



# 2018

## 社会责任报告



# 关于本报告 Compilation Instructions

## 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,在报告中特别注明。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”。

## 报告时间

以2018年度(2018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。

## 发布时间

2019年4月20日(下次预计为2020年4月)

## 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 GRI(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。

## 数据收集

为有效收集2018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2018年年报》。

## 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-CSR3.0)》。

# 目录

## Contents

致辞 .....	01
公司介绍 .....	02
美的理念 .....	03
美的荣誉 .....	04
社会责任 .....	05
意见反馈 .....	63

01

产品领先 .....	07
效率驱动 .....	17
全球运营 .....	19
以用户为中心 .....	20
美的电商 .....	23

以用户为中心



02

用前瞻布局支撑“人机新世代” .....	25
创新工业互联网 .....	26
智慧家居 .....	27
智能制造 .....	30
深化战略布局 .....	32

M-Smart 智慧生活



### 03

企业文化 .....	35
美的关爱 .....	38
人才培养 .....	42
供应商管理 .....	46
安全生产 .....	48
合规管理 .....	50
环境友好 .....	53

#### 新常态下的社会责任



### 04

品牌价值 .....	55
协会成员 .....	57
预警方针 .....	57
公司治理 .....	58
职业经理人机制 .....	59
高管薪酬 .....	59
投资者关系管理 .....	60
股东利益保护 .....	60
内部控制 .....	61
信用评级 .....	62

#### 民族企业的发展



# “ 50 重生,重建伟大,感谢有你的见证同行 ”

2018,时代浪潮奔涌向前,改革开放四十周年与新中国成立七十周年接踵而至,新视角、新起点、新格局应运而生,美的也随之踏上五十芳华的新征程。历史洪流之中总有沉郁与坎坷,荣耀与光芒,但勤勉与奋进,变革与担当,始终推动着国家、民族、企业、个人不断前行。

2018,“百年未有之大变局”,风浪激扬中混乱成为常态,铅华褪尽后市场冰冷而真实,变局中危与机同生,周期波动中起与伏共存。面对大江奔流的变局时代,敢于变革,就是美的五十年发展过程中最质朴的传承。

2018年艰难环境之下,美的实现营业总收入2,618.20亿元,同比增长8.23%,实现归母净利润202.31亿元,同比增长17.05%,保持了经营稳定与竞争能力的提升,同时进一步加大了研发投入,推动产品力提升,在渠道变革、协同优势发挥、工业互联网与IoT实践、多品牌体系构建上取得积极进展与成效。2018《财富》世界500强榜单,美的集团排名第323位,排名上升127位,位列中国家电行业第一名;“BrandZ™ 2018最具价值中国品牌100强”排行榜,美的在众多品牌中排行第26位,品牌价值上涨40%,领先国内科技家电品牌;据英国品牌评估机构Brand Finance发布的全球品牌价值500榜单,美的位列138名。

提升公司治理水平,维护股东权益,是美的依然坚持的长期价值取向。2018年,美的在市场动荡期间,回购40亿元,成为近年最大规模实施完成的常规回购;同时美的依旧保持持续稳定分红,整体上市以来,累计派现将达357亿元(含2018年利润分配预案)。正是稳定的业绩,优秀的治理,使美的成为最受境外投资人欢迎的长期价值投资标的之一,全球投资人持股比例一度近达28%。

我们正经历着一个不同寻常的时代,人工智能、机器学习、虚拟现实、智能家居、工业互联网、5G网络等等对人类的工作以及人类未来所需的技能有着巨大的影响,商业模式的创新,人口结构的变化,新竞争者与新业态不断出现,我们面对的不确定性远高于以往。过去的优势不再是优势,过去的劣势也不再成为未来发展的障碍,全世界所有优秀企业,都必须经历不同周期的历练,依然固守工业时代思维和方法的公司,无一不陷入没落,曾经或许春光烂漫,转眼就会风雪载途,数字时代,变革已时不我待。

科技尽善、生活尽美,五十美的,唯以重生,才不负时代芳华与价值使命,而改变就是我们应对复杂局面最简单的答案。

我们将继续推动商业模式的改变,真正以用户需求为起点,以用户为中心来引导产品的开发与生产,以壮士断臂的决心,推动国内渠道体系的深入变革,运用“+互联网”的思维和方法推动价值链的整合和系统优化,把所有资源用到跟终端用户有关系的环节上面,不断提升用户体验,优化服务能力。

我们将进一步转变增长方式,推动实现内生式的存量裂变,进行数字化渠道分销和零售转型,建立与稳固用户关系,从传统营销向大数据营销转变,给用户提供更好的体验和服务,立足规模优势,扩大实现网络效应。

我们将继续投入资源,加大研发与创新能力的构建,唯产品致胜,面向年轻化、高端化、套系化等不同趋势提供多样化产品,面向未来推动产品全面智能化。以创新传承,进一步在机器人及自动化、智

# 致辞 Address

能物流、IoT 等领域进行投入布局,发挥美的“制造业知识、软件、硬件”三位一体优势,建立领先的工业互联网平台,形成全价值链数字化解决方案。

我们将继续推动数字化转型,建设“数字化美的”,借助ABC(人工智能、大数据、云计算)及物联网等技术手段,通过智能化运营来改变美的现有的业务模式,降本增效,在效率驱动的前提下继续实现经营能力的提升。

改变,重生,自始无终。2018年,美的创始人何享健被党中央、国务院授予“改革先锋称号”,创立五十年,美的成长的每一步无不闪亮着紧随时代的变革烙印。市场的竞争从来不容易,美的五十年的发

展也历经坎坷波折,面对竞争的暴风雨,面对时代大潮,面对瞬息变化,每一个前行的奋斗者,都可以成为暴风雨、浪潮与变化本身。

过去已经过去,未来尚且遥远,对未来最大的慷慨,是把一切献给现在!

50 重生,重建伟大,感谢有你的见证同行。

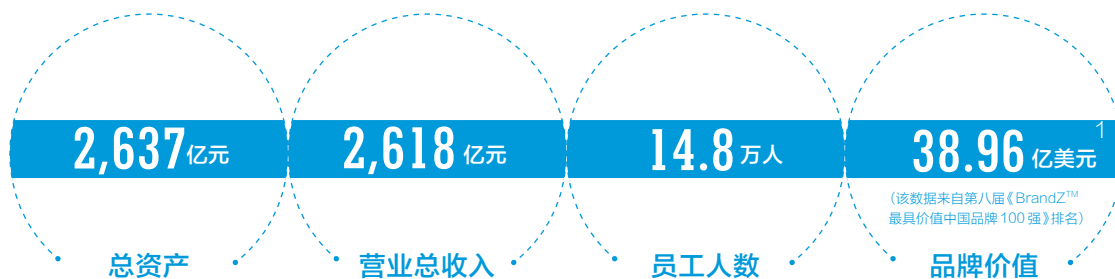
美的集团股份有限公司董事会

二〇一九年四月



## 公司介绍

- **公司名称:**美的集团股份有限公司
- **公司地址:**佛山市顺德区北滘镇美的大道6号
- **创业时间:**1968年
- **上市交易所:**深圳证券交易所
- **整体上市时间:**2013年9月18日
- **已发行股票总数:**6,603,422,687股
- **股东总数:**228,273人



