

Creating a Better Life >>>
创新·生活

CSR报告书

Corporate Social Responsibility Report

2013



美的集团经营理念



美的使命：为人类创造美好生活

美的将生命、安全、遵法、价值与企业经营活动紧密相融，关注和响应顾客、员工、股东、合作伙伴、环境、社会等各相关方的需求和权益，提供创新科技和人性化的产品和服务，专注于友好发展和责任发展，为人类创造和谐环境和美好生活！



美的集团经营理念

转型期文化价值观

对于美的来说，最重要的资产不再是厂房和设备，而是看不见的优秀文化。形成共同的语言、共同的做事方法、共同的价值标准和文化理念，以清晰、统一的价值观凝聚全球美的人，构建面向未来的可持续发展的竞争优势。

顾客至上：我们坚持以客户为导向，以消费者为中心。成就客户，满足消费者的需求，就是企业存在的价值所在。

以人为本：我们尊重员工，为员工提供公平、公正的良好发展机会，及与贡献相匹配的回报。我们尊重并与利益相关者分享价值，共同成长，努力构建和谐企业生态圈，打造友爱型企业。

持续创新：我们鼓励开放包容，不断自我否定，持续改进，追求卓越，进行持续的管理创新和技术创新，不断增强核心竞争能力，使企业赢得可持续的发展和壮大。

卓越执行：我们时刻提醒自己说到更要做到。我们提倡以问题为导向，简化组织和流程，做问题的解决者，而不只是做信息的掌握者。

拥抱改变 只争朝夕

当瞬息万变的时代和永恒的经营哲学相遇，全新的2014，已然拉开序幕。

这个冬日正透出春意暖阳。全球经济整体回暖向好，主要经济体开始企稳复苏，世界家电业稳健增长，中国家电业依赖内需阵地，通过转型升级实现新的增长。

这是一个剧变的时代，任何人不能置之度外。大数据云时代扑面而来，并对所有领域产生巨大影响；消费者行为在悄然发生变化，固守一隅必将失去他们；不可预见的冲击随时爆发，批评可能撼动大树，大象意欲再次起舞……

这是一个拥抱改变的时代，希望看到你的改变。抉择的路口，我们选择了转型，转型也选择了我们。

我们借战略转型焕发新的生机，在聚焦产业、做好产品、确保规模、改善盈利的道路上稳健前行，提升关键能力，推动深层次转型，面向未来，重新寻求增长。

在这个过程中，尊重规律是必要的条件，只有切中未来发展的脉搏，才能顺势而为，获得自身持续健康的发展。

在这个过程中，诱惑与选择更多，只有深知自己的方向和定位，聚焦转型，冷静专注，才能宁静致远，实现梦想。

在这个过程中，做好产品是一切的根本，只有实现了顾客的价值，与价值链携手回报社会，才能实现自我的价值。

拥抱变革，只争朝夕。

我们希望面向世界的每一双眼睛能敏锐和洞察；我们希望面向客户的每一双手能真诚和热情；我们希望内部的每一个单元能开放包容，抱团作战；我们希望引领企业向前的每一位管理者能永葆激情，不辱使命！

值此2014年新年到来之际，集团董事会议代表全体管理团队，感谢消费者和客户对我们的信任与厚爱，感谢合作伙伴对我们的支持和协作，感谢全球美的员工的忘我奉献和奋斗，感谢广大员工家属始终如一的理解和默默的支持！

祝愿大家，新年快乐！祝愿我们的明天更美好！

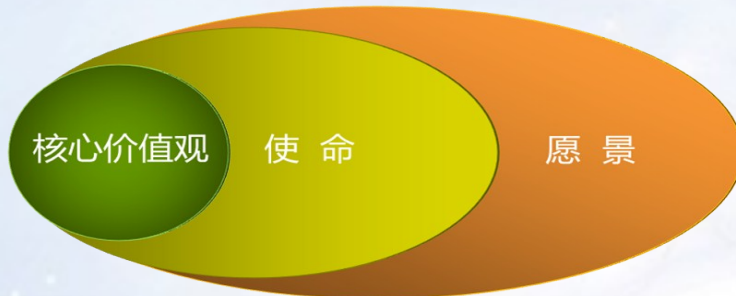
美的集团董事会

美的

Mideanews 文化影响未来

美的集团经营理念

利益相关方承诺



对利益相关者的承诺

我们的定位 我们要做什么 我们的目标是什么

核心价值观

顾客至上、以人为本、持续创新、卓越执行

我们的使命

为人类创造美好生活

我们的愿景

做世界的美的

——打造友爱企业：以合作共赢为目标，平衡各利益相关者关系，建立“服务所有利益相关者”的经营理念，服务好员工、合作伙伴、社会、股东等，以服务他人为目标。

消费者：坚持通过为消费者提供节能、环保、人性、健康的产品和服务，创造人类更舒适的生活环境和高品质生活。

股东：通过完善的经济活动，为股东提供稳定、持久的回报，使公司价值最大化。

员工：践行“以人为本”尊重员工权益及员工价值观及为员工提供良好的薪酬福利及工作环境，建立员工职业发展通道，并提供良好的培训机会，提升员工从业能力。

合作伙伴：遵守商业法则，与合作伙伴建立利益共同体，共同成长，分享成功，追求理性竞争，致力维护行业的健康发展。

政府：恪守法令法规，为政府政策及活动提供支持。遵守世界各地的法律与历史文化习俗，支持地区环境、经济、文化发展。

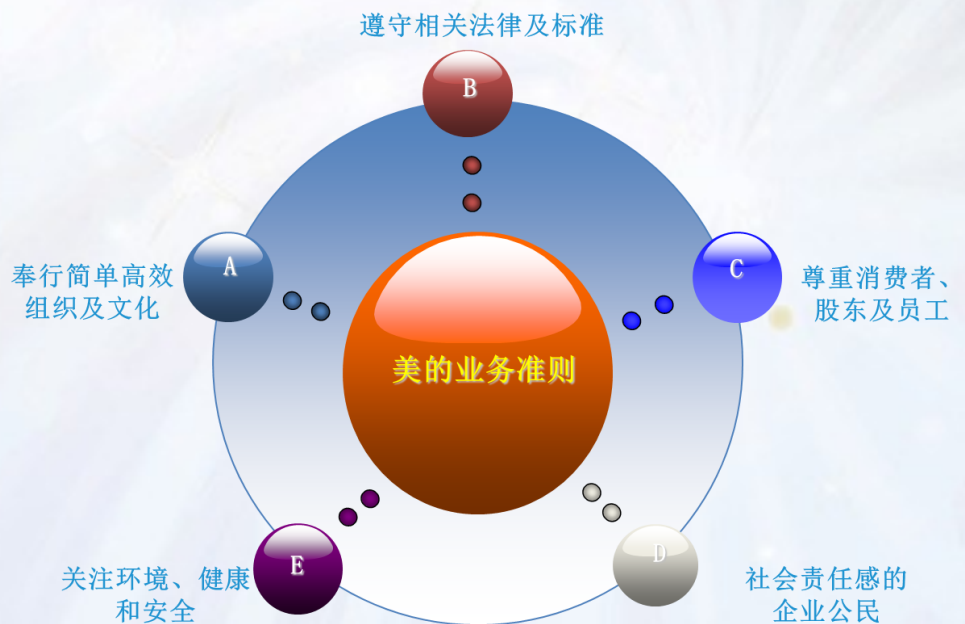
社会：经济承担社会责任，参与社会公益事业，积极为教育、医疗、文体、民生、赈灾、慈善等各项社会事业发挥自身作用。

美的集团经营理念

美的关系准则

【基本准则】

- 坚持诚信、责任、健康、科学发展
- 创造客户价值并有效满足客户需求
- 追求股东价值最大化并符合其他利益相关者利益
- 提供平台和资源激励员工创造价值，成就自我，与企业共同发展
- 鼓励职业经理人长期为股东创造价值



【股东与经营层关系】

- 契约经营，利益共享
- 完成组织目标的前提下实现个人目标
- 经理人适度竞争，良性互动

【企业与合作伙伴】

- 诚实守信，相互尊重
- 互惠互利，共同发展
- 健康和谐，廉洁自律

【企业与员工关系】

- 以品德和能力赢得信任
- 以贡献赢得回报
- 提供平台帮助员工发展

【企业与社会、环境】

- 恪守商业道德，遵从社会伦理
- 积极承担社会责任，履行社会公民义务
- 低调务实，良好沟通
- 善用资源，注重环保

为实现经营理念

主要利益相关方及美的集团的责任

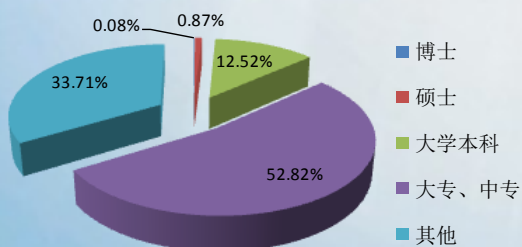
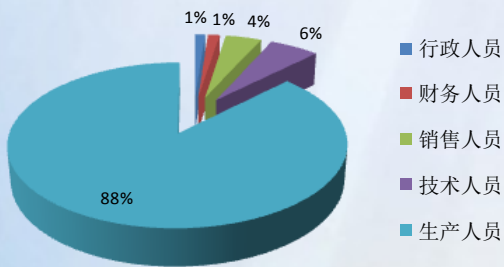
| 主要利益相关方 | 美的主要责任 | 沟通方式 |
|--|--|---|
| 顾客/消费者 美的产品涵盖白电和暖通行业，顾客/消费者包括个人、法人、政府机构等。 | <ul style="list-style-type: none"> 提高客户满意度 提供安全放心高价值产品及服务 提供环境友好型产品及服务 推进无障碍设计 提供必要的支持 顾客信息的管理 | <ul style="list-style-type: none"> 日常经营活动 呼叫中心（客服电话、E-mail等） 监测制度 消费者满意度调查 |
| 股东/投资人 股东总数为64,617户，在已发行股票约16.86亿股中，金融机构户数987家，持股总数14.24亿股，占比84.44%。 | <ul style="list-style-type: none"> 适时提供准备的信息 适量的收益返还 企业价值的保值、增值 | <ul style="list-style-type: none"> 股东大会 业绩说明会 投资者关系网站 日常接待调研 互动平台 |
| 经销/供应商 全国专卖店超过10000家，经销商数万名，持续业务往来的供应商数百家。 | <ul style="list-style-type: none"> 商业道德、公平交易 公平选择供应商 交易机会公开化 请对方协助实行CSR 对对方实行CSR给予协助 | <ul style="list-style-type: none"> 日常采购活动 供应商培训大会 经销商/供应商培训总结动员大会 建立与运行反腐败和反商业贿赂 通过供应链管理系统持续改善 |
| 员工 美的现有员工10.9万人（截止2013年12月31日）。 | <ul style="list-style-type: none"> 尊重人权、尊重多样性 公正的评价及待遇 员工的工作条件和职业健康 员工的薪酬和福利水平 员工的培训与自我素质提升 | 通过员工满意度调查、内部心声社区论坛、开放日、员工关系管理、合理化建议信箱等内部沟通渠道，广泛采集员工意见建议 |
| 社区 在世界超过30个国家设有办事机构，在经营活动中尊重各地的文化、历史及习惯等。 | <ul style="list-style-type: none"> 尊重地区文化和习惯 考虑周边环境 工作场所事故、灾害的防止 参加地区社会公益活动 | <ul style="list-style-type: none"> 对话、信息交流 工厂参观 员工参加地区活动 运作多个公益类项目和捐赠，建立和完善社区关系建设 |
| 媒体&政府 美的在世界许多国家开展业务，有些政府机构本身就是购买产品的用户。 | <ul style="list-style-type: none"> 遵守法令 缴纳税金 解决当地人口就业 生态系统和自然资源 对改善、解决周边社会问题提供政策帮助 | <ul style="list-style-type: none"> 定期发布年报、CSR报告，向公众披露信息，长期关注舆论 开发绿色产品和绿色解决方案 产品质量和安全 |

美的集团简介

◆ 公司简介

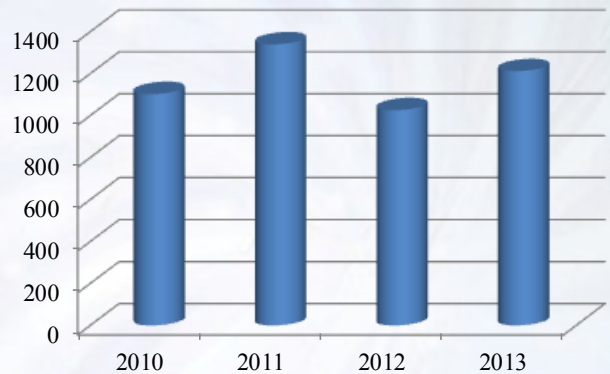
公司名称：美的集团股份有限公司
 公司地址：佛山市顺德区美的大道6号
 创业时间：1968年
 总资产：969亿元
 营业收入：1210亿元
 员工人数：109,085 人
 品牌价值：653亿
 上市时间：2013年9月18日
 股东总数：64,617人
 已发行股票总数：1,686,317,909
 上市交易所：深圳证券交易所
 地位：中国民营企业500强第6位，中国企业500强第79位，广东企业500强第八，广东制造业百强第二

