占比为53.1%，服务机器人市场规模为393.3亿元，占比为46.9%。

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。2021年，我国服务机器人市场进入稳定增长期，随着人口老龄化趋势加快，以及医疗、公共服务需求的持续旺盛，我国服务机器人存在巨大市场潜力和发展空间，市场规模及总体占比也将持续增长，预计到2023年，中国服务机器人市场规模有望突破600亿元。

根据IFR的统计数据，2021年全球工业机器人销售量达到48.68万台，同比增长27%，其中亚洲和澳洲的增幅最大，分别达到33%，其次为美洲27%及欧

洲 15%。预计到 2024 年实现全年新装机量突破 51 万台。中国自 2013 年以来已经连续几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，IFR 数据显示中国工业机器人销量在 2015 年至 2020 年的复合年增长率超过 20%，工业机器人安装量继续位列全球第一。随着制造业的复苏，尤其是锂电、光伏市场等新能源行业产能扩张加速，带动工业机器人需求增长，下游行业也将陆续恢复，同时为减少对人力的依赖，制造业各领域对自动化产线需求会继续增加，机器人的产量有望迎来增长。据 MIR 睿工业预测，2022 年全年工业机器人市场仍将呈现增长态势，同比增速将在 10%左右。

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 个主要生产基地，辐射华南、华东、华中、西南、华北五大区域；在越南、埃及、巴西、阿根廷、印度建有 17 个海外主要生产基地，公司主要家电产品产能、产量及销量均稳居国内外前列。

2022 年 8 月，《财富》世界 500 强榜单发布，美的跃居第 245 位，较上年跃升 43 位，连续七年跻身世界 500 强企业行列，2022 年 7 月，《财富》中国 500 强榜单发布，美的位列第 35 名，较上年提升 4 位；2022 年 5 月《福布斯》发布第 20 期全球企业 2000 强榜单，美的位列第 217 位，2022 年 8 月福布斯中国和中国电子商会发布“2022 中国数字经济 100 强”，美的凭借在数字经济领域中的综合实力位列第六；2022 年 8 月，中国轻工业联合会主办的中国轻工业百强企业高质量发展高峰论坛发布“2021 年度中国轻工业二百强企业”名单，美的集团位居首位；2021 年 9 月，美的凭借“5 全 5 数”智能质量管理模式荣获第四届中国质量奖；截至 2022 年初，美的已有四家工厂获得世界经济论坛“灯塔工厂”荣誉，分别覆盖空调、微波炉、冰箱和洗衣机等品类生产线，充分展现美的在全球制造行业领先的智能制造和数字化水平；据英国品牌评估机构 Brand Finance 发布的“2022 全球最有价值的 100 大科技品牌”榜单，美的位列第 36 位，领先国内同行业其他品牌；据“Brand™ 2021 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 58%。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业

以及国内民营企业中均处于领先地位，其中标普国际信用评级已上调至“A”，获得在国内民营制造企业中的最高信用评级。

（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。公司拥有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。面对家电智能化发展趋势，家电产品的兼容、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，具备核心技术突破和领先的能力，过去5年研发投入超过450亿元，2021年研发投入达120亿元，逐步形成“2+4+N”全球化研发网络，建立研发规模优势。国内以顺德总部全球创新中心和上海全球创新园区为核心；海外以美国研发中心、德国研发中心、日本研发中心、意大利研发中心为主，发挥区位优势，整合全球研发资源，形成优势互补的区域性技术研发中心；公司研发人员现已超过18,000人，外籍资深专家超过500人。同时美的不断整合优势资源着力构建开放式创新生态平台，一方面建立全球创新生态体系，整合大型企业、中小企业、高校、科研院所、咨询机构等5大类资源，另一方面构建科学家体系，已设立8个院士工作站（室），引入19位战略合作院士，合作研发项目超过100项。发行人关注与聚焦技术创新、用户创新、设计创新、产品创新及开放式创新体系建设，加强先行研究体系构建，布局中长期技术储备，为保持长期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

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 18 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，实现经营模式多样化，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突破性发展。发行人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，发行人已形成了业态布局完整、地域覆盖广阔的渠道网络，在线下市场已构建超过 10 万家线下零售网点，形成综合家电卖场、家装公司联名店、自有专卖体系、传统零售商以及电商下沉加盟店的全业态网络布局，特别是行业独有的超过 1.5 万家网点的专卖体系，如家装店、旗舰店、多品店、社区店等可满足用户从新装到更新的不同需求；2021 年成立前装经营体，坚定推进智能化战略落地和零售转型，累计建成超过 880 家美的智慧家全屋智能体验中心，同年建成美云销+运营平台，为线下门店能力提升、采购保障、用户运营等提供专业的数字化平台支持。2021 年，发行人在京东、天猫等主流电商平台连续 9 年保持家电全品类行业第一。此外，在拼多多、抖音、快手等新渠道加速发展，并结合用户的会员运营、产品的套系化与智能化驱动新的销售与用户增长。

发行人旗下科技创新型物流公司安得智联聚焦资源投入城乡配送领域，配送网络实现了全国区、县、乡、镇全程无盲点的可视化直配。发行人聚焦线上与线下一盘货、ToB/C 一体化交付运营优势，并完善送装一体服务网络，拉通从生产制造到消费端的全流程，为客户提供全域订单的优质服务解决方案，全面提升终端用户体验。

5、数字化优势

发行人已构建并将着重发展统一数据中台、技术中台支撑下的美云销商业平台、IoT 生态平台和工业互联网平台“美擎”三大数智平台，建立数智驱动的全球领先科技集团。一方面运用数字技术与业务深度融合，改造全价值链，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。发行人持续对人工智能、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；围绕“人和家庭”进行 IoT 全价值链建设，在包括用户数据保护、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。

通过持续多年的“一个美的、一个体系、一个标准”的数字化转型，发行人已经成功实现了以软件、数据驱动的全价值链运营，完整地覆盖了企划研发、订单预定、智能排程、柔性制造、协同供应、品质跟踪、物流能力、客服安装等全价值链的各个环节，实现了端到端的协同拉通。在数字化平台上，C2M 柔性制造、平台化/模块化研发、数字化工艺及仿真、智慧物流、数字营销、数字客服等深度变革已成功实践。美的集成 AI 创新中心、软件工程院、IT、IoT、智能家居、机器人与自动化、楼宇科技、数字化创新业务等各单位的 IoT 技术能力，打造统一的物联网技术中台。美的工业互联网平台已升级为 2.0 架构的“美擎”平台，并有四家工厂获评世界经济论坛“灯塔工厂”，充分展现发行人强大的科技属性和智造能力。发行人目前已为超过 40 个细分行业的 300 家客户提供产品与服务，美的工业互联网已具备坚实基础和实力。此外，在推进业务在线化、数字化的同时，发行人已体系化开展数据治理，打造全新的数据中台，沉淀企业数据资产，将线上与线下业务数据融合、产品与服务数据融合，完善“用户 One ID”，为各业务体系提供完善的数据服务支持。

6、管理制度优势

公司关注治理架构、企业管控和集权与分权体系的建设，已形成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超过 15 年，具备丰富的行业经验和管理经验，对 ToC 与 ToB 相关行业有深刻的理解与洞察，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 9 期股票期权激励计划，6 期限制性股票激励计划，8 期全球合伙人持股计划及 5 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。

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2019年度至2021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，2022年半年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2019年度、2020年度、2021年度审计报告及2022年半年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、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

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6-2 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
发行人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
发行人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6-3 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6-4 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

2、2020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和资产组组合的可收回金额时，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所得税和递延所得税

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。

发行人部分子公司为高新技术企业。高新技术企业资质的有效期为三年，到期后需向相关政府部门重新提交高新技术企业认定申请。根据以往年度高新技术企业到期后重新认定的历史经验以及该等子公司的实际情况，发行人认为该等子公司于未来年度能够持续取得高新技术企业认定，进而按照15%的优惠税率计算其相应的递延所得税。倘若未来部分子公司于高新技术企业资质到期后未能取得重新认定，则需按照25%的法定税率计算所得税，进而将影响已确认的递延所得税资产、递延所得税负债及所得税费用。

对于能够结转以后年度的可抵扣亏损，发行人以未来期间很可能获得用来抵扣可抵扣亏损的应纳税所得额为限，确认相应的递延所得税资产。未来期间取得的应纳税所得额包括发行人通过正常的生产经营活动能够实现的应纳税所得额，以及以前期间产生的应纳税暂时性差异在未来期间转回时将增加的应纳税所得额。发行人在确定未来期间应纳税所得额取得的时间和金额时，需要运用估计和判断。如果实际情况与估计存在差异，可能导致对递延所得税资产的账面价值进行调整。

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14号——收入》（2017年修订）（以下简称“新收入准则”），并于2020年颁布了《关于印发〈新冠肺炎疫情相关租金减让会计处理规定〉的通知》（财会[2020]10号）及《企业会计准则实施问答》（2020年12月11日发布），发行人已采用上述准则通知和实施问答编制2020年度财务报表。对发行人及公司报表的影响列示如下：

①收入

A. 根据新准入准则的相关规定，发行人及本公司对于首次执行该准则的而累计影响数据2020年财务报表相关项目金额，2019年度的比较财务报表未重列：

表6-5 2020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
发行人将与提供劳务相关、依据项目履约进度确认的收入金额超过已办理结算价款的部分由存货重分类至合同资产。	合同资产 存货
发行人将与提供劳务、销售商品相关的预收款项和与提供安装服务等相关的其他流动负债重分类至合同负债	预收款项 合同负债 其他流动资产

B. 与原收入准则相比，执行新收入准则影响了2020年12月31日资产负债表的主要项目：合同资产、存货、预收款项、合同负债和其他流动负债；执行新收入准则影响了2020年度合并利润表的主要项目：销售费用重分类至营业成本和营业收入。

②新冠肺炎疫情相关租金减让会计处理

对于由新冠肺炎疫情直接引发的、分别与承租人和出租人达成的且仅针对2021年6月30日之前的租金减免，发行人及本公司均已采用上述通知编制2020年度财务报表，该通知对发行人及本公司的财务报表无重大影响。

3、2021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。包含分摊商誉的资产组或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或资产组组合的可收回金额时，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。

如果管理层对资产组或资产组组合未来现金流量计算中采用的预计收入增

长率和永续年增长率进行修订,修订后的预计收入增长率和永续年增长率低于目前采用的预计收入增长率和永续年增长率,发行人需对商誉增加计提减值准备。

如果管理层对资产组或资产组组合未来现金流量计算中采用的税息折旧及摊销前利润盈利率进行修订,修订后的税息折旧及摊销前利润盈利率低于目前采用的税息折旧及摊销前利润盈利率,发行人需对商誉增加计提减值准备。

如果管理层对应用于现金流量折现的税前折现率进行重新修订,修订后的税前折现率高于目前采用的折现率,发行人需对商誉增加计提减值准备。

如果实际预计收入增长率、永续年增长率和税息折旧及摊销前利润盈利率高于或实际税前折现率低于管理层的估计,发行人不能转回原已计提的商誉减值损失。

②所得税和递延所得税

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。

发行人部分子公司为高新技术企业。高新技术企业资质的有效期为三年,到期后需向相关政府部门重新提交高新技术企业认定申请。根据以往年度高新技术企业到期后重新认定的历史经验以及该等子公司的实际情况,发行人认为该等子公司于未来年度能够持续取得高新技术企业认定,进而按照15%的优惠税率计算其相应的递延所得税。倘若未来部分子公司于高新技术企业资质到期后未能取得重新认定,则需按照25%的法定税率计算所得税,进而将影响已确认的递延所得税资产、递延所得税负债及所得税费用。

对于能够结转以后年度的可抵扣亏损,发行人以未来期间很可能获得用来抵扣可抵扣亏损的应纳税所得额为限,确认相应的递延所得税资产。未来期间取得的应纳税所得额包括发行人通过正常的生产经营活动能够实现的应纳税所得额,以及以前期间产生的应纳税暂时性差异在未来期间转回时将增加的应纳税所得额。发行人在确定未来期间应纳税所得额取得的时间和金额时,需要运用估计和判断。如果实际情况与估计存在差异,可能导致对递延所得税资产的账面价值进行调整。

2)重要会计政策变更

财政部于2018年颁布了修订后的《企业会计准则第21号——租赁》（以下简称“新租赁准则”），并于2021年颁布了《关于调整<新冠肺炎疫情相关租金减让会计处理规定>适用范围的通知》（财会[2021]9号）、《关于印发<企业会计准则解释第14号>的通知》（财会[2021]1号）、《企业会计准则实施问答》及《关于印发<企业会计准则解释第15号>的通知》，发行人已采用上述准则、通知和实施问答编制2021年度财务报表，对发行人及公司财务报表的影响列示如下：

① 租赁

A. 发行人及公司于2021年1月1日首次执行新租赁准则，根据相关规定，发行人及公司对首次执行日前已存在的合同选择不再重新评估。发行人及公司于该准则的累积影响数调整2021年年初留存收益以及财务报表相关项目金额，2020年度的比较财务报表未重列。

表6-5 2021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
对于首次执行新租赁准则前已存在的经营租赁合同，发行人及本公司按照剩余租赁期区分不同的衔接方法	使用权资产 租赁负债 一年内到期的非流动负债

剩余租赁期超过12个月的，发行人及公司根据2021年1月1日的剩余租赁付款额和增量借款利率确认租赁负债，并根据2021年1月1日增量借款利率确定使用权资产的账面价值。发行人及公司采用简化方法评估首次执行日使用权资产是否存在减值，由于在首次执行日不存在租赁亏损合同，对财务报表无显著影响。

剩余租赁期不超过12个月的，发行人及公司采用简化方法，不确认使用权资产和租赁负债，对财务报表无显著影响。

对于首次执行新租赁准则前已存在的低价值资产的经营租赁合同，发行人及公司采用简化方法，不确认使用权资产和租赁负债，对财务报表无显著影响。

因执行新租赁准则，除与简化处理的短期租赁和低价值资产租赁相关的预付租金和租赁保证金支出仍计入经营活动现金流出外，其他的预付租金和租赁保证金支出计入筹资活动现金流出。

表6-5 2021年度重要会计政策变更对合并资产负债表的影响表2

会计政策变更的内容和原因	受影响的报表项目名称
因执行新租赁准则，发行人及公司将原计入固定	使用权资产

资产的融资租入固定资产重分类至使用权资产项目,并将原计入长期应付款的应付融资租赁款重分类至租赁负债。	固定资产 长期应付款 租赁负债
--	-----------------------

于2021年1月1日,发行人及公司在计量租赁负债时,对于具有相似特征的租赁合同采用同一折现率,所采用的增量借款利率的加权平均值的区间为1.01%-13.21%。

B.于2021年1月1日,发行人及公司将原租赁准则下计算的尚未支付的最低经营租赁付款额调整为新租赁准则下确认的租赁负债的调节表如下:

表6-6 2021年度重要会计政策变更对合并资产负债表的影响表3

单位:万元

	合并	单体
于2020年12月31日未来最低经营租赁付款额	252,373.1	1,065.3
按增量借款利率折现计算的上述最低经营租赁付款额的现值	252,373.1	1,034.0
加:2020年12月31日应付融资租赁款	2,094.3	-
减:短期租赁(含剩余租赁期短于12个月)及低价值资产租赁的合同付款额	-12,435.7	-
于2021年1月1日确认的租赁负债(含一年内到期的非流动负债)	215,011.1	1,034.0

②运输成本的列示

表6-5 2021年度重要会计政策变更对合并利润表的影响表4

会计政策变更的内容和原因	受影响的报表项目名称
针对发生在商品控制权转移给客户之前,且为履行销售合同而发生的运输成本,本集团及本公司将其自销售费用重分类至营业成本。	销售费用 营业成本

③新冠肺炎疫情相关租金减让会计处理

对于由新冠肺炎疫情直接引发的、与出租人达成且仅针对2022年6月30日之前的租金减免,发行人及公司在编制2021年度财务报表时,已采用上述通知中的简化方法进行处理,对发行人及公司无重大影响。

④发行人及公司在编制2021年度财务报表时,已采用《企业会计准则解释第14号》关于基准利率改革导致金融资产或金融负债合同现金流量的确定基础发生变更的会计处理,以及《企业会计准则解释第15号》的相关会计处理,该等通知对发行人及公司2021年度财务报表无重大影响。

4、2022年半年度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。

如果管理层对资产组或资产组组合未来现金流量计算中采用的预计收入增长率和永续年增长率进行修订，修订后的预计收入增长率和永续年增长率低于目前采用的预计收入增长率和永续年增长率，发行人需对商誉增加计提减值准备。

如果管理层对资产组或资产组组合未来现金流量计算中采用的税息折旧及摊销前利润盈利率进行修订，修订后的税息折旧及摊销前利润盈利率低于目前采用的税息折旧及摊销前利润盈利率，发行人需对商誉增加计提减值准备。

如果管理层对应用于现金流量折现的税前折现率进行重新修订，修订后的税前折现率高于目前采用的折现率，发行人需对商誉增加计提减值准备。

如果实际预计收入增长率、永续年增长率和税息折旧及摊销前利润盈利率高于或实际税前折现率低于管理层的估计，发行人不能转回原已计提的商誉减值损失。

②所得税和递延所得税

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。

发行人部分子公司为高新技术企业。高新技术企业资质的有效期为三年，到期后需向相关政府部门重新提交高新技术企业认定申请。根据以往年度高新技术企业到期后重新认定的历史经验以及该等子公司的实际情况，发行人认为该等子

公司于未来年度能够持续取得高新技术企业认定，进而按照15%的优惠税率计算其相应的递延所得税。倘若未来部分子公司于高新技术企业资质到期后未能取得重新认定，则需按照25%的法定税率计算所得税，进而将影响已确认的递延所得税资产、递延所得税负债及所得税费用。

对于能够结转以后年度的可抵扣亏损，发行人以未来期间很可能获得用来抵扣可抵扣亏损的应纳税所得额为限，确认相应的递延所得税资产。未来期间取得的应纳税所得额包括发行人通过正常的生产经营活动能够实现的应纳税所得额，以及以前期间产生的应纳税暂时性差异在未来期间转回时将增加的应纳税所得额。发行人在确定未来期间应纳税所得额取得的时间和金额时，需要运用估计和判断。如果实际情况与估计存在差异，可能导致对递延所得税资产的账面价值进行调整。

2)重要会计政策变更

2022年1-6月发行人并未发生重要会计政策变更。

(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2019年度至2021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(2020)第10017号、普华永道中天审字(2021)第10017号、普华永道中天审字(2022)第10017号，均为标准无保留意见的审计报告。发行人2022年半年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、2019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6-7 2019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	广东美的暖通设备有限公司	
6	浙江美芝压缩机有限公司	
7	合肥美的电冰箱有限公司	
8	合肥华凌股份有限公司	
9	广东美的厨房电器制造有限公司	
10	佛山市顺德区美的电热电器制造有限公司	
11	芜湖美的厨卫电器制造有限公司	
12	无锡小天鹅股份有限公司	
13	美的电器(新加坡)贸易有限公司	
14	美的集团财务有限公司	
15	美的小额贷款股份有限公司	
16	Mecca International (BVI) Limited	
17	美的国际控股有限公司	
18	芜湖美的生活电器制造有限公司	
19	Midea Electric Netherlands (I) B.V.	
20	Toshiba Consumer Marketing Corporation	
21	TLSC	
22	KUKA	
23	美的商业保理有限公司	
2	广东美的集团芜湖制冷设备有限公司	

2、2020 年公司合并报表范围情况

2020年公司通过收购新纳入合并范围的子公司有北京合康新能科技股份有限公司及其子公司以及菱王电梯有限公司及其子公司,通过设立新纳入合并范围的子公司24家,不再纳入合并范围的子公司13家,具体情况如下:

表6-10 2020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	北京合康新能科技股份有限公司及其子公司	新增合并	收购
2	菱王电梯有限公司及其子公司	新增合并	收购
3	美的集团(上海)有限公司	新增合并	设立
4	重庆美的商业保理有限公司	新增合并	设立
5	天津安得网络科技有限公司	新增合并	设立
6	广东美西科技有限公司	新增合并	设立
7	广东瑞仕格科技有限公司	新增合并	设立
8	上海凯昭商贸有限公司	新增合并	设立
9	广东美控智慧建筑有限公司	新增合并	设立
10	美的智慧生活(上海)科技有限公司	新增合并	设立
11	美的智联(上海)供应链科技有限公司	新增合并	设立

序号	公司名称	变更内容	原因
12	KUKA Assembly & Test GmbH	新增合并	设立
13	美通能源科技(重庆)有限公司	新增合并	设立
14	美智纵横科技有限责任公司	新增合并	设立
15	海南美的楼宇科技有限公司	新增合并	设立
16	上海美控智慧建筑有限公司	新增合并	设立
17	KUKA Real Estate Management GmbH	新增合并	设立
18	Midea (Egypt) Kitchen & Water Heater Appliance Co., Ltd.	新增合并	设立
19	海南美的联合物资供应有限公司	新增合并	设立
20	美的集团武汉暖通设备有限公司	新增合并	设立
21	海南星辰海电器有限公司	新增合并	设立
22	海南奇厨电器有限公司	新增合并	设立
23	湖北美的洗衣机有限公司	新增合并	设立
24	广东菱美科技有限公司	新增合并	设立
25	广东美的机电科技有限公司	新增合并	设立
26	KUKA Real Estate GmbH & Co. KG.	新增合并	设立
27	芜湖美的洗涤电器商贸有限公司	合并范围减少	注销
28	东莞卡飞电器制品有限公司	合并范围减少	注销
29	Reis SCI i. L., Pontault Combault	合并范围减少	注销
30	广东德易捷电器有限公司	合并范围减少	股权变更
31	山东畅的科技开发有限公司	合并范围减少	股权变更
32	武汉畅的科技有限公司	合并范围减少	股权变更
33	石家庄畅的科技有限公司	合并范围减少	股权变更
34	杭州畅的科技开发有限公司	合并范围减少	股权变更
35	KUKU Industries Italia i. L., Bellusco	合并范围减少	注销
36	佛山市威灵材料供应有限公司	合并范围减少	注销
37	合康锐马电机(宁波)有限公司	合并范围减少	股权变更
38	贵州畅的科技有限公司	合并范围减少	股权变更
39	无锡小天鹅股份有限公司	合并范围减少	注销

3、2021 年公司合并报表范围情况

2021 年公司通过收购新纳入合并范围的子公司有 Hitachi Compressor (Thailand) Ltd. 以及北京万东医疗科技股份有限公司及其子公司，通过设立新纳入合并范围的子公司 35 家，不再纳入合并范围的子公司 21 家，具体情况如下：

表 6-10 2021 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	Hitachi Compressor (Thailand) Ltd.	新增合并	收购
2	北京万东医疗科技股份有限公司及其子公司	新增合并	收购
3	海南美的国际物流科技有限公司	新增合并	设立

序号	公司名称	变更内容	原因
4	海南美的家用厨房电器具制造有限公司	新增合并	设立
5	海南美的暖通设备有限公司	新增合并	设立
6	海南美智沧电子商务服务有限公司	新增合并	设立
7	海南美智航舰电器有限公司	新增合并	设立
8	海南芝味电器有限公司	新增合并	设立
9	美垦半导体技术有限公司	新增合并	设立
10	上海熊起科技有限公司	新增合并	设立
11	海南威灵电机销售有限公司	新增合并	设立
12	Meco Innovations Technology, LLC	新增合并	设立
13	海南安得智联供应链管理有限公司	新增合并	设立
14	海南美的冰洗销售有限公司	新增合并	设立
15	美的（北京）科技集团有限公司	新增合并	设立
16	美的（海南）跨境电商有限责任公司	新增合并	设立
17	美的投资有限公司	新增合并	设立
18	芜湖美的智能厨电制造有限公司	新增合并	设立
19	广东美的供应链金融有限公司	新增合并	设立
20	邯郸美的智能厨电制造有限公司	新增合并	设立
21	合肥美的生物医疗有限公司	新增合并	设立
22	浙江美亲母婴用品有限公司	新增合并	设立
23	浙江美新宠物科技有限公司	新增合并	设立
24	美的（杭州）电子商务有限公司	新增合并	设立
25	武汉美云智数科技有限公司	新增合并	设立
26	天津美的租赁有限公司	新增合并	设立
27	PT Swisslog Logistics Automation	新增合并	设立
28	湖北美的商用制冷设备有限公司	新增合并	设立
29	广东极亚精机科技有限公司	新增合并	设立
30	小天鹅（无锡）跨境电商有限公司	新增合并	设立
31	优瑞家科技有限公司	新增合并	设立
32	苏州美云智数科技有限公司	新增合并	设立
33	湖北美的楼宇科技有限公司	新增合并	设立
34	美智晟科技有限公司	新增合并	设立
35	芜湖聚美新能源有限责任公司	新增合并	设立
36	杭州长期主义科技有限公司	新增合并	设立
37	苏州美智星辰科技有限责任公司	新增合并	设立
38	Reis Espana S.L.	合并范围减少	注销
39	合康国际融资租赁有限公司	合并范围减少	股权变更
40	北京瑞合新能源科技有限公司	合并范围减少	股权变更
41	江苏小天鹅营销有限责任公司	合并范围减少	注销
42	武汉合康智能电气有限公司	合并范围减少	股权变更
43	广州畅的科技有限公司	合并范围减少	股权变更
44	武汉合康动力技术有限公司	合并范围减少	股权变更

序号	公司名称	变更内容	原因
45	无锡小天鹅进出口有限责任公司	合并范围减少	注销
46	东芝家用电器制造（深圳）有限公司	合并范围减少	注销
47	郑州畅的科技有限公司	合并范围减少	股权变更
48	杭州菲尔兹科技有限公司	合并范围减少	注销
49	平顶山畅的科技有限公司	合并范围减少	股权变更
50	斯龙电梯（广东）有限公司	合并范围减少	注销
51	常州弘禄华特电机有限公司	合并范围减少	注销
52	深圳市日业电气有限公司	合并范围减少	注销
53	宁波安得物流有限公司	合并范围减少	注销
54	常州威灵电机制造有限公司	合并范围减少	注销
55	Reis GmbH	合并范围减少	注销
56	Verwaltungsgesellschaft Walter Reis GmbH	合并范围减少	注销
57	Walter Reis GmbH&Co KG	合并范围减少	注销
58	KUKA Industries GmbH & Co. KG	合并范围减少	注销

4、2022 年半年度会计报表合并范围较 2021 年度变化情况

2022年半年度公司通过收购新纳入合并范围的子公司有美的创业投资管理
有限公司及其子公司（含结构化主体）、武汉天腾动力科技有限公司及其子公司
以及陕西建投集团有限公司，通过新纳入合并范围的子公司41家，不再纳入合并
范围的子公司3家，具体情况如下：

表 6-11 2022 年半年度会计报表合并范围较 2021 年度变化情况表

序号	公司名称	变更内容	原因
1	美的创业投资管理有限公司及其子公司	新增合并	收购
2	武汉天腾动力科技有限公司及其子公司	新增合并	收购
3	陕西建投集团有限公司	新增合并	收购
4	安庆威灵汽车部件有限公司	新增合并	设立
5	天津安途供应链管理有限公司	新增合并	设立
6	广东美的智慧家零售有限公司	新增合并	设立
7	广东美的智慧家科技有限公司	新增合并	设立
8	芜湖宇边智能科技有限公司	新增合并	设立
9	MC Innovation Center Co., Ltd.	新增合并	设立
10	芜湖美的智慧家居有限公司	新增合并	设立
11	海口电器销售有限公司	新增合并	设立
12	杭州美的智慧家居有限公司	新增合并	设立
13	佛山美的智慧家居有限公司	新增合并	设立
14	兰州美的智慧家用电器销售有限公司	新增合并	设立
15	天津美的智慧家居有限公司	新增合并	设立
16	合肥美的智慧家居有限公司	新增合并	设立

序号	公司名称	变更内容	原因
17	长沙美的智慧家居有限公司	新增合并	设立
18	广州美的智慧家居有限公司	新增合并	设立
19	无锡美的智能家居有限公司	新增合并	设立
20	昆明美的智慧家居有限公司	新增合并	设立
21	济南美的智慧家居有限公司	新增合并	设立
22	成都美的智慧家居有限公司	新增合并	设立
23	南阳美的智慧家居有限公司	新增合并	设立
24	西安美的智慧家用电器销售有限公司	新增合并	设立
25	北京美的智慧家居有限公司	新增合并	设立
26	贵州美的智慧家居有限公司	新增合并	设立
27	临沂美的智慧家用电器销售有限公司	新增合并	设立
28	南宁美的智慧家用电器销售有限公司	新增合并	设立
29	武汉美的智慧家居有限公司	新增合并	设立
30	徐州美的智慧家居有限公司	新增合并	设立
31	贵州美的数港科技有限公司	新增合并	设立
32	石家庄美的智慧家居有限公司	新增合并	设立
33	南京美的智慧家居有限公司	新增合并	设立
34	福州美的智慧家居有限公司	新增合并	设立
35	南昌美的智慧家居有限公司	新增合并	设立
36	乌鲁木齐美的智慧家居有限公司	新增合并	设立
37	重庆美的智慧家居有限公司	新增合并	设立
38	宁波美的智慧家居有限公司	新增合并	设立
39	深圳美的智慧家用电器销售有限公司	新增合并	设立
40	长春美的智慧家用电器销售有限公司	新增合并	设立
41	Midea Electrics France	新增合并	设立
42	郑州美的智慧家居有限公司	新增合并	设立
43	太原美的智慧家居有限公司	新增合并	设立
44	Kuka TR Robot Teknolojileri Sanayi Ticaret Anonim Sirketi	新增合并	设立
45	上海硅孚信息科技有限公司	合并范围减少	注销
46	深圳美的融资租赁有限公司	合并范围减少	注销
47	武汉合康电驱动技术有限公司	合并范围减少	股权变更

(四) 2019-2021年及2022年6月末财务数据

1、2019-2021年及2022年6月末公司合并资产负债表、利润表及现金流量表

表6-12 2019-2021年及2022年6月末合并资产负债表

单位：万元

项目	2019 年末	2020 年末	2021 年末	2022 年 6 月末
一、资产总额	30,195,541.9	36,038,260.3	38,794,610.4	41,310,414.5
1、流动资产	21,648,269.2	24,165,532.5	24,886,450.5	27,581,707.3

项目	2019 年末	2020 年末	2021 年末	2022 年 6 月末
货币资金	7,091,684.1	8,121,048.2	7,187,555.6	7,670,193.8
交易性金融资产	108,735.1	2,823,960.1	587,920.2	326,564.1
衍生金融资产	19,741.2	42,049.4	54,586.5	58,677.1
应收票据	476,852.0	530,451.0	478,491.4	659,721.8
应收账款	1,866,381.9	2,297,836.3	2,463,644.0	2,958,642.0
应收款项融资	756,577.6	1,390,185.6	1,027,355.2	1,407,244.8
预付款项	224,617.7	276,371.0	435,280.7	438,571.6
合同资产	0.0	323,684.8	382,347.6	426,436.4
发放贷款及垫款	1,086,939.6	1,646,906.9	2,065,660.0	1,558,479.5
其他应收款	271,297.4	297,394.5	310,406.5	217,566.3
存货	3,244,339.9	3,107,652.9	4,592,443.9	3,675,083.8
一年内到期的非流动资产	0.0	0.0	1,985,157.7	3,871,783.9
其他流动资产	6,501,102.7	3,307,991.8	3,315,601.2	4,312,742.2
2、非流动资产	8,547,272.7	11,872,727.8	13,908,159.9	13,728,707.2
其他债权投资	0.0	2,145,615.5	789,393.5	815,069.4
长期应收款	120,807.9	98,162.3	87,135.6	80,903.0
发放贷款及垫款	79,010.1	111,350.1	85,192.7	119,097.0
长期股权投资	279,080.6	290,133.7	379,670.5	376,930.4
其他权益工具投资	0.0	4,665.1	4,574.7	4,337.7
其他非流动金融资产	175,010.7	336,084.9	591,287.3	707,636.4
投资性房地产	39,933.5	40,555.9	85,919.5	82,659.3
固定资产	2,166,468.2	2,223,921.4	2,285,284.8	2,347,330.8
在建工程	119,465.0	147,730.2	269,093.0	359,062.5
使用权资产	0.0	0.0	229,735.4	225,741.6
无形资产	1,548,417.9	1,542,239.3	1,717,307.2	1,677,439.8
商誉	2,820,706.5	2,955,721.8	2,787,475.2	2,711,012.7
长期待摊费用	126,712.7	130,096.2	139,424.0	140,925.7
递延所得税资产	576,899.3	720,863.5	819,230.9	911,752.9
其他非流动资产	494,760.3	1,125,587.9	3,637,435.6	3,168,808.0
二、负债总额	19,445,932.2	23,614,550.3	25,312,102.8	27,270,567.5
1、流动负债	14,431,848.4	18,415,050.2	22,285,147.6	23,301,590.6
短期借款	570,183.8	994,392.9	538,162.3	1,065,868.2
向中央银行借款	0.0	0.0	17,887.8	24,913.9
吸收存款及同业存放	6,247.7	8,753.5	7,818.0	9,882.6
交易性金融负债	0.0	0.0	0.0	170,682.1
衍生金融负债	2,710.0	16,122.5	15,760.2	23,844.8

项目	2019 年末	2020 年末	2021 年末	2022 年 6 月末
应付票据	2,389,160.0	2,824,993.9	3,275,200.7	2,933,180.9
应付账款	4,253,577.7	5,393,026.1	6,598,355.9	6,553,373.3
预收款项	1,623,185.4	0.0	0.0	0.0
合同负债	0.0	1,840,092.2	2,391,659.5	2,433,159.4
应付职工薪酬	643,610.9	695,482.2	753,516.8	543,599.1
应交税费	509,626.7	575,805.8	540,426.7	445,169.0
其他应付款	380,056.8	450,139.1	428,810.4	478,186.2
一年内到期的非流动负债	146,011.7	631,018.1	2,894,754.0	2,753,245.4
其他流动负债	3,907,477.7	4,985,223.9	4,822,795.3	5,866,485.7
2、非流动负债	5,014,083.8	5,199,500.1	3,026,955.2	3,968,976.9
长期借款	4,129,837.7	4,282,728.7	1,973,402.0	2,664,637.4
租赁负债	0.0	0.0	153,355.2	154,711.7
应付债券	0.0	0.0	0.0	304,754.1
长期应付款	3,364.6	1,326.0	0.0	0.0
预计负债	35,326.9	29,811.0	31,057.1	29,708.7
递延收益	61,715.5	77,972.9	122,845.9	153,143.0
长期应付职工薪酬	241,856.3	215,967.5	182,501.6	143,592.3
递延所得税负债	455,600.2	522,395.4	495,024.5	449,699.2
其他非流动负债	86,382.6	69,298.6	68,768.9	68,730.5
三、所有者权益	10,749,609.7	12,423,710.0	13,482,507.6	14,039,847.0
股本	697,190.0	702,997.6	698,656.4	699,732.9
资本公积	1,964,031.3	2,248,810.5	2,051,693.0	2,110,663.5
减：库存股	-375,973.2	-609,434.7	-1,404,455.0	-1,464,508.8
其他综合收益	-71,155.4	-154,900.3	-175,894.8	-128,687.7
一般风险准备	36,694.7	58,798.4	71,992.2	68,635.2
专项储备	0.0	1,273.0	1,554.2	1,643.4
盈余公积	644,765.8	796,636.2	944,990.1	944,990.1
未分配利润	7,271,363.1	8,707,445.3	10,298,276.3	10,734,060.4
归属于母公司股东权益合计	10,166,916.3	11,751,626.0	12,486,812.4	12,966,529.0
少数股东权益	582,693.4	672,084.0	995,695.2	1,073,318.0

表6-13 2019-2021年及2022年1-6月合并利润表

单位：万元

项目	2019 年度	2020 年度	2021 年度	2022 年 1-6 月
一、营业总收入	27,938,050.6	28,570,972.9	34,336,082.5	18,366,339.9
其中：营业收入	27,821,601.7	28,422,124.9	34,123,320.8	18,266,100.9

项目	2019 年度	2020 年度	2021 年度	2022 年 1-6 月
利息收入	116,318.0	148,821.1	212,704.3	100,196.0
手续费及佣金收入	130.9	26.9	57.4	43.0
减：营业成本	-19,791,392.8	-21,283,959.2	-26,452,599.9	-14,042,416.8
利息支出	-12,261.8	-10,516.8	-8,706.6	-3,364.3
手续费及佣金支出	-1,163.3	-697.2	-1,301.5	-151.8
税金及附加	-172,061.6	-153,364.6	-160,938.4	-79,893.9
销售费用	-3,461,123.1	-2,752,227.6	-2,864,734.4	-1,469,837.3
管理费用	-953,136.1	-926,414.8	-1,026,628.3	-495,106.9
研发费用	-963,813.7	-1,011,866.7	-1,201,490.7	-586,503.3
财务收入	223,163.6	263,803.2	438,611.1	173,541.8
其中：利息费用	-88,070.3	-130,559.1	-135,756.4	-86,795.4
其中：利息收入	380,713.6	366,302.8	518,165.8	276,426.7
加：其他收益	119,466.5	142,409.0	130,750.4	64,452.5
投资收益	16,413.2	236,246.2	236,577.3	60,784.7
其中：对联营企业和合营企业的投资收益	50,622.5	40,252.8	56,067.9	26,301.4
其中：以摊余成本计量的金融资产终止确认损益	-70.9	0.0	0.0	0.0
公允价值变动收益/（损失）	136,116.3	176,295.0	-16,640.6	-74,974.2
信用减值损失	-9,644.6	-24,760.5	-38,345.1	-19,289.1
资产减值损失	-87,190.9	-70,520.9	-48,342.0	-23,067.9
资产处置（损失）/收益	-13,113.1	-6,052.3	5,825.7	1,896.2
二、营业利润	2,968,309.2	3,149,345.7	3,328,119.5	1,872,409.6
加：营业外收入	61,331.0	38,498.6	62,474.4	16,248.0
减：营业外支出	-36,728.8	-21,490.4	-18,839.5	-5,362.8
三、利润总额	2,992,911.4	3,166,353.9	3,371,754.4	1,883,294.8
减：所得税费用	-465,197.0	-415,699.7	-470,216.8	-271,055.1
四、净利润	2,527,714.4	2,750,654.2	2,901,537.6	1,612,239.7
归属母公司所有者净利润	2,421,122.2	2,722,296.9	2,857,365.0	1,599,549.6
少数股东损益	106,592.2	28,357.3	44,172.6	12,960.1

表6-14 2019-2021年及2022年1-6月合并现金流量表

单位：万元

项目	2019 年度	2020 年度	2021 年度	2022 年 1-6 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	23,881,558.9	24,005,250.1	31,048,982.4	15,336,618.0
发放贷款及垫款净减少额	0.0	0.0	0.0	469,211.7
吸收存款和同业存放款项净增加额	1,809.1	2,505.8	0.0	2,064.6