Brand Finance 发布的2019年全球最具价值500大品牌,美的位列第 **138** 位



2018年《财富》世界500强,美的位列第 **323** 位,较去年大幅上升 **127** 位

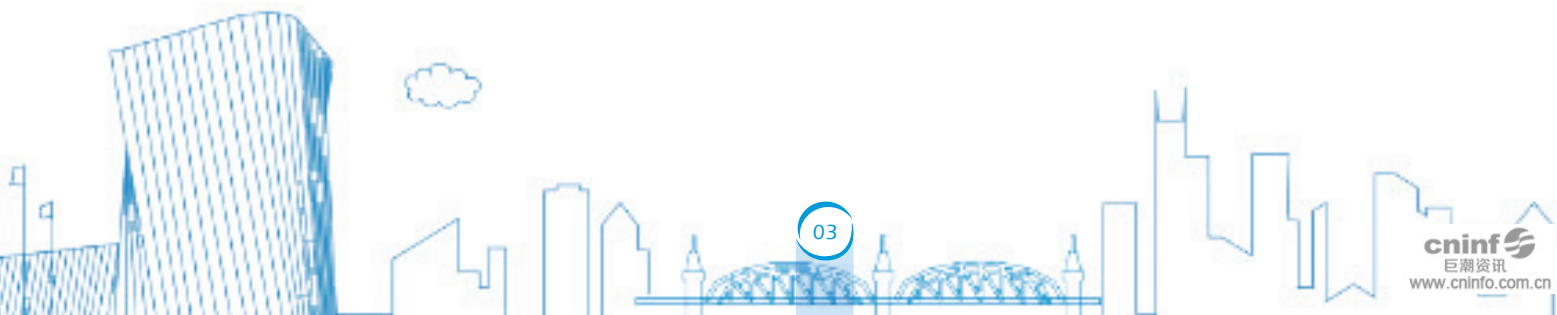
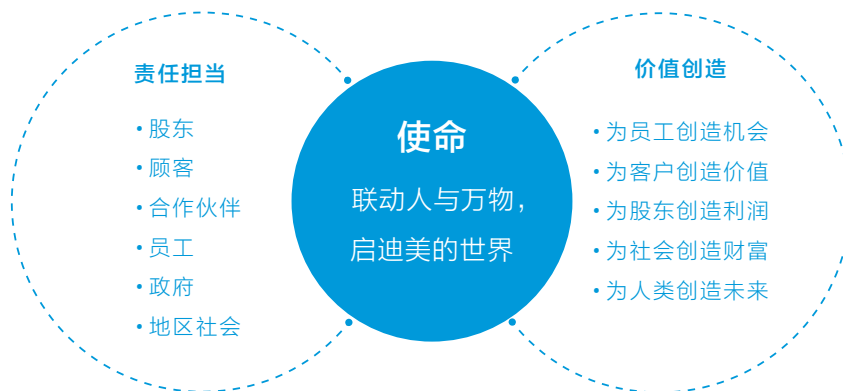
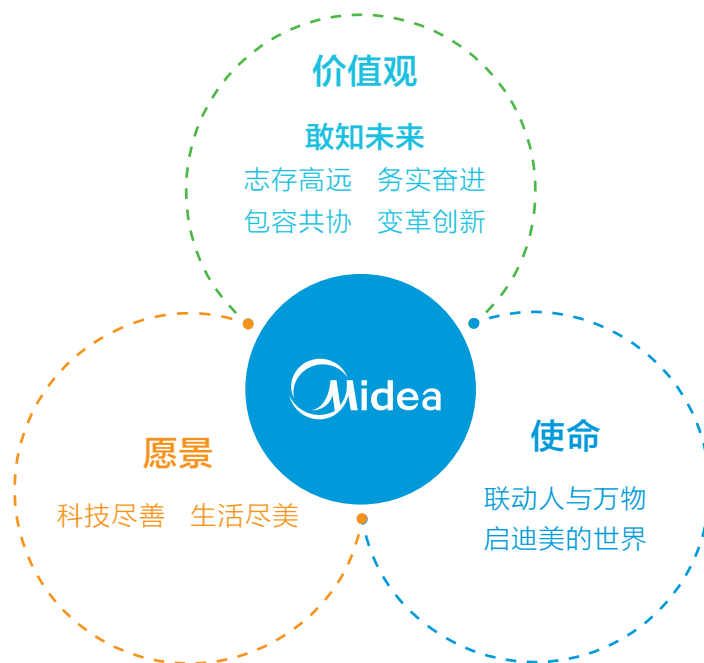


2018年《福布斯全球上市公司2000强》,美的位列 **245** 名,较去年大幅提升 **90** 位



上榜2018年CCTV中国十佳上市公司榜单,连续三年入选年度“**十佳上市公司**”

# 美的理念





## 美的荣誉



### 2018 最具价值中国品牌 100 强

BrandZ™《2018 最具价值中国品牌 100 强》第 26 位

### 2019 年全球最具价值 500 大品牌

Brand Finance《2019 年全球最具价值 500 大品牌》第 138 位

### 《财富》世界 500 强

2018 年《财富》世界 500 强第 323 位, 较去年大幅上升 127 位

### 福布斯全球上市公司 2000 强

2018 年《福布斯全球上市公司 2000 强》第 245 名, 较去年大幅提升 90 位

### CCTV 中国十佳上市公司

2018 年《CCTV 中国十佳上市公司》, 连续 3 年入选

### 2018 全球 100 个最有价值的科技品牌

Brand Finance《2018 全球 100 个最有价值的科技品牌榜》第 41 位

### 2018 最具价值品牌海外收入中国 10 强

BrandZ™《2018 最具价值品牌海外收入中国 10 强》第 6 位

### 2018 年“全球挑战者” 100 强

BCG《2018 年“全球挑战者” 100 强》, 成为今年新上榜的 7 家中国公司之一

### 福布斯 2018 世界最佳雇主榜

福布斯 2018 世界最佳雇主榜, 成为本次上榜的 84 家中国企业之一

### 最受欢迎中国品牌

第二个“中国品牌日”, 美的登上人民日报评选产生的“最受欢迎中国品牌榜”


# 社会责任





## 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。


## 利益相关方


- 用户** 

坚持通过为用户提供节能、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。
- 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。
- 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。
- 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** 

积极承担社会责任，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。

# 1



## 以用户为中心



美的产品和服务，致力于让生活更美的



## 产品领先

随着智能制造时代大幕开启，世界制造业的大格局开始了新一轮重构。在激烈的竞争形势下，美的集团提出“产品领先、效率驱动、全球经营”三大主轴，聚焦“智慧家居”+“智能制造”的“双智战略”，加快自身创新体系建设，并伴随AWE战略发布会上提出的“人机新世代”洞察，持续在人机交互等前沿科技领域进行探索和部署，以产品驱动+差异化技术驱动的双驱动模式推动产品持续领先，从而实现了产品质量与技术含量的双重提升。



### 明星产品图谱：空气类

#### 美的东风空调



##### 艾普兰金奖

- 航空涡轮对旋技术，双层远近循环气流，全厅均匀凉意；
- 多矢量柔化扰动，渐扩散流；
- 20米超远距离送风，轻松应对更大空间。

#### 踢脚线系列取暖器



##### 艾普兰设计奖

- 小空间整体取暖；
- 精雕细琢，铝合金23道精细工艺处理；
- 热力环流，暖空气幕墙；
- 可控硅无极调功技术，10段等效功率输出。

#### COLMOBLANC烟机

- T塔跨界，376mm更薄机身厚度，烹饪不碰头；
- T型全面屏净烟美学；
- A+双翻拢吸，135°广角拢烟，大负压面吸油烟，730Pa内外压差强排油烟；
- A+声阻降噪，同风量噪音低2dB。



明星产品图谱：清洁类

▶ COLMOBIANC 洗衣机



艾普兰创新奖

- 蓝宝石级防潮防尘工业摄像头，配合大数据人工智能算法，实现衣物识别，识色辨型判断衣量；
- 定制每一次专家级洗护，洗烘一体，护型护色，衣若新生。

▶ 比佛利倾系列洗衣机

2018 年中国外观设计金奖

“智享之选” 2018 年度推荐产品

2018 年中国设计红星奖

- 颠覆性创新产品，世界首创 720° 多维洗涤，洁净更护衣；
- 世界首创 MBS 减震系统，稳定、静音；
- 智适应旋转筒身，科技感十足；
- 一体式前封门，有机曲线，圆润灵动，独创 45° 人机倾角，配合美瞳造型球面门体，自成优雅，彰显轻奢品质。



▶ 美的系列洗碗机

2018 年度中国家电行业磐石奖

2018 年中国家电院权威认证

2018 年度智慧创新产品 - “金选奖”

- 全球首创 Sahara 热风干燥 4.0；
- 29 分钟超快洗；
- 一键智能洗，自动识别油污；
- 美居 APP，支持用户定制洗涤程序；
- 防指纹不锈钢 + 隐藏式把手外观；
- 内部照明；
- 全新洗碗剂投放系统。