◆ 员工结构

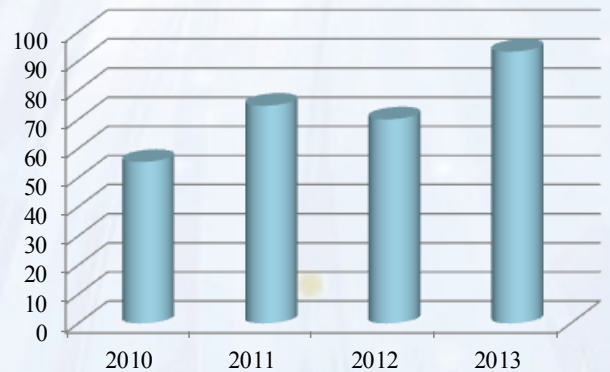


◆ 业绩

近年营业收入情况 (单位：亿元)



近年营业利润情况 (单位：亿元)



◆ 对利益相关方的经济价值分配 单位：亿元

| 利益相关方 | 2013 | 计算方法 |
|--------|--------|-----------|
| 经销、供应商 | 1052.5 | 营业成本、销售费用 |
| 员工 | 82.1 | 支付职工的现金 |
| 股东 | 33.7 | 分配股利 |
| 政府 | 17.1 | 所得税费用 |
| 社区、环境 | 累计捐赠6亿 | 公益捐赠 |
| 企业内部 | 39.3 | 当期净利除去分红 |

美的集团简介

2013年所获荣誉

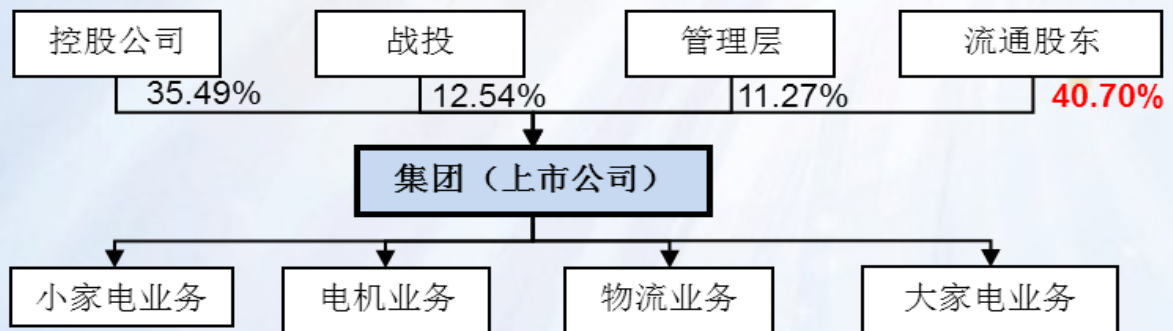
| 时间 | 荣誉 | 评比或授予单位 |
|----------|--|-----------------------|
| 2013年12月 | 国家技术发明奖 | 国务院 |
| 2013年12月 | 2013中国最具价值上市公司-最具竞争力奖 | 南方都市报 |
| 2013年12月 | 第五届中国上市公司优秀网站-最受投资者欢迎上市公司网站 | 证券时报 |
| 2013年11月 | 最具竞争优势上市公司 | 每日经济新闻 |
| 2013年11月 | 最佳社会责任上市公司 | 证券之星 |
| 2013年11月 | 最佳营销案例奖 | 证券之星 |
| 2013年11月 | 金牌董秘 | 和讯网 |
| 2013年11月 | 最具投资价值上市公司 | 和讯网 |
| 2013年10月 | 中国企业梦之队-科技之梦 | 新华网 |
| 2013年8月 | 2013年中国民营企业500强第10强 | 全国工商联 |
| 2013年8月 | 2013中国主板上市公司最佳董事会（20强） | 理财周报 |
| 2013年8月 | 2013中国最佳全球品牌奖 | 21世纪经济报道 |
| 2013年8月 | 2012中国主板上市公司价值百强 | 证券时报 |
| 2013年7月 | 2012-2013年度家电最具影响力品牌 | 广东省家电商会、 慧聪家电网联合主办 |
| 2013年5月 | 第八届“大众证券杯”“中国上市公司竞争力公信力”调查活动荣获“最佳持续投资价值” | 大众证券报 |
| 2013年5月 | “第九届中国上市公司董事会金圆桌奖”，最佳董事会、最具创新力董秘 | 《董事会》 |

美的集团简介

◆ 股权结构

2013年9月18日美的集团旗下所有业务在一个上市主体内，既解决了产业内关联交易，也使得公司最大程度接受公众监督，并形成控股股东、战略投资者、管理层、流通股股东共同持股的多元化的股权结构，并解决管理层中长期激励，建立起持续有效的治理管控机制，规范透明的职业经理人监管，共同维护股东长远利益。

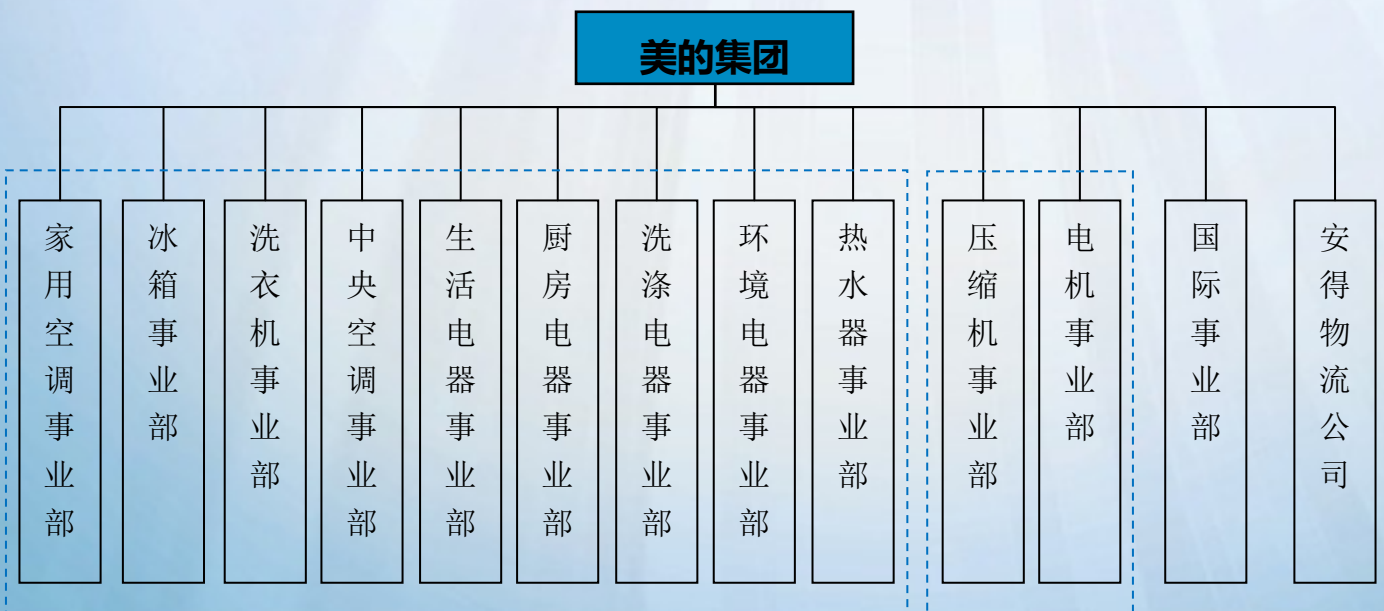
美的集团以一个整合型企业呈现，有助于进一步促进公司整体的规范运作，巩固集团的行业地位和核心竞争力，实现资源共享。



◆ 组织架构

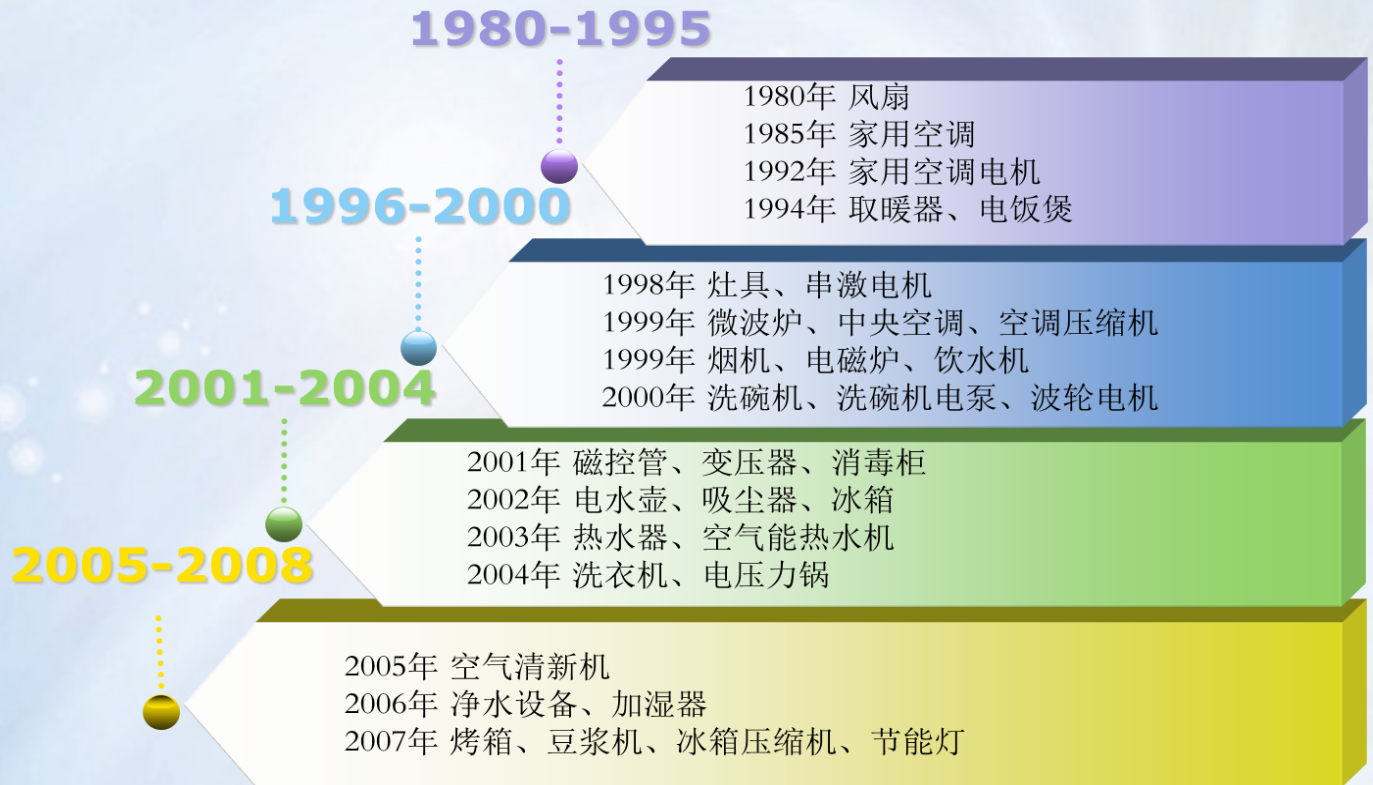
集团和事业部两级架构，建立市场导向的敏捷型、整合型企业。

“9+2+1结构”：9个消费品终端产品事业部+2个产业链核心零部件产品事业部 + 1个国际化运营平台，及一个全国网络布局物流公司共十三个经营单位。



美的集团简介

◆产品进入时间



◆主要产品行业地位

主要家电产品位列行业前2位。(数据来源：中怡康)

| 产品 | 行业排名 | 产品 | 行业排名 |
|------|------|------|------|
| 空调 | 2 | 料理电器 | 3 |
| 中央空调 | 2 | 挂烫机 | 1 |
| 洗衣机 | 2 | 微波炉 | 2 |
| 电饭煲 | 1 | 电烤箱 | 1 |
| 电磁炉 | 1 | 灶具 | 5 |
| 电压力锅 | 1 | 油烟机 | 4 |
| 水家电 | 1 | 消毒柜 | 4 |
| 豆浆机 | 2 | 吸尘器 | 3 |
| 电水壶 | 1 | 加湿器 | 2 |
| 风扇 | 1 | 热水器 | 3 |
| 电暖器 | 2 | 冰箱 | 6 |

编制原则

美的集团发布《CSR报告》时，立足于利益相关方和美的集团皆认为重要的事项。

(1) 报告对象

原则上以美的集团及其子公司为对象。

如对象为美的集团之外的，在报告中特别说明。

为便于表述报告中“美的集团”、“公司”、“我们”指代“美的集团股份有限公司”。

(2) 报告时间

以2013年度（2013年1月1日至12月31日）期间美的集团在经济、环境和社会等方面的活动，也包含一部分之前或最近的一些相关活动报告。

(3) 发布时间

2014年3月29日（下次预计为2015年4月）

(4) 披露原则

在报告内容的选取过程中，美的集团遵循全球报告倡议组织G3指南的重要性、完整性、可比性原则，从经济、社会和环境三方面进行陈述，重点报告了美的集团在产品、环境、员工及商业伙伴等方面的可持续发展责任。

本报告的指标涵盖了公司对其财务及运营政策及措施有效控制权或有重大影响的所有实体，并和公司的年报所涵盖的范围保持一致。受各种客观条件的限制，本报告的编制可能未尽如人意，公司将在未来持续改进和完善报告的披露内容和形式，并每年发布CSR报告。

(5) 数据收集

为有效收集2013年各所属单位在经济、环境和社会等方面所做的努力及取得的成果，数据收集工作按照本公司现有工作流程进行。

财务数据基于《美的集团股份有限公司2013年年报》。

(6) 参考指南

按照《深圳证券交易所主板上市公司规范运作指引》的相关要求，参考了全球报告倡议组织（GRI）《可持续发展报告指南》的第三代标准（G3）和《中国企业社会责任报告编写指南（CASS-CSR1.0）》。