项目	2019 年度	2020 年度	2021 年度	2022 年 1-6 月
存放中央银行款项净减少额	69,302.3	0.0	128,792.7	747.0
向中央银行借款净增加额	0.0	0.0	17,887.8	7,026.1
收取利息、手续费及佣金的现金	131,592.1	138,185.1	188,971.6	100,078.9
收到的税费返还	627,173.3	657,476.2	996,833.0	523,680.7
收到其他与经营活动有关的现金	500,882.1	495,087.4	660,082.2	335,489.2
经营活动现金流入小计	25,212,317.8	25,298,504.6	33,041,549.7	16,774,916.2
购买商品、接受劳务支付的现金	13,009,949.7	13,966,074.4	20,921,604.4	10,421,238.4
发放贷款及垫款净增加额	31,885.9	607,805.3	406,243.2	0.0
吸收存款和同业存放款项净减少额	0.0	0.0	935.5	0.0
向中央银行借款净减少额	9,975.4	0.0	0.0	0.0
存放中央银行款项净增加额	0.0	127,449.6	0.0	0.0
支付利息、手续费及佣金的现金	13,425.1	11,351.7	10,111.0	3,584.0
支付给职工以及为职工支付的现金	2,685,113.9	2,846,031.8	3,209,584.6	1,843,134.8
支付的各项税费	1,489,751.3	1,340,760.7	1,561,327.6	868,360.7
支付其他与经营活动有关的现金	4,113,176.1	3,443,319.4	3,422,573.0	1,499,127.3
经营活动现金流出小计	21,353,277.4	22,342,792.9	29,532,379.3	14,635,445.2
经营活动产生的现金流量净额	3,859,040.4	2,955,711.7	3,509,170.4	2,139,471.0
二、投资活动产生的现金流量：				
收回投资收到的现金	8,485,260.1	14,182,172.4	12,162,814.8	5,055,417.9
取得投资收益收到的现金	402,659.0	487,499.0	564,827.7	302,304.1
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	12,541.9	27,354.4	33,618.6	6,453.1
处置子公司及其他营业单位收到的现金净额	0.0	4,239.8	18,849.0	1,482.9
收到其他与投资活动有关的现金	0.0	0.0	0.0	33,508.2
投资活动现金流入小计	8,900,461.0	14,701,265.6	12,780,110.1	5,399,166.2
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	345,185.6	465,658.2	682,535.7	286,889.4
投资支付的现金	10,845,739.8	17,662,134.7	10,534,724.6	5,730,934.0
取得子公司及其他营业单位支付的现金净额	20,305.7	104,539.0	202,891.2	37,628.0
投资活动现金流出小计	11,211,231.1	18,232,331.9	11,420,151.5	6,055,451.4
投资活动产生的现金流量净额	-2,310,770.1	-3,531,066.3	1,359,958.6	-656,285.2
三、筹资活动产生的现金流量：				
吸收投资收到的现金	289,791.7	265,748.9	155,095.1	113,458.2
其中：子公司吸收少数股东投资收到的现金	12,042.7	11,493.3	6,315.9	100.0
发行中期债券收到的现金	0.0	0.0	0.0	284,169.0
取得借款收到的现金	1,711,767.7	1,807,096.1	1,603,380.3	1,602,543.6
发行短期融资券收到的现金	0.0	3,399,823.8	299,962.9	399,950.0
收到其他与筹资活动有关的现金	0.0	2,272.5	56,083.8	8,949.8

项目	2019 年度	2020 年度	2021 年度	2022 年 1-6 月
筹资活动现金流入小计	2,001,559.4	5,474,941.3	2,114,522.1	2,409,070.6
偿还债务支付的现金	864,387.5	835,433.8	1,822,535.1	391,652.5
兑付短期融资券支付的现金	0.0	3,100,000.0	600,000.0	0.0
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	1,105,576.9	1,282,263.6	1,289,412.5	1,253,795.3
其中：子公司支付给少数股东的股利、利润	165,150.4	42,546.1	42,694.7	4,970.5
支付其他与筹资活动有关的现金	358,955.1	332,873.4	1,523,028.4	185,318.5
筹资活动现金流出小计	2,328,919.5	5,550,570.8	5,234,976.0	1,830,766.3
筹资活动产生的现金流量净额	-327,360.1	-75,629.5	-3,120,453.9	578,304.3
四、汇率变动对现金及现金等价物的影响	28,037.6	-38,341.1	-48,522.0	14,578.7
五、现金及现金等价物净减少额	1,248,947.8	-689,325.2	1,700,153.1	2,076,068.8
加：年初现金及现金等价物余额	1,795,228.2	3,044,176.0	2,354,850.8	4,055,003.9
六、年末现金及现金等价物余额	3,044,176.0	2,354,850.8	4,055,003.9	6,131,072.7

2、2019-2021年及2022年6月末母公司资产负债表、利润表及现金流量表

表6-15 2019-2021年及2022年6月末母公司资产负债表

单位：万元

项目	2019 年末	2020 年末	2021 年末	2022 年 6 月末
一、资产总额	17,338,363.2	20,253,025.6	22,344,961.9	24,469,367.4
1、流动资产	11,336,368.2	11,475,255.9	11,411,694.6	13,525,316.8
货币资金	5,229,105.6	4,924,018.0	4,815,399.7	4,238,605.8
交易性金融资产	0.0	1,661,465.8	344,231.7	35,600.0
衍生金融资产	0.0	0.0	15,750.1	34,619.1
应收票据	0.0	0.0	0.0	0.0
应收账款	0.0	0.0	0.0	0.0
预付款项	3,687.7	4,530.6	10,683.8	3,796.6
合同资产	0.0	0.0	0.0	0.0
发放贷款和垫款	0.0	0.0	0.0	0.0
应收股利	0.0	0.0	0.0	0.0
其他应收款	1,836,986.5	2,831,867.0	3,144,784.9	2,651,231.7
存货	0.0	0.0	0.0	0.0
一年内到期的非流动资产	0.0	0.0	1,909,526.2	3,566,916.9
其他流动资产	4,266,588.4	2,053,374.5	1,171,318.2	2,994,546.7
2、非流动资产	6,001,995.0	8,777,769.7	10,933,267.3	10,944,050.6
其他债权投资	0.0	2,006,415.5	603,456.3	495,449.0
可供出售金融资产	0.0	0.0	0.0	0.0
长期应收款	0.0	0.0	0.0	0.0
长期股权投资	5,260,585.9	5,499,116.1	6,680,569.1	7,036,696.1
其他非流动金融资产	48,756.4	8,093.7	53,721.4	35,333.6

项目	2019 年末	2020 年末	2021 年末	2022 年 6 月末
投资性房地产	51,882.8	47,683.9	42,846.0	40,764.1
固定资产	87,823.9	74,983.5	66,169.2	62,042.3
在建工程	15,568.1	20,430.4	80,024.3	99,411.4
使用权资产	0.0	0.0	258.5	1,105.4
无形资产	70,083.6	68,499.7	66,915.8	66,123.9
商誉	0.0	0.0	0.0	0.0
长期待摊费用	12,354.8	9,707.8	7,979.9	9,337.3
递延所得税资产	18,988.8	28,736.0	28,996.4	25,989.0
其他非流动资产	435,950.7	1,014,103.1	3,302,330.4	3,071,798.5
二、负债总额	11,387,974.0	13,872,542.7	16,586,542.6	19,739,941.1
1、流动负债	10,982,070.8	13,285,763.5	15,318,448.3	18,078,948.7
短期借款	455,006.4	79,931.4	0.0	0.0
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
合同负债	0.0	0.0	0.0	0.0
应付职工薪酬	56,686.1	56,295.4	42,053.6	47,874.5
应交税费	105,924.6	132,621.9	118,481.3	60,744.7
其他应付款	10,362,499.8	12,312,035.4	15,145,055.5	17,557,792.1
一年内到期的非流动负债	0.0	400,000.0	9,264.7	9,634.7
其他流动负债	1,953.9	304,879.4	3,593.2	402,902.7
2、非流动负债	405,903.2	586,779.2	1,268,094.3	1,660,992.4
长期借款	400,000.0	580,000.0	1,250,990.0	1,642,000.0
应付债券	0.0	0.0	0.0	0.0
租赁负债	0.0	0.0	0.0	0.0
长期应付款	0.0	0.0	0.0	580.7
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	15,401.5	15,401.5
长期应付职工薪酬	0.0	0.0	0.0	0.0
递延所得税负债	5,903.2	6,779.2	1,702.8	3,010.2
其他非流动负债	0.0	0.0	0.0	0.0
三、所有者权益	5,950,389.2	6,380,482.9	5,758,419.3	4,729,426.3
股本	697,190.0	702,997.6	698,656.4	699,732.9
资本公积	2,659,295.9	2,912,354.7	2,710,515.3	2,817,128.2
减：库存股	-375,973.2	-609,434.7	-1,404,455.0	-1,464,508.8
其他综合收益	173.5	-1,600.9	-729.5	-627.4
一般风险准备	0.0	0.0	0.0	0.0

项目	2019 年末	2020 年末	2021 年末	2022 年 6 月末
盈余公积	644,765.8	796,636.2	944,990.1	944,990.1
未分配利润	2,324,937.2	2,579,530.0	2,809,442.0	1,732,711.3

表6-16 2019-2021年及2022年1-6月母公司利润表

单位：万元

项目	2019 年度	2020 年度	2021 年度	2022 年 1-6 月
一、营业总收入	176,790.2	185,231.2	186,527.8	82,466.0
其中：营业收入	176,790.2	185,231.2	186,527.8	82,466.0
利息收入	0.0	0.0	0.0	0.0
手续费及佣金收入	0.0	0.0	0.0	0.0
减：营业成本	-4,582.3	-5,135.0	-5,851.0	-2,082.0
利息支出	0.0	0.0	0.0	0.0
手续费及佣金支出	0.0	0.0	0.0	0.0
税金及附加	-3,748.1	-3,254.6	-4,812.6	-1,005.3
销售费用	0.0	0.0	0.0	0.0
管理费用	-57,907.2	-70,171.1	-68,479.4	-78,538.6
研发费用	0.0	0.0	0.0	0.0
财务收入	197,437.9	142,101.9	210,791.4	102,309.5
其中：利息费用	-140,237.6	-190,386.6	-225,744.0	-126,478.7
其中：利息收入	336,300.3	335,263.3	439,726.6	229,457.6
加：其他收益	46,403.4	36,988.9	28,031.8	1,878.2
投资收益	1,038,446.6	1,257,845.5	1,246,210.3	27,239.2
其中：对联营企业和合营企业的投资收益	27,208.9	21,631.8	26,549.1	12,629.7
其中：以摊余成本计量的金融资产终止确认损益	0.0	0.0	0.0	0.0
公允价值变动收益/（损失）	16,256.5	10,860.5	-20,305.7	-8,011.6
信用减值损失	-41.8	-634.0	-12,769.3	-56.7
资产减值损失	0.0	0.0	0.0	0.0
资产处置（损失）/收益	-104.0	14.6	-27.2	-28.0
二、营业利润	1,408,951.2	1,553,847.9	1,559,316.1	124,170.7
加：营业外收入	3,983.2	10,242.9	3,135.8	2,735.9
减：营业外支出	-2,274.1	-11,612.0	-4,878.3	-24.7
三、利润总额	1,410,660.3	1,552,478.8	1,557,573.6	126,881.9
减：所得税费用	-42,098.4	-33,775.0	-74,034.8	-36,484.0
四、净利润	1,368,561.9	1,518,703.8	1,483,538.8	90,397.9

表6-17 2019-2021年及2022年1-6月母公司现金流量表

单位：万元

项目	2019 年度	2020 年度	2021 年度	2022 年 1-6 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	3,080,903.6	2,149,132.5	3,145,113.2	3,032,333.3
经营活动现金流入小计	3,080,903.6	2,149,132.5	3,145,113.2	3,032,333.3
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	5,226.9	7,240.4	3,287.9	24,117.8
支付的各项税费	13,342.1	34,219.0	45,386.1	35,210.2
支付其他与经营活动有关的现金	681,847.2	1,017,864.8	399,643.1	110,766.2
经营活动现金流出小计	700,416.2	1,059,324.2	448,317.1	170,094.2
经营活动产生的现金流量净额	2,380,487.4	1,089,808.3	2,696,796.1	2,862,239.1
二、投资活动产生的现金流量：				
收回投资收到的现金	5,692,022.2	10,346,030.0	5,976,784.7	3,340,000.0
取得投资收益收到的现金	1,281,286.9	1,556,510.4	1,488,750.6	188,966.7
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	104.0	25.5	8.6	2.3
处置子公司及其他营业单位收到的现金净额	0.0	1,300.0	832.6	650.0
投资活动现金流入小计	6,973,413.1	11,903,865.9	7,466,376.5	3,529,619.0
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	18,332.6	18,772.3	75,293.7	28,343.0
投资支付的现金	8,888,373.7	11,738,628.1	6,893,231.1	4,167,015.9
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	8,906,706.3	11,757,400.4	6,968,524.8	4,195,358.9
投资活动产生的现金流量净额	-1,933,293.2	146,465.5	497,851.7	-665,739.9
三、筹资活动产生的现金流量：				

项目	2019 年度	2020 年度	2021 年度	2022 年 1-6 月
吸收投资收到的现金	277,749.0	254,255.6	148,779.2	113,358.2
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	1,105,956.4	659,931.4	680,000.0	400,000.0
发行短期融资券收到的现金	0.0	3,399,823.8	299,962.9	399,950.0
筹资活动现金流入小计	1,383,705.4	4,314,010.8	1,128,742.1	913,308.2
偿还债务支付的现金	308,450.0	455,006.4	479,941.4	8,990.0
兑付短期融资券支付的现金	0.0	3,100,000.0	600,000.0	0.0
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	974,029.8	1,283,194.9	1,326,167.7	1,331,375.7
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	325,748.2	293,442.0	1,381,082.9	135,793.3
筹资活动现金流出小计	1,608,228.0	5,131,643.3	3,787,192.0	1,476,159.0
筹资活动产生的现金流量净额	-224,522.6	-817,632.5	-2,658,449.9	-562,850.8
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	222,671.6	418,641.3	536,197.9	1,633,648.4
加：年初现金及现金等价物余额	1,018,193.4	1,240,865.0	1,659,506.3	2,195,704.2
六、年末现金及现金等价物余额	1,240,865.0	1,659,506.3	2,195,704.2	3,829,352.6

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

2019-2021 年及 2022 年 6 月末，公司资产构成情况见下表：

表 6-18 资产构成情况表

单位：万元、%

项目	2019 年末		2020 年末		2021 年末		2022 年 6 月末	
	余额	占比	余额	占比	余额	占比	余额	占比
货币资金	7,091,684.1	23.49	8,121,048.2	22.53	7,187,555.6	18.53	7,670,193.8	18.57
交易性金融资产	108,735.1	0.36	2,823,960.1	7.84	587,920.2	1.52	326,564.1	0.79
衍生金融资产	19,741.2	0.07	42,049.4	0.12	54,586.5	0.14	58,677.1	0.14
应收票据	476,852.0	1.58	530,451.0	1.47	478,491.4	1.23	659,721.8	1.60
应收账款	1,866,381.9	6.18	2,297,836.3	6.38	2,463,644.0	6.35	2,958,642.0	7.16
应收款项融资	756,577.6	2.51	1,390,185.6	3.86	1,027,355.2	2.65	1,407,244.8	3.41
预付款项	224,617.7	0.74	276,371.0	0.77	435,280.7	1.12	438,571.6	1.06
合同资产	0.0	0.00	323,684.8	0.90	382,347.6	0.99	426,436.4	1.03
发放贷款及垫款	1,086,939.6	3.60	1,646,906.9	4.57	2,065,660.0	5.32	1,558,479.5	3.77

项目	2019 年末		2020 年末		2021 年末		2022 年 6 月末	
	余额	占比	余额	占比	余额	占比	余额	占比
其他应收款	271,297.4	0.90	297,394.5	0.83	310,406.5	0.80	217,566.3	0.53
存货	3,244,339.9	10.74	3,107,652.9	8.62	4,592,443.9	11.84	3,675,083.8	8.90
一年内到期的非流	0.0	0.00	0.0	0.00	1,985,157.7	5.12	3,871,783.9	9.37
其他流动资产	6,501,102.7	21.53	3,307,991.8	9.18	3,315,601.2	8.55	4,312,742.2	10.44
流动资产	21,648,269.2	71.69	24,165,532.5	67.06	24,886,450.5	64.15	27,581,707.3	66.77
其他债权投资	0.0	0.00	2,145,615.5	5.95	789,393.5	2.03	815,069.4	1.97
长期应收款	120,807.9	0.40	98,162.3	0.27	87,135.6	0.22	80,903.0	0.20
发放贷款及垫款	79,010.1	0.26	111,350.1	0.31	85,192.7	0.22	119,097.0	0.29
长期股权投资	279,080.6	0.92	290,133.7	0.81	379,670.5	0.98	376,930.4	0.91
其他权益工具投资	0.0	0.00	4,665.1	0.01	4,574.7	0.01	4,337.7	0.01
其他非流动金融资产	175,010.7	0.58	336,084.9	0.93	591,287.3	1.52	707,636.4	1.71
投资性房地产	39,933.5	0.13	40,555.9	0.11	85,919.5	0.22	82,659.3	0.20
固定资产	2,166,468.2	7.17	2,223,921.4	6.17	2,285,284.8	5.89	2,347,330.8	5.68
在建工程	119,465.0	0.40	147,730.2	0.41	269,093.0	0.69	359,062.5	0.87
使用权资产	0.0	0.00	0.0	0.00	229,735.4	0.59	225,741.6	0.55
无形资产	1,548,417.9	5.13	1,542,239.3	4.28	1,717,307.2	4.43	1,677,439.8	4.06
商誉	2,820,706.5	9.34	2,955,721.8	8.20	2,787,475.2	7.19	2,711,012.7	6.56
长期待摊费用	126,712.7	0.42	130,096.2	0.36	139,424.0	0.36	140,925.7	0.34
递延所得税资产	576,899.3	1.91	720,863.5	2.00	819,230.9	2.11	911,752.9	2.21
其他非流动资产	494,760.3	1.64	1,125,587.9	3.12	3,637,435.6	9.38	3,168,808.0	7.67
非流动资产	8,547,272.7	28.31	11,872,727.8	32.94	13,908,159.9	35.85	13,728,707.2	33.23
资产总额	30,195,541.9	100.00	36,038,260.3	100.00	38,794,610.4	100.00	41,310,414.5	100.00

2019-2021年及2022年6月末，公司总资产规模逐年增长，其中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年末，公司资产总额36,038,260.3万元，较2019年末增加19.35%；2021年末，公司资产总额38,794,610.4万元，较2020年末增加7.65%；2022年6月末，公司资产总额41,310,414.5万元，较2021年末增加6.48%。2019年至2021年及2022年6月末，公司资产规模增速呈波动趋势，2020年虽受新冠疫情爆发影响，经营规模仍维持增长趋势，2021年以来受疫情反复、原材料价格大幅波动等影响，公司资产规模增幅有所放缓。

2019-2021年及2022年6月末，公司流动资产分别为21,648,269.2万元、24,165,532.5万元、24,886,450.5万元和27,581,707.3万元，占资产总额比重分别为71.69%、67.06%、64.15%和66.77%。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、一年内到期的非流动资产及其他流动资产。

2019-2021年及2022年6月末，公司非流动资产分别为8,547,272.7万元、11,872,727.8万元、13,908,159.9万元和13,728,707.2万元，占资产总额比重分别为28.31%、32.94%、35.85%和33.23%。非流动资产主要是长期股权投资、固定资产、无形资产、商誉及其他非流动资产。

公司资产主要构成情况如下：

1、货币资金

2019-2021年及2022年6月末，公司的货币资金余额分别为7,091,684.1万元、8,121,048.2万元、7,187,555.6万元和7,670,193.8万元，占资产总额比重分别为23.49%、22.53%、18.53%和18.57%，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、存放同业款项及应收利息。2019年末货币资金较2018年末增加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，大部分用于办理银行存款产品，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年末货币资金较2019年末增加1,029,364.1万元，增幅为14.52%，主要是公司年末存放同业款项的定期存款增加；2021年末货币资金较2019年末减少933,492.6万元，降幅为11.49%，主要是公司定期存款到期后，为提高资金收益转为购买其他固定收益产品，计入其他科目所致。2022年6月末货币资金较2021年末增加482,638.2万元，增幅为6.71%，主要是公司销售规模稳定，存放于同业款项资金增加所致。