## 明星产品图谱：营养类

## ▶ “舞动IH”系列电饭煲

2018年中国高端家电及消费电子红顶奖

- 多段IH加热，底部及侧壁线圈交替加热，米饭720°双向沸腾，受热更均匀；
- 电极智慧眼自动巡航控制，精准控沸，持续沸腾不溢出；
- 钛金鼎釜蓄热持久，新升级晶钻PLUS涂层超强耐磨；
- 创新原味蒸釜，一锅两煮，实现双重米饭口感，满足全家需求。



## ▶ 变频静音系列破壁机

2018年第10届中国高端家电大奖“红顶奖”

- 智频破壁：智能变频大功率电机，不同食材不同转速，达到最佳破壁效果，营养全吸收；
- 静享不繁：智频电机配合五重降噪技术，静享美好养生时光；
- 专利搅打系统：国家专利金奖偏心紊流搅拌技术，提升搅打次数、消除搅拌盲区；
- 匀火加热系统：1500W鼎釜弧形加热+微压呼吸焖香阀，快速立体匀热，沸腾翻滚熬煮，食物更浓香；
- 贴心设计：一键开盖，轻松不烫手，安装更省力；一机多杯，食物处理更轻松；双重防溢；口感选择。



## ▶ 美的系列电压力锅

艾普兰产品奖

- 变压沸腾浓香；
- 磁悬浮变压沸腾，不同食物不同压力，同样食材味更香；
- 高压大火快煮，最高工作压力从70kPA提升到112kPA，烹饪更快；
- 真空保鲜技术，24小时锁住食材新鲜。



## 明星产品图谱：水健康类

### ▶ 比佛利系列净水器

2018IFA 产品技术创新金奖

- 四年不换膜，长效免打扰，把陪伴留给家人；
- 尊重时间，2.5L/min 产水，极致取水体验；
- 尊重精巧，132mm 超薄侧显，立式收纳艺术；
- 尊重简约，45° 双芯侧抽设计，无需预约自主换芯；
- 纯物理高节水设计，比国家一级水效更节水 20%。



### ▶ 比佛利系列净饮机

2018IFA 产品技术创新金奖

- 时尚外观：完美黄金分割圆润造型；
- 八景六茶个性冲泡，完美诠释当代待客之道；
- 首创 FIST 一体化复合滤芯，换芯成本节省一倍；
- 4.5 寸跑轨镜面全视角 TFT 屏，TDS 实时监测；
- 四段控温，秒速即热，出水速率提高 87%；
- 22L 超高效极鲜冰箱室，三档三景，干湿可调；
- 一键清洗 + 定期清洗，杜绝机器二次污染，洁净如初。



### ▶ 比佛利 GQ3 电热水器

2018-2020 能效之星；

2018 年热水器行业健康先锋；

- 钛芯智护，内胆防腐蚀、镁棒免更换、风险智判断；
- 小身材，大水量，70L 尺寸仅 800mm，6 倍增容；
- Turbo+ 涡旋速热，1.5 分钟速热；
- Pure-Clean 活水，健康洗浴；
- 智能管家，连续记录 49 天洗浴习惯；
- 出水断电、银离子抑菌。





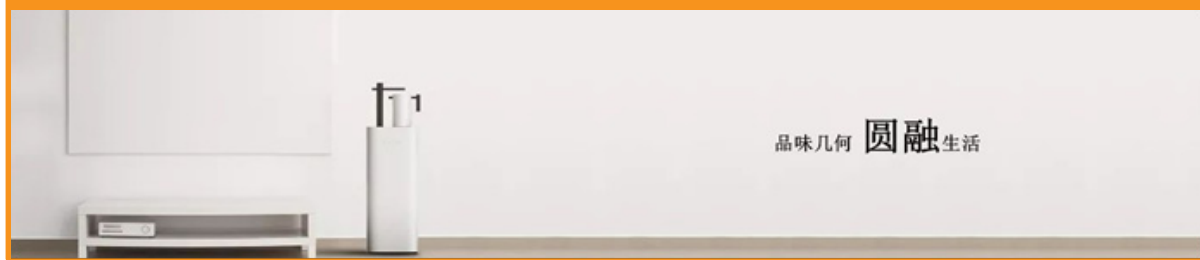
美的潮系水生活“布谷”正式发布,引领家电潮流设计新风向

随着崇尚简约、舒适的生活理念逐渐深刻地影响人们生活,成为新的趋势潮流,美的于2018年3月发布“布谷”禅意套系新品。秉承50年技术基因,美的藉由新一代中国当代设计师的全新触觉,以精致、简约的设计理念唤醒沉睡已久的本土酷潮基因。

美的在布局国内家电市场上,正是以当下科技融合设计美学的极简时尚风打开了潮系家电的新篇章。美的潮系“布谷”首套禅意水生活新品以极简的设计,紧扣当年轻人追求“删繁就简”的生活理念,将美学融入生活,让科技更性感。



2018年3月  
发布“布谷”





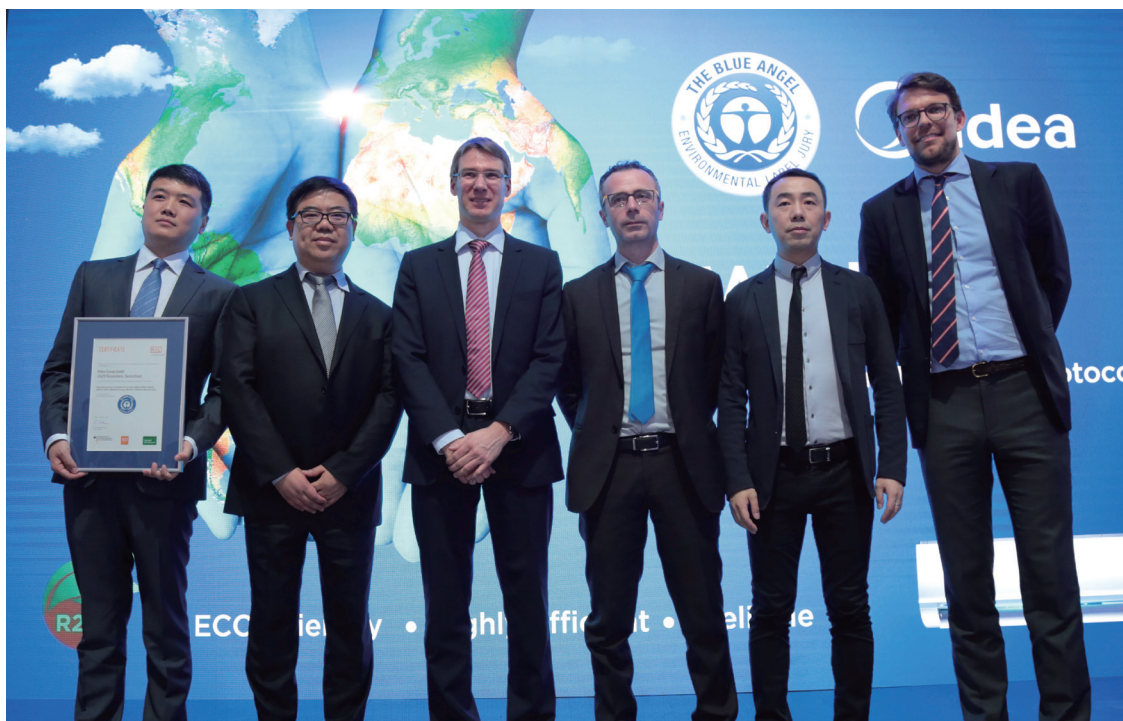
美的空调率先获德国蓝天使认证,为“基加利修正案”提供技术方案

2018年3月,在意大利米兰国际暖通空调及制冷展(MCE)上,美的分体AE系列R290全直流变频空调,凭借极低GWP制冷剂、高效率、低噪音、严苛的材料安全控制等技术优势,被蓝天使认证机构正式授予官方认证证书,成为全球空调行业中首家荣获德国蓝天使环保认证的企业。

蓝天使认证由德国环保部主导,是家电领域综合能效、健康与环保特性的最高标准,美的家用空调R290冷媒技术应用能获此殊荣,并成为为“基加利修正案”提供技术方案的企业,具有历史性意义。