目录

| | | | |
|---------|----|------|----|
| 经营理念体系 | 2 | 文化再造 | 33 |
| 为实现经营理念 | 6 | 流程再造 | 34 |
| 美的集团简介 | 7 | 精益文化 | 35 |
| 编制原则 | 11 | 刚性品质 | 41 |
| 社会公益 | 13 | 合作伙伴 | 43 |
| 科技创新 | 16 | 社区环境 | 45 |
| 智能制造 | 23 | 节能产品 | 50 |
| 智慧家居 | 25 | 服务客户 | 54 |
| 公司治理 | 26 | 品牌运营 | 56 |
| 员工关爱 | 28 | 全球运营 | 58 |
| 友爱美的 | 32 | 展望 | 60 |

社会公益

美的集团努力为社会公益贡献力量

美的集团40多年来一直致力于各项社会公益事业，积极担当社会责任，行善遍及教育、医疗、文体、民生、社会主义新农村建设等诸多领域。2013年美的集团获广东省扶贫济困“红棉杯”金奖、佛山公益联盟颁发“传媒推崇爱心企业奖”。

◆ 支持当地构建幸福和谐的魅力小城

连续五年向北滘慈善事业捐赠1000万元

美的集团连续第五年捐赠1000万元支持北滘镇的慈善事业。此次善款主要围绕扶贫、助困、幼教、社会公益建设等方面开展慈善济困和福利民生工作。



◆ 对灾民的支援

情系雅安，向雅安地震灾区捐赠1000万元

2013年4月20日8点02分，四川省雅安市芦山县发生7.0级地震，美的集团紧急决定

向川雅安地震灾区现金捐款1000万元。并在公司大楼组织了支援雅安抗震救灾募捐的活动，员工自发前往活动现场进行捐助。



雅安抗震救灾：安得物流在行动

地震无情，人间友爱。美的集团旗下安得物流考虑到全国各地大量的救灾物资涌入灾区，对仓库有较大需求。安得物流在新浪微博上对外发布消息，离雅安灾区最近的成都服务平台可以免费提供2000平米仓库，用于存放救灾物资，为灾区做些力所能及的帮助。同时，对灾区员工实施临时福利政策，给予5至10天带薪探亲假，回家探望亲人，定额补助路费。

第一批美的净水机送达芦山地震灾区

支持雅安，支持饮水安全！//@环保董良杰：下午2点联系，4点送到；美的给力！@美的生活电器官方微博

@中国水安全计划 ✓：#关注灾后饮水安全#中国水安全计划团队@卢思骋_创绿等6人携带@创绿中心的水检测设备美的集团成都分公司捐赠的45台饮用水设备今晚启程出发去灾区，明天将解决灾区用水燃眉之急！！感谢美的响应@中国水安全计划 物资募集，提供给力支持！前线的志愿者们辛苦了！@邓飞 我在这里 <http://t.cn/zJXBxf>

4月23日 21:28 来自ZTE中兴智能手机

转发 (90) | 评论 (25)

社会公益

美的集团努力为社会公益贡献力量

◆ 扶贫济困、爱心救助参与社会公益建设

在“广东省扶贫济困日”上再捐款1500万

广东从2010年以来，每年在全省范围内广泛开展广东扶贫济困日活动，三年来共收到社会各界的捐助款到位超过60亿元，支持帮助3400多个贫困村、36万多户贫困户、近160万贫困人口实现了脱贫。2013年美的集团再捐款1500万元扶贫济困。

洗衣机事业部捐助2000台洗衣机爱心助残

5月19日，全国助残日，“江苏省残疾人幸福生活推进计划”捐赠仪式在南京举行。为支持江苏省残疾人幸福生活推进计划，洗衣机事业部爱心捐赠2000台小天鹅洗衣机，价值112.5万元。



美的集团修订扶助基金条款扩大帮扶范围

2006年，美的集团为切实推进美的“最佳雇主”品牌建设，完善集团福利体系，设立“美的集团扶助基金”，在职员工（员工的配偶、负面和子女），遇重大疾病或突发意外事故，可申请美的集团扶助基金。实行专户管理、专款专用，每年年终基金监事会向理事会报告基金的收支情况。

美的集团确定每年12月22日为“扶助基金日”。并为扩大帮扶范围惠及更多员工，对扶助基金管理办法相关条款进行修订。

图为：员工自发为患难同事募捐



社会公益

美的集团努力为社会公益贡献力量

◆ 关爱下一代的成长

安得物流启动关爱贫困儿童

由共青团芜湖市委员会主办，安得物流协办“东爱西行——关爱西部贫困儿童·大型捐赠圆梦童行”活动，满载着芜湖市广大市民及爱心人士爱心物资将运往四川地震灾区和贫困地区。

美的风扇送“善”走进十省市贫困校园

2013年的夏天，全国多个城市普遍出现35摄氏度以上的高温，炎热的天气下，孩子们的学习成长环境再次引起社会的关注。在缺乏纳凉避暑设施的贫困学校，孩子们正默默忍受着暑热的煎熬，美的集团旗下环境电器事业部则发起了“中国善接力”大型公益活动，向贫困学校捐赠风扇，并提供配套的免费配送、安装服务，以公益行动回馈社会，关爱青少年群体，赢得社会广泛认同。



优秀团员、团干赴连南扶贫

美的组织优秀团员、团干与北滘镇团委一起奔赴连南瑶族自治县，开展扶贫慰问活动。团员一行来到大坪镇大古坳小学，为小朋友们带去书包、球具、文具用品等物资。



科技创新

美的集团科技创新战略

美的致力于成为家电领域的“科技创新领跑者”，坚持“以人为本、科技为先”的经营理念，实施“以技术合作为基础，逐步由外围到核心，强化自主创新，树立技术优势”的技术发展战略。

美的集团一直致力于产品创新研究，坚持每年按销售收入的3%以上比例进行科技创新投入，拥有空调、冰箱、洗衣机、微波炉等产品国家认可实验室，拥有德国VDE、美国UL认可实验室等。

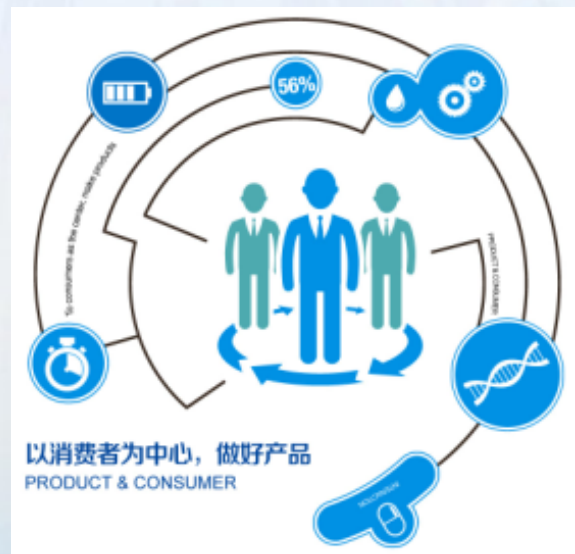
美的集团一直致力于以消费者为中心，通过消费者研究来洞察客户潜在需求，结合技术寻求差异化卖点，引领消费趋势。聚焦核心产品，长远规划，重视未来5-10年的发展方向，关注产品系列化、平台化、模块化、标准化。搭建“基础技术-应用技术-产品开发”的三级研发体系，形成“研发一代、储备一代、生产一代”的研发模式；围绕“节能、智能、健康、舒适、简美”打造关键核心技术领先。

美的是IEC（国际电工委员会）风扇工作组秘书处单位，是全国家用电器标准化技

术委员会风扇、电压力锅、电磁灶工作组组长单位，是广东省家用电器标准化技术委员会秘书处单位。美的是空调健康标准、微波炉蒸标准、小家电能效标准、空压机标准等国家/行业标准的发起者或主导起草者。

截止2013年12月，美的共制修订国家标准/行业标准238项。2013年组织起草光伏太阳能空调等地标6项，参加家电安全通标等4项国标制修订。

截止到2013年12月，美的共申请国内外发明专利2989项、授权464项；实用新型专利6826项、授权4969项；外观设计专利6645项、授权3599项。荣获“全国专利工作先进单位”称号。



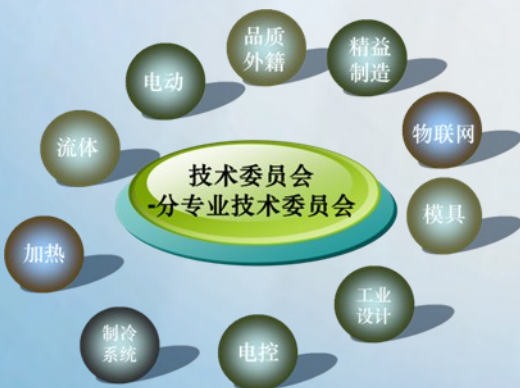
科技创新

美的集团研发体系

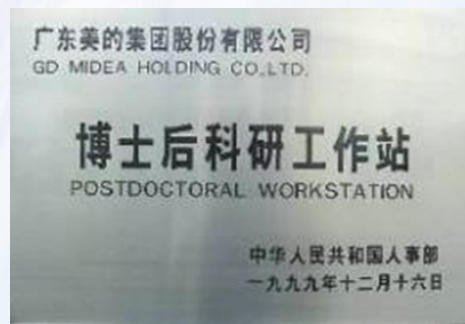
美的集团一直致力于与国内外领先的科研机构保持技术合作，引进东芝开利、意大利梅洛尼等国外先进技术与管理经验，坚持研究能力国际化、研究团队由日、韩等9国专家组成，并设立意大利海外研发中心。

目前，美的集团技术中心为技术研发的主要平台，2011年被认定为国家技术创新示范企业。多年来美的集团组建博士后科研工作站、国家级实验室，并开展产学研合作，推动在风机、振动、变频、新材料替代、家电智能化、能效提升、环保材料应用等关键课题的攻关，形成一大批具备行业领先水平核心技术。

为强化共性技术攻关、促进技术交流与协作、推动标准形成与提高，美的集团还成立了技术委员会，设10个专家组，拥有94名技术专家。



为加强核心技术研究，美的集团于1999年建立博士后科研工作站，2005年被评为全国优秀博士后科研工作站。



从2012年开始，美的开始组建院士工作站，先后引进郑平、孙大文、薛群基院士及其团队，搭建高层次科技创新平台。



科技创新

美的集团工业设计

◆ 美的集团工业设计中心

美的集团工业设计中心在2013年荣获国家首批“国家级企业工业设计中心”，意在鼓励和引导更多的企业重视工业设计中心建设，支持工业设计企业加快发展。

——1995年，美的成立工业设计中心，是国内首家设立“工业设计中心”的企业。

——2013年，荣获国家首批“国家级企业工业设计中心”。

——汇聚全球工业设计精英，外籍顶级工业设计专家30余名，设计团队300余人。

——获得多项全球顶尖工业设计大奖：德国红点奖10项、德国IF奖4项、美国IDEA奖9项，韩国GD奖、韩国PIN-UP、日本G-Mark奖、中国红星奖等知名大奖100余项。

◆ 美的集团智能设计

1、面向家电生命周期的生态设计

美的自主开发了生态设计评估软件，对产品进行生命周期管理，开发的洗碗机和空调待机能耗分别低至0.3、0.1W，居于业界第一的领先水平。

2、TRIZ创新工具的导入

2009年起美的集团逐步导入“TRIZ创新研发工具（TRIZ是基于知识的、面向人的发明问题解决系统化方法学）”，通过企业创新知识工程建设，实现如下目标：累积和借鉴企业智力资产、促进信息化技术的深化应用、促进技术创新、保护企业智力资产，最终实现企业可持续发展，提高核心竞争能力。

3、建设高效模块化设计平台

美的集团进行平台标准化，缩减产品的复杂度，减少品类转换，数据库标准化，实现不同品类物料及工艺通用化，在标准化的基础上创新，通过创新完善标准化。

4、变频控制器系统仿真优化设计

基于MATLAB软件SIMULINK平台，针对变频电机矢量控制、高频信号注入法、转矩控制、弱磁控制等算法进行仿真优化设计，提高变频控制器的设计效率和质量。

科技创新

美的集团科技政策

美的集团将每年9-10月定为“美的集团科技月”，通过科技创新奖励、系列专题活动开展，持续营造鼓励创新、尊重科技、尊重人才的文化氛围。

从1996年开始至今为止，美的集团科技月活动已举办了18年，累计奖励1.27亿，2013年单项奖突破500万元。

| 年份 | 届数 | 奖励额度（万元） | 关键词 |
|------|------|----------|------------------------|
| 1996 | 第一届 | 87 | 开创传统 一年一度 |
| 1997 | 第二届 | 101 | 表彰大会 科技技术是第一生产力 |
| 1998 | 第三届 | 123 | 延伸科技月 形式多样化 |
| 1999 | 第四届 | 202 | 人才与科技 管理创新奖 |
| 2000 | 第五届 | 380 | 人才国际化 技术创新与引进 |
| 2001 | 第六届 | 394 | 科技投入与产出 |
| 2002 | 第七届 | 109 | 博士后 |
| 2003 | 第八届 | 200 | 快速发展 居安思危 |
| 2004 | 第九届 | 300 | 人才科技营销月 |
| 2005 | 第十届 | 390 | “十大科技明星” 首亮相 |
| 2006 | 第十一届 | 567 | 科技管理制度 十辆汽车 |
| 2007 | 第十二届 | 750 | 设立“创新奖励基金” |
| 2008 | 第十三届 | 1100 | 突破千万 O类参评 制造大奖 |
| 2009 | 第十四届 | 1200 | 鼓励基础研究 启动人才创新工程 |
| 2010 | 第十五届 | 1400 | 鼓励百名科技标兵 |
| 2011 | 第十六届 | 1797 | 重奖创新管理先进单位 |
| 2012 | 第十七届 | 1963 | 鼓励专业技术人才 |
| 2013 | 第十八届 | 1617.3 | 以消费者为中心，做好产品，单项奖突破500万 |
| | | 12680.3 | |