公司近三年货币资金情况如下表：

表6-19 货币资金情况表

单位：万元

项目	2019年	2020年末	2021年末	2022年6月末
库存现金	312.8	253.8	160.9	244.7
银行存款	4,901,267.7	5,125,313.2	4,669,111.9	4,584,945.1
其他货币资金	15,302.2	68,848.1	44,389.3	84,951.4
存放中央银行法定准备金	43,314.9	170,764.5	41,971.8	41,224.8
存放中央银行超额准备金	35,547.1	34,486.0	27,294.9	15,440.9
存放同业款项	2,056,216.0	2,651,527.6	2,335,187.8	2,915,706.5

项目	2019 年	2020 年末	2021 年末	2022 年 6 月末
应计利息	39,723.4	69,855.0	69,439.0	27,680.4
合计	7,091,684.1	8,121,048.2	7,187,555.6	7,670,193.8

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、交易性金融资产

2019-2021年及2022年6月末，公司的交易性金融资产分别为108,735.1万元、2,823,960.1万元、587,920.2万元和326,564.1万元，占资产总额比重分别为0.36%、7.84%、1.52%和0.79%，公司的交易性金融资产包括结构性存款、交易性权益工具投资等。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年末，公司的交易性金融资产较2019年末增加2,715,225.0万元，增幅2497.10%，主要是结构性存款的重分类所致，从“其他流动资产科目”计入“交易性金融资产”科目，增加了2,562,663.1万元。2021年末，公司的交易性金融资产较2020年末减少2,236,039.9万元，降幅79.18%，主要是公司结构性存款到期减少。2022年6月末交易性金融资产较年初减少261,356.1万元，降幅44.45%，主要是结构性存款产品到期减少。

公司近三年交易性金融资产情况如下表：

表6-20 交易性金融资产情况表

单位：万元

项目	2019 年	2020 年	2021 年	2022 年 6 月末
结构性存款	0.0	2,562,663.1	428,560.7	177,690.5
交易性权益工具投资	108,735.1	231,496.5	131,947.0	109,928.7
其他	0.0	29,800.5	27,412.5	28,944.9
合计	108,735.1	2,823,960.1	587,920.2	316,564.1

3、应收票据

2019-2021年及2022年6月末，公司的应收票据净额分别为476,852.0万元、530,451.0万元、478,491.4万元和659,721.8万元，占资产总额比重分别为1.58%、1.47%、1.23%和1.60%。2019年末新增了科目“应收款项融资”，“应收款项融资”来自“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年末，公司应收票据较2019年末增加53,599.0万元，增幅11.24%，主要是销售规模稳定增长；2021年末，公司应收票据较2020年减少51,959.6万元，降幅9.80%，主要是公司将持有的部分票据转让、贴现或背书回款所致；2022年6月末，公司应收票据较2021年末增加181,230.4万元，增幅37.88%，主要是销售规模稳定增长。

4、应收账款

2019-2021年及2022年6月末，公司的应收账款净额分别为1,866,381.9万元、2,297,836.3万元、2,463,644.0万元和2,958,642.0万元，占资产总额比重分别为6.18%、6.38%、6.35%和7.16%，占当期营业总收入的比例分别为6.68%、8.04%、7.18%和16.11%。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”，“应收款项融资”来自“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1,864,197.9万元增加2,184.0万元，增幅0.12%；2020年末，应收账款净额较2019年末增加431,454.4万元，增幅为23.12%，主要是销售规模稳定增长；2021年末，应收账款净额较2020年末增加165,807.7万元，增幅为7.22%，主要是销售规模稳定增长。2022年6月末，应收账款净额较2021年末增加494,998.0万元，增幅为20.09%，主要是销售规模稳定增长。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6-21 公司应收账款余额及计提坏账准备情况表

单位：万元

类别		2021 年末余额			2022 年 6 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	11,144.3	5,320.8	5,823.5	4,388.0	4,388.0	0.0
	境外客户	56.1	56.1	0.0	1,747.1	1,747.1	0.0
组合计提坏账准备的应收账款	境内业务组合	1,268,950.2	39,070.1	1,229,880.1	1,333,291.3	39,743.0	1,293,548.3
	境外业务组合	1,269,411.3	41,470.9	1,227,940.4	1,716,599.6	51,505.9	1,665,093.7
合计		2,549,561.9	85,917.9	2,463,644.0	3,056,026.0	97,384.0	2,958,642.0

公司按账龄分析的应收账款情况如下表：

表6-22 公司应收账款账龄明细表

单位：万元

账龄	2021 年末		2022 年 6 月末	
	账面余额	占比	账面余额	占比
1 年以内	2,456,640.1	96.36%	2,979,966.2	97.51%
1-2 年	61,735.5	2.42%	43,925.6	1.44%
2-3 年	14,430.0	0.57%	15,704.3	0.51%
3-5 年	13,446.0	0.53%	12,774.3	0.42%
5 年以上	3,310.3	0.13%	3,655.6	0.12%
合计	2,549,561.9	100.00%	3,056,026.0	100.00%

表6-23 公司应收账款余额前五名客户

单位：万元

客户名称	2021 年末			2022 年 6 月末		
	金额	年限	占应收账款总额比例	金额	年限	占应收账款总额比例
1	56,151.4	一年以内	2.28%	77,139.0	一年以内	2.61%
2	38,386.1	一年以内	1.56%	26,475.4	一年以内	0.89%
3	38,318.4	一年以内	1.56%	23,957.6	一年以内	0.81%
4	22,956.5	一年以内	0.93%	20,070.5	一年以内	0.68%
5	20,361.0	一年以内	0.83%	16,180.9	一年以内	0.55%
合计	176,173.5		7.15%	163,823.4		5.54%

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贷款到期清收情况；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。

5、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”，“应收款项融资”来自“应收账款”和“应收票据”转入，2019-2021年末及2022年6月末，公司应收款项融资净额分别为756,577.6万元、1,390,185.6万元、1,027,355.2万元和1,407,244.8万元，占资产总额比重较小，分别为2.51%、3.86%、2.65%和3.41%，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年末的应收款项融资净额较2019年末增加633,608.0万元，增幅83.75%，主要是公司经营规模增长，应收账款和应收票据相对增长所致；2021年末的应收款项融资净额较2020年末减少362,830.4万元，降幅26.10%，主要是应收账款和银行承兑汇票确认转让、贴现或背书导致减少。2022年6月末的应收款项融资净额较2021年末增加379,889.6万元，增幅36.98%，主要是公司经营规模增长所致。

6、其他应收款

2019-2021年末及2022年6月末，公司的其他应收款净额分别为271,297.4万元、297,394.5万元、310,406.5万元和217,566.3万元，占资产总额比重较小，分别为0.90%、0.83%、0.80%和0.53%，其他应收款主要为质押保证金、期权行权款、往来款及员工借款等。根据新金融工具准则，2019年末公司将“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%。2020年末其他应收款净额较2019年末增加26,097.1万元，增幅9.62%；2021年末其他应收款净额较2020年末增加13,012.0万元，增幅4.38%。2022年6月末其他应收款较年初减少92,840.2万元，降幅为29.91%，主要为对应业务到期所致。

公司按账龄分析的其他应收款情况如下表：

表6-24 公司其他应收账款账龄明细表

单位：万元

账龄	2021 年末余额		2022 年 6 月末余额	
	账面金额	占比	账面金额	占比
1 年以内	285,663.4	90.76%	187,501.4	84.56%
1-2 年	14,933.1	4.74%	23,844.2	10.75%
2-3 年	9,742.4	3.10%	3,193.1	1.44%
3-5 年	2,802.9	0.89%	4,725.8	2.13%
5 年以上	1,617.7	0.51%	2,481.9	1.12%
合计	314,759.5	100.00%	221,746.4	100.00%

表6-25 公司其他应收账款余额前五名客户

单位：万元

客户名称	2020 年末	2021 年 6 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	15,028.0	一年以内	4.84%	6,000.0	一年以内	2.58%
2	12,500.0	一年以内	4.03%	2,404.2	一年以内	1.03%
3	1,378.9	一年以内	0.44%	1,500.0	一年以内	0.64%
4	800.0	一年以内	0.26%	1,383.1	一年以内	0.59%
5	673.9	一年以内	0.22%	2,020.6	一年以内	0.87%
合计	30,380.9		9.79%	13,307.9		5.71%

7、存货

2019-2021年末及2022年6月末，公司的存货净额分别为3,244,339.9万元、3,107,652.9万元、4,592,443.9万元和3,675,083.8万元，占资产总额比重分别为10.74%、8.62%、11.84%和8.90%。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。根据新收入准则的相关规定，2020年末公司将与提供劳务相关、依据项目履约进度确认的收入金额超过已办理结算价款的部分由存货重分类至合同资产，故2020年末存货净额较调整后的2019年末的存货净额2,843,422.3万元增加264,230.6万元，增幅9.29%，主要是经营规模稳定增长；2021年末存货金额较2020年末增加1,484,791.0万元，增幅47.78%，主要是公司经营规模增长，库存商品、原材料及在产品相对增加。2022年6月末存货净额较年初减少917,360.1万元，降幅19.98%，主要是库存商品出库减少。公司的存货情况如下表：

表6-26 公司存货情况表

单位：万元

项目	2021 年末			2022 年 6 月末		
	账面余额	跌价准备	账面价值	账面余额	跌价准备	账面价值
库存商品	3,363,646.2	41,916.6	3,321,729.6	2,585,779.2	53,300.9	2,532,478.3
原材料	959,291.4	12,121.7	947,169.7	927,447.7	14,159.0	913,288.7
在产品	240,686.6	0.0	240,686.6	175,199.8	0.0	175,199.8
委托加工物资等	82,858.0	0.0	82,858.0	54,117.0	0.0	54,117.0
合计	4,646,482.2	54,038.3	4,592,443.9	3,742,543.7	67,459.9	3,675,083.8

8、合同资产

根据新收入准则的规定，2020年末新增了科目“合同资产”，“合同资产”来

自“存货”的重分类转入，调整后的2019-2021年末及2022年6月末，公司合同资产净额分别为400,917.6万元、323,684.8万元、382,347.6万元和426,436.4万元，占资产总额比重较小，分别为1.33%、0.90%、0.99%和1.03%，主要为与提供劳务相关、依据项目履约进度确认的收入金额超过已办理结算价款的部分资产，对于公司已经取得无条件收款权的部分，确认为应收账款，其余部分确认为合同资产。2020年末的合同资产净额较2019年末减少77,232.8万元，降幅19.26%；2021年末的合同资产净额较2020年末增加58,662.8万元，增幅18.12%。2022年6月末的合同资产净额较2021年末增加44,088.8万元，增幅11.53%，主要是公司经营规模增长，待确认收款的款项增加所致。

9、预付款项

2019-2021年末及2022年6月末，公司的预付款项净额分别为224,617.7万元、276,371.0万元、435,280.7万元和438,571.6万元，占资产总额比重分别为0.74%、0.77%、1.12%和1.06%，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。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年末，公司的预付款项较2019年末增加51,753.3万元，增幅23.04%，主要是经营规模增长所致；2021年末，公司的预付款项较2020年末增加158,909.7万元，增幅57.50%，主要是经营规模增长所致；2022年6月末预付款项较年初增加3,290.9万元，增幅为0.76%。

10、发放贷款及垫款

由于2019年末开始，公司将超过一年的发放垫款和垫款另外列示于非流动资产的新增科目“发放贷款及垫款”，故2019-2021年末及2022年6月末，公司实际的发放贷款及垫款净额分别为1,165,949.7万元、1,758,257.0万元、2,150,852.7万元和1,677,576.5万元，占资产总额比重分别为3.86%、4.88%、5.54%和4.06%。2019年末公司发放贷款及垫款净额较2018年末增加33,110.5万元，增幅2.92%；2020年末公司发放贷款及垫款净额较2019年末增加592,307.3万元，增幅50.8%，主要是非个人贷款和垫款、票据贴现融资规模有所增长；2021年末公司发放贷款及垫款净额较2020年末增加392,595.7万元，增幅22.33%，主要是公司贷款和垫款、票据贴现融资规模有所增长。2022年6月末公司发放贷款及垫款净额较年减少473,276.2万元，降幅为22.00%，主要是贷款业务到期归还减少。

公司发放贷款及垫款明细见下表：

表6-27 发放贷款及垫款明细表

单位：万元

项目	2019年	2020年	2021年	2022年6月末
贷款和垫款总额	1,181,841.6	1,789,542.4	2,196,125.4	1,726,804.7
其中：贷款	955,895.3	1,013,344.7	1,279,028.5	1,060,532.3
其中：票据贴现	114,933.6	552,670.2	695,374.9	446,396.0
减：贷款损失准备	-15,891.9	-31,285.4	-45,272.7	-49,228.2
合计	1,165,949.7	1,758,257.0	2,150,852.7	1,677,576.5

注：发放贷款及垫款明细表里2019-2021年末及2022年6月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、111,350.1万元、85,192.7万元和119,097.0万元。

11、其他流动资产

公司的其他流动资产主要是货币性投资产品、待摊费用、待抵扣税费等。2019-2021年末及2022年6月末，公司的其他流动资产分别为6,501,102.7万元、3,307,991.8万元、3,315,601.2万元和4,312,742.2万元，占资产总额比重分别为21.53%、9.18%、8.55%和10.44%。根据新金融工具准则，2019年末公司其他流动资产较调整后的2018年末其他流动资产的7,495,282.0万元减少994,179.3万元，降幅13.26%，下降主要是结构性存款到期转出所致。2020年末公司其他流动资产较2019年末减少3,193,110.9万元，降幅49.12%，主要是结构性存款重分类转入交易性金融资产科目所致；2021年末公司其他流动资产较2020年末增加7,609.4万元，增幅0.23%；2022年6月末其他流动资产较年初增加997,141.0万元，增幅30.07%，主要是公司投资一年内到期存放于金融机构的固定收益产品增加所致。

公司的其他流动资产明细见下表：

表6-28 公司其他流动资产明细表

单位：万元

项目	2019年	2020年	2021年	2022年6月末
固定收益类产品	0.0	2,554,259.5	2,369,682.5	3,559,123.4
待抵扣增值税进项税	315,979.4	433,626.0	613,777.6	457,850.9
待摊费用	87,545.1	78,614.0	82,867.5	97,094.6
结构性存款及掉期存款	6,003,885.5	0.0	0.0	0.0
其他	93,692.7	241,492.3	249,273.6	198,673.3
合计	6,501,102.7	3,307,991.8	3,315,601.2	4,312,742.2

12、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。2019-2021年末及2022年6月末，公司的长期股权投资分别为279,080.6万元、290,133.7万元、379,670.5万元和376,930.4万元，占资产总额比重分别为0.92%、0.81%、0.98%和0.91%。近三年公司长期股权投资持续稳定增长，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年末公司长期股权投资较2019年末增加11,053.1万元，增幅3.96%，2021年末公司长期股权投资较2020年末增加89,536.8万元，增幅30.86%，主要是增加对联营企业的投资；2022年6月末长期股权投资较年初减少2,740.1万元，降幅为0.72%。

13、固定资产

2019-2021年末及2022年6月末，公司的固定资产净值分别为2,166,468.2万元、2,223,921.4万元、2,285,284.8万元和2,347,330.8万元，占资产总额比重分别为7.17%、6.17%、5.89%和5.68%，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。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年末公司固定资产净值较2019年末增加57,453.2万元，增幅2.65%；因执行新的租赁准则，2021年末公司将原计入固定资产的融资租入固定资产重分类至使用权资产项目，故2021年末公司固定资产净额较调整后的2020年末的固定资产净额2,221,286.6万元增加63,998.2万元，增幅为2.88%；2022年6月末较年初增加62,046.0万元，增幅2.72%。

公司固定资产明细情况见下表：

表6-30 公司固定资产明细表

单位：万元

项目	2019年	2020年	2021年	2022年6月末
房屋及建筑物	1,053,122.2	1,082,585.0	1,109,912.1	1,101,185.3
土地	129,058.6	138,854.7	132,538.7	129,105.9
机器设备	827,890.1	839,587.6	883,988.1	944,902.2
运输工具	19,802.0	21,944.6	16,633.1	18,128.1
电子设备及其他	136,595.3	140,949.5	142,212.8	154,009.3
合计	2,166,468.2	2,223,921.4	2,285,284.8	2,347,330.8

14、在建工程

2019-2021年末及2022年6月末，公司的在建工程余额分别为119,465.0万元、147,730.2万元、269,093.0万元和359,062.5万元，占资产总额比重分别为0.40%、0.41%、0.69%和0.87%，占资产总额比重较小。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年末公司的在建工程余额较2019年末增加28,265.2万元，增幅23.66%，主要是工程按进度开展，投入增加所致；2021年末公司的在建工程余额较2020年末增加121,362.8万元，增幅82.15%，主要是工程按进度开展，投入增加所致。2022年6月末公司的在建工程余额较年初增加89,969.5万元，增幅33.43%，主要是投入增加所致。

公司主要在建工程项目明细情况见下表：

表6-31 2022年6月末在建工程项目情况

单位：万元

项目	余额
上海研发中心项目前期项目	87,416.0
美的总部 A04 地块项目	75,212.7
美的总部 08 地块项目	24,005.8
泰国工厂	25,638.5
印度科技园	17,789.4
其他工程	129,000.1
合计	359,062.5

15、无形资产

2019-2021年末及2022年6月末，公司无形资产净额分别为1,548,417.9万元、1,542,239.3万元、1,717,307.2万元和1,677,439.8万元，占总资产比重分别为5.13%、4.28%、4.43%和4.06%。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。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年末公司无形资产净额较2019年末减少6,178.6万元，降幅0.40%；2021年末公司无形资产净额较2020年末增加175,067.9万元，增幅11.35%，主要是土地使用权、专利权及非专利技术等资产增加；2022年6月末公司的无形资产较年初减少39,867.4万元，降幅2.32%。

公司无形资产明细情况见下表：

表6-32 公司无形资产明细表

单位：万元

项目	2019年	2020年	2021年	2022年6月末
土地使用权	374,326.0	382,733.0	602,031.2	638,213.5
专利权及非专利技术等	149,864.2	130,114.3	216,991.0	205,536.6
商标权	488,446.5	514,585.0	460,891.3	446,113.5
商标使用权	245,037.3	231,681.5	195,365.1	170,161.0
其他	290,743.9	283,125.5	242,028.6	217,415.2
合计	1,548,417.9	1,542,239.3	1,717,307.2	1,677,439.8

16、商誉

2019-2021年末及2022年6月末，公司的商誉净额分别为2,820,706.5万元、2,955,721.8万元、2,787,475.2万元和2,711,012.7万元，占总资产比重分别为9.34%、8.20%、7.19%和6.56%。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年末公司的商誉净额较2019年末增加135,015.3万元，增幅4.79%；2021年末公司的商誉净额较2020年末减少168,246.6万元，降幅5.69%；2022年6月末公司的商誉较年初减少76,462.5万元，降幅2.74%，保持稳定水平。公司商誉明细：

表6-33 截至2022年6月末公司商誉情况

单位：万元

被投资单位名称	商誉余额
KUKA 集团	1,994,341.2
TLSC 集团	228,788.9
小天鹅	136,130.6
其他	404,880.6
小计	2,764,141.3
减值准备	-53,128.6
合计	2,711,012.7

17、其他非流动资产

2019-2021年末及2022年6月末，公司的其他非流动资产净额分别为494,760.3万元、1,125,587.9万元、3,637,435.6万元和3,168,808.0万元，占总资产比重分别为1.64%、3.12%、9.38%和7.67%。2019年末，公司的非流动资产净额较2018年末增加439,725.1万元，增幅798.99%，主要是公司投资的一年以上到期的结构性

存款增加所致；2020年末，公司的非流动资产净额较2019年末增加630,827.6万元，增幅127.50%，主要是公司投资一年以上到期存放于金融机构的货币性投资增加所致；2021年末，公司的非流动资产净额较2020年末增加2,511,847.7万元，增幅233.16%，主要是公司投资一年以上到期存放于金融机构的货币性投资产品和不可转让的大额存单增加所致；2022年6月末，公司的非流动资产净额较2021年末减少468,627.6万元，降幅12.88%，主要是持有的产品到期减少。