2018年3月  
获德国蓝天使认证



## 美的集团发布全新 AI 科技家电高端品牌: COLMO

2018年10月,美的集团旗下AI科技家电高端品牌COLMO在欧洲之巅峰朗峰进行了品牌揭幕仪式并宣布全球首发。“COLMO”寓意“攀登”,凭借“生而非凡”的品牌精髓和“科技服务生活本源,设计释放理性空间”的品牌理念,COLMO集聚全球前沿科技和高端智造的智慧灵思,为消费者带来兼具至臻品质和自主学习能力的AI科技家电。

以非凡科技缔造智感生活体验,是COLMO品牌的愿景与目标。依托硅谷未来技术中心为前沿科技研究阵地,COLMO将AI核心技术融于高端家电,利用图像识别、深度学习以及大数据专家系统,为用户提供舒适、智能的使用体验。同时,COLMO在设计中以简驭繁,通过先锋设计与原始质感的完美平衡打造品牌独特的“理性美学”,以理性守护感性生活,让全球超级个体享受智感生活。



美的时间  
2018年10月  
发布COLMO

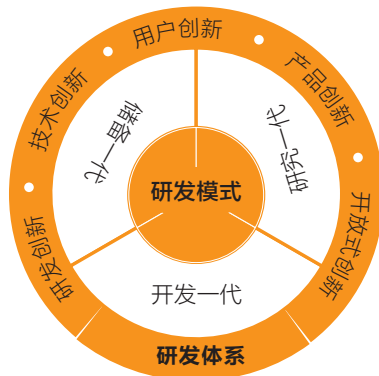


## 科技创新

### 四级研发体系和全球研发布局

美的以消费者为中心，持续加大研发投入与产品开发，聚焦研发创新，推动技术创新，用户创新，产品创新，开放式创新体系建设，构建具备全球竞争力的研发体系。美的集团以中央研究院为核心，继续完善事业部四级研发体系，关注先行研究体系构建，布局中长期技术储备。

美的围绕产品领先战略，创新性地建立了“三个一代”的研发模式，其中开发一代是指有明确上市时间的产品开发项目；储备一代是为了实现全新卖点，采用全新技术，支撑下一代产品的平台创新项目；研究一代是支撑下一代平台创新的技术研究项目。



## “数说美的，”

### 研发成果

#### 专利申请

申请专利 **15,895** 件

发明专利 **6,102** 件

#### 专利获奖

金奖 **2** 项

银奖 **2** 项

优秀奖 **11** 项

#### 国际设计大奖

国际设计奖项共获 **51** 项

德国红点奖 **16** 项

德国IF奖 **14** 项

美国IDEA奖 **21** 项

2018年，美的共申请专利15,895件，其中发明专利6,102件，截止到2018年底，美的累计国内专利申请量突破9.4万件，授权维持量4.4万件。

在从事核心技术研究的同时，美的更加注重研发成果的转化，持续获得多项奖励及认定。2018年美的荣获中国专利奖项为2项金奖、2项银奖、11项优秀奖。其中，“偏心搅拌破壁机”荣获“中国专利金奖”，“比佛利倾系列洗衣机”荣获“中国外观设计金奖”。新冷媒R290技术应用AE系列产品获德国蓝天使环保认证，为全球空调行业首家荣获此殊荣产品的企业。东芝滚筒首展IFA获德国VDE认证高效节能认证。2018年共斩获国际设计奖项51项，包含德国红点奖16项，德国IF奖14项，美国IDEA奖21项。在产品质量方面，美的集团在2018年全国商业科技质量大会中获颁2017年全国商业质量奖。美的通过持续加大研发投入与创新开发力度，注重产品品质提升与工艺设计，不断提升产品竞争能力。



标准创新

产品创新

并联双驱研发成果

### 2018年03月

美的主导的《食物搅拌器》国家标准完成审定并报批。

### 2018年07月

美的主导的全球首个《电饭煲烹饪米饭品质评价方法》标准通过审定并正式发布。

### 2018年10月

美的主导修订的IEC 60335-2-15国际标准在第97届IEC大会上获得通过。

美的有七项先进企业标准入选了中国标准化研究院发布的2018年企业标准“领跑者”试点名单。

### 2018年12月

美的与中国家用电器研究院联合主导起草的《空调器散热片用长效亲水耐蚀型涂层铝箔技术规范》团体标准入选了“工业和信息化部2018年百项团体标准示范项目”名单，为行业技术标准化作出了积极的贡献。

由美的牵头主导的《电饭锅》及《电压力锅能效限定值与能效等级》国家标准完成起草制订，于2018年12月公示征求意见。

科技成果获得“国际领先”成果鉴定

14项

科技成果  
获“国际领先”  
成果鉴定

2018年美的主导开展了多项技术成果鉴定,并获得“国际领先”成果认定。

- “卧式尘杯吸尘器低噪声关键技术研究及产业化”
- “智能楼宇管理系统高效节能技术(M-BMS)的研究与应用”
- “情景防干烧技术和燃气泄露报警技术”
- “高效均匀燃烧技术的研究与应用”
- “燃气热水器有害气体低排放技术研究及其产业化”
- “高效相变储能技术在电热水器中的应用研究”
- “洗碗机健康存储技术研究与应用”
- “高效洗碗机高端性能研究”
- “R290(丙烷)房间空调器关键技术及应用”
- “热风机强制热能力与高舒适关键技术研究及应用”
- “房间微气候多维调节关键技术研究及应用”
- “超低温气液混合喷射空气源热泵机组的研制与应用”
- “智能控湿技术的研发和产品化”
- “微晶保鲜技术的研发和产品化”



# 效率驱动

## 持续推进 T+3

美的推行了以客户为导向、快速满足市场需求的T+3模式，以拉动整个供需价值链为主线进行变革，积极响应用户需求，瞄准业务痛点，聚焦断点衔接，在产销协同、交期透明、下线直发、供方协同4个领域展开深度变革，在市场及竞争格局剧烈变化的环境下，形成一整套倒逼系统机制以及市场终端拉动的供需模式。

通过智能云仓结合全国分布的协同仓，实现仓储管理一盘货，结合高效的线下配送系统强化终端服务能力，拉通商品、资金、信息和物流，推进物流集中配送的“一盘货”物流平台建设。



## 美的智能云，以“数字”赢未来



提高服务效率，更重要的在于优化用户体验逻辑，由美云智数提供的数字服务营销云系统，让复杂问题简单化、标准化：

**慧销云**，让场景营销助力企业数字化营销升级，有效融合线上线下用户数据，建立与消费者的全渠道连接，帮助企业运营客户，助力销售提升；

**电商云**，搭建全渠道营销体系，推出全面新零售解决方案，能提供全网订单履行、智能供应链、业务财务一体化、官网商城建设等服务，汇聚全渠道数据、提炼关键业务指标、精益电商运营、做可靠的生意抓手；

**渠道云**，让数字化助力企业精耕营销渠道，能打通代理商、分销商、终端门店全渠道的信息流，与渠道客户互利共赢；实现企业渠道管理数字化透明。

针对耐销品行业的用户服务能力提升，营销云以统一消费者用户体验为核心，为消费者提供面向企业一致的体验，无论线上，还是线下进行的购买，用户的账号、基础信息、地址、购买、安装、维修、电子发票、产品、积分权益，以及围绕基础行为产品信息进行进一步的一键快速服务获取实现统一的聚合管理。让消费者无论在哪个入口(微信, app, 导购, 门店)都能体验到一个企业的一致服务。

放眼未来，中国的数字生态系统正在扩展，或将驱动全行业的颠覆，趋势之中，美的将继续推进数字化转型，以“数字”赢未来！



## 探索并落地 C2M 模式

美的积极探索并落地 C2M 模式在各产品品类(洗衣机、热水器、生活电器)的应用,通过研产销全价值链数字化全面升级,以平台化模块化开发、柔性化制造、智能化营销等关键项目为抓手,实现以满足用户真实需求为导向的家电个性化定制商业模式,与用户取得双赢的同时,获得了市场的认可。



## 构建城市配送核心竞争力

聚焦仓配一体核心业务,依托自主研发的信息技术系统和全面布局的配送网络,安得智联实现全国区县乡镇无盲点的全程可视化全网直配,全面提升全场景配送能力;美的深入推进统仓统配战略,减少中间环节,加快全渠道配送时效和资金周转,构建“共用仓储、统一调度、快速响应、快速配送”的供应链物流体系;基于构建的全国配送网络,安得智联推出当日达、限时达、定日达等配送服务产品,全面拓展外部市场。