科技创新

广泛开展技术交流与合作

公司先后与清华大学、中科院、电科院、广东工大等国内著名高校、科研院所展开了130余项技术研究项目合作，建立了智能家电、绿色设计等5个联合实验室。



2010年洗涤电器与中山大学第一次技术交流，共同推动“洗碗机电控设计平台的研究与应用”项目，通过双方专业冯巩，建立了家电软件3层架构和功能强大的构件库，实现了家电电控软件的平台化设计模式。

至今，双方已成功开发了150款产品，覆盖多个平台，应用率达到85%，效率提升至2006年的10倍，品质大幅提升。

美的同时与日本东芝开利建立资本和技术方面的长期战略合作伙伴关系，并与美国IR、韩国清湖、意大利梅洛尼等国际先进企业展开相关技术合作。

另外还积极与同行企业、高校及研究院、上下游供应链建立产业技术创新联盟：

2006年，牵头成立电压力锅专利联盟及标准联盟

2007年，牵头成立广东省白色家电产学研战略联盟

2008年，加入广东省无铅产业技术联盟

2009年，加入中国数字生活产业技术创新战略联盟

2011年，牵头成立顺德区物联网智能家电产业联盟；

2012年，加入广东智能装备产学研技术创新联盟。



科技创新

基于消费者的技术创新

凭借完善的创新机制和对科研资源的持续、大力投入，美的集团科技水平始终保持国内甚至国际先进水平，率先研发全直流变频空调ECO节能关键技术，并拥有10项国际领先技术及16项国际先进技术。

同时，美的集团注重将科学技术转化为生产力，产品卖点从“关注产品”转向“关注消费者”，如基于用户节电需求，推出“一晚一度电”节能系列产品；电饭煲基于解决“米汤溢出”、“煮饭时间短”的潜在需求，推出“香甜好米饭”，热水器基于健康用水，推出“活水健康系列”，受到市场高度认可。

每年向市场推出新产品超过300项，新

产品对销售收入的贡献率达67%。全直流变频控制、新冷媒应用、微波加热、压力控制等多项关键技术达到国际领先水平。

1987年国内第一台塑料风扇

1994年国内第一台模糊逻辑电饭煲

2000年国内第一台一拖多商用空调

2003年全健康换风空调领跑行业

2006年国内第一台变频离心冷水机组

2007年国内第一台国内自动除尘空调、
创新微波蒸概念

2008年国内第一台下拉门微波炉

2010年第一台汽车电机下线

2011年变频空调产量破千万台

2012年语音控制物联网空调发布

科技愿景 家电行业科技创新领跑者

科技使命 以消费者为中心，做好产品

产品策略 **优化产品结构，实践精品战略！**

精准企划

精湛研发

精品品质

精益制造

精诚服务

科技创新

发布美的小家电趋势战略

美的多年潜心消费者研究、创新打造差异化产品，以产品本质及核心技术引领行业发展，美的电饭煲、电磁炉、饮水机、电压力锅、电水壶等产品实现多年稳居全国市场同类产品销售量、销售额、市场占有率第一名。

2013年2月美的生活电器事业部发布“美的生活·十年领先”战略，未来小家电发展趋势：更加时尚、更智能化、更节能环保、用途更专业。

1、以顾客为导向，用创新打造差异化产品。美的生活电器联手国际顶尖创新公司 IDEO，引入创新方法和工具，让用户参与产品设计开发全过程，深挖消费潜在需求。

2、未来五年研发投入逐年增加20%，加强基础研究，引入更多人才。从产品本质功能及核心技术上引领行业发展潮流。

3、积极参与甚至主导国标的制订，引领行业不断升级。

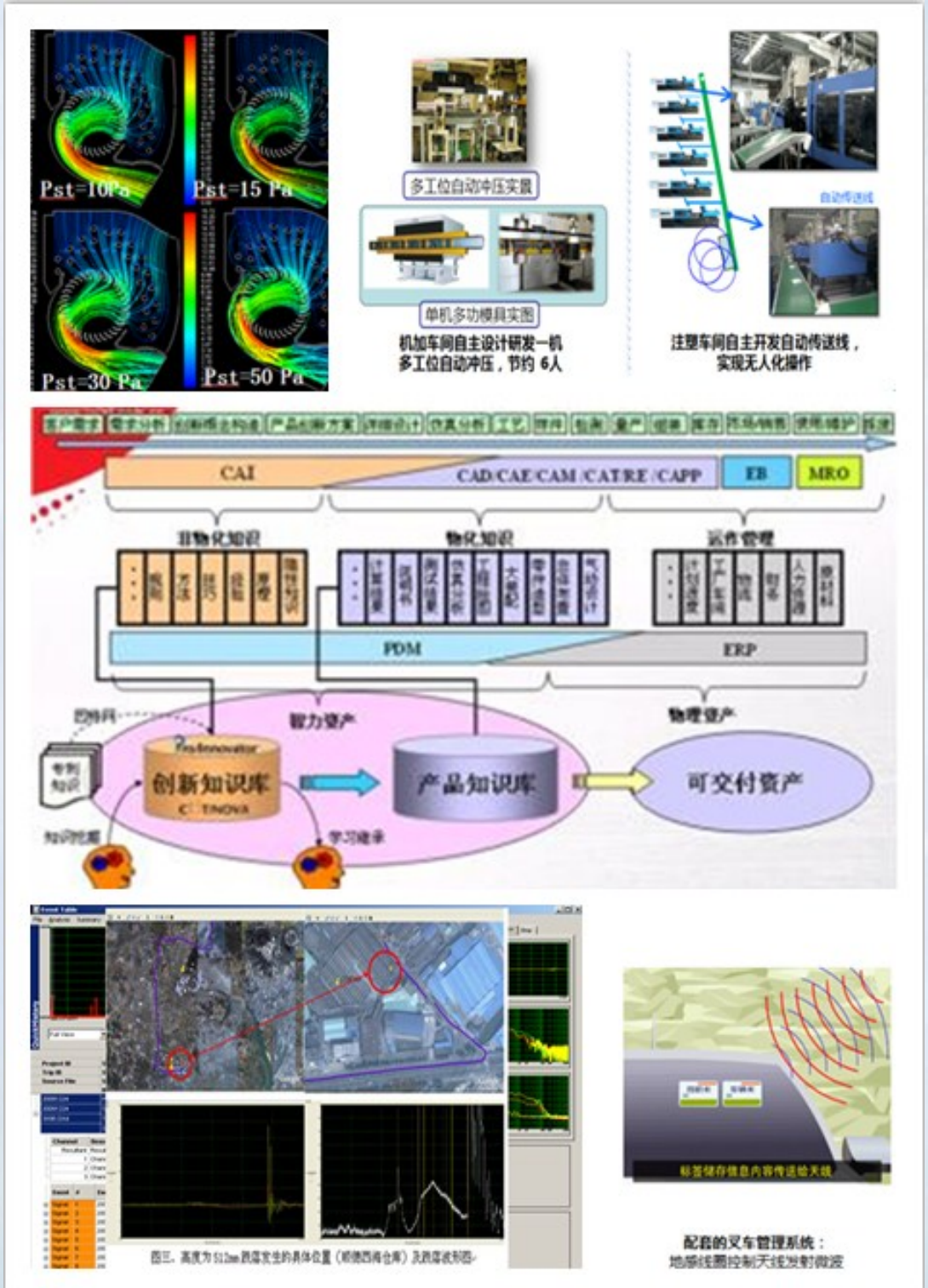


智能制造

公司不断推动制造过程自动化、实施智能物流系统、促进工业化和信息化深度融合，逐步构建智慧车间、智慧工厂、智慧企业。

建立起面向产品生命周期的企业信息化建设与创新体系结构。利用仿真设计在流体、应力、包装、系统匹配等研发环节的应用。基于RFID技术的中转库物流系统，按垛进行出入库扫描，实现了物料和产品的全过程高效管理。

SAVER（路谱测试仪）和GPS的应用，实现运输和搬运过程中的振动、冲击等全程记录与监控。



2006年9月，美的牵头组织格兰仕、万和等12家白色家电及控制领域的龙头企业集体加盟“闪联”标准工作组，由此主导制订白色家电领域的信息家电智能控制通用标准，推动白色家电在家庭环境的互联互通。还与国家电网、华为、阿里巴巴企业等保持密切合作，推动智慧家居的发展与应用。

优势，致力于给消费者提供最专业的智慧家居体验，通过打造“空气智慧管家”、“营养智慧管家”、“水健康智慧管家”、“能源安防智慧管家”等智能服务板块，未来还将基于市场存量优势，打造千万级M-Smart社区，构建全新的智慧生活体验。

今天，美的
M·Smart
发布，开启智慧家居新时代

2008年成立智能研究所

2011年首台智能空调上市，并实现销售1.5万台

2009年成功开发首台智能空调

2013年美的盒子面市

2014年3月，美的集团发布智慧家居战略，依托物联网、云计算等先进技术，美的将由一家传统家电制造商，变为智慧家居创造商。

美的集团在智慧家居领域将实施“1+1+1”战略，即“一个智慧管家系统+一个M-Smart互动社区+一个M-BOX管理中心”，将基于全球最齐全的产品群



智慧家居 M·Smart

美的智慧家居将给消费者提供全面的智能体验。主要从四个智能系统解决方案展开创想：能源管家【冷水机组、多联机】、空气管家【家用空调、净化器、加湿器、吸尘器】、水系统管家【热水器、空气能、饮水机、净饮机】、营养管家【微波炉、电饭煲、电压力锅、电磁炉等】。

公司已在加紧研发多款新型智能产品，并计划在2015年推出管家系统应用，逐步完善智慧家居系统布局并持续推动升级，随着各产品陆续发布及投入市场，美的将成为全球首家实现30多个全品类白电产品互联互通家电企业。

美的将把智能管家居打造为可学习、可自我诊断的智慧型管家，可以依据用户习惯或定制最优的解决方案。

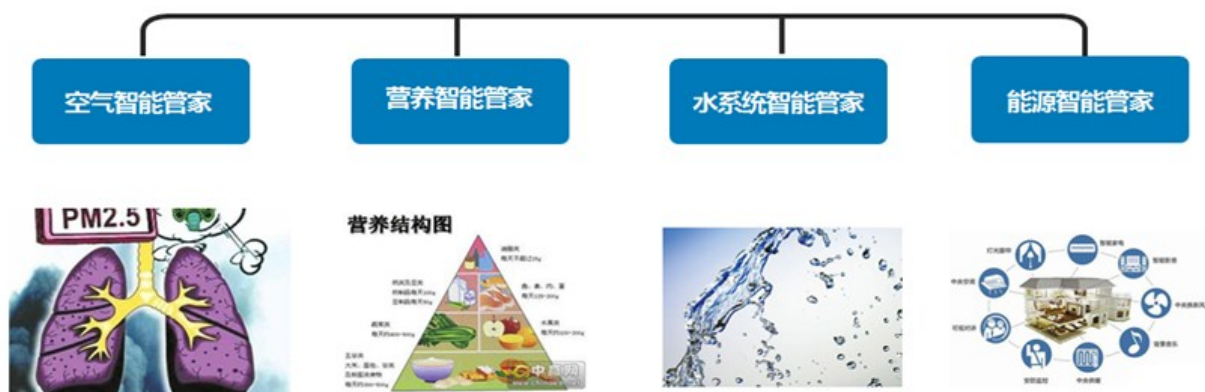
同时，通过“美的云”，采集用户使用习惯，有针对性的开发产品，开发更适合不同区域、不同年龄段的产品。

此外，美的集团与阿里巴巴集团就构建基于云平台的物联网智慧系统及大数据应用合作事宜，达成框架合作意向。



美的“极智”关爱

美的—SMART LIVING



公司治理

◆ 公司·法人治理

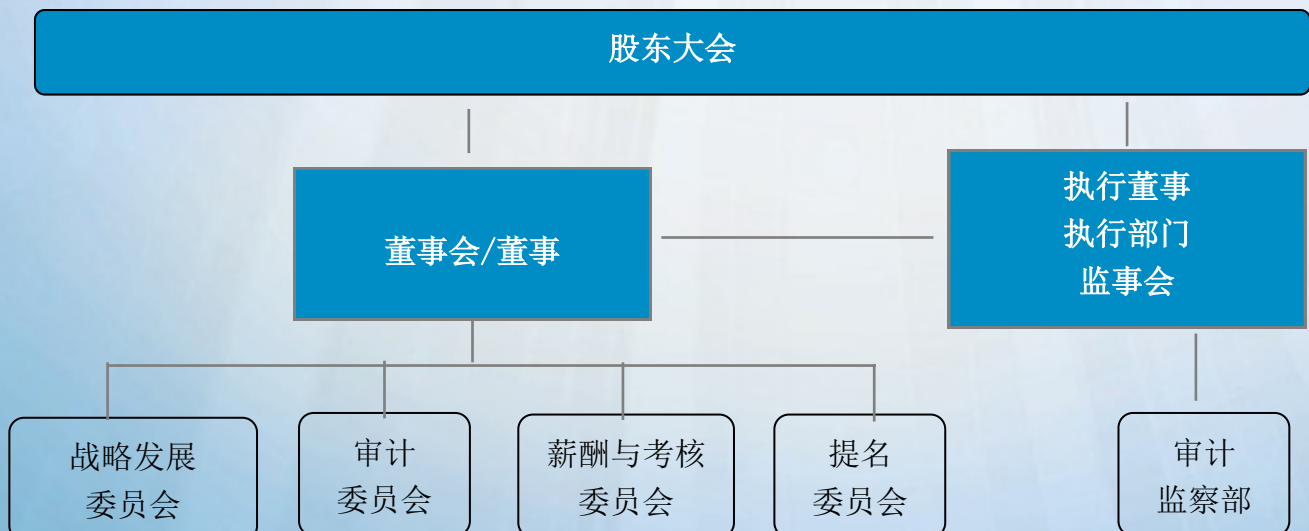
提高经营灵活性及透明度

2013年9月18日，美的集团以换股吸收合并美的电器的方式实现整体上市，通过整体上市，既解决了公司产业内的关联交易问题，也使得公司能够更大程度地接受公众监督，形成持续有效的治理管控机制，通过上市公司规范化、透明化的管理来对职业经理人进行有效监管，维护股东的长远利益。