（二）负债结构分析

2019-2021年及2022年6月末，公司负债构成情况见下表：

表6-34 负债构成表

单位：万元、%

项目	2019年		2020年		2021年		2022年6月末	
	余额	占比	余额	占比	余额	占比	余额	占比
短期借款	570,183.8	2.93	994,392.9	4.21	538,162.3	2.13	1,065,868.2	3.91
向中央银行借款	0.0	0.00	0.0	0.00	17,887.8	0.07	24,913.9	0.09
吸收存款及同业存放	6,247.7	0.03	8,753.5	0.04	7,818.0	0.03	9,882.6	0.04
交易性金融负债	0.0	0.00	0.0	0.00	0.0	0.00	170,682.1	0.63
衍生金融负债	2,710.0	0.01	16,122.5	0.07	15,760.2	0.06	23,844.8	0.09
应付票据	2,389,160.0	12.29	2,824,993.9	11.96	3,275,200.7	12.94	2,933,180.9	10.76
应付账款	4,253,577.7	21.87	5,393,026.1	22.84	6,598,355.9	26.07	6,553,373.3	24.03
预收款项	1,623,185.4	8.35	0.0	0.00	0.0	0.00	0.0	0.00
合同负债	0.0	0.00	1,840,092.2	7.79	2,391,659.5	9.45	2,433,159.4	8.92
应付职工薪酬	643,610.9	3.31	695,482.2	2.95	753,516.8	2.98	543,599.1	1.99
应交税费	509,626.7	2.62	575,805.8	2.44	540,426.7	2.14	445,169.0	1.63
其他应付款	380,056.8	1.95	450,139.1	1.91	428,810.4	1.69	478,186.2	1.75
一年内到期的非流动负债	146,011.7	0.75	631,018.1	2.67	2,894,754.0	11.44	2,753,245.4	10.10
其他流动负债	3,907,477.7	20.09	4,985,223.9	21.11	4,822,795.3	19.05	5,866,485.7	21.51
流动负债	14,431,848.4	74.22	18,415,050.2	77.98	22,285,147.6	88.04	23,301,590.6	85.45
长期借款	4,129,837.7	21.24	4,282,728.7	18.14	1,973,402.0	7.80	2,664,637.4	9.77
租赁负债	0.0	0.00	0.0	0.00	153,355.2	0.61	154,711.7	0.57
应付债券	3,364.6	0.02	1,326.0	0.01	0.0	0.00	304,754.1	1.12
长期应付款	0.0	0.00	0.0	0.00	0.0	0.00	0.0	0.00
预计负债	35,326.9	0.18	29,811.0	0.13	31,057.1	0.12	29,708.7	0.11
递延收益	61,715.5	0.32	77,972.9	0.33	122,845.9	0.49	153,143.0	0.56

项目	2019 年		2020 年		2021 年		2022 年 6 月末	
	余额	占比	余额	占比	余额	占比	余额	占比
长期应付职工薪酬	241,856.3	1.24	215,967.5	0.91	182,501.6	0.72	143,592.3	0.53
递延所得税负债	455,600.2	2.34	522,395.4	2.21	495,024.5	1.96	449,699.2	1.65
其他非流动负债	86,382.6	0.44	69,298.6	0.29	68,768.9	0.27	68,730.5	0.25
非流动负债	5,014,083.8	25.78	5,199,500.1	22.02	3,026,955.2	11.96	3,968,976.9	14.55
负债总额	19,445,932.2	100.00	23,614,550.3	100.00	25,312,102.8	100.00	27,270,567.5	100.00

2019-2021 年末及 2022 年 6 月末，公司的负债总额分别为 19,445,932.2、23,614,550.3 万元、25,312,102.8 万元和 27,270,567.5 万元，总体呈增长状态，主要是以流动负债为主。2019 年末公司的负债总额较 2018 年末增加 2,321,269.1 万元，增幅 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 年末公司的负债总额较 2019 年末增加 4,168,618.1 万元，增幅 21.44%，主要是强化业务领域，经营规模稳步增长，短期借款、应付票据、应付账款、一年内到期的非流动负债和其他流动负债相对增加；2021 年末公司的负债总额较 2020 年末增加 1,697,552.5 万元，增幅 7.19%，主要是经营规模增长，应付票据及应付账款增加。2022 年 6 月末公司的负债总额较年初增加 1,958,464.7 万元，增幅 7.74%，主要是经营规模增长。

2019-2021 年末及 2022 年 6 月末，公司的流动负债余额分别为 14,431,848.4 万元、18,415,050.2 万元、22,285,147.6 万元和 23,301,590.6 万元，占负债总额比重分别为 74.22%、77.98%、88.04% 和 85.45%。流动负债主要包括：短期借款、应付票据、应付账款、合同负债、一年内到期的非流动负债和其他流动负债等。

2019-2021 年末及 2022 年 6 月末，公司非流动负债余额分别为 5,014,083.8 万元、5,199,500.1 万元、3,026,955.2 万元和 3,968,976.9 万元，占负债总额比重分别 25.78%、22.02%、11.96% 和 14.55%。近三年公司非流动负债比重逐年下降，2022 年 6 月末小幅增长。

公司主要负债构成情况如下：

1、短期借款

2019-2021 年末及 2022 年 6 月末，公司的短期借款期末余额分别为 570,183.8 万元、994,392.9 万元、538,162.3 和 1,065,868.2 万元，占负债总额比重分别为 2.93%、

4.21%、2.13%和3.91%。2019年末，公司短期借款较2018年末增加483,144.8万元，增幅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年末，公司短期借款较2019年末增加424,209.1万元，增幅74.40%，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；2021年末公司短期借款较2020年末减少456,230.6万元，降幅45.88%，主要是短期借款到期归还；2022年6月末，公司短期借款金额较2021年末增加527,705.9万元，增幅98.06%，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。

2、应付票据

2019-2021年末及2022年6月末，公司的应付票据期末余额分别为2,389,160.0万元、2,824,993.9万元、3,275,200.7万元和2,933,180.9万元，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12.29%、11.96%、12.94%和10.76%。2019年末，公司应付票据较2018年末增加56,648.5万元，增幅2.43%；2020年末，公司应付票据较2019年末增加435,833.9万元，增幅18.24%，主要是销售规模稳定增长；2021年末，公司应付票据较2020年末增加450,206.8万元，增幅15.94%，主要是销售规模增长；2022年6月末公司应付票据较年初减少342,019.8万元，降幅10.44%，主要是银行承兑汇票到期兑付减少。

3、应付账款

2019-2021年末及2022年6月末，公司的应付账款净额分别为4,253,577.7万元、5,393,026.1万元、6,598,355.9万元和6,553,373.3万元，占负债总额比重分别为21.87%、22.84%、26.07%和24.03%，公司的应付账款账龄主要在1年以内。2019年末，公司应付账款较2018年末增加563,415.1万元，增幅15.27%，主要是公司销售规模增长；2020年末，公司应付账款较2019年末增加1,139,448.4万元，增幅26.79%，主要是公司销售规模增长，采购量增加；2021年末，公司应付账款较2020年末增加1,205,329.8万元，增幅22.35%，主要是公司销售规模增长，采购量增加；2022年6月末公司的应付账款较年初减少44,982.6万元，降幅为0.68%。

4、预收款项（合同负债⁷）

2019-2021年末及2022年6月末，公司的预收账款及合同负债余额分别为1,623,185.4万元、1,840,092.2万元、2,391,659.5万元和2,433,159.4万元，占负债总

⁷ 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，发行人将预收账款转入合同负债。

额比重分别为8.35%、7.79%、9.45%和8.92%。预收款项和合同负债均是预收货物及劳务款和预收工程款。2019年末,公司预收款项余额较2018年末减少54,981.2万元,降幅3.28%;根据新收入准则,2020年发行人将与提供劳务、销售商品相关的预收款项和与提供安装服务等相关的其他流动负债重分类至合同负债,故2020年末合同负债余额较调整后的2019年末合同负债余额1,843,655.9万元减少3,563.7万元,降幅0.19%;2021年末合同负债余额较2020年末增加551,567.3万元,增幅29.97%,主要是销售规模增长,预收款项增加。2022年6月末,公司的合同负债余额较年初增加41,499.9万元,增幅1.74%。

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。2019-2021年末及2022年6月末,公司的其他应付款净额分别为380,056.8万元、450,139.1万元、428,810.4万元和478,186.2万元,占总负债比重分别为1.95%、1.91%、1.69%和1.75%。2019年末公司的其他应付款较2018年末增加45,443.9万元,增幅13.58%;2020年末公司的其他应付款较2019年末增加70,082.3万元,增幅18.44%,主要是公司执行股份激励方案相关的应付款、应付保证金及押金增加;2021年末公司的其他应付款较2020年末减少21,328.7万元,降幅4.74%;2022年6月末公司的其他应付款较年初增加49,375.8万元,增幅11.51%,主要是发行人执行股份激励方案相关的应付款增加。

6、一年内到期的非流动负债

2019-2021年末及2022年6月末,公司一年内到期的非流动负债分别为146,011.7万元、631,018.1万元、2,894,754.0万元和2,753,245.4万元,占负债总额比重分别为0.75%、2.67%、11.44%和10.10%。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,降幅79.50%,主要是应付债券到期兑付及长期借款到期归还所致;2020年末公司的一年内到期的非流动负债较2019年末增加485,006.4万元,增幅达332.17%,主要是长期借款628,464.3万元转入所致;2021年末公司的一年内到期的非流动负债较2020年末增加2,263,735.9万元,增幅358.74%,主要是当年公司的长期借款2,808,703.7万元及租赁负债86,050.3万元转入所致。2022年6月末公司的一年内到期的非流动负债较年初减少141,508.6万元,降幅4.89%,主要是年初转入的长期借款到期归还所致。

7、其他流动负债

2019-2021年末及2022年6月末,公司的其他流动负债分别为3,907,477.7万元、4,985,223.9万元、4,822,795.3万元和5,866,485.7万元,占负债总额比重分别为20.09%、21.11%、19.05%和21.51%。公司的其他流动负债主要为预提销售返利、预提维修费、预提促销费等。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%;根据新收入准则,2020年发行人将与提供劳务、销售商品相关的预收款项和与提供安装服务等相关的其他流动负债重分类至合同负债,故2020年末公司其他流动负债较调整后的2019年末其他流动负债3,687,007.2万元增加1,298,216.7万元,增幅35.21%,主要是公司发行短期融资券增加了303,078.5万元和预提销售返利增加了501,763.8亿元;2021年末公司其他流动负债较2020年末减少162,428.6万元,降幅3.26%。2022年6月末公司其他流动负债较年初增加1,043,690.4万元,增幅21.64%,主要是公司发行短期融资券增加了401,561.0万元及预提销售返利增加了405,010.1万元。

8、长期借款

2019-2021年末及2022年6月末,公司的长期借款期末余额分别为4,129,837.7万元、4,282,728.7万元、1,973,402.0万元和2,664,637.4万元,占负债总额比重分别为21.24%、18.14%、7.80%和9.77%。2019年末公司长期借款较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年末公司长期借款较2019年末增加152,891.0万元,增幅3.70%,主要是公司随着业务领域强化,经营规模扩大,通过长期借款补充资金缺口;2021年末公司长期借款较2020年末减少2,309,326.7万元,降幅53.92%,主要是部分借款2,808,703.7万元将于一年内到期转入其他科目所致。2022年6月末长期借款较年初增加691,235.4万元,增幅35.03%,主要是为境外业务项目的持续发展,增加5亿欧元长期借款补充资金缺口。

9、长期应付职工薪酬

公司的长期应付职工薪酬主要是补充退休福利。2019-2021年末及2022年6月末,公司的长期应付职工薪酬期末余额分别为241,856.3万元、215,967.5万元、182,501.6万元和143,592.3万元,占负债总额比重分别为1.24%、0.91%、0.72%和0.53%。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年末公司长期应付职工薪酬较2019年末减少25,888.8万元,降幅

10.70%；2021年末公司长期应付职工薪酬较2020年末减少33,465.9万元，降幅15.50%；2022年6月末公司长期应付职工薪酬较年初减少38,909.3万元，降幅为21.32%，主要是退休福利支付所致。

10、递延所得税负债

2019-2021年末及2022年6月末，公司的递延所得税负债期末余额分别为455,600.2万元、522,395.4万元、495,024.5万元和449,699.2万元，占负债总额比重分别为2.34%、2.21%、1.96%和1.65%。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年末的递延所得税负债余额较2019年末增加66,795.2万元，增幅14.66%；2021年末的递延所得税负债余额较2020年末减少27,370.9万元，降幅5.24%。2022年6月末的递延所得税负债余额较年初减少45,325.3万元，降幅9.16%。

（三）所有者权益结构分析

2019-2021年末及2022年6月末，公司所有者权益构成情况见下表：

表6-37 所有者权益构成表

单位：万元、%

项目	2019年		2020年		2021年		2022年6月末	
	余额	占比	余额	占比	余额	占比	余额	占比
股本	697,190.0	6.49	702,997.6	5.66	698,656.4	5.18	699,732.9	4.98
资本公积	1,964,031.3	18.27	2,248,810.5	18.10	2,051,693.0	15.22	2,110,663.5	15.03
减：库存股	-375,973.2	-3.50	-609,434.7	-4.91	-1,404,455.0	-10.42	-1,464,508.8	-10.43
其他综合收益	-71,155.4	-0.66	-154,900.3	-1.25	-175,894.8	-1.30	-128,687.7	-0.92
一般风险准备	36,694.7	0.34	58,798.4	0.47	71,992.2	0.53	68,635.2	0.49
专项储备			1,273.0	0.01	1,554.2	0.01	1,643.4	0.01
盈余公积	644,765.8	6.00	796,636.2	6.41	944,990.1	7.01	944,990.1	6.73
未分配利润	7,271,363.1	67.64	8,707,445.3	70.09	10,298,276.3	76.38	10,734,060.4	76.45
归属于母公司股东权益合计	10,166,916.3	94.58	11,751,626.0	94.59	12,486,812.4	92.61	12,966,529.0	92.36
少数股东权益	582,693.4	5.42	672,084.0	5.41	995,695.2	7.39	1,073,318.0	7.64
所有者权益	10,749,609.7	100.00	12,423,710.0	100.00	13,482,507.6	100.00	14,039,847.0	100.00

2019-2021年末及2022年6月末所有者权益分别为10,749,609.7万元、12,423,710.0万元、13,482,507.6万元和14,039,847.0万元，近三年及最近一期保持增长趋势。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60%以上。

1、股本

2019-2021年末及2022年6月末，公司的股本余额分别为697,190.0万元、702,997.6万元、698,656.4万元和699,732.9万元，占所有者权益总额比重分别为6.49%、5.66%、5.18%和4.98%。2019年末公司的股本较2018年末增加30,886.9万元，增幅4.66%，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年末公司的股本较2019年末增加5807.6万元，增幅0.83%，主要是2020年度因股份支付激励方案增加股本6,380.1万股；2021年末公司的股本较2020年末减少4,341.2万元，降幅0.62%，主要是部分人民币普通股解禁及回购注销；2022年6月末公司的股本较年初增加1,076.5万元，增幅0.15%，主要是2022年上半年度因股份支付激励方案增加股本1,352.7万股。

2、资本公积

2019-2021年末及2022年6月末，公司的资本公积余额分别为1,964,031.3万元、2,248,810.5万元、2,051,693.0万元和2,110,663.5万元，占所有者权益总额比重分别为18.27%、18.10%、15.22%和15.03%。2019年末公司资本公积较2018年末增加118,900.6万元，增幅6.05%；2020年末公司资本公积较2019年末增加284,779.2万元，增幅14.50%，主要原因是：一是股票期权行权产生的股本溢价215,753.0万元，限制性股票解锁产生的股本溢价53,735.6万元，同时由于回购限制性股票注销减少股本溢价19,335.7万元；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102,223.6万元，同时因股份支付激励方案105,133.6万元转入股本溢价而减少，导致股份支付激励方案溢价合计247,242.9万元；2021年末公司资本公积较2020年末减少197,117.5万元，降幅8.77%，主要原因是股票期权行权及限制性股票解锁产生的股本溢价193,861.6万元，而回购注销限制性股票及社会公众股导致股本溢价减少了517,873.0万元。2022年6月末公司资本公积较年初增加58,970.5万元，增幅2.87%。

3、未分配利润

2019-2021年末及2022年6月末，公司的未分配利润余额分别为7,271,363.1万元、8,707,445.3万元、10,298,276.3万元和10,734,060.4万元，占所有者权益总额比重分别为67.64%、70.09%、76.38%和76.45%。2019年末公司未分配利润余额较2018年末增加1,395,131.6万元，增幅23.74%；2020年末公司未分配利润余额较2019年末增加1,436,082.2万元，增幅19.75%；2021年末公司未分配利润余额较

2020年末增加1,590,831.0万元，增幅18.27%；2022年6月末公司未分配利润余额较年初增加435,784.1万元，增幅4.23%；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6-38 偿债能力分析表

项目	2019 年末	2020 年末	2021 年末	2022 年 6 月末
资产负债率	64.40%	65.53%	65.25%	66.01%
流动比率	150.00%	131.23%	111.67%	118.37%
速动比率	127.52%	114.35%	91.07%	102.60%
EBIT 利息保障倍数（倍）	34.98	25.25	25.84	22.70

注：有关财务指标计算公式请见本募集说明书附录。

2019-2021年末及2022年6月末，公司资产负债率分别为64.40%、65.53%、65.25%和66.01%，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2022》中的家用电器制造业行业指标（下同），公司2019-2021年末及2022年6月末的资产负债率处于行业平均值（59.0%）与较低值（69.0%）之间，主要是公司经营规模稳健增长，业务领域强化拓展，项目融资负债相对增加，导致资产负债率增长，但增长幅度不大，表明公司在维持经营规模增长的同时，资产负债率仍处于行业较合理水平。

2019-2021年末及2022年6月末，公司流动比率分别为150.00%、131.23%、111.67%和118.37%，速动比率分别为127.52%、114.35%、91.07%和102.60%，近三年公司的速动比率处于行业平均值（81.0%）和优秀值（122.6%）之间。公司的流动比率和速动比率近三年呈下降趋势，主要是公司投资一年期以上的产品增加，非流动资产的比重有所增长，同时公司经营规模稳健增长，公司增加短期借款补充流动性资金，但速动比率仍处于行业的平均值以上，2022年6月末的速动比率接近行业良好值，表明公司的经营管理能力比较稳健，资产负债结构相对较好，短期偿债能力有保障。

2019-2021年末及2022年6月末，公司的利息保障倍数分别为34.98倍、25.25倍、25.84倍和26.85倍。近三年公司的EBIT利息保障倍数呈下降趋势，主要是公司经营规模稳健增长，业务领域强化拓展，负债相对增加，利息支出也相对增加。2022年6月末，公司的利息保障倍数较2021年末略增了3.91%，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 6-39 合并财务报表经营效率分析表

单位：次/年

项目	2019 年	2020 年末	2021 年末	2022 年 6 月末
应收账款周转率	14.62	13.65	14.33	13.47
存货周转率	6.38	6.70	6.87	6.79
流动资产周转率	1.39	1.24	1.39	1.39
固定资产周转率	12.62	12.95	15.13	15.77
总资产周转率	0.98	0.86	0.91	0.91

注：2022年6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。

2019-2021年及2022年1-6月，公司应收账款周转率分别为14.62次/年、13.65次/年、14.33次/年和13.47次/年。近年来，公司的应收账款周转率呈波动增长趋势，2019-2021年及2022年1-6月公司的应收账款周转率均优于行业良好值（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，应收账款管理能力较强。

2019-2021年及2022年1-6月，公司存货周转率分别为6.38次/年、6.70次/年、6.87次/年和6.79次/年。近三年，公司的存货周转率逐年增长，均优于行业良好值（5.3次/年），主要是“T+3”转型对公司的订单及库存管理有一定的成效，使公司经营规模稳健增长的同时维持良好的存货周转速度。近三年及最新一期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。