2018 年安得智联城配及宅配业务规模同比增长达 300%,全面深化与菜鸟网络的合作,共建高效物流服务体系,在承接天猫双十一项目期间,安得智联的天猫买方用户评级得分位居菜鸟联盟大件合作商前列。安得智联基于全国 118 个城市物流中心网络,已实现 24 小时内可送达 19,956 个乡镇,24-48 小时内可送达 16,511 个乡镇,全国乡镇 48 小时配送覆盖率可达 87.6%。

## “数说美的,,

### 网点布局

城市物流中心 **118** 个

### 时效

24 小时内可送达乡镇 **19,956** 个

24-48 小时内可送达乡镇 **16,511** 个

全国乡镇 48 小时配送覆盖率 **87.6%**

仓配业务规模同比增长 **300%**





## 全球运营

美的一直坚持推行全球化战略,为推动全球业务布局,稳固全球化的基础与能力,搭建全球供应协同机制,强化海外本地运营,推进产品全球化,美的在全球共设立15个海外生产基地,海外员工约33,000人,全球设立销售运营机构24个,遍布北美洲、南美洲、欧洲、亚洲、非洲、大洋洲,业务涉及200多个国家和地区;此外,美的以市场为导向,以用户为中心,前瞻性地布局未来产品技术,在美国、意大利、德国、印度、新加坡等9个国家设立共20个全球研发中心。

2018年,美的在海外区域总部的基础上,合并成立美的国际事业部,从业务管理平台转型为业务经营实体,三大区域在统一的全球化大框架下,持续推进因地制宜的国际化公司治理,加强区域市场研产销体系整合,进一步强化聚合效应。

“数说美的,”

### 布局全球

海外生产基地 **15** 个

研发中心 **20** 个

销售运营机构 **24** 个

业务涉及国家和地区 **200** 多个

海外员工约 **33,000** 人



### 研发国际化

近年来,中国制造行业出现了三大明显特征:从销售产品到销售行业标准、从产品国际化到研发国际化、从竞争到竞合集群,中国制造业开始进入新的拐点。在此趋势下,美的紧抓机遇,做出了继产品国际化之后的又一重要策略——研发国际化,实施全球化经营战略。

美的放眼全球,在主要经济体、重点市场、科技发达国家或地区布局了研发机构。目前,美的已在美国、日本、意大利、奥地利等全球9个国家设立了研发中心,以实现国际范围内的资产配置,打造全球性科技企业。

产品本土化、利用区域性技术及整合当地资源,是美的全球研发中心的三个重要职能。通过积极拥抱世界优势资本配置,美的以科技创新作为布局全球市场的基点,逐步打破了产业边界,建立起了新的差异化竞争力和商业模式。

未来,美的将继续践行创新驱动发展、优化供给侧改革的方针,加快布局全球科研网络,以坚实的研发系统夯实核心技术实力,朝着全球性科技企业不断奋进。





## 以用户为中心

美的坚持以用户为中心的理念，推进实施关注用户实际需求的创新模式，通过用户体验实证推动产品销售和企业发展。从以往的设计师主打产品设计，到融入市场调研意见，再到和用户建立互动平台，聆听用户意见协同创新，美的一步一步将用户需求反馈到产品的研发和智能制造流程中。不仅如此，美的还专门成立了用户研究室，建立模拟消费者真实使用的环境。同时，通过深入拜访调研和大数据分析，美的将研究结果纳入产品策划、产品开发、产品测试等每一个环节，为产品研发与改进提供指导意见。

### “用户体验中心”搭建“零距离沟通”的桥梁

为了更好地获取用户需求，美的推行了一系列的产品性能体验及一站式体验中心，通过消费者体验实证来优化产品，与用户需求进行零距离、一对一、面对面的交流。从“一晚1度电”体验、“热水器用户体验俱乐部”、“30天免费试用不净则退”到全屋家电体验馆、上海用户体验创新实验室，美的一直以用户需求为产品发展方向，注重用户的产品体验，在企业与用户需求之间，提前搭建了一座“零距离沟通”的桥梁。

美的开展了“以用户为中心”的全环节产品体验改善。从售前咨询、售中购买、产品使用、售后服务全价值链，从“视觉、听觉、触觉、味觉、嗅觉”的五感品味品质改善，全面提升用户体验。新产品在外观系列化、精细化设计、使用操作和舒适性等方面有显著变化，主营产品类产品体验电商差评率改善26%。



### “美的服务”平台为用户持续创造价值

“美的服务”是美的家电用户的自助服务平台，集成的服务功能包括：安装、维修、家电深度清洗、在线客服等，用户也可以自助查询服务网点、说明书、电子发票等常用信息。“美的服务”平台升级的核心方向，是将用户最关心的服务派工及评价管理数据化、透明化，并且能够分析预测服务需求大趋势，动态调整资源和人工安排，进行迅速及时的服务响应，对企业优化管理意义重大，可以提高订单管理效率，提升员工管理水平，最终优化用户服务体验，成为企业另一个核心竞争力。

“美的服务”平台的一项重要升级是订单信息全程可视化。用户在成功预约之后，可看到整个服务进程，收到及时推送的提醒信息，合理安排自己的时间，在家等待售后工程师上门服务，解决了监控盲点的问题。

提升客户服务能力是企业提升品牌价值、打造品牌形象的必经之路。“美的服务”经过了从共性到个性，从体系到细节的全方位细致打磨，正在时刻准备着，为用户持续创造价值！

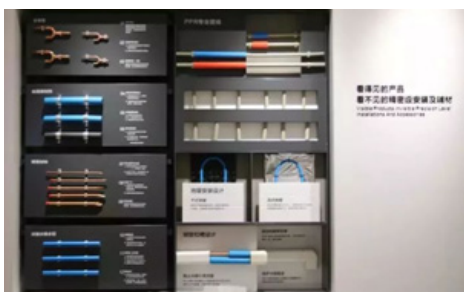




## 终端革命，从静态到交互体验式

美的前装家电体验中心，采取场景化体验营销模式，从整屋前装的角度切入，以专业为核心，致力于为消费者提供全流程的前装家电服务，全面满足消费者对于舒适居家场景的极致要求。

美的前装家电体验中心共有五大板块贴合提供不同场景下的消费需求满足。其中：舒适生活实验室，以智慧家庭为核心，打造客厅、厨房、卧室、卫浴等智慧生活场景；在环境系统、水系统、营养系统区域，分别提供室内空气、采暖、照明解决方案，饮用水生活用水解决方案，以及食物解决方案；在设计区域，专业设计师综合考虑用户家装需求和产品功能，提供智慧家庭整体解决方案。与此同时，基于美的前装家电体验中心，还能为消费者提供更多会员服务，涵括健康、营养、家居生活等多方面服务。



## 美的首家全屋家电体验馆开业——致力一站服务，创造智能体验

依托全国连锁家装卖场，美的全新打造了一个集成全屋家电、智慧家居体验为一体的综合性体验中心，通过对体验馆的投入运营，为每一位家装的新家消费者打造一站式的全屋家电设计解决方案。

美的全屋家电体验馆运营中心未来将结合消费者的家装风格、生活习惯，为消费者定制一套最适合的智能家电产品包，并提供一站式的售前、售后、安装配送服务，让消费者一次体验下单即可解决全屋家电的需求与安装问题，并提供最具性价比的套餐方案，免去反复选购、沟通的痛点。通过美的一站式的服务，一次解决全屋家电问题。

未来，美的将通过全屋家电体验馆的运营，为更多消费者提供一站式的家电服务，致力于为用户创造更为智能舒适的家居生活体验。



## 渠道营销

美的集团持续优化拓展CCS系统2.0、美云销系统和RMS系统应用，助力深化渠道变革。同时，引入家装设计软件，培育体系化家居场景设计能力，为消费者提供全屋家电解决方案，提供一站式的购物体验。

2018年，美的集团推出“美的到家”微信小程序，为线下门店提供线上引流、终端销售及会员运营的工具，助力终端门店数字化转型；在全渠道库存透明和实物协同的基础上，打通协同仓信息流，建立全渠道库存共享及消化规则，实现系统自动调节渠道库存水平，落实一盘货管理，提高存货周转率。