董事会现行14名，有4名外部董事，5名独立董事，1名职工代表监事，专业委员会的半数以上董事为外部董事，提名委员会和薪酬委员会会长由独立董事担任。

◆ 公司法人治理体制

美的集团根据现行法律、法规及相关规定，建立了较为完善的公司法人治理结构，设立了股东大会、董事会及其下属各专门委员会、监事会及经营管理层决策制定，并制定了相应的议事规则及工作管理制度。



规范治理合规披露

修订和完善公司制度，提升治理水平，将“利润分配”等保护股东权益保护机制写入《公司章程》。2013年度公司召开董事会9次、监事会会议5次，股东大会4次，确保重大决策等行为合法、合规、真实、有效。

为切实保护社会公众股东的合法权益，制订公司未来三年股东回报规划，保证利润分配政策的连续性和稳定性。

公司连续四年获深交所信息披露考核优秀（A类等级）。

公司治理

◆ 内部控制情况

公司在事业部制的管控模式下，以全面风险管理为导向，持续加强对控股子公司的专业化管理和内部控制，建立健全内控管理制度，细化各业务流程关键控制活动的监控。公司建立的相关控制政策和程序主要包括不相容职务分离控制、授权审批控制、会计系统控制、财产保护控制、预算控制、运营分析控制和绩效考评控制等。

◆ 《职业经理人管理办法》增职业操守底线

由美的集团人力资源部协同财务、战略、审计等部门对企业当前存在的主要矛盾充分讨论，广泛征求意见，修订并下发《职业经理人管理办法》，明确提出“六条红线”作为职业经理人的职业操守“底线”，如有违反，立即被一票否决。

职务腐败专项治理行动的最终目的是建立长效的反腐机制，为企业发展提供良好的经营环境。职业经理人“六条红线”的订立是提升和完善管理系统的制度保障。只有保证职业经理人队伍的廉洁性和组织的清洁性，企业才能够在正确的战略方针指导下持续发展，实现基业常青。

◆ 投资者关系管理

公司通过投资者关系活动，适时向全体股东及投资者传递公司经营方针和业绩，积极开展与投资者之间的交流。公司官网开辟投资者关系专栏，在互动平台答投资者问。

——2012年度利润分配“每10股派现6元”，现金分红超20亿元，保障中小股东利益。2013年度利润分配预案为“每10股派发现金红利20元（含税），并以公积金每10股转增15股”，派发现金33.7亿。

——2013年全年共召开业绩说明现场会议1次，电话会议3次，开展反向路演1次，投资者开放日活动1次，特定对象路演2次，接待机构调研近40次，接待机构超过100家，参加券商沟通会近10场，保持市场关注度，强化股东信心。

——本年度对公司股东、关联方及本公司的承诺事项进行了专项检查，未发现相关承诺方出现违反承诺的情况，也没有超过期限而未履行承诺的情况。

员工关爱

◆ 美的人才观

“上世纪70年代用北潞人，80年代用顺德人，90年代用中国人，21世纪用全球人。”

——何享健（美的集团创始人）

人才目标：致力于成为最佳雇主，打造吸引和保留人才的竞争优势。

美的一直坚持“以人为本，人才是美的第一资源”的管理理念，奉行“人力资本增值大于其他资本增值”的人才战略。“宁可放弃100万元利润的生意，也不放弃一个对企业发展有用的人才”，是美的人力资源管理的核心指导思想。

美的致力于搭建开放的用人机制。在人才招聘与使用方面，打破“地缘、血缘、亲缘”，广纳人才，按照“能者上、庸者下”的原则，通过公开竞聘、贯彻以目标责任制为核心的绩效考核评价体系，营造“公开、公正、公平”的用人环境，让优秀人才脱颖而出，让各类人才各尽所能。

◆ 人才全球化

公司近年大胆加快国际化人才的培育和使用的，并积极推动本地化运作，不断地从世界各地引进高级人才，并不断创新做法，积极引导，为引进国际化人才出台了一系列政

策措施。在“请进来”的同时，也大量“送出去”，提高本土人才的国际化素质。

良好的发展平台，优厚的待遇，舒适的生活和工作环境，是吸引国际人才的主要因素。外籍人才的加入，为美的带来了先进的技术和经营、管理经验。

下图为外籍专家新年答谢会



上图为全球性的海外体系年会

“数观”美的首届国际业务管理年会

与会人员：共280人，其中外籍员工62人

来自：21个国家和地区

具备：17种语言

区域辐射：全球3/4的人口，近49亿人

差旅路程：近100万公里

员工关爱

◆ “一个美的” 构建人才新优势

人力资源在政策方面以构建整合型企业为共同目标，聚焦“一个美的”，建立一体化的系统，打造“人才一盘棋”的内部用人理念，加强集团员工的内部流动和锻炼提升。员工会面对更广的管理平台，更细的专业工作，更多的岗位轮换计划。

未来，人力资源将聚焦支持战略、服务经验、创造价值，全面向专业化、精细化、体系化管理转变，继续统一优化政策、制度及管理标准，夯实人力资源基础体系，完善组织及人才机制，构建效率驱动的新成本竞争优势，为战略及业务提供有力支撑。

予近700名事业部总部及各事业部的中高层管理人员及业务技术骨干人员，其中研发、制造类人员占总人数超过70%。此次股权激励体现公司与员工共同分享成长，利于公司留住核心人才，确保中长期可持续发展。

◆ 人才培养

美的集团构建有梯度的多层次培训体系，加大人才储备，科学引进专业人才及国外优秀人才，防止出现人才断层现象。另外，鼓励员工“走出去”，多学习、借鉴优秀企业在基础管理、体系建设、科技创新及企业文化等方面的先进经验。

健全人力资源基础

打造敏捷型组织

构建新成本优势

完善人才发展体系

重塑企业理念文化

支持战略
服务经营
创造价值

◆ 员工激励

美的集团奉行“人力资本增值大于其他资本增值”的人才理念，建立了薪点制职能工资、项目薪资、实时项目奖励等科技创新激励机制，拓宽了科技人员职业发展通道，提高了科技人员的薪酬福利水平。

2014年年初，美的发布激励计划首期授

◆ 员工培训

在人力资源提升方面，通过与高校联合举办工程硕士班、选派技术骨干出国深造、建立美的学院等方式提升人才素质，优化人才结构。坚持“以人为本，人才是美的第一资源”的管理理念，打造国际一流的科技人才队伍，大力引进行业领军人才及外籍专家。

员工关爱



报告期内，公司内部培训员工达**1,053,041**人次，其中管理人员**122,753**人次，技术及营销类人员**1,097,41**人次，操作类人员**820,547**人次。

主要培训工作：

1、打造航系列领导力发展项目，推动后备人才管理培养，搭建后备领导人才培养体系，共推动后备及关键人才培养项目**32**个，培养后备管理干部**782**人。

2、搭建E-learning学习平台，成为业务单位日常培训的重要支撑手段。培训覆盖面扩大至全集团管理类人员，全年累计线上学时达**71.3万**小时，线上人均培训成本降低至**21元/人/年**。

3、推动组织学习氛围建设，培养内部讲师**1275**人，年度授课**6730**小时，累计开发课程**1839**门，其中13年新增**185**门，内部组织**18**期周末大讲堂及**98**门内部公开课。

4、推动关键技术工人及基层班组长训练，累计训练时间**2,490,370**小时。



员工是企业的财富，对于制造型企业来说，基层员工更是如此，作为产业工人的他们对美的提升品质创新发展至关重要，美的对基层员工的重视度不断提高，不断提升基层员工的福利待遇，完善各种员工福利，使员工对公司更有信心、更具归属感。

员工关爱

◆员工关怀

尊重关怀员工、保障员工利益，做好每一个细节。为员工提升公平、公正的发展机会并分享企业利益和价值，共同成长、以人为本，打造**友爱型企业**。

近年来，美的在“员工关怀”方面不断加大投入，员工满意度大幅提升。

员工是企业的财富，对于制造型企业来说，基层员工更是如此，作为产业工人的他们对美的提升品质创新发展至关重要，美的对基层员工的重视度不断提高，不断提升基层员工的福利待遇，完善各种员工福利，使员工对公司更有信心、更具归属感。



友爱美的

在美的集团未来三年战略规划中，美的将致力于成为受人尊重的“友爱型”企业集团，将努力与社会、消费者、合作伙伴及员工等利益相关者实现价值分享。

◆安心——美的农场让员工吃上无公害蔬果

2012年5月开始，美的农场每天向员工输出新鲜、安全、卫生的蔬菜瓜果，2013年11月，农场专门启用了“农场蔬菜瓜果MIP销售预订系统”，受到员工欢迎。

◆幸福——安居房让爱回家

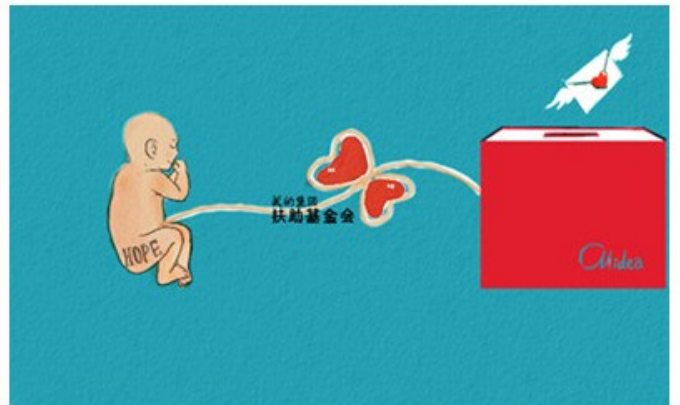
为使员工安心工作、增强归属感，美的与当地政府于2011年4月开始在顺德投建员工保障性住房。2012年3月，美的安居房——广夏花园正式面向员工销售。

◆希望——扶助基金爱让希望延续

美的扶助基金成立以来，一直履行传递爱心、扶贫济困的使命。

◆浪漫——集体婚礼见证美的良缘22载

美的从1992年开始为员工举办集体婚礼，每年举行一次，至今已有千余对新人在美的集团集团婚礼上喜结连理。



文化再造

美的不乏优秀的文化基因，如“集权有道、分权有序、授权有章、用权有度”的授权艺术，如“顺势而为，主动求变的革新精神。过去多年，美的创始人何享健一直倡导的利益分享、对员工的关爱、对人才的重视、开放的企业态度、竞争机制等，经过多年的积累和沉淀，已成为美的文化精髓。

文化是美的发展的指南针，只有统一的文化才能将工作在世界各地的美的人凝聚在一起，形成战斗力。2013年3月，美的集团提出要以“一个美的，一个体系，一个标准”为核心，再造新时期美的文化。