2019-2021年及2022年1-6月，公司流动资产周转率分别为1.39次/年、1.24次/年、1.39次/年和1.39次/年，总资产周转率分别为0.98次/年、0.86次/年、0.91次/年和0.91次/年，固定资产周转率分别为12.62次/年、12.95次/年、15.13次/年和15.77次/年。近三年及最新一期，流动资产周转率、总资产周转率较平稳，主要是公

司销售规模稳健增长，同时资产规模平稳增长；流动资产周转率接近行业平均值（1.4次/年），总资产周转率均处于行业平均值（0.7次/年）和良好值（1.1次/年）之间，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公司在经营规模不断扩大、销售收入稳步上升的情况下，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6-40 合并财务报表盈利能力分析表

单位：万元

项目	2019 年度	2020 年度	2021 年度	2022 年 1-6 月
营业总收入	27,938,050.6	28,570,972.9	34,336,082.5	18,366,339.9
其中：营业成本	19,791,392.8	21,283,959.2	26,452,599.9	14,042,416.8
投资收益	16,413.2	236,246.2	236,577.3	60,784.7
营业利润	2,968,309.2	3,149,345.7	3,328,119.5	1,872,409.6
利润总额	2,992,911.4	3,166,353.9	3,371,754.4	1,883,294.8
净利润	2,527,714.4	2,750,654.2	2,901,537.6	1,612,239.7
营业利润率	10.62%	11.02%	9.69%	10.19%
销售净利润率	9.05%	9.63%	8.45%	8.78%
净资产收益率	25.28%	23.74%	22.40%	23.43%
总资产净利润率	8.94%	8.31%	7.75%	8.05%

注：2022年1-6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

2019-2021年及2022年1-6月，公司营业总收入分别为27,938,050.6万元、28,570,972.9万元、34,336,082.5万元和18,366,339.9万元，近三年营业收入稳定增长。2019年公司营业总收入较2018年增加1,756,087.1万元，增幅6.71%，2020年公司营业总收入较2019年增加632,922.3万元，增幅2.27%，受年初新冠疫情影响，一季度公司的销售受到了一定的影响，但得益于公司的组织敏捷性和经营韧性，整体经营受住了考验，营业总收入仍维持一定的增长。2021年公司营业总收入较2020年增加5,765,109.6万元，增幅20.18%，主要是国内经济稳中向好，国内家电市场进一步复苏，产业结构升级、疫情后消费多元化、国家政策对绿色和智能产

业发展引导以及家电行业产品标准升级带来新的机会及增长点，发行人各业务板块的收入规模都有不同幅度增长。2022年1-6月公司营业总收入同比增加881,650.4万元，增幅5.04%，上半年疫情带动的消费需求逐渐消化后，疫情反复为经济发展带来阻力，国内家电出口和内销规模均出现下降，在国内经济坎坷前行下，发行人仍有小幅增长表明企业经营较稳健。

2019-2021年及2022年1-6月，公司营业成本分别为19,791,392.8万元、21,283,959.2万元、26,452,599.9万元和14,042,416.8万元，近三年及最新一期同比增长率分别为5.18%、7.54%、24.28%和5.24%。公司的营业成本变动幅度逐年增加，基本与营业收入增幅趋势一致，2019年营业成本的增幅略低于营业总收入的增幅，2020-2021年及2022年1-6月的营业成本增幅分别高于营业收入增幅5.27%、4.1%和0.2%，主要是受原材料价格上涨影响，但高出比例仍相对较低，显示出公司的成本控制能力较好。

（二）投资收益分析

2019-2021年及2022年1-6月，公司投资收益分别为16,413.2万元、236,246.2万元、236,577.3万元和60,784.7万元。公司的投资收益主要为理财产品的投资收益、对联营企业的投资收益等。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年投资收益较2019年增加219,833.0万元，增幅1339.37%，主要是交易性金融资产持有期间和处置取得的投资收益增加所致；2021年投资收益较2020年增加331.1万元，增幅0.14%。2022年1-6月投资收益同比减少47,304.9万元，降幅43.76%，主要是交易性金融资产持有期间取得投资收益减少所致。

（三）利润总额和净利润分析

2019-2021年及2022年1-6月，公司的利润总额分别为2,992,911.4万元、3,166,353.9万元、3,371,754.4万元和1,883,294.8万元；同比增长率分别为16.13%、5.80%、6.49%和6.86%。2019-2021年及2022年1-6月，公司的净利润分别为2,527,714.4万元、2,750,654.2万元、2,901,537.6万元和1,612,239.7万元，同比增长率分别为16.75%、8.82%、5.49%和5.95%。近三年及最新一期，公司的利润总额和净利润均呈逐年增长，2020年受新冠疫情等一系列黑天鹅事件影响后，利润总额和净利润的增幅较2019年减少了10.33%和7.93%，但2021年公司抵御了疫情反复、工业原材料价格上涨、制造业芯片短缺等不利影响，利润总额和净利润的增

幅仍能维持一定的增幅，显示了公司盈利能力和成本控制能力较强。

（四）盈利能力指标分析

2019-2021年及2022年1-6月，公司的营业利润率分别为10.62%、11.02%、9.69%和10.19%，销售净利润率分别为9.05%、9.63%、8.45%和8.78%。近三年及最新一期公司的营业利润率及销售净利润率呈波动增长趋势，2021年受工业原材料价格上涨、制造业芯片短缺等影响，营业成本及费用等增长较大，公司的盈利能力受到一定的压力，但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，2022年1-6月营业利润率及销售净利润率小幅提升，较2021年增加0.50%及0.33%。

2019-2021年及2022年1-6月，公司的总资产净利润率分别为8.94%、8.31%、7.75%和8.05%，净资产收益率分别为25.28%、23.74%、22.40%和23.43%，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，导致近三年公司总资产净利润率和净资产收益率有所下降，但2022年1-6月已小幅提高了0.3%和1.03%。总体上，近三年及最新一期，公司的净资产收益率均明显高于行业优秀值（8.4%），公司的资产运营效益领先。

整体而言，公司坚持“科技领先、用户直达、数智驱动、全球突破”的四大战略主轴，聚焦全面智能化和全面数字化，整合全球资源，通过全价值链的数据运营、平台化运作提升业务竞争力，加强ToB业务领域的相关产业布局，培育新的增长点与产业平台。公司盈利能力稳固提升，虽然疫情反复，芯片短缺、原材料价格上涨等因素对公司经营产生一定不利影响，但公司整体经营指标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

2019-2021年及2022年1-6月，公司的营业外收入分别为61,331.0万元、38,498.6万元、62,474.4万元和16,248.0万元。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；2020

年公司营业外收入较2019年减少22,832.4万元，降幅37.23%，主要是政府补助收入、索赔收入、罚款收入等减少；2021年公司营业外收入较2020年增加23,975.8万元，增幅62.28%，主要是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。2019-2021年及2022年1-6月，公司的资产处置收益分别是-13,113.1万元、-6,052.3万元、5,825.7万元及1,896.2万元；其他收益分别是119,466.5万元、142,409.0万元、130,750.4万元及64,452.5万元，其他收益主要为与收益相关的专项补助。

（二）“三费”分析

表6-41 “三费”分析表

单位：万元

项目	2019年	2020年	2021年	2022年1-6月
销售费用	3,461,123.1	2,752,227.6	2,864,734.4	1,469,837.3
管理费用	953,136.1	926,414.8	1,026,628.3	495,106.9
研发费用	963,813.7	1,011,866.7	1,201,490.7	586,503.3
财务收入	223,163.6	263,803.2	438,611.1	173,541.8
三费合计	5,154,909.3	4,426,705.9	4,654,242.3	2,377,905.7
营业收入	27,821,601.7	28,422,124.9	34,123,320.8	18,266,100.9
占营业收入的比重	18.53%	15.57%	13.64%	13.02%

公司2019-2021年及2022年1-6月的三费合计分别为5,154,909.3万元、4,426,705.90万元、4,654,242.3万元和2,377,905.7万元，占当期营业收入的比例分别为18.53%、15.57%、13.64%和13.02%，2019年同比增长9.19%，与营业收入的增幅趋势匹配；2020年同比下降14.13%，主要是公司深化渠道变革转型，持续提升渠道效率，重塑零售服务与ToB服务能力，实现用户直达，有效减少了销售费用；2021年同比增长5.14%，低于营业收入的增幅，主要是公司销售费用管理手段取得较好成效，得到有效控制。2022年1-6月同比增长1.25%，低于营业收入的增幅。

2019年公司的销售费用较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年公司的销售费用较2019年减少708,895.5万元，降幅20.48%，管理费用较2019年减少26,721.3万元，降幅2.80%，

研发费用较2019年增加48,053.0万元,增幅4.99%,主要是公司深化渠道变革转型,持续提升渠道效率,重塑零售服务与ToB服务能力,实现用户直达,有效减少了销售费用。2021年公司的销售费用较2020年增加112,506.8万元,增幅4.09%,管理费用较2020年增加100,213.5万元,增幅10.82%,研发费用较2020年增加189,624.0万元,增幅18.74%,主要是公司销售规模增长,同时公司坚持加大数字化和研发投入。2022年1-6月公司的销售费用同比减少154,278.1万元,降幅9.50%,公司的管理费用同比增加69,917.6万元,增幅16.44%,研发费用同比增加55,039.6万元,增幅10.36%,主要是公司前端市场坚定推动渠道变革,有效减少销售成本。

公司2019-2021年及2022年1-6月的财务收入分别为223,163.6万元、263,803.2万元、438,611.1万元和173,541.8万元。2019年财务收入较2018年增加40,859.6万元,增幅22.41%,主要原因是利息收入增加。2020年财务收入较2019年增加40,639.6万元,增幅18.21%,主要原因是利息收入增加。2021年财务收入较2020年增加174,807.9万元,增幅66.26%,主要原因是利息收入及汇兑收益增加。2022年1-6月财务收入同比减少58,630.8万元,降幅25.25%,主要是汇率波动较大,当期汇兑损益-7,101.9万元(同比汇兑损益61,684.9万元)。

七、合并财务报表现金流量分析

表6-42 合并财务报表现金流量分析表

单位:万元

项目	2018 年度	2019 年度	2020 年度	2021 年 1-6 月
经营活动现金流入	25,212,317.8	25,298,504.6	33,041,549.7	16,774,916.2
经营活动现金流出	21,353,277.4	22,342,792.9	29,532,379.3	14,635,445.2
经营活动产生的现金流量净额	3,859,040.4	2,955,711.7	3,509,170.4	2,139,471.0
投资活动现金流入	8,900,461.0	14,701,265.6	12,780,110.1	5,399,166.2
投资活动现金流出	11,211,231.1	18,232,331.9	11,420,151.5	6,055,451.4
投资活动产生的现金流量净额	-2,310,770.1	-3,531,066.3	1,359,958.6	-656,285.2
筹资活动现金流入	2,001,559.4	5,474,941.3	2,114,522.1	2,409,070.6
筹资活动现金流出	2,328,919.5	5,550,570.8	5,234,976.0	1,830,766.3
筹资活动产生的现金流量净额	-327,360.1	-75,629.5	-3,120,453.9	578,304.3
汇率变动对现金及现金等价物的影响	28,037.6	-38,341.1	-48,522.0	14,578.7
现金及现金等价物净增加额	1,248,947.8	-689,325.2	1,700,153.1	2,076,068.8

(一) 经营活动净现金流量

公司2019-2021年及2022年1-6月的经营活动净现金流量分别3,859,040.4万

元、2,955,711.7万元、3,509,170.4万元和2,139,471.0万元，公司2019-2021年及2022年1-6月的经营活动净现金流量大于零，其中2018-2019年均稳定增加，2020年受到新冠疫情影响，公司的经营活动净现金流量降幅较大，2021年及2022年1-6月同比已相对增长，表明公司的资金周转状况维持良好。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年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年公司的经营活动净现金流量同比减少903,328.7万元，降幅23.41%，主要是购买商品、接受劳务支付的现金增加；2021年公司的经营活动净现金流量同比增加553,458.7万元，增幅18.73%；2022年1-6月公司的经营活动净现金流量同比增加121,830.0万元，增幅6.04%，主要是公司的销售规模维持稳定增长。

（二）投资活动净现金流量

公司2019-2021年及2022年1-6月的投资活动净现金流量分别为-2,310,770.1万元、-3,531,066.3万元、1,359,958.6万元和-656,285.2万元。公司2019-2020年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。2019年公司投资性活动净现金流出量同比增长23.95%，2020年公司投资性活动净现金流量同比增加52.81%，主要是购买银行理财等投资支付的现金增加；2021年公司投资性活动净现金流量为正值，同比增长138.51%，主要是收回投资收到的现金后尚未进行投资支付，支付的现金减少。2022年1-6月公司的投资活动净现金流量为负值，主要是公司收回投资收到的现金减少所致。

（三）筹资活动净现金流量

公司2019-2021年及2022年1-6月的筹资活动净现金流量分别为-327,360.1万元、-75,629.5万元、-3,120,453.9万元和578,304.3万元。2019-2021年公司筹资活动净现金流量为负值，主要是公司每年除了归还融资相关现金外，还稳定进行分配股利、利润等。2019年主要是企业到期兑付了债券及部分长期借款；2020年筹资活动净现金流出同比下降76.9%，主要是企业偿还债务支付的现金和兑付短期融资券支付的现金相对借款取得的现金的差额有所减少；2021年筹资活动净现金流出同比增加4025.97%，主要是公司吸收投资收到的现金减少以及偿还债务支付

的现金增加。2022年1-6月公司筹资活动净现金流量为正值，同比增长134.92%，主要是公司偿还债务等支付的现金减少。2019-2021年及2022年1-6月，公司分配股利、利润或偿付利息支付的现金分别为1,105,576.9万元、1,282,263.6万元、1,289,412.5万元和1,253,795.3万元，占筹资活动现金流出比重分别为47.47%、23.10%、24.63%和68.48%。

（四）现金及现金等价物净增加额

公司2019-2021年及2022年1-6月现金及现金等价物的净增加额为1,248,947.8万元、-689,325.2万元、1,700,153.1万元和2,076,068.8万元。公司2020年现金及现金等价物的净增加额为负数，2019年、2021年及2022年1-6月为正数，公司2019年为了经营规模扩大，公司增加借款补充资金缺口；2020年受原材料价格上涨影响，购买商品、接受劳务的成本支出增加；2021年公司收回投资收到的现金后尚未进行投资支付，支付的现金减少。2022年1-6月公司的现金及现金等价物的净增加额同比增长了65.82%，主要是筹资活动产生的现金流量净流入增加。

八、有息债务情况

（一）期限结构及融资利率情况

截至2022年6月末，公司有息债务余额为6,400,017.8万元，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6-43 2022年6月末公司有息债务期限结构表

单位：万元

项目	2022年6月末	
	余额	占比
短期借款	1,065,868.2	16.65%
一年内到期的长期借款	2,669,512.2	41.71%
长期借款	2,664,637.4	41.63%
合计	6,400,017.8	100.00%

表6-44 2022年6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	1,065,868.2	0.41%-14.90%	1年内(含)
一年内到期的长期借款	2,669,512.2	-	1年内(含)

长期借款	2,664,637.4	0.33%-5.50%	5 年内
合计	6,400,017.8		

(二) 有息债务担保结构情况

截至2022年6月末，公司有息债务结构情况如下：

表6-45 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	243,683.4	22.86%	1,677,736.9	62.96%	84,322.1	3.16%	2,005,742.4	31.34%
保证借款	768,197.0	72.07%	986,772.3	37.03%	1,502.3	0.06%	1,756,471.6	27.44%
质押借款	53,987.8	5.07%	128.2	0.00%	643.4	0.02%	54,759.4	0.86%
抵押借款	0.0	0.00%	0.0	0.00%	2,583,044.4	96.76%	2,583,044.4	40.36%
合计	1,065,868.2	100.00%	2,664,637.4	100.00%	2,669,512.2	100.00%	6,400,017.8	100.00%

(三) 主要银行借款情况

截至2022年6月末，公司及下属子公司主要银行借款具体情况如下：

表6-46 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
Midea Electric Netherlands (I) B.V.	工行银团贷款	2,839,556.4	5	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	405,840.9	5	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	208,296.0	5	2021/4/23	2024/4/23	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	400,000.0	3	2021/1/28	2024/1/28	信用借款
合计		3,853,693.3				

(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0亿元。

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2022年6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2022年6月末，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2,169,178,713股，占公司总股本的31.00%。

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6-47 2022年6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	广东盈峰材料技术股份有限公司	受本公司最终控股股东直系亲属控制
2	会通新材料股份有限公司	受本公司最终控股股东直系亲属控制
3	广东睿住智能科技有限公司	受本公司最终控制人控制
4	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
5	广东顺德农村商业银行股份有限公司	本公司之联营企业

（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6-48 2022年1-6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	会通新材料股份有限公司	69,780.4	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	16,119.1	协议价格	采购商品
	小计	85,899.5		
销售	广东睿住智能科技有限公司	7,435.7	协议价格	出售商品
投资	广东顺德农村商业银行股份有限公司	15,938.6	协商定价	投资收益和利息收入
合计		109,273.8		

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。

公司向广东睿住智能科技有限公司销售若干家居科技产品，协议定价，结算方式为银行票据和转账等。

广东顺德农村商业银行股份有限公司向公司提供存款服务、信贷服务、结算服务及经中国银监会批准的该银行可从事的其他业务。

（三）关联方应收应付款项

表6-49 2022年6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
货币资金及其他 债权投资	广东顺德农村商业银行股份有限公司	1,118,559.2	621,863.8
应收款项合计		1,118,559.2	621,863.8
应付账款	会通新材料股份有限公司	11,983.8	15,000.2
	佛山市麦克罗美的滤芯设备制造有限公司	6,291.6	8,049.8
	广东威奇电工材料有限公司	0.0	18,630.9
	安徽威奇电工材料有限公司	0.0	9,610.6
	小计	18,275.4	51,291.5
应付票据	广东威奇电工材料有限公司	0.0	5,461.3
应付款项合计		18,275.4	56,752.8

注：由于股权关系变更，截至2022年6月末，广东威奇电工材料有限公司及安徽威奇电工材料有限公司已非发行人关联方。

（四）其他关联交易

1、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的多様化、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。

2、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。

3、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的多様化、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，该次增加认缴出资后，美的创投累计认缴出资额60,000万元。

4、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。

5、公司2021年4月28日召开的第三届董事会第三十二次会议审议通过了《关

于2021年度日常关联交易预计的议案》和《关于公司2021年度与顺德农商行相关关联交易的议案》，2021年，预计本公司及下属子公司拟与广东赢合、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397,100万元。2020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238,892万元。2021年公司在顺德农商行的最高存款余额不超过人民币100亿元；2021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；2021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金额不超过人民币20亿元；2021年公司供应商使用“美易单”在顺德农商行融资不超过2亿元人民币。

6、公司2022年4月28日召开的第四届董事会第七次会议审议通过了《关于2022年度日常关联交易预计的议案》，2022年，预计本公司及下属子公司拟与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217,100万元。2021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168,408.2万元。

十、或有事项

（一）担保

1、对外担保

截至2022年6月末，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2022年6月末，公司的对子公司担保余额折合人民币为5,557,938万元，对主要子公司的担保情况见下表：

表6-50 2022年6月末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	666,503
发行人	广州华凌制冷设备有限公司	12,231
发行人	佛山市美的开利制冷设备有限公司	276
发行人	芜湖美智空调设备有限公司	3,624
发行人	广东美的厨房电器制造有限公司	172,750