## 美的电商

通过用户大数据,使制造端服务于终端

美的线上渠道持续以产品和用户为核心,自建互联网大数据平台,和京东、天猫等平台达成了战略合作项目,持续深入探索数字化精准营销模式,一方面通过深入挖掘用户价值和需求,打造更加符合互联网市场定位、具备行业竞争力的产品,另一方面通过整合广告投放及应用智能投放工具,聚焦推广精细化和数据化运营,营销效率提升显著。

2018年,美的转向用户运营,聚焦核心用户,打通电商平台与美的内部的会员体系,拉通线上线下的数据,统一美的的会员身份、会员权益和会员资产,建立统一的会员档案,通过长期固化的会员特权运营,强化用户会员身份认知;加强线上渠道的授权管控,建立电商的运营和客服体系的评价机制,2018年通过和电商平台开展供应链深度协同项目,利用大数据驱动和系统对接,实现精准预测、智能分仓、自动补货,建立智慧化供应链可快速响应消费者需求,提升用户购物体验。

2018年,美的全网销售突破500亿元,同比增长22%,在京东、天猫、苏宁易购等主流电商平台继续保持家电全品类第一的行业地位。双11美的的全网销售再创新高,当天销售突破53亿元,并且连续六年蝉联京东、天猫、苏宁易购三大电商平台家电全品类销售冠军。

## “数说美的”

### 全网销售

全网销售突破**500**亿元

同比增长**22%**

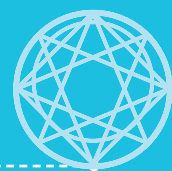
双11销售突破**53**亿元



2



# M-Smart 智慧生活



以贴心服务为核心桥接家庭与社会





## 用前瞻布局支撑“人机新世代”

2018年3月,美的在上海举行“人机新世代”战略发布会,会上分享了对未来的洞察:人与机器将转变为更深入、更融合的协作关系,进入“人机新世代”。这一战略,不仅是对“双智战略”的延展,更是力图以大数据与AI为驱动,让产品、机器、流程、系统等环节加载感知、认知、理解、决策能力,把美的在产品及产业布局上的独有优势全线打通,把在制造与生活的实践推往全新高度,为用户带来更美的生活体验。

“人机新世代”的背景下,智能制造进入更深层次的布局,引进机器人,打造无人工厂仅是表层。智能制造最重要的本质是基于大数据的分析和打通,让所有业务的互联互通,打通研发、供应链、生产、物流、销售及售后,包括消费者这些过去相对的独立的环节。历经近3年的生产标准化、数字化改造,目前已基本实现了“一个美的、一个体系、一个标准”的全球协同生产平台,研发出全价值链的支撑软件。



### 2018年3月

### “人机新世代”战略发布



## 创新工业互联网



为加快向科技集团转型，推进数字化转型，美的集团内优势的软件能力、丰富的制造实践经验、业界领先的KUKA 机器人及自动化能力，在南沙空调工厂试点建设工业互联网工厂及美的工业互联网平台。

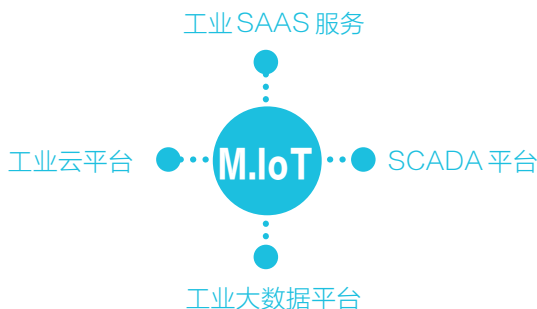
试点项目于2018年8月份成功上线，并于10月正式对外发布美的工业互联网平台M.IoT，成为国内首家自主、完整具备工业知识、软件整体解决方案和硬件三位一体的完整平台供应商。美的工业互联网平台M.IoT重点打造SCADA平台、工业云平台、工业大数据平台和工业SAAS服务，将客户定制C2M、供应协同、解决方案等服务标准化、平台化、云化，对外提供开放能力。目前已构建了20+款应用服务层工业SAAS产品、管理服务层PAAS产品和边缘计算层SCADA平台。

南沙试点项目被评为广东省工业互联网应用标杆项目及2018年国家工业互联网创新发展示范项目。美的将持续加大在数字化转型及工业互联网方面的投入，布局未来，化优势为动能。



### 2018年8月

### 工业互联网平台 M.IoT 成功上线



## 智慧家居

### 深化智慧家居产业布局，推动智慧家居战略落地

2018年，美的整合智慧家居业务，成立IoT公司，对云平台、美居APP、智能连接模块、大数据和售后服务等方面持续优化，连通集团各事业部与经营单位，不断提升用户满意度。公司规划并落地智能场景，建设高可用、强交互、标准化的IoT平台，促进用户与设备的稳定连接，提升用户使用智能产品的体验，大力推动对外生态拓展合作与开发者平台建设，牵引美的集团智能家居业务发展。

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

对外，IoT公司持续加大智能家电的技术研发和市场布局，不断增强智能家电产品的市场竞争力，持续拓展外部生态，扩大连接入口，提升用户服务价值。2018年，美的IoT分别完成与包括阿里云、天猫、华为、OPPO、VIVO、创维等多家平台或厂商的合作项目上线，并参与国内国际IoT相关标准建设，持续加速与外部的连接融合，打造美的智慧家居生态圈。



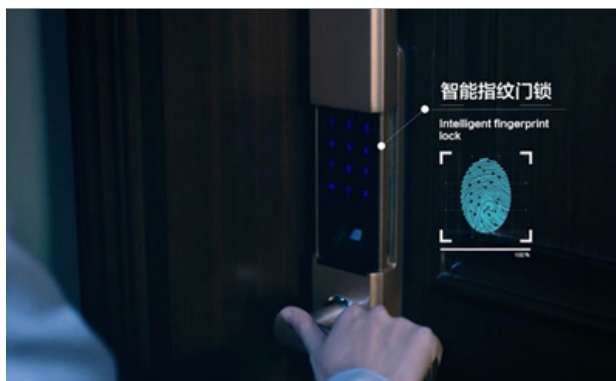


## 智慧家居应用方案

美的自主研发的美的智能网关、智能门锁、可燃气体探测器、烟雾探测器、智能面板等新产品和新技术，为用户营造了安全、便利、温情的居住场景，成为业内为数不多的能够提供从芯片到云端再到终端的整体智能家居解决方案的品牌。

在工业互联网布局下，美的依靠强大的存储单元与全球联动的大数据平台，在收集数据的同时，实时对数据进行挖掘、整理、分析，更好更快地指导产品生产研发。在产品使用过程中，用户使用数据及问题反馈是美的品质监控和产品改善的重要一环，通过对用户建议进行记录分析，并交付研发部门、品质部门进行改良，提高产品的好评率和客户满意度。

美的大数据与智能家电所营造的智慧家居生态，不仅能满足日常需求，还能在数据分析的基础上进行高智商“思考”。根据用户的生活习惯分析规律，调整自身功能与设置，更好地贴合生活场景。作为美的构建工业互联网的重要部分，美的智慧家居不断通过大数据收集来指导产品研发、优化产品功能，以直击消费者痛点，让用户感受到实实在在的生活品质提高，拥有更智慧更美好的生活体验。





## 深化用户体验，美的加盟“IoT 开放生态联盟”

2018年7月4日，“IoT 开放生态联盟”成立，首批联盟成员包括美的、vivo、OPPO、TCL、科沃斯等多家业内知名厂商。根据各方共识，IoT 开放生态联盟将为消费者提供完整、便捷、智慧、安全的智能家居体验，为联盟伙伴提供开放、低成本、公平的跨设备厂商互联解决方案，建立一个全开放的智慧生态体系。

美的集团的IoT生态平台——美的美居，将依托于美的集团强大的资源整合能力，致力于以更开放的姿态构建良好的合作关系。美的集团与手机企业之间的合作，核心目的是为了提升设备配网、连接与控制等方面的体验，创造更便捷、更易用的智能家电产品，为用户创造美好生活。