◆ 文化价值观

——“顾客至上、以人为本、持续创新、价值创造”，真正将企业的价值观落实和内化到企业经营的具体行为和员工的一言一行中。

“顾客至上”：一切工作以客户为导向，以消费者为中心。成就客户，满足消费者的需求，就是企业存在的价值所在。

“以人为本”：尊重和公平对待员工、消费者、客户、合作伙伴等所有利益相关者。尊重员工的能力，为员工提供公平、良好的



发展机会以及与贡献相匹配的回报。为消费者提供优秀的产品和服务，与客户和合作伙伴分享利益，共同成长。

“持续创新”：鼓励不断自我否定，持续改进，追求卓越，不甘平凡。持续创新包括持续的管理创新和技术创新。

“价值创造”：提倡简单化经营，构建简单高效、责权清晰的敏捷型组织。以问题为导向，以价值创造为目标，建设高效执行的价值创造文化。

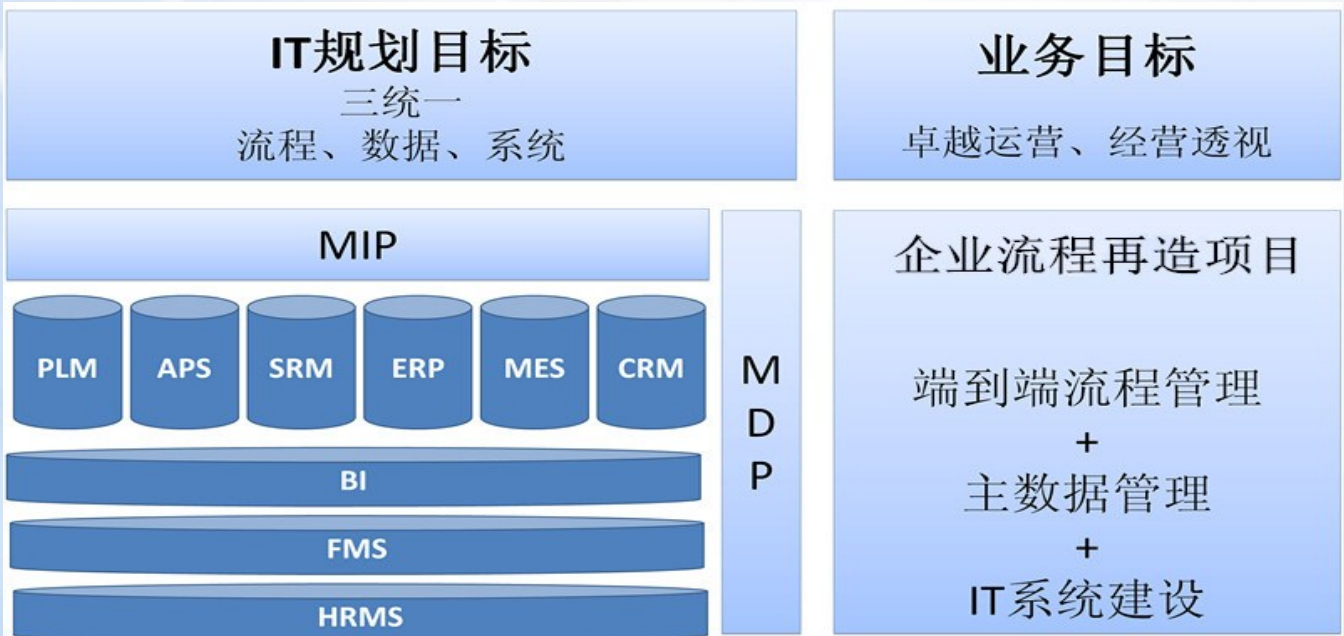


流程再造

美的集团实施主数据管理项目，启用一体化流程，打造统一规范的管理平台和评价标准，建立集团级运营管理体系，打造“以经营为中心、以客户为导向、简单高效的敏捷型组织”，实现企业的卓越运营和经营透视，推动美的集团整体利益最大化。

Management)：包括业务横向（市场—→研发—→采购—→制造—→销售—→服务）与管理纵向（战略、财务、HR等服务和管控智能）领域的主要贯穿流程的管理。

六大运营系统：PLM（Product Lifecycle Management, 产品生命周期管理系统）



◆关键名词释义

主数据管理（MDM：Master Data Management）：是为支持企业的核心业务获取企业业务交易和衡量企业实体的绩效结果而需要建立和维护的一个企业级范围的数据信息管理。主要包括产品、物料、客户、供应商、财务等主数据标准与管理机制。

端到端流程管理（BPM：Business Process

三大管理平台：BI（Business Intelligence, 企业决策系统）；FMS（Finance Management System, 财务管理系统）；HRMS（Human Resource Management System, 人力资源管理系统）。

两大技术平台：MIP（Midea Information Portal, 统一门户平台）；MDP（Midea Development Platform, 集成开发平台）。

精益文化

全员行动构建精益文化，精益文化要求全体员工站在顾客、市场的立场，环顾工作内容，利用精益工具分析、分解、改善、固化过程。

身边的“精益改善”变化

整理



整顿



清扫



清洁



素养



安全



精益文化

◆ 精益文化之——标准时间管理

在制造系统中，标准时间（ST）的管理水平代表着现在、并决定着未来其制造能力的水平。

标准时间的作用：

- 1、能化繁为简
- 2、把不同的工作对象、作业人员、工作条件统一起来
- 3、使生产计划、设备规划、成本预测及控制等工作简便易行

美的集团结合制造现状及与国内、外先进企业的沟通、交流，按照“一个制造、一种语言、一套系统”的整体系统性规划，统筹组织事业部利用2-3年的时间大力推动制造系统标准时间

（ST）的管理提升工作。

2013年8月，美的集团全面启动标准时间管理，并将标准时间（ST）管理作为集团规划的长期的、较为重要的系统性工作，结合国际先进企业的管理经验，共同联合建立标准时间（ST）体系，系统、科学开展制造体系评，美的集团计划用2-3年的时间建立和

具备标准时间（ST）管理、制造系统长期、客观的评价体系。



精益文化

◆ 精益文化之——自动化

美的集团多年来重视自动化投入与提升，仅2013年自动化累计投入3.5亿，实现减员近3000人。

目前美的集团成立设备加工中心，组建独立专业的设备模具研发团队，具备了非标设备自主研发设计、零部件加工、整机装配、调试的整个设备制造过程的能力。通过设备技改、自动化，实现省力化、省人化，提高生产效率及产品质量，实现制造战略转型。

其中，电机事业部2012年4月至2013年3月期间，共计完成367台自动化设备，其中完全自主开发201台，如：

1、电机装配自动线：通过自主开发设备，实现了改手动上料、装配、检测为自动上料、装配、检测，单线双班实现省人12人，类似线体累计完成有15条。

2、设备研发创新：通过对进口设备仿制，和对国内空白设备研发，实现技术创新和零的突破。



改后



2套机器人



精益文化

◆ 精益文化之——精益制造

美的集团规划明确了“产品领先、效率驱动、全球经营”的战略主轴，制造体系肩负着“以效率驱动助推集团战略转型”的使命和责任。

为此，美的集团成立精益制造专家组，对下属单位进行辅导，促进各单位精益系统的跨界沟通 and 交流，互相参观学习，通过内外研讨会、共享信息，帮助各单位在精益制造方面取得较大提升。

专家组同时跟进指导集团2013年精益制造十大项目，对十大项目实时跟进、指导、检讨存在问题、提供改善建议，推动全集团精益工作的开展。

精益制造组目前致力于《美的集团精益制造通用技术标准》的搭建，已经建立《标准工时管理操作指引》、《精益制造指标操作指引》、《生产设备管理操作指引》等一系列的操作指引，根据精益生产价值、价值流、流动、拉动、尽善尽美五原则进行规划统筹，旨在提升各单位的精益制造水平，消除单位间的短板与差异，实现一个标准的统一，实现技术精益化、高端化、改善自主化、管理自动化，开启美的制造新篇章。



Cell线提升效率及产能



Cell线体生产是一种精益生产方式，主要体现空调柔性化生产的能力，根据线体的个性化设置，大力提升人均产出，提升品质。

精益文化

◆ 精益文化之——精益物流

厂内物流指从原材料进厂，经过储存、加工、装配、包装，直至成品出厂全过程中的物料在仓库与车间之间、车间之间、工序之间每个环节的流传、移动和储存过程，贯穿了整个生产过程的始终。

美的集团通过从计划管理提升、大物流布局规划改善、现场布局改善、物料单元化包装、物料配送改善、仓库管理提升等6大方面着手进行改善，已达到缩短交货周期，提升人均效率的目的。

通过精益物流改善，优化产线、物流布局，节约生产用地面积**37.5万**平方米。

如，洗涤电器以“一个流”的精益化物流对接模式实现了内胆的跨厂输送。从钣金内胆下线至总装内胆上线，从原有周转车运输方式的15个流程环节，降低到6个环节，实现了流程精简，同时精简生产操作人员13人，从原有内胆库存6小时降低到4小时，场地优化1000m²，并消除了配送过程造成的异常损耗及人身安全隐患。

精益物流改善后成果图



精益文化

◆ 精益文化之——革新学校

为使得全体员工具备精益意识，尽快掌握精益制造的相关方法和操作格局，美的电机事业部首度开办革新学校，搭建革新平台，借鉴日韩企业革新方式，建立适用于电机事业部提倡的变革创新教育导入，以统一的企业文化精神并树立良好的工作作风。同时，美的生活电器电饭煲公司开办革新学校培训班。

电机事业部通过8期革新学校培训，扩大了参与人员的覆盖面，上下交错宣导精益理念，倡导精益文化，掌握精益制造的方法。



刚性品质

◆ 质量控制

美的集团将质量管理及质量控制措施应用于整个研发、采购、生产、销售及售后服务过程。公司采用的质量控制程序根据国际标准设计，采用了先进的、高度自动化的、品质一致性的系统，并在源头进行管理，预防质量问题发生。公司及各产品事业部均设置了品质管理部门，该部门是全过程品质管理的最终责任部门，负责质量管理工作的总体规划、规章制定、监控和服务，负责品质改进、市场品质监控、新产品测试及评价、供方品质、制造品质、产品认证报备等职能。

在供方环节，公司实施供应商认可计划，以确保零部件及配件采购环节的质量，候选供应商必须符合若干考核标准才能够成为公司的认可供应商。对于关键物料及零配件供应商，公司启动了供应链的前端管理，将品质管理延伸至供应商层面，主要从供应资源整合、供方模组化推进、关键物料标杆供方引入、关键技术供方引入，应用IT信息技术等方面提升供应链整体品质水平，加强对供方环节的品质监控。

公司下属主要生产企业分别管理和运营

各自的质量控制系统，并获得ISO系列的质量管理保证系统认证，包括ISO9000和ISO9001系列认证。

◆ 刚性品质

2013年，美的集团进一步加大2013年品质责任考核力度，下发加严品质责任制考核的通知，强化“品质一票否决制”，加强质量相关的品牌风险管理力度，设立“市场质量事故次数”指标，其评分标准按《市场重大质量事故追索管理办法》定义。

——新产品开发、验证品质一票否决制

——降成本项目评审品质一票否决制

——坚持过程品质管理刚性，杜绝品质让步生产

——坚持来料品质管理刚性，供方品质严格执行红、黄牌管理

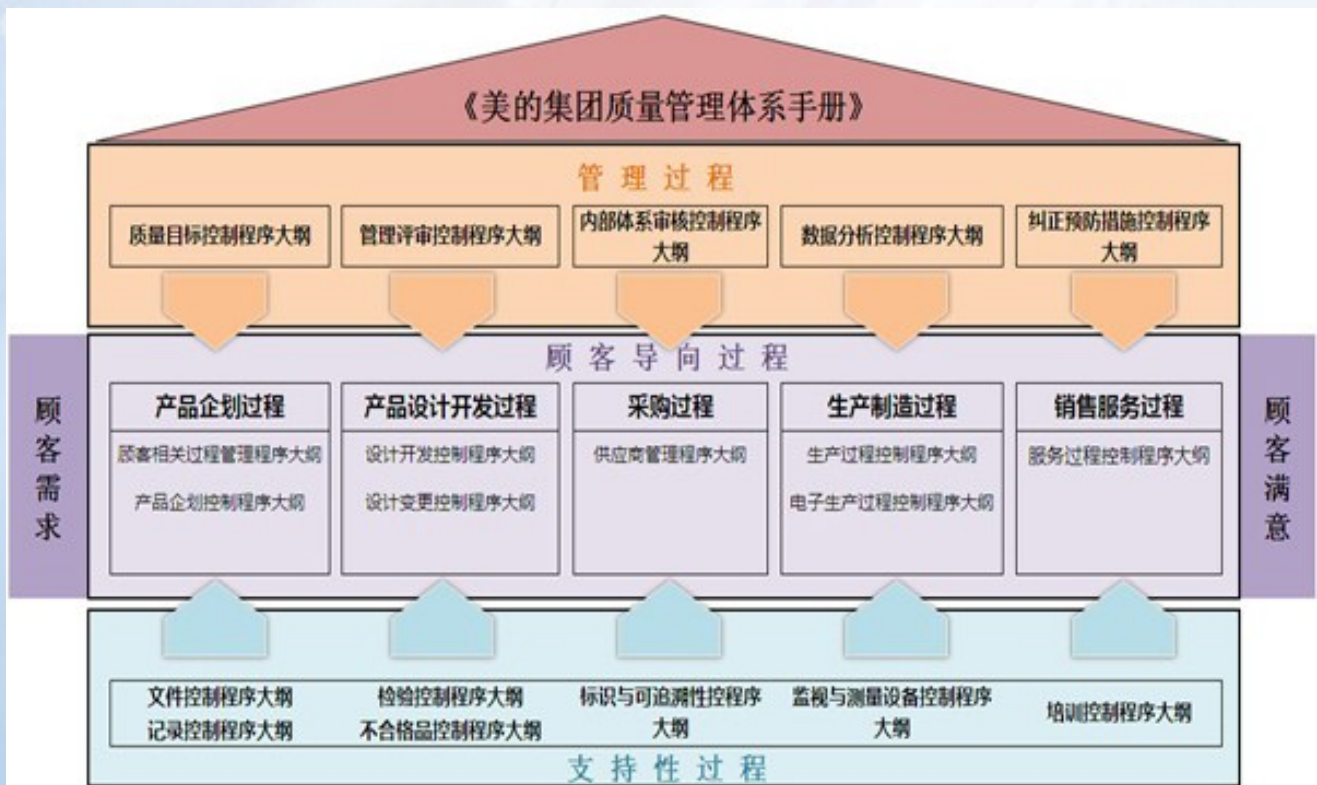


刚性品质

◆ 发布“一个体系”文件

美的集团科技与品质管理部统筹成立科技品质“一个体系”工作组，由各单位科技、品质体系专业人员共19人组成，以专业、协同、高效的方式开展科技品质“一个体系”工作，建立统一规范的科技品质体系标准化流程和制度体系。

2013年，美的集团科技与品质管理部组织制定和完善集团1份质量体系手册、20份科技品质体系程序文件大纲，共21份体系文件，发布《质量目标控制程序》、《管理评审控制程序》、《内部体系审核控制程序》、《数据分析控制程序》、《纠正预防措施控制程序》等程序式文件。