发行人	广东威特真空电子制造有限公司	28
发行人	芜湖美的厨房电器制造有限公司	100,000
发行人	江苏美的清洁电器股份有限公司	943
发行人	广东美的暖通设备有限公司	16,627
发行人	广东美的希克斯电子有限公司	13
发行人	重庆美的通用制冷有限公司	917
发行人	菱王电梯有限公司	6,561
发行人	广东美芝制冷设备有限公司	3,787
发行人	广东威灵电机制造有限公司	2,289
发行人	佛山市威灵洗涤电机制造有限公司	1,849
发行人	浙江美芝压缩机有限公司	60,200
发行人	安徽美芝制冷设备有限公司	766
发行人	安徽美芝精密制造有限公司	31
发行人	威灵（芜湖）电机制造有限公司	80
发行人	宁波美的联合物资供应有限公司	4,099
发行人	广东美的生活电器制造有限公司	263
发行人	佛山市顺德区美的电热电器制造有限公司	19,232
发行人	广东美的环境电器制造有限公司	1,170
发行人	芜湖美的生活电器制造有限公司	81,000
发行人	佛山市顺德区美的洗涤电器制造有限公司	24,476
发行人	佛山市顺德区美的饮水机制造有限公司	1,491
发行人	佛山市美的清湖净水设备有限公司	1,297
发行人	芜湖美的厨卫电器制造有限公司	452
发行人	无锡小天鹅电器有限公司	113,529
发行人	合肥美的洗衣机有限公司	1,244
发行人	合肥华凌股份有限公司	9,979
发行人	广州美的华凌冰箱有限公司	988
发行人	广东美的智能家居科技有限公司	413
发行人	库卡工业自动化（昆山）有限公司	188
发行人	库卡柔性系统（上海）有限公司	5,667
发行人	库卡机器人制造（上海）有限公司	2,270
发行人	库卡机器人（广东）有限公司	6,114
发行人	库卡机器人（上海）有限公司	3,279
发行人	广东瑞仕格科技有限公司	55
发行人	上海瑞仕格科技有限公司	4,814
发行人	美的国际控股有限公司	986,772

发行人	美的投资发展有限公司	302,013
发行人	美的国际贸易有限公司	423
发行人	美的电器（新加坡）贸易有限公司	36,720
发行人	Midea America Corp.	6,435
发行人	Toshiba Lifestyle Products & Services Corporation	825
发行人	Midea Electric Netherlands (I) B.V.	2,885,640
发行人	Clivet S.p.A.	7,615
合计		5,557,938

3、子公司对子公司担保

截至2022年6月末，公司的子公司对子公司担保余额折合人民币为147,375万元，对主要子公司的担保情况见下表：

表6-51 2022年6月末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
发行人的子公司	广东美的电气有限公司	117,741
发行人的子公司	芜湖安得智联科技有限公司	29,634
合计		147,375

（二）重大未决诉讼及仲裁事项

截至2022年6月末，本公司拥有51%股权的巴西子公司所涉及的税务纠纷案件金额合计约6.16亿巴西雷亚尔（约人民币7.89亿元）（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2022年6月末，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2.01亿元）。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2022年6月末，公司没有重大的承诺事项。

十一、资产限制用途情况

截至2022年6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6-52 2022年6月末受限资产情况

单位:万元

项目	2022年6月末余额	2021年12月末余额
货币资金	1,511,440.7	3,063,112.7
合计	1,511,440.7	3,063,112.7

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%的股权为公司的子公司3,684,357,000欧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2022年6月末,公司衍生产品名称明细如下:

表6-53 2022年6月末衍生品投资明细表

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 占报告期末净 资产比例	盈亏情况
期货合约	套期保值	期货公司	7,179.0	-36,508.1	-0.28%	-23,810.8
外汇衍生工具	套期保值	银行	90,287.5	-11,828.4	-0.09%	-89,470.9
合计			97,466.5	-48,336.5	0.39%	-113,281.7

(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、理财产品。

十三、境外投资情况

表6-55 2022年6月末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	2022年6月末所有者权益	2022年6月末营业收入	2022年6月末净利润	基本情况
库卡集团	94.55%	自动化业务	1,042,270.2	1,231,235.6	22,468.1	本集团于2017年1月6日收购 KUKA Aktiengesellschaft, 经营范围: 开发、设计、制造、销售和维修工业机器人和基于机器人的产品, 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

无。

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。

该次收购前, MECCA 持有库卡集团 13.51% 股权, 通过该次要约收购, 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 37,605,732 股股份质押给了中国工商银行法兰克福分行, 作为该次收购融资的担保。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，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。该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Clivet 80%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架构及长、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2022年6月末，公司累计发布了八期全球合伙人持股计划和五期事业合伙人持股计划；2015年至2021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，该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。美的集团因该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，公司因该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，该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，委托期限为自该次收购的交割日起15个月。2020年4月30日，该次收购涉及的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。该次收购不构成关联交易和重大资产重组。

该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。

8、收购菱王电梯

2020年12月，发行人收购菱王电梯有限公司70%股份，达成战略合作，正式进军电梯业务，升级为楼宇设备提供商，力争成为楼宇行业的新势力，并打造面向未来的智慧楼宇解决方案。

9、收购万东医疗

2021年2月2日，发行人与江苏鱼跃科技发展有限公司及吴光明共同签署《股份转让协议（一）》，约定发行人受让江苏鱼跃科技发展有限公司及吴光明合计持有的万东医疗130,294,312股无限售流通股股份，占万东医疗总股本的24.09%，转让总价为1,902,296,955元，交易价格约合14.6元/股。同日，发行人与俞熔签署《股份转让协议（二）》，约定发行人受让俞熔持有的万东医疗27,040,810股无限售流通股股份，占万东医疗总股本的5%，转让总价为394,795,826元，交易价格约合14.6元/股。该次股份转让过户于5月6日完成；完成后，发行人持有万东医疗157,335,122股股份，占万东医疗总股本的29.09%，并成为万东医疗控股股东。该次发行人收购万东医疗，正式进入医疗器械行业。

10、收购KUKA Aktiengesellschaft股权并私有化

2021年11月24日，发行人拟通过全资子公司全面收购公司控股的德国法兰克福交易所上市公司KUKA Aktiengesellschaft（以下简称“KUKA”）的股权并私有化。2022年3月26日，按德国当地相关法律法规的要求，对该次收购进行评估。经评估，该次收购价格为80.77欧元/股，合计收购总价款15,052.25万欧元。KUKA拟于2022年5月17日召开年度股东大会审议该次收购相关事项。该次收购完成后，KUKA将成为发行人全资控制的境外子公司，并从法兰克福交易所退市。该次收购有利于KUKA专注业务经营并提升发行人在机器人与自动化相关业务领域的内部资源协同和共享。

11、收购科陆电子

2022年5月23日，发行人与科陆电子共同签署《股份认购协议》，拟认购科陆电子非公开发行的不超过422,504,744股新股，占协议签署日科陆电子总股本的30%，本次科陆电子股票的非公开发行价格为3.28元/股，预计认购金额约为13.86亿元，认购金额将全部以现金方式支付（最终认购数量以中国证监会核准文件的要求为准）。同日，发行人与深圳市资本运营集团有限公司共同签署《股份转让

协议》，深圳市资本运营集团有限公司拟将其持有的科陆电子126,047,248股股份（占协议签署日科陆电子总股本的8.95%）协议转让给发行人持有。每股转让价格为6.64元，转让总价款约为83,695.37万元。同时，发行人与深圳资本集团有限公司签署《表决权委托协议》，深圳资本集团拟将其持有的合计126,047,248股科陆电子股份（约占协议签署日科陆电子股份的8.95%）对应的表决权委托给发行人行使。本次收购完成后，公司预计将持有科陆电子548,551,992股股票，约占科陆电子非公开发行后总股本的29.96%。

第七章 资信状况

一、信用评级情况

(一) 近三年主体评级情况

表7-1 公司近三年历史评级情况表

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
美的集团股份有限公司	联合资信评估有限公司	2020年7月3日	美的集团股份有限公司2020年跟踪评级报告	AAA	稳定
美的集团股份有限公司	标普信用评级(中国)有限公司	2022年4月6日	主体评级报告:美的集团股份有限公司	AAAspc	稳定
美的集团股份有限公司	标普信用评级(中国)有限公司	2022年7月29日	主体跟踪评级报告:美的集团股份有限公司	AAAspc	稳定

(二) 主体评级情况

根据标普信用评级(中国)有限公司(以下简称“标普信用”)2022年7月29日出具的《主体跟踪评级报告:美的集团股份有限公司》,发行人主体信用等级为AAAspc,评级展望为稳定。发行人主体信用等级为AAAspc,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) 标普信评认为,美的集团“极佳”的业务状况反映了公司在中国家电市场优秀的品牌认可度、出色的供应链整合能力、强大的销售渠道,尤其是公司丰富多元的产品和品牌布局以及很强的经营效率和成本控制能力,使公司的竞争优势显著超越大部分同业。得益于上述优势,美的集团在中国家电市场长期保持领先的市场份额。此外,公司具备全球化的业务布局,能够缓解中国市场需求波动对销售的影响。但海外业务模式仍以OEM为主,自主品牌占比仍有一定提升空间。标普信评预计,上游原材料价格高位波动将令公司的利润率水平承压,通过产品提价、成本控制等举措,公司能够部分缓解成本上涨的压力。

标普信评认为,对核心零部件生产和研发的深度整合使得公司具备引领产品

更新换代的能力，有利于长期维持领先的产品竞争力，另一方面也增强了核心零部件供应链的稳定性。通过向上游整合家电核心零部件的生产和研发，公司建立了二线竞争对手很难超越的供应链壁垒。美的集团具备自主生产、研发空调核心零部件压缩机的实力。2021年，公司生产的家用空调压缩机在全球市场的占有率超过40%，稳居全球第一。空调压缩机具备一定技术门槛，对规模化生产的要求高，在现有的市场格局下，二线竞争者较难向上游整合，挑战公司的占有率。

标普信评认为，美的集团通过建立扁平高效的渠道体系能够对终端需求进行快速反应，保障品牌战略和营销策略的有效执行。通过渠道变革，美的集团提升了对线下渠道的直营能力，目前超过90%的线下专卖体系零售商可向公司直接下单采购，提升了渠道的运行效率。疫情期间，美的集团能够快速将线下销售转移到线上，实现收入和市场份额的平稳提升。2021年，美的集团家用空调和洗衣机的线上市场份额为34.6%和33.7%，分别较2019年提升4.6个百分点和2.5个百分点。同期，美的集团电商销售占比继续保持在45%以上，在主流电商平台的家电销量保持行业领先。

(2) 标普信评认为，美的集团“很低”的财务风险反映了公司审慎的财务政策、强健的经营性现金流、充裕的在手货币资金、很低的杠杆水平。尽管行业下行压力或将导致公司收入增速较2021年放缓，但公司的经营性现金流及在手货币资金储备仍能够充分满足未来1-2年的各项资本开支及收并购投入，以经调整总债务/EBITDA衡量的杠杆水平将维持很低。

二、银行授信情况

截至2022年6月末，发行人及下属子公司共获得主要银行授信额度1,668.10亿元，其中已使用授信额度为863.46亿元，未使用授信额度为804.64亿元，具体情况如下表：

表7-2 公司银行授用信情况表

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	48.44	11.97	36.47
工商银行	181.79	65.05	48.67
农业银行	143.55	2.25	141.30
建设银行	152.81	58.61	94.20

授信银行	授信总额	已用额度	未使用授信余额
其它	1,141.51	725.58	484.00
合计	1,668.10	863.46	804.64

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	2008/2/25	18	AAA	1 年	已兑付
短期融资券	08 美的 CP02	2008/4/21	10	AAA	1 年	已兑付
短期融资券	09 美的 CP01	2009/10/14	10	AAA	1 年	已兑付
短期融资券	09 美的 CP02	2009/11/4	10	AAA	1 年	已兑付
中期票据	10 美的 MTN1	2010/3/15	15	AAA	3 年	已兑付
中期票据	10 美的 MTN2	2010/4/21	5	AAA	3 年	已兑付
中期票据	10 美的 MTN3	2010/11/26	15	AAA	3 年	已兑付
中期票据	11 美的 MTN1	2011/1/21	10	AAA	3 年	已兑付
短期融资券	11 美的 CP01	2011/3/30	20	AAA	1 年	已兑付
短期融资券	11 美的 CP002	2011/12/5	15	AAA	1 年	已兑付
短期融资券	12 美的 CP001	2012/4/11	10	AAA	1 年	已兑付
超短期融资债券	16 美的 SCP001	2016/6/16	20	AAA	90 天	已兑付
超短期融资债券	20 美的 SCP001	2020/4/16	20	AAA	180 天	已兑付
超短期融资债券	20 美的 SCP002	2020/4/28	30	AAA	90 天	已兑付
超短期融资债券	20 美的 SCP003	2020/5/14	30	AAA	240 天	已兑付
超短期融资债券	20 美的 SCP004	2020/5/21	20	AAA	210 天	已兑付
超短期融资债券	20 美的 SCP005	2020/8/28	60	AAA	33 天	已兑付
超短期融资债券	20 美的 SCP006	2020/9/28	60	AAA	32 天	已兑付
超短期融资债券	20 美的 SCP007	2020/10/28	60	AAA	30 天	已兑付
超短期融资债券	20 美的 SCP008	2020/11/27	60	AAA	33 天	已兑付
超短期融资债券	21 美的 SCP001 (高成长债)	2021/3/30	30	AAA	178 天	已兑付
高级无抵押绿色债券	MIDEA 2.88 02/24/27	2022/2/24	4.5 亿美元	AAA	5 年	未兑付
超短期融资债券	22 美的 SCP001	2022/4/29	40	AAA	180 天	已兑付

合计			568			
----	--	--	-----	--	--	--

发行人及其下属子公司已经到期的债务融资工具均已按期兑付,尚在存续期的债务融资工具情况正常。

截至本募集说明书签署之日,发行人信用评级情况、银行授信情况未发生重大变化,未发生债务违约记录,未发生影响发行人投资决策的重大信息。

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信用增进。

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。本部分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，本部分中所提及的税务事项将按变更后的法律法规执行。

一、增值税

根据 2016 年 5 月 1 日生效的《关于全面推开营业税改征增值税试点的通知》（财税〔2016〕36 号）及其附件规定，债务融资工具利息收入及买卖价差收入需缴纳增值税。

二、所得税

根据 2008 年 1 月 1 日起实施并于 2017 年 2 月 24 日及 2018 年 12 月 29 日修订的《中华人民共和国企业所得税》、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投资债务融资工具的利息所得应缴纳企业所得税。企业应将当期应收取的债务融资工具利息计入当期收入，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 日实施的《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、分割等所书立的产权转移书据，均应缴纳印花税。对债务融资工具在银行间市场进行的交易，我国目前还没有具体规定。公司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。

四、税项抵销

本期债务融资工具投资者所应缴纳的税项与债务融资工具的各项支付不构

成抵销。监管机关及自律组织另有规定的按规定执行。

五、声明

上述所列税项不构成对投资者的纳税建议和投资者纳税依据，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，公司不承担由此产生的任何责任。

第十章 信息披露安排

一、发行人信息披露机制

（一）信息披露内部管理制度

发行人已根据中国人民银行《银行间债券市场非金融企业债务融资工具管理办法》、中国银行间市场交易商协会《银行间债券市场非金融企业债务融资工具信息披露规则》及《美的集团股份有限公司章程》等法律法规要求，制定了《美的集团股份有限公司信息披露事务管理制度》，明确了债务融资工具相关信息披露管理机制，确定了信息披露的总体原则、职责分工、披露内容和标准和管理要求。

（二）信息披露管理机制

发行人信息披露工作由董事会统一领导和管理，公司全球资金总监为信息披露事务负责人，负责组织和协调债务融资工具信息披露相关工作，接受投资者问询，维护投资者关系。公司董事会秘书负责组织和协调公司信息披露事务，办理公司信息对外公布等相关事宜。公司董事会办公室负责起草公司信息披露方面的管理制度；组织起草、编制公司定期报告和临时报告；公司有关信息的收集、初审和披露申请及发布；关注报刊、网站等公共媒体关于公司的报道以及公司股票的交易情况，及时相关方面了解真实情况，并提出信息披露建议；在公司已公开披露的信息范围内，负责解答投资者咨询；保持与债券监管部门的日常联系，并按要求提交相关文件。公司各职能部门以及各子公司、分公司应当积极配合公司董事会办公室做好公司信息披露工作，其负责人应当督促本部门或本公司严格执行信息披露事务管理和报告制度。

发行人信息披露制度负责人相关信息如下：

信息披露事务负责人：储旭（职务：全球资金总监）

联系地址：广东省佛山市顺德区北滘镇美的大道 6 号美的集团总部

电话与传真：0757-26605177

电子信箱：chuxu@midea.com

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》、《银行间债券市场非金融企业债务融资工具存续期信息披露表格体系》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，上述信息的披露时间不晚于企业在证券交易所、指定媒体或其他场合公开披露的时间。

(一) 债务融资工具发行前的信息披露

公司在本期债务融资工具发行日 1 个工作日前，通过交易商协会认可的信息披露渠道披露如下文件：

- 1、美的集团股份有限公司 2023-2025 年度债务融资工具募集说明书；
- 2、美的集团股份有限公司公司主体信用评级报告；
- 3、美的集团股份有限公司 2023-2025 年度债务融资工具法律意见书；
- 4、美的集团股份有限公司 2019-2021 年度经审计的财务报告及 2022 年半年度未经审计的财务报表；
- 5、中国银行间市场交易商协会要求披露的其他文件。

(二) 债务融资工具存续期内重大事项的信息披露

在本期债务融资工具存续期间，公司发生可能影响其偿债能力的重大事项时，将及时向市场披露。重大事项包括但不限于：

- 1、企业名称变更；
- 2、企业生产经营状况发生重大变化，包括全部或主要业务陷入停顿、生产经营外部条件发生重大变化等；
- 3、企业变更财务报告审计机构、债务融资工具受托管理人、信用评级机构；
- 4、企业 1/3 以上董事、2/3 以上监事、董事长、总经理或具有同等职责的人员发生变动；
- 5、企业法定代表人、董事长、总经理或具有同等职责的人员无法履行职责；
- 6、企业控股股东或者实际控制人变更，或股权结构发生重大变化；
- 7、企业提供重大资产抵押、质押，或者对外提供担保超过上年末净资产的 20%；
- 8、企业发生可能影响其偿债能力的资产出售、转让、报废、无偿划转以及

重大投资行为、重大资产重组；

9、企业发生超过上年末净资产 10%的重大损失，或者放弃债权或者财产超过上年末净资产的 10%；

10、企业股权、经营权涉及被委托管理；

11、企业丧失对重要子公司的实际控制权；

12、债务融资工具信用增进安排发生变更；

13、企业转移债务融资工具清偿义务；

14、企业一次承担他人债务超过上年末净资产 10%，或者新增借款超过上年末净资产的 20%；

15、企业未能清偿到期债务或企业进行债务重组；

16、企业涉嫌违法违规被有权机关调查，受到刑事处罚、重大行政处罚或行政监管措施、市场自律组织做出的债券业务相关的处分，或者存在严重失信行为；

17、企业法定代表人、控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员涉嫌违法违规被有权机关调查、采取强制措施，或者存在严重失信行为；

18、企业涉及重大诉讼、仲裁事项；

19、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；

20、企业拟分配股利，或发生减资、合并、分立、解散及申请破产的情形；

21、企业涉及需要说明的市场传闻；

22、债务融资工具信用评级发生变化；

23、企业订立其他可能对其资产、负债、权益和经营成果产生重要影响的重
大合同；

24、发行文件中约定或企业承诺的其他应当披露事项；

25、其他可能影响其偿债能力或投资者权益的事项。

发行人在出现以下情形之日后 2 个工作日内，将履行重大事项的信息披露义务，且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公开披露的时间，并说明事项的起因、目前的状态和可能产生的影响：