**美的时间**

**2018年7月4日**

**“IoT 开放生态联盟”成立**

Midea vivo oppo  
ECOVACS 科沃斯电器 TCL

## 美的入选广东省新一代人工智能开放创新平台

10月23日，广东首批四个新一代人工智能开放创新平台正式公布，美的集团入选“智能家居广东省新一代人工智能开放创新平台”。

美的集团将用人工智能技术赋能家电智能化，创新智能家居服务模式，提升家居生活的便捷性，同时构建智能家居开放创新生态体系与合作共赢机制，推动智能家居与智能社区，乃至智能城市建设的有机融合，促进人工智能产业发展，共创家庭行业人工智能新时代。



**美的时间**

**2018年10月23日**

**美的入选广东省新一代人工智能开放创新平台**

## 智能制造

### 人机协同 美的智造

2018年,在“人机新世代”创新战略视野下,美的智造有了更大胆的探索:不仅引进机器人,打造智能工厂,注重基于大数据的分析和打通,让所有业务互联互通,更大力打造工业互联网生态圈,向社会输出能适应各类复杂生产应用场景的自动化及商业解决方案。

目前,美的在总部、事业部、基地工厂三个层面,建成了一体化的企业级的自主MES系统,并已全面覆盖全集团32家国内工厂,1,000多条产线。平台日应用人数近万人、每天通过系统产生60万财务交易凭证上传、100万物资出入库记录、管控90,000多个生产作业过程、覆盖制造全流程的采集与追溯,实现了制造过程中人、财、物等重要资源的集约化管理,极大的促进了智能制造的效能。

美的对智造之路的探索,不仅折射了自身的企业变迁,也成就了中国企业精益工厂智能化建设的标准样本。而随着“人机新世代”战略的铺开,相信美的对人机共协的实践,将实现产业赋能,在更广泛的行业应用场景中,成为众多企业的智能制造转型的大力推手。

## “数说美的”

### 美的MES系统

覆盖全集团

国内工厂 **32** 家

产线 **1,000** 多条

日处理数据能力

财务交易凭证上传 **60** 万

物资出入库记录 **100** 万

生产作业过程管控 **90,000** 多个





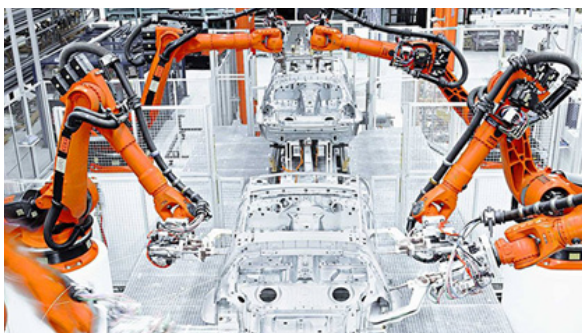
3月21日,美的宣布向库卡中国下属业务注资,共同成立3家合资公司,以拓展工业机器人、医疗、仓储自动化三大领域的业务,顺应中国市场在智能制造、智能医疗和智能物流、新零售等方面的高速发展需求,开发适合中国客户需求的产品和解决方案,实现自动化业务板块的全面高速增长。随后不久,其智能制造产业基地率先落户广东省智能制造创新示范园的核心区域,是合资公司成立后的首个落地项目。

美的一直强调全价值链的卓越运营,通过打通产业链的上下游,实现最佳的板块协同,美的库卡智能制造产业基地将成为其“双智战略”布局中的重要一环。作为横跨消费电器、暖通空调、机器人及自动化系统、智能供应链(物流)四大板块的科技集团,美的深谙中国制造业的复杂与痛点,通过联动库卡集团在机器人与自动化领域的优势,双方有望将美的库卡智能制造产业基地打造成为研产销一体化的产业模式,未来倚靠粤港澳大湾区的发展势头,带动顺德乃至整个华南地区智能制造产业发展和升级。



美的时间

2018年3月21日

向库卡中国下属业务注资  
共同成立3家合资公司

## 深化战略布局

碧桂园珑誉花园

1月

美的智慧家居

2018年1月,美的智慧家居&碧桂园珑誉花园项目落地仪式进行,美的智慧家居总经理李强等代表出席,并举行了共建智能样板间的交接仪式。美的智慧家居产品线丰富、服务体系健全,拥有与国内高端房地产项目的合作经验。



海康威视

6月

美的集团

2018年6月12日,美的集团与杭州海康威视数字技术股份有限公司签署战略合作框架协议。双方将发挥各自行业领域优势,在智能家居、智慧零售、智能制造、工业物联网及机器人自动化、人工智能等方面开展深度合作。

双方将在今后的合作中,充分发挥美的集团在智能家电领域、智能家居、机器人及工业自动化、智慧物流、工业数字化应用等方面的优势,结合海康威视在视频应用、视觉分析、智能安防、智能制造、智慧园区等方面的丰富经验,实现强强联合,不断提升产品和服务的创新能力。同时,双方还将在人工智能、新零售、万物互联等方面开展探索,不断深化在智能家居、智慧零售、智能制造等领域的合作。

通过合作,双方将共同致力于不断提高产品的科技含量,推动智慧家庭+智能制造升级,将制造与生活的实践推向全新高度,实现跨行业深度合作,为用户带来更美好的生活体验。





霍尼韦尔集团

7月

美的集团

7月23日,美的集团与霍尼韦尔集团创新战略合作签约仪式在美的总部举行,美的集团中央研究院与霍尼韦尔科技事业部(中国)将在多个创新领域开展战略合作。

美的集团与霍尼韦尔将首先在智能及传感、材料等领域进行深度创新战略合作。霍尼韦尔科技事业部(中国)将为美的集团提供定制化业务,针对相关领域的前瞻性研究提供支持。美的集团将促进霍尼韦尔对市场需求的洞察力提升。

未来,双方将在全球范围内探讨更多方面的商务合作。两家世界500强企业在创新方面强强联手,将实现优势互补,创造更大的创新空间及商业价值,为用户提供更优质的产品与服务。



绿城中国

9月

美的集团



9月13日,美的集团与绿城中国签署战略合作签约仪式在美的总部举行。两家企业将在企业采购、市场营销、智能家电、智能家居、科技小镇等领域展开多维度的合作。

此次合作基于双方共同的发展理念。美的集团作为消费电器、暖通空调、机器人及工业自动化系统的科技企业集团,致力于为人类创造美好生活。绿城中国,作为中国领先的优质房产品开发及生活综合服务供应商,涵盖了房产开发、代建管理、资产经营、生活服务、房屋科技等业务,以优质的产品品质和服务品质引领行业,致力于打造“理想生活综合服务商第一品牌”。

美的集团与绿城中国将本着“合作共赢,共同发展”的原则,深度优化合作模式及内容,借助双方各自优势,积极探索“房地产+智能化”的发展方向及路径,实现优势叠加、资源互补、互利共赢,在追求科技住宅和美好生活的道路上共同发力。

3



# 新常态下的社会责任



每一天都是美的



## 企业文化

### 一粒种子，一棵大树



经历数十载芳华，美的已从一粒种子成长为参天大树，对人才、科技、创新矢志不渝的重视，让美的一步步成长壮大，在推动时代不断向前发展的同时，也成就了如今的枝繁叶茂。前人栽树，后人乘凉，在展望未来的同时，我们也不能忘记历史。

2018年10月，美的举办了以“一粒种子，一棵大树”为主题的系列活动。活动当天，美的团队来到原公司旧址——美的新邨，在图片长廊前共同回顾创业历程，重温美的创业五十年的心路历程和心得体会，传承创始人精神，不忘初心。





## 五十周年徒步



种子，成长方能成大树；双脚，行走方可至千里。2018年11月，美的集团五城联动，于顺德、合肥、无锡、苏州和新加坡，共同举办“敢知未来，一路有你”50周年员工徒步活动。五十周年，继往开来，欢乐徒步，助力公益，彰显属于美的人的风采！

徒步赛道上，设置了“美的历史印记”，让员工重温艰苦创业的时光；设置了“美的波波池”，让员工挖掘美的冷知识；设置了“美的品牌发展史”，让员工了解美的成长轨迹。当天上午活动结束后，美的向公司公益扶助基金捐赠了2,349,000元，用于帮扶内部困难员工。