科技品质“一个体系”文件框架图

2013年，美的集团开展科技、品质、精益制造体系联合审核，从43个维度对下属事业部进行了全面的体系审核。

另外，品质管理部启动“2013年国家注册质量工程师考试”一站式考试服务活动，鼓励质量相关人员报名参考，提升质量人员专业素质。

合作伙伴

价值为尊，利益共享

◆ 经销商

美的坚持合作共赢策略，充分分享价值链利益，保障经销商利益，同时不断升级零售渠道，打造量身的销售组合体系，提高零售渠道客户满意度。

美的集团及事业部定期举办经销商会议，经销商通过会议及参观，更了解美的制造实力，生产的自动化、对成本和品质的有效控制，规模优势等，增强对美的产品和品牌的信心。



美的TOP渠道俱乐部经销商大会

中央空调举办中东与非洲精英经销商训练营



合作伙伴

价值为尊，利益共享

◆ 供应商

美的在发展同时不忘供应链的发展，不断培育供应商，帮助供应商成长壮大。每年美的会召开供应商年度会议，表彰优秀供应商，并签署战略合作协议，美的保持开放学习，与价值链伙伴共同成长。

为营造公平、诚信、廉洁的商业合作环境，提高供应链管理的规范化、透明化水平，美的集团制定《供应商黑名单管理办法》，并对执行情况进行稽查，让供应商对美的有信心，并保持长久的合作关系，实现共赢。

公司不断拓宽和加强供应商沟通渠道，提高生产计划准确性，将生产信息与供应商共享，将品质管控向前端移动，推动供应商进行自主改善，长期目标是提高物料免检直接上线的比例；让供应商成为研发部门的外延开发伙伴，借助供应商的力量开展同步工程，明确和完善技术标准、检验标准，让双方的合作建立在清晰的技术要求基础上。同时也积极向供应商学习，提高供应专业能力，提升供应商结算效率。



社区环境

◆ 环境保护

美的集团实行环境友好及能源节约型发展战略，切实推进与环境的可持续、和谐发展，在经营活动中，坚定推行生态设计，坚持清洁生产，为社会提供绿色产品与服务。

公司除注重公司效益外，还勇于承担社会责任，配置了污水处理站等处理设施，针对生产过程中的废气、废渣，公司配套建设了水渣分离净化及回收系统，并投入千万元建设先进的环保喷粉生产线与浸漆生产线，实现环保生产。

公司通过在设计上推进WEEE可拆解回收设计、推进EUP产品耗能设计，推进产品标准化，在生产制造上推行精益生产，提升劳动效率，实施6西格玛、QC革新管理，降低废品率，推进5S现场管理改善物流减少浪费，实施错峰用电，节约用水及倡导绿色采购、无纸化办公等多项节能降耗举措，持续改善和提升环境和资源的利用效率。

在保障绿色生产的同时，公司还积极倡导和打造绿色供应链，2005年起，公司即已成功实施RoHS应对项目，建立有害物质管理体系，走在国家前列。

作为国内第三方物流的卓越代表之一，安得物流以缔造绿色物流为己任，积极推进节能减排，节约能源和资源。

安得围绕绿色物流的环保要求，制定了一整套“绿色物流”规范体系。包括建立共同仓储、共同配送体系；大力发展物流外包业务；发展综合运输业务；配送满载率提升；仓库叉车实行油改气改电项目等；同时按照HACCP的要求在速冻食品、糖果、乳品、饮料、酒类等快速消费品的储存运输中建立一套完整的良好操作规范。

安得被授予“中国绿色货运标杆企业”



社区环境

◆ 安全生产

美的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。

美的集团安委会组织架构图：

体员工的安全生产意识，保证了本公司施工生产安全。

公司及其下属企业还通过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。



美的集团制定了《美的集团安全文明生产管理辦法》，该办法包括集团安委会组织架构及各级职责、各类安全防火管理人员的职责同办法、员工安全管理办法、门卫管理办法、机械安全操作管理办法、使用气（液化石油气）安全管理办法、广告宣传牌安全管理办法、厂区道路交通安全管理办法、安全事故、防雷电、防台风暴雨的管理办法、安全工作考核办法等内容，有效地提高了全

广东美芝成为美的的首家省二级安全生产标准化企业



社区环境

◆ 职业健康

美的对员工工伤和职业病防范，做了大量的工作和投入，公司实行安全管理责任制，定期检查，层层监督。集团会每月组织一次检查和指导，工厂对分分厂每月组织两次检查和指导，分厂内部每周进行一次检查，对检查结果要出通报，并监督落实。



美的集团连续19年举办“安全生产月”活动，在全集团广泛普及安全生产法律法规

知识和安全常识，提高全员安全生产意识和素质，预防和减少各类生产安全事故和职业病危害的发生。

培训主要对应车间的厂房结构、生产设备、作业环境及员工上下班主要道路上的交通状况等因素，分别进行相关的职业健康、生产安全、消防安全和交通安全等培训。



社区环境

◆ 清洁生产

美的从经营理念、技术研发、生产制造到供应链、营销、服务体系全面践行节能环保理念，力求所有的经营过程与环境全面、协调、可持续发展，致力于改善和提升产品全生命周期内的能耗和环境绩效表现，维护生物的多样性及促进相互和谐共生，为人类家园的明天和地球的可持续发展而不懈努力。

清洁生产是企业实现“节能、降耗、减污、增效”目标的一个有效手段，是企业挖掘运营、生产潜力的良方。公司还将继续加大环保设施投入，改善车间内部环境，减少污染物排放，发掘节能潜力，持续实施清洁生产，不断提升公司清洁生产水平。

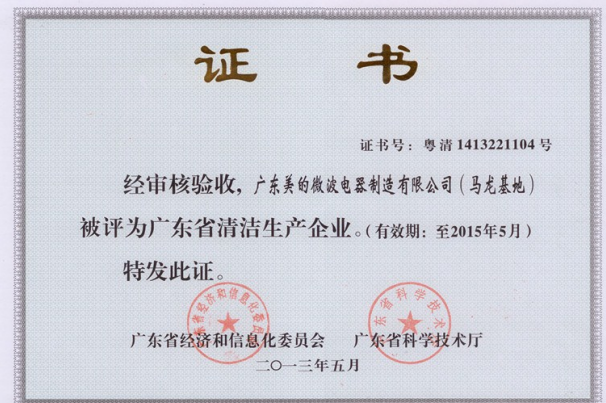
美的是广东省内首家自愿申请并通过清洁生产认证的家电企业，体现公司重视节能环保、绿色低碳的管理理念，提升企业社会责任形象。



公司在生产经营过程中主要污染物为噪声、废气、废水和固体垃圾，在废水处理、固体废气物处理、废气处理、噪音治理、生态绿化等方面投入大量资金，严格执行环保标准，满足国家环境保护总局相关建设项目的管理规定。

在日常生产中，公司采取了积极的环保措施，安装设备净化处理系统或由处理中心集中处理达标后排放废水或废气；通过车间墙体隔声、设备消音进行噪音治理；集中区域分类存放固体工业垃圾并定期回收处理；生活垃圾及时由专业清洁公司收集处理。

公司生产过程符合国家清洁生产和主要污染物排放总量控制的要求，从能耗到产品的可回收利用，及生产污染物的排放，均体现绿色和循环经济的环保要求。



厨房电器获广东省清洁生产企业称号

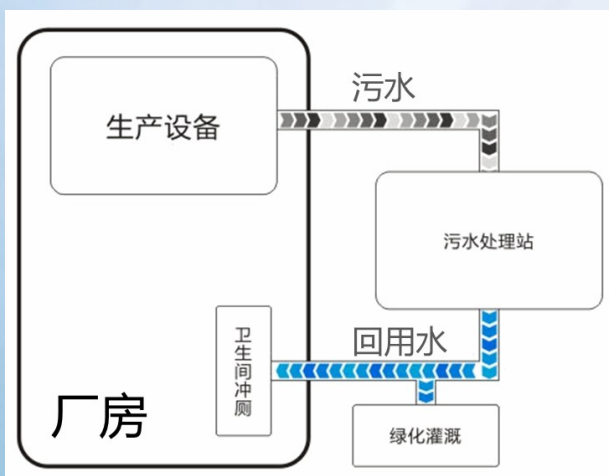
社区环境

◆ 节能减排

美的集团坚持“节能生产、节能产品”联动发展，推行绿色设计与制造，构建资源和能源节约型、环境友好型企业。

专注节能技术创新：近五年美的共投入节能产品研发和节能技术改造资金约26.9亿元，自主创新掌握了全直流变频技术等核心节能技术，仅2012年共有14项科技成果经鉴定为“国际领先”。

内部污水处理：车间生产过程中产生的污水经过工业园内部污水处理站处理后，会进行回用。目前已投入的回用水主要用于厂房洗手间冲洗厕所及厂房周边部分绿化维护，如厨房电器事业部每年的污水回用量约25万吨，年可节约金额约80万元。



“节能生产、节能产品”联动发展：推行绿色设计与制造，构建资源和能源节约型、环境友好型企业。采用智能化能源监控系统、广东省内首家通过清洁生产认证的家电企业、2013年全集团通过对注塑机的系统性节能改造，节电率达到62%，3年节约电费8千万。

用能管理：建立能源管理体系，智能用能系统管理，对用能进行合理调度，实现科学用能，年综合节电率15%。

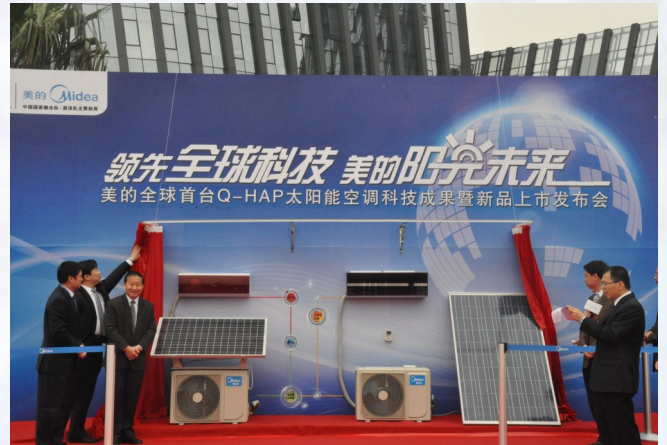
如厨房电器马龙生产基地“1兆瓦光伏发电示范项目”是国家“金太阳示范工程”之一，采用美国杜邦公司硅基薄膜太阳能电池组件，多年平均发电量约110万千瓦时，相当于每年可减少使用约380吨标准煤，或减排1138吨CO₂。此外在办公区、宿舍区的道路及球场照明，也应用了太阳能灯照明。



节能产品

全直流变频空调： ECO节能模式，实现0.1HZ超低频率运行、±0.1度恒温精控、0.1W超低耗电待机，实现“一晚1度电”。

太阳能空调： 实现太阳能光伏发电与峰谷市电的动态无缝对接，缓解用电紧张，节能20%。



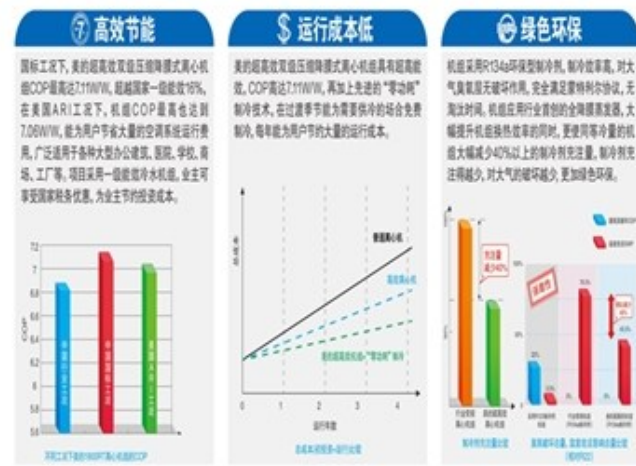
商用电磁厨房设备：比传统油气灶节能60%，解决餐饮业厨房高能耗、高污染（厨房脏乱根源，PM2.5祸因）、高安全隐患(厨房火灾频繁根源)等难题。

空气能热泵热水机： 只需电热水器1/3用电量，目前全国电热水器保有量约1.3亿套，如替换10%，全年节电48.88亿度，折合197.5万吨标煤。



节能产品

超高效降膜式离心机：全球首创的全降膜蒸发技术，采用航天气动技术，机组能效高达7.11，居行业最高水平。



超高效冰箱：550升超大空间对开门冰箱，日耗电仅为0.88度，领先于行业约1度的日耗电量。



智能洗衣机：采用iADD技术，根据衣服多少自动投放洗涤剂。

美的 Midea

美的洗衣机
FCS快净智能系统
又快又干净!