(1) 董事会、监事会或者其他有权决策机构就该重大事项形成决议时；

(2) 有关各方就该重大事项签署意向书或者协议时；

(3) 董事、监事、高级管理人员或者具有同等职责的人员知道该重大事项发生并有义务进行报告时；

(4) 收到相关主管部门关于重大事项的决定或通知时；

(5) 完成工商登记变更时。

重大事项已经出现泄露或市场传闻的，发行人将在出现该情形之日后 2 个工作日内履行重大事项的信息披露义务。

已披露的重大事项出现重大进展或变化的，发行人将在进展或变化发生之日后 2 个工作日内披露进展或者变化情况及可能产生的影响。

(三) 债务融资工具存续期内定期信息披露

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》及配套文件的相关规定，在每期债务融资工具存续期间，通过中国货币网和上海清算所网站定期披露以下信息：

1、企业应当在每个会计年度结束之日后 4 个月内披露上一年年度报告。年度报告应当包含报告期内企业主要情况、审计机构出具的审计报告、经审计的财务报表、附注以及其他必要信息；

2、企业应当在每个会计年度的上半年结束之日后 2 个月内披露半年度报告；

3、企业应当在每个会计年度前 3 个月、9 个月结束后的 1 个月内披露季度财务报表，第一季度财务报表的披露时间不得早于上一年年度报告的披露时间；

定期报告的财务报表部分应当至少包含资产负债表、利润表和现金流量表。编制合并财务报表的企业，除提供合并财务报表外，还应当披露母公司财务报表。

债务融资工具存续期内，企业信息披露的时间应当不晚于企业按照境内外监管机构、市场自律组织、证券交易场所要求，或者将有关信息刊登在其他指定信息披露渠道、媒体上的时间。

债务融资工具同时在境内境外公开发行、交易的，其信息披露义务人在境外披露的信息，应当在境内同时披露。

(四) 本息兑付事项信息披露

公司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信息披露渠道公布本金兑付和付息事项。

对于债务融资工具偿付存在较大不确定性的，发行人将及时披露付息或兑付存在较大不确定性的风险提示公告；

对于债务融资工具未按照约定按期足额支付利息或兑付本金的，发行人将在当日披露未按期足额付息或兑付的公告；存续期管理机构将在不晚于次 1 个工作

日披露未按期足额付息或兑付的公告；

债务融资工具违约处置期间，发行人及存续期管理机构将披露违约处置进展，发行人披露处置方案主要内容。发行人在处置期间支付利息或兑付本金的，将在 1 个工作日内进行披露。

第十一章 持有人会议机制

一、持有人会议的目的与效力

(一)【会议目的】债务融资工具持有人会议由本期债务融资工具持有人或其授权代表参加，以维护债务融资工具持有人的共同利益，表达债务融资工具持有人的集体意志为目的。

(二)【决议效力】除法律法规另有规定外，持有人会议所审议通过的决议对本期债务融资工具持有人，包括所有出席会议、未出席会议、反对议案或者放弃投票权、无表决权的持有人，以及在相关决议通过后受让债务融资工具的持有人，具有同等效力和约束力。

二、持有人会议的召开情形

(一)【召集人及职责】中国工商银行股份有限公司为本期债务融资工具持有人会议的召集人。

(二)【召开情形】在债务融资工具存续期间，出现以下情形之一的，召集人应当召集持有人会议：

1、发行人发行的债务融资工具或其他境内外债券的本金或利息未能按照约定按期（债务融资工具或其他债券条款设置了宽限期的，以宽限期届满后未足额兑付为召开条件）足额兑付；

2、发行人拟转移债务融资工具清偿义务；

3、发行人拟变更债务融资工具信用增进安排，或信用增进安排、提供信用增进服务的机构偿付能力发生重大不利变化；

4、发行人拟减资（因实施股权激励计划、实施业绩承诺补偿等回购注销股份导致减资的，且在债务融资工具存续期内累计减资比例低于发行时注册资本【699,705.3441 万元】的 5%的除外）、合并、分立、解散，申请破产、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；

5、发行人因拟进行的资产出售、转让、无偿划转、债务减免、会计差错更正、会计政策（因法律、行政法规或国家统一的会计制度等要求变更的除外）或会计估计变更等原因可能导致发行人净资产减少单次超过最近一期经审计净资产

产的 10%或者 24 个月内累计超过净资产（以首次导致净资产减少行为发生时对应的最近一期经审计净资产为准）的 10%，或者虽未达到上述指标，但对发行人营业收入、净利润、现金流、持续稳健经营等方面产生重大不利影响；

6、发行人发生可能导致其丧失对重要子公司实际控制权的情形；

7、发行人拟进行重大资产重组；

8、拟解聘、变更受托管理人或变更涉及持有人权利义务的受托管理协议条款；

9、单独或合计持有 30%以上同期债务融资工具余额的持有人书面提议召开；

10、法律、法规及相关自律规则规定的其他应由持有人会议做出决议的情形。

（三）【强制召集】召集人在知悉上述持有人会议召开情形后，应在实际可行的最短期内召集持有人会议，拟定会议议案。

发行人或者提供信用增进服务的机构（如有）发生上述情形的，应当告知召集人，发行人披露相关事项公告视为已完成书面告知程序。持有人会议的召集不以发行人或者提供信用增进服务的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 30%以上同期债务融资工具余额的持有人、发行人、提供信用增进服务的机构均可以自行召集持有人会议，履行召集人的职责。

（四）【主动和提议召集】在债务融资工具存续期间，发行人或提供信用增进服务的机构出现《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（上述约定须持有人会议召开情形除外），召集人可以主动召集持有人会议，也可以根据单独或合计持有 10%以上同期债务融资工具余额的持有人、发行人或提供信用增进服务的机构向召集人发出的书面提议召集持有人会议。

召集人收到书面提议的，应自收到提议之日起 5 个工作日内向提议人书面回复是否同意召集持有人会议。

三、持有人会议的召集

（一）【召集公告披露】召集人应当至少于持有人会议召开日前 10 个工作日在交易商协会认可的渠道披露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、本期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、会议议事程序：包括持有人会议的召集方式、表决方式、表决截止日和其他相关事宜；
- 6、债权登记日：应为持有人会议召开日前一工作日；
- 7、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；**
- 8、参会证明要求：参会人员应出具参会回执、授权委托书、身份证明及债权登记日债券账务资料，在授权范围内参加持有人会议并履行受托义务。

(二) 【初始议案发送】召集人应与发行人、持有人、提供信用增进服务的机构、受托管理人等相关方沟通，并拟定持有人会议议案。

召集人应当至少于持有人会议召开日前 7 个工作日将议案发送至持有人。

议案内容与发行人、提供信用增进服务的机构、受托管理人等机构有关的，议案应同时发送至相关机构。

持有人及相关机构如未收到议案，可向召集人获取。

(三) 【补充议案】发行人、提供信用增进服务的机构、受托管理人、单独或合计持有 10% 以上同期债务融资工具余额的持有人可以于会议召开日前 5 个工作日以书面形式向召集人提出补充议案。

召集人可对议案进行增补，或在不影响提案人真实意思表示的前提下对议案进行整理，形成最终议案，并提交持有人会议审议。

(四) 【最终议案发送及披露】召集人应当在不晚于会议召开前 3 个工作日将最终议案发送至持有人及相关机构，并披露最终议案概要。

最终议案概要包括议案标题、议案主要内容、议案执行程序及答复时限要求。

(五) 【议案内容】持有人会议议案应有明确的决议事项，遵守法律法规和银行间市场自律规则，尊重社会公德，不得扰乱社会经济秩序、损害社会公共利益及他人合法权益。

(六)【召集程序的缩短】若发行人披露债务融资工具本息兑付的特别风险提示公告、出现公司信用类债券违约以及其他严重影响持有人权益的突发情形,召集人可在有利于持有人权益保护的情形下,合理缩短持有人会议召集程序。

符合上述缩短召集程序情形的,召集人应在持有人会议召开前披露持有人会议召开公告,并将议案发送至持有人及相关机构,同时披露议案概要。

若发行人未发生上述情形,但召集人拟缩短持有人会议召集程序的,需向该次持有人会议提请审议缩短召集程序的议案,与该次持有人会议的其他议案一同表决,经持有本期债务融资工具表决权超过总表决权数额【90】%的持有人同意后方可生效。

四、持有人会议参会机构

(一)【债权确认】债务融资工具持有人应当向登记托管机构查询本人债权登记日的债券账务信息,并于会议召开前提供相应债券账务资料以证明参会资格。

召集人应当对债务融资工具持有人或其授权代表的参会资格进行确认,并登记其名称以及持有份额。

(二)【参会资格】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债务融资工具持有人有权出席持有人会议。

(三)【其他参会机构】发行人、债务融资工具清偿义务承继方、提供信用增进服务的机构等相关方应当配合召集人召集持有人会议,并按照召集人的要求列席持有人会议。

受托管理人应当列席持有人会议,及时了解持有人会议召开情况。

信用评级机构可应召集人邀请列席会议。

经召集人邀请,其他有必要的机构也可列席会议。

(四)【律师见证】持有人会议应当至少有 2 名律师进行见证。

见证律师对会议的召集、召开、表决程序、出席会议人员资格、表决权有效性、议案类型、会议有效性、决议生效情况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。

五、持有人会议的表决和决议

(一) 【表决权】债务融资工具持有人及其授权代表行使表决权，所持每一债务融资工具最低面额为一表决权。未出席会议的持有人不参与表决，其所持有的表决权数额计入总表决权数额。

(二) 【关联方回避】发行人及其重要关联方持有债务融资工具的，应主动向召集人表明关联关系，并不得参与表决，其所持有的表决权数额不计入总表决权数额。利用、隐瞒关联关系侵害其他人合法利益的，承担相应法律责任。重要关联方包括但不限于：

- 1、发行人控股股东、实际控制人；
- 2、发行人合并范围内子公司；
- 3、债务融资工具清偿义务承继方；
- 4、为债务融资工具提供信用增进服务的机构；
- 5、其他可能影响表决公正性的关联方。

(三) 【特别议案】下列事项为特别议案：

- 1、变更债务融资工具发行文件中与本息偿付相关的发行条款，包括本金或利息金额、计算方式、支付时间、信用增进协议及安排；
- 2、新增或变更发行文件中的选择权条款、投资人保护机制或投资人保护条款；
- 3、解聘、变更受托管理人或变更涉及持有人权利义务的受托管理协议条款；
- 4、同意第三方承担债务融资工具清偿义务；
- 5、授权受托管理人以外的第三方代表全体持有人行使相关权利；
- 6、其他变更发行文件中可能会严重影响持有人收取债务融资工具本息的约定。

(四) 【参会比例】除法律法规或发行文件另有规定外，出席持有人会议的债务融资工具持有人所持有的表决权数额应超过本期债务融资工具总表决权数额的【50】%，会议方可生效。出席持有人会议的债务融资工具持有人未达会议生效标准的，召集人应当继续履行会议召集召开与后续信息披露义务。

(五) 【审议程序】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和议案中未列明的事项进行决议。持有人会议的全部议案

应当在会议召开首日后的 3 个工作日内表决结束。

(六)【表决统计】召集人应当向登记托管机构查询表决截止日持有人名册，并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债务融资工具面额的表决票视为无效票，无效票不计入总表决权的统计中。

持有人未做表决、投票不规范或投弃权票的，视为该持有人放弃投票权，其所持有的债务融资工具面额计入关于总表决权的统计中。

(七)【表决比例】除法律法规或发行文件另有规定外，持有人会议决议应当由持有本期债务融资工具表决权超过总表决权数额【50】%的持有人同意后方可生效；针对特别议案的决议，应当由持有本期债务融资工具表决权超过总表决权数额【90】%的持有人同意后方可生效。

(八)【会议记录】持有人会议应有书面会议记录作为备查文件。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。

(九)【决议披露】召集人应当在持有人会议表决截止日后的 2 个工作日内将会议决议公告在交易商协会认可的渠道披露。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、各项议案的概要、表决结果及生效情况。

(十)【决议答复与披露】发行人应对持有人会议决议进行答复，决议涉及提供信用增进服务的机构、受托管理人或其他相关机构的，上述机构应进行答复。

召集人应在会议表决截止日后的 2 个工作日内将会议决议提交至发行人及相关机构，并及时就有关决议内容与相关机构进行沟通。

相关机构应当自收到会议决议之日后的 5 个工作日内对持有人会议决议情况进行答复。

召集人应于收到相关机构答复的次一工作日内在交易商协会认可的渠道披露。

六、其他

(一) **【释义】** 本节所称以上、以下，包括本数。

(二) **【保密义务】** 召集人、参会机构对涉及单个债务融资工具持有人的持券情况、投票结果等信息承担保密义务。

(三) **【承继方、增进机构及受托人义务】** 本期债务融资工具发行完毕进入存续期后，债务融资工具清偿义务承继方应按照本节中对发行人的要求履行相应义务；新增或变更后的提供信用增进服务的机构以及受托管理人应按照本节中对提供信用增进服务的机构以及受托管理人的要求履行相应义务。

(四) **【兜底条款】** 本节关于持有人会议的约定与《银行间债券市场非金融企业债务融资工具持有人会议规程（2019 版）》要求不符的，或本节内对持有人会议规程约定不明的，按照《银行间债券市场非金融企业债务融资工具持有人会议规程（2019 版）》要求执行。

第十二章 违约、风险情形及处置

一、违约事件

以下事件构成本期债务融资工具项下的违约事件：

1、在本募集说明书约定的本金到期日、付息日、回售行权日等本息应付日，发行人未能足额偿付约定本金或利息；

2、因发行人经法院裁判、仲裁机构仲裁导致本期债务融资工具提前到期，或发行人与持有人另行合法有效约定的本息应付日届满，而发行人未能按期足额偿付本金或利息；

3、在本期债务融资工具获得全部偿付或发生其他使得债权债务关系终止的情形前，法院受理关于发行人的破产申请；

4、本期债务融资工具获得全部偿付或发生其他使得债权债务关系终止的情形前，发行人为解散而成立清算组或法院受理清算申请并指定清算组，或因其它原因导致法人主体资格不存在。

二、违约责任

（一）【持有人有权启动追索】如果发行人发生前款所述违约事件的，发行人应当依法承担违约责任；持有人有权按照法律法规及本募集说明书约定向发行人追偿本金、利息以及违约金，或者按照受托管理协议约定授权受托管理人代为追索。

（二）【违约金】发行人发生上述违约事件，除继续支付利息之外（按照前一计息期利率，至实际给付之日止），还须向债务融资工具持有人支付违约金，法律另有规定除外。违约金自违约之日起到实际给付之日止，按照应付未付本息乘以日利率【0.21】‰计算。

三、偿付风险

本募集说明书所称“偿付风险”是指，发行人按本期发行文件等与持有人之间的约定以及法定要求按期足额偿付债务融资工具本金、利息存在重大不确定性的情况。

四、发行人义务

发行人应按照募集说明书等协议约定以及协会自律管理规定进行信息披露，真实、准确、完整、及时、公平地披露信息；按照约定和承诺落实投资人保护措施、持有人会议决议等；配合中介机构开展持有人会议召集召开、跟踪监测等违约及风险处置工作。发行人应按照约定及时筹备偿付资金，并划付至登记托管机构指定账户。

五、发行人应急预案

发行人预计出现偿付风险或“违约事件”时应及时建立工作组，制定、完善违约及风险处置应急预案，并开展相关工作。

应急预案包括但不限于以下内容：工作组的组织架构与职责分工、内外部协调机制与联系人、信息披露与持有人会议等工作安排、付息兑付情况及偿付资金安排、拟采取的违约及风险处置措施、增信措施的落实计划（如有）、舆情监测与管理。

六、风险及违约处置基本原则

发行人出现偿付风险及发生违约事件后，应按照法律法规、公司信用类债券违约处置相关规定以及协会相关自律管理要求，遵循平等自愿、公平清偿、公开透明、诚实守信等原则，稳妥开展风险及违约处置相关工作，本募集说明书有约定从约定。

七、处置措施

发行人出现偿付风险或发生违约事件后，可与持有人协商采取下列处置措施：

（一）【重组并变更登记要素】发行人与持有人协商拟变更债务融资工具发行文件中与本息偿付相关的发行条款，包括本金或利息金额、计算方式、支付时间、信用增进协议及安排的，并变更相应登记要素的，应按照以下流程执行：

1、将重组方案作为特别议案提交持有人会议，按照特别议案相关程序表决。议案应明确重组后债券基本偿付条款调整的具体情况。

2、重组方案表决生效后，发行人应及时向中国外汇交易中心和银行间市场清算所股份有限公司提交变更申请材料。

3、发行人应在登记变更完成后的 2 个工作日内披露变更结果。

(二) 【重组并以其他方式偿付】发行人与持有人协商以其他方式履行还本付息义务的，应确保当期债务融资工具全体持有人知晓，保障其享有同等选择的权利。如涉及注销全部或部分当期债务融资工具的，应按照下列流程进行：

1、发行人应将注销方案提交持有人会议审议，议案应明确注销条件、时间流程等内容，议案经由持有本期债务融资工具表决权超过总表决权数额【50】%的持有人同意后生效；

2、注销方案表决生效后，发行人应当与愿意注销的持有人签订注销协议；注销协议应明确注销流程和时间安排；不愿意注销的持有人，所持债务融资工具可继续存续；

3、发行人应在与接受方案的相关持有人签署协议后的 2 个工作日内，披露协议主要内容；

4、发行人应在协议签署完成后，及时向银行间市场清算所股份有限公司申请注销协议约定的相关债务融资工具份额；

5、发行人应在注销完成后的2个工作日内披露结果。

八、不可抗力

不可抗力是指本期债务融资工具计划公布后，由于当事人不能预见、不能避免并不能克服的情况，致使本期债务融资工具相关责任人不能履约的情况。

(一) 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；
- 3、交易系统或交易场所无法正常工作；
- 4、社会异常事故如战争、罢工、恐怖袭击等。

(二) 不可抗力事件的应对措施

1、不可抗力发生时，发行人或主承销商应及时通知投资者及本期债务融资工具相关各方，并尽最大努力保护本期债务融资工具投资者的合法权益。

2、发行人或主承销商应召集本期债务融资工具持有人会议磋商，决定是否终止本期债务融资工具或根据不可抗力事件对本期债务融资工具的影响免除或延迟相关义务的履行。

九、争议解决机制

任何因募集说明书产生或者与本募集说明书有关的争议，由各方协商解决。协商不成的，由发行人住所地法院管辖。

十、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。

第十三章 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：顾玲
电话：0757-23602585
传真：/
邮政编码：528311

二、主承销商

名称：中国工商银行股份有限公司
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：陈泽侗
电话：010-66108040
传真：010-66107567
邮政编码：100140

三、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：谷澍
联系人：乔郁
电话：010-85109041
传真：010-85106311
邮政编码：100005

四、信用评级机构

名称： 标普信用评级（中国）有限公司
注册地址： 北京市朝阳区东三环中路 5 号楼 40 层 06 号单元
法定代表人： 黄直
联系人： 任映雪
电话： 010-65166037
传真： 010- 65166028
邮政编码： 100022

五、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

六、律师事务所

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： 颜羽
联系人： 刘兴
电话： 010-66413377
传真： 010-66412855
邮政编码： 100031

七、登记、托管、结算机构

名称： 银行间市场清算所股份有限公司
地址： 上海市黄浦区北京东路 2 号
法定代表人： 谢众
联系人： 发行岗
电话： 021-23198888
传真： 021-23198866
邮政编码： 200010

八、集中簿记建档系统技术支持机构

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

九、存续期管理机构

名称： 中国工商银行股份有限公司
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： 陈泽侗
电话： 010-66108040
传真： 010-66107567
邮政编码： 100140

截至募集说明书签署日，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。

第十四章 备查文件

一、备查文件

- 1、中国银行间市场交易商协会注册通知书
- 2、当期募集说明书；
- 3、信用评级报告及跟踪评级安排；
- 4、当期法律意见书；
- 5、发行人近一年经审计的财务报告和最近一期财务报表；
- 6、中国银行间市场交易商协会要求披露的其他文件。

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： 顾玲

电话： 0757-23602585

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： 陈泽侗

电话： 010-66108040

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]

(以下无正文)

(本页无正文，为《美的集团股份有限公司2023-2025年度债务融资工具募集说明书》之盖章页)

发行人：美的集团股份有限公司