美的洗衣机
美的洗衣机FCS快·净智能系统
 四大顶尖技术在此融合，铸就卓越非凡。更快的洗衣体验，更净的洗涤感受，非凡洗护之旅由此开启。

智能INTIME，快速净衣，尽享自由
 采用智能iTIME程序，根据不同衣物，精确分配洗涤时间，快速净衣，尽享自由。

动态实时控制，高效运行，尽享舒心
 精确控制洗衣机转速的智能运行感知系统，大大提升脱水效率，及时洗净，尽享舒心。

FCS快净智能系统

喷淋水循环，如衣所需，全面洁净
 通过双效结构设计，洗净流程过程中，实现喷淋式喷淋，快速达到最佳洗涤效果，高净更干净，高洗更彻底。

净动力科技，打散衣物，彻底洁净
 采用双效喷淋，配合软件控制实现喷淋时，形成强力水流，打散衣物，彻底洗净。

MIDEA.COM | 4008899315
 合肥美的洗衣机械有限公司 | 地址：安徽省合肥市长江西路669号 | 邮编：230088
 网址：www.midea.com | 客服邮箱：service@midea.com.cn

节能产品

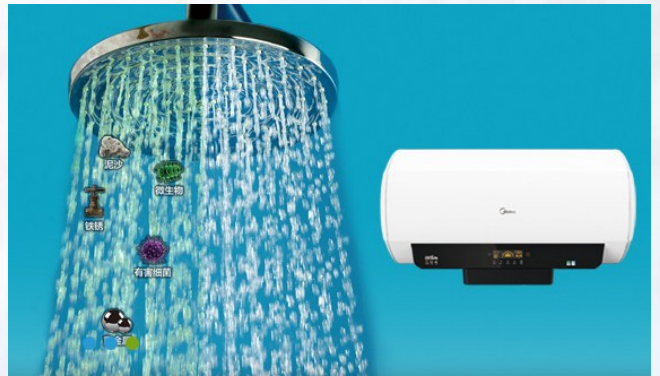
多联式空调（热泵）机组：集一拖多技术、智能控制技术、节能技术和网络控制技术等多种高新技术于一身，在设计上实现了重大突破，IPLV（C）高达7.50，远超过超高能效5星级要求，为目前国内IPLV（C）最高的多联机产品。



欧洲超高能效SEER和SCOP双A+++空调



美的活水热水器：首创Tech活水技术，循环活水洗澡更健康，93.8%超高热水输出率，蓝钻内胆80万次冲泄压不变形，使用寿命延长，安全有保障。



全直流静享舒适风扇：特有的180度正弦波技术，让电机持续平稳运转，噪音低至27dB比行业直流风扇最低噪音29.5降低了2.5dB；相比于传统的交流电机技术，能效转换提升率高达200%。



节能产品

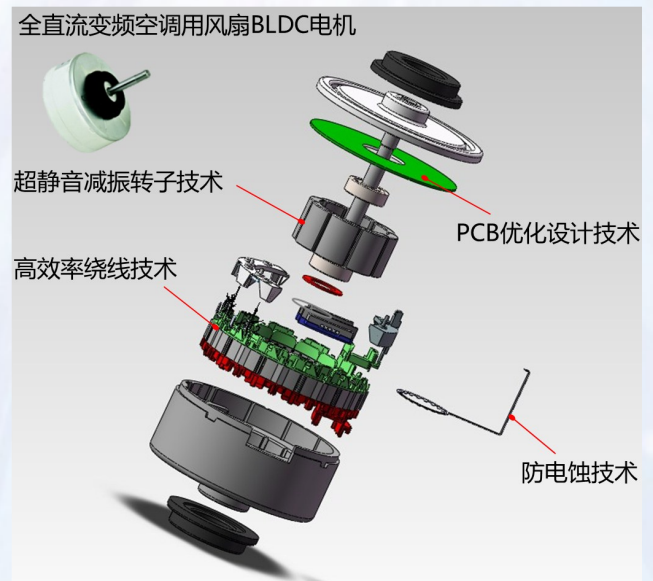
直流变频变容高效空调压缩机：针对高端空调设计，以高效能和舒适性为开发方向，完美结合了“变频”、“变容”、“双缸”三大节能技术，在国内同行甚至全球范围内都属于领先水平。



GMCC美芝聚焦低碳节能技术，以节能变频、低碳减排、绿色制造、绿色包装、新冷媒应用等五个节能专项规划项目为平台，发挥其能源管理机制优势，深挖低碳技术潜力，现已成功实现R290、R32压缩机的

量产，持续引领全球环保冷媒替代步伐，促进行业低碳技术的发展。

BLDC全直流电机：实现了产品的“高效节能、静音、低成本、高可靠性”的要求。实现了分体空调室内外风扇电机的国际最高效率，其中室外机效率超过日系厂家，达到国际领先。



服务客户

以顾客价值为导向

◆ 服务文化

- 服务目标：“顾客满意100分”
- 服务标准：“认真做足100分”
- 服务宗旨：“顾客永远是第一位”

美的集团成立了顾客服务呼叫中心，并能提供特殊方言服务，设立了服务热线，24小时响应消费者服务请求，为消费者提供投诉、咨询及安装服务。

在产品服务上，美的以创新的服务理念、完善的服务机制打造市场服务口碑，不断提升消费者满意度，公司服务网点已涵盖全国所有县级以上的城市和部分乡镇，并不断提升服务的响应速度。

为树立良好服务口碑，2013年集团加强对售后服务网点考核管理，建立了三级考核体系和售后服务规范的提升，并全面推行美的售后服务标准化建设。



◆ 服务品质

美的的服务不再只是售后服务，而是一种增值产品。

美的集团“美的服务”微信公众平台上线，提供方便快捷的在线报装报修服务、高效及时的服务跟踪及评价、丰富多彩的产品信息查询、贴心有效的产品使用保养技巧、精准的服务网点和旗舰店搜寻等人性化的系统自助服务功能，还有热情可爱、专业负责的小美提供最贴心的人工客服。



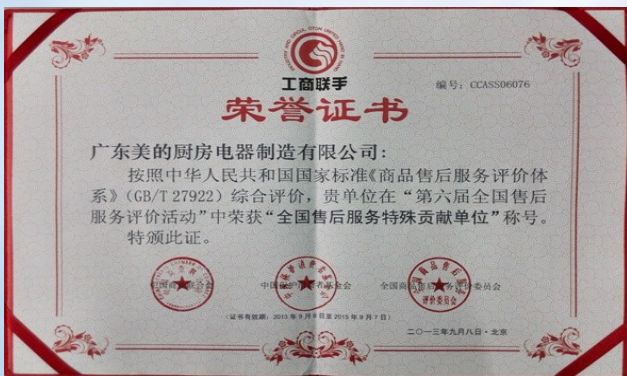
服务客户

以顾客价值为导向

◆ 服务品质

美的厨电推出四大增值服务举措：

- 1、从2013年3月起，厨房电器正式推出烟机、灶具“十年免费包修”服务，而行业普遍的保修期限为八年。
- 2、5-10月开展购买烟机送免费清洗服务。
- 3、实行产品质量问题无条件退换货承诺。
- 4、试行针对高端产品和部分中心城市48小时服务标准。



GMCC美芝发布启动空调压缩机“十年包换”服务，以实际行动为合作伙伴提升市场价值。



品牌运营

品牌全球化

◆ 品牌起源

美的创业于1968年，1980年正式进入家电领域，1981年注册“美的”商标，“美的”从此诞生。美的多年来专注于白色家电领域，现已成为一家以家电制造业为主的大型综合性企业，旗下拥有美的、小天鹅、威灵、华凌、安得、GMCC等十余个品牌。

Midea,英文意解为My idea(我的创意，我的主张)；旋转的圆与“M”相连，体现“创新，缔造完美和谐生活”理念。

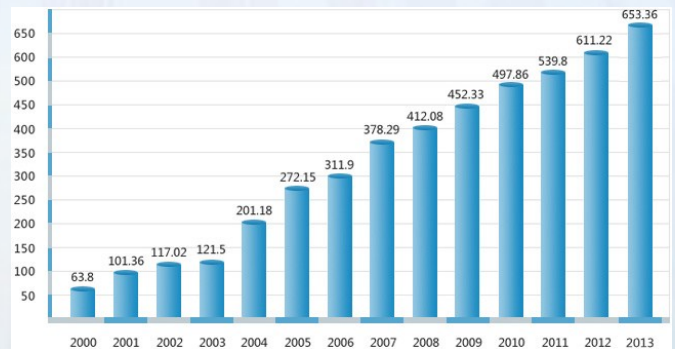


◆ 品牌价值

多年来，美的通过提升品牌影响力、品牌内涵与品牌软实力，进行企业品牌的培育与塑造，连续十多年央视春晚报时，冠名“美的时刻”，加强品牌积淀；持续冠名赞助高尔夫“美的中国精英赛”，加强高端媒体的品牌曝光。探索品牌国际化之路，先后在香港、东盟、东欧等市场建设自主品牌。

近年来，美的以推动品牌年轻化、时尚化为目标，赞助国家游泳队跳水队，持续体育营销，逐步培育“时尚、创新、进取”的品牌内涵，实现品牌价值升级。

2013年，美的品牌价值653亿元跃居“中国最有价值品牌”第五位。



品牌运营

品牌全球化

◆ 品牌运作

继2010年美的集团正式成为国际泳联（FINA）全球官方合作伙伴之后，2014年1月14日，美的集团再次牵手国际泳联，随着双方战略合作的持续深化，凭借国际泳联的国际影响力和美的集团不断提升的产品竞争力和品牌影响力，一定会将游泳类运动更深入的扩展到全球，也会让美的赢得全世界更多人民的关注和喜爱。



美国AHR成品牌全球化平台



天猫美的品牌站上线



独家冠名东方卫视“顶级厨师”



独家冠名湖北卫视“我的中国星”



全球运营

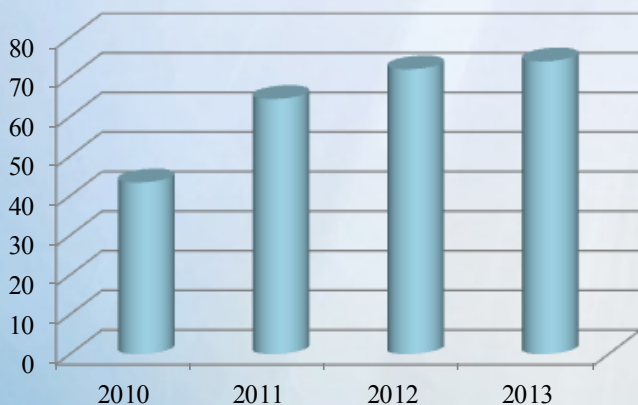
聚焦国际化战略

◆ 全球运营

“全球运营”是美的集团中期发展的战略主轴体现了美的集团面向发展的远见和拥抱竞争、知难而上的勇气与决心。

目前，美的在新兴市场国家通过合资合作、并购等方式实施本地化运作，现在越南、白俄罗斯、埃及、巴西、阿根廷、印度六个国家设有生产基地，公司以国际事业部为海外运营平台，逐步建立并完善国际化运营流程，不断提升国际化经营能力，推动美的海外自有品牌发展。

2010年至今出口业务表现（单位亿美元）



◆ 全球资讯

印尼合资公司举办年度经销商会议，表彰先进并发布新品



埃及公司差异化运作美的、开利、东芝三大品牌覆盖细化市场



芝加哥家庭用品展美的展区



全球运营

聚焦国际化战略

◆ 全球资讯

洗碗机在巴西whirlpool市场受到热烈关注



Divulgação

As ainda lava-louças são caras, podendo ultrapassar o preço de uma geladeira. O valor das mais baratas se equipara ao de uma lavadora de roupas. Na Brastemp, há modelos de 1.049 até 4.099 reais. A diferença entre elas é, sobretudo, a quantidade de louça que cada uma suporta. A mais barata é feita para lavar seis serviços — ou seja, a louça de seis refeições individuais — e a mais cara da marca limpa 14 serviços. Na Electrolux, a variação de preços é menor: parte de mil e chega a dois mil. Quem está começando a vida e quer investir nos equipamentos da casa gasta, hoje, cerca de 11.600 para comprar geladeira, cooktop, forno elétrico de embutir, micro-ondas, coifa, lavadora e aspirador de pó. Com a lava-louça, esse valor sai por 13.700, considerando uma lava-louça das mais baratas.

Casa completa - Na casa da decoradora Adriana D' Andréa Bueno, de 31 anos, o investimento em equipamentos foi um facilitador para a

Lavadora que limpa a louça de até 12 pessoas

中央空调中标毛里求斯国际机场工程项目



美的参展德国IFA展



GMCC美芝应邀出席国际气候保护技术大会



中央空调参与制定中东多联机行业标准

参加第77届IEC年会主导风扇国际标准修订



展望

我们的使命： 为人类创造美好生活

我们的愿景： 做世界的美的

我们的精神： 开放、和谐、务实、创新

我们的价值观： 以人为本、理性追求、变革创新、授权经营、协作共享

我们的经营准则： 集权有道、分权有序、授权有章、用权有度

我们的行为准则： 诚信、责任、协作、学习、敬业、进取、创新

我们的人才目标： 致力于成为最佳雇主，打造吸引和保留人才的竞争优势

我们承诺：

→ “十二五”期末家电产品节能环保达到国际先进水平，产品的绿色设计水平和资源综合利用水平明显提高；

→ 新能源和清洁能源产品有重大突破；

→ 主要家电产品能效水平平均提高20%；

→ 家电产品有害物质减排达到同期发达国家水平。

美的将围绕“低碳、节能、绿色、环保、智能”发展主题，继续探索发展方式转变，成为受人尊重和信赖的、具备全球竞争力的“友爱型”公司，美的将以更加健康、低碳、环保、人性化的产品为全世界提供更加和谐、舒适的生活！

意见反馈

关于内部控制、审计、反腐败与反贿赂，请联系审计监察部：

tousu@midea.com（国内），compliance@midea.com（海外）

关于销售、产品质量、服务质量，请联系：4008899315

关于投资者关系，企业社会责任报告，请联系美的董事会办公室：

ir@midea.com

更多企业社会责任报告，请登录：

http://www.midea.com/cn/about_midea/Corporate_responsibility/CSR3/

CSR（企业社会责任）报告

美的集团股份有限公司

地址：广东佛山市顺德区美的大道6号

电话：0757-26334559, 26338779

Email：ir@midea.com

www.midea.com