五城联动，这是一场充满爱与正能量的挑战。敢知未来，一路有你，无畏险阻，勇敢前行。高山之巅，心有羽翼。鹏程万里，未来可期。让我们携手创造下一个更美的五十年！

## 2018年11月

顺德、合肥、无锡、苏州和新加坡五城联动，

共同举办“敢知未来，一路有你”50周年员工徒步活动



合肥



苏州





顺德

无锡

新加坡

## 美的关爱

**社会慈善** 作为伴随改革开放成长起来的企业，美的集团一直致力于各项社会公益事业，积极担当社会责任。



1月

向北滘镇捐赠 **1,000** 万元

连续向北滘镇慈善会捐赠 **9** 年

累计向北滘镇捐赠 **9,000** 万元

6月

“万企帮万村”活动捐款 **1,000** 万元

连续捐款 **9** 年

累计捐款 **15,500** 万元

10月

向黄龙村捐赠 **1,670** 万元

向支持政府脱贫攻坚款 **10,000** 万元

持续支持慈善 **20** 年

共投入超过 **700,000** 万元



2018年1月,美的集团连续第九年向北滘镇慈善会捐出1,000万元,累计捐赠达9,000万元,用于当地开展扶贫、助困、教育等方面的慈善公益活动。



2018年6月,2018年广东扶贫济困日暨乡村振兴“万企帮万村”活动仪式在广州举行。仪式上,美的集团再捐款1,000万元。这是美的集团自2010年“广东扶贫济困日”创设以来,连续九年参加该活动,累计捐款1.55亿元,辐射佛山、顺德、北滘、英德、连南等地区。



爱心善款主要用于敬老、扶贫、助困、助教、建设移民新村等各项社会公益事业,所有善款使用规范,受赠单位和部门责任清晰,执行到位,善款得到了很好的使用,发挥了积极的社会效应。

10月19日,美的在战略发布会上发布企业全新愿景、使命、价值观的同时,宣布捐赠1,670万元用于美的黄龙村结对共建项目,推动顺德基层治理和乡村振兴;捐赠1亿元人民币用于支持政府脱贫攻坚,通过卫生扶贫、教育扶贫、产业扶贫等模式相结合,助力政府实现2020年脱贫攻坚任务目标。



2019年,美的集团继续把精准扶贫工作作为企业履行社会责任,回报社会的重要工作。积极响应广东省委省政府,省扶贫办的号召,全力开展产业扶贫、就业扶贫和公益扶贫工作。包括继续向北滘镇慈善会捐出一千万元,用于开展扶贫、助困等方面的慈善公益活动。在广东扶贫济困日活动中,继续捐赠一千万元,用于广东省重点贫困村的扶贫工作,集中关注贫困人口的教育、医疗和住房保障等问题。

过去20年间,美的创始人何享健先生和美的集团在扶贫、救灾、养老、教育等慈善领域总共投入超过70亿元,凭借企业的温度与力量,为社会的未来播下新的种子。

一直以来,美的秉持着自身理念——在追求产品与服务更上一层楼的同时,通过承担社会责任,尽己所能帮助更多群体与地区改善生活。20年栉风沐雨,美的公益一直在路上。未来美的集团会继续支持慈善公益事业发展,更大程度回馈社会。

## 员工关爱

多年来,美的延续了引入优秀人才、留住优秀人才的企业文化,包括连续27年举办大型集体婚礼,提升员工的幸福指数。2018年12月08日,美的第27届集体婚礼在美的全球创新中心举行,共有50对新人喜结良缘。

红红火火的岭南婚礼,既展现了岭南文化的精彩独特,也是美的集团作为优秀民族品牌对本土文化的重视与发扬,送给员工们的爱情祝福,寄托着企业深深的人文关怀。

### 集体婚礼

新人在美的全球创新中心喜结良缘

50对



## 安防预警在我心

### “预防为主，防消结合”消防演习

为强化美的总部内部所有人员的消防安全意识，提高紧急情况逃生自救能力，2018年6月，公司联合顺德区北滘专职消防队组织了主题为“预防为主，防消结合”的消防应急疏散及灭火演习。消防演习前期，公司通过总部大楼内海报机、楼宇电视等各平台不断大力宣传消防演习信息，让员工意识到消防安全的重要性和必要性，以便提前进入状态。

本次消防演习活动有超过500名员工参与，通过安全知识宣传、应急疏散、灭火实操综合性的消防演练，进一步增强了员工消防防范意识和应急逃生自救能力，积累了宝贵的消防经验。同时，也展示了公司对员工安全的重视，体现了公司作为世界五百强企业之一应有的企业责任感。



### 查隐患、辨风险、保安全



为预防各类生产安全、物资安全事故的发生，2018年12月，公司采购中心在顺德工厂举办主题为“查隐患、辨风险、保安全”的年终“生产安全 物资安全”活动。活动中，项目组要求全员从“要我安全”的思想转变成“我要安全”最后到“我会安全”，按章操作，居安思危，最后呼吁全体员工遵守四不伤害原则，做到不伤害他人、不伤害自己、不被他人伤害、不被自己伤害，共同营造良好安全生产环境。



## 人才培养

### 人才理念：用事业成就人才，用人才成就事业

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。

美的致力于成为员工“最佳雇主”，搭建开放的用人机制，打造企业吸引和保留人才的竞争优势。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。公司雇佣不同年龄段及来自于全球不同国家的员工，提供平等的个人发展、晋升机会及兼顾公平与竞争性的报酬。

以人为本，  
人才是美的  
第一资源

管理理念

人力资本  
增值大于其他  
资本增值

人才战略

能者上  
庸者下

用人原则

公开  
公正、公平

用人环境

### “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。



### 人才全球化

公司近年大胆加快国际化人才的培育和使用，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。



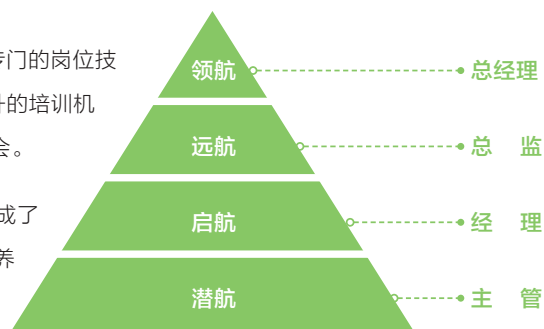
“请进来”的同时  
也大量“送出去”



## 员工培训

美的集团所有新员工均接受新员工入职培训，上岗前有专门的岗位技能培训或辅导，在职员工有不定期的内外部岗位技能提升的培训会，以提升员工各项专业和通用能力，提供更好的发展机会。

公司还建立了多层级的管理和领导力发展培训体系，形成了成熟的航系(潜航-启航-远航-领航)培养模式，分别培养主管、经理、总监、总经理的后备人才。



2018年，公司内部培训人员达571,476人次，其中管理人员14,641人次，技术及营销类人员166,017人次，操作类人员173,404人次，主要培训工作：

- 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48个，培养后备管理干部3,386人，累计41,415.5人时。
- 搭建专业能力提升体系，共推动专业能力人才项目603个，专业体系骨干课程授课301,871人次，累计1,970,508.95人时。
- 开设通用能力提升途径，开设如员工大讲堂和语言类培训等通用能力人才项目共620个，培养通用能力人才共60,239人次，累计217,628.7人时。
- 为提升个人综合能力，开设中高层及基层个人外训项目共81个，共计培养513人次，累计11,161人时。
- 为帮助毕业生快速成长成才，培养企业新生力量，开设毕业生回炉，毕业生训练营等项目共计61个，培养毕业生共8,025人次，累计200,091.5人时。
- 2018年美课在线学习人次51.8万人次，学习人数1.8万人。
- 推动组织学习氛围建设，培养内部讲师744人，年度授课8,912.3小时，累计开发课程829门。
- 推动关键技术工人及基层班组长训练，共计培训14,161人，累计训练时间274,534小时。

## “数说美的”

### 人才培养

内部培训人员达 **571,476** 人次

培养后备管理干部 **3,386** 人次

专业体系骨干课程授课 **301,871** 人次

培养通用能力人才 **60,239** 人次

中高层及基层个人外训 **513** 人次

培养毕业生 **8,025** 人次

美课在线学习 **518,000** 人次

培养内部讲师 **744** 人次

关键技术工人及基层班组长 **14,161** 人次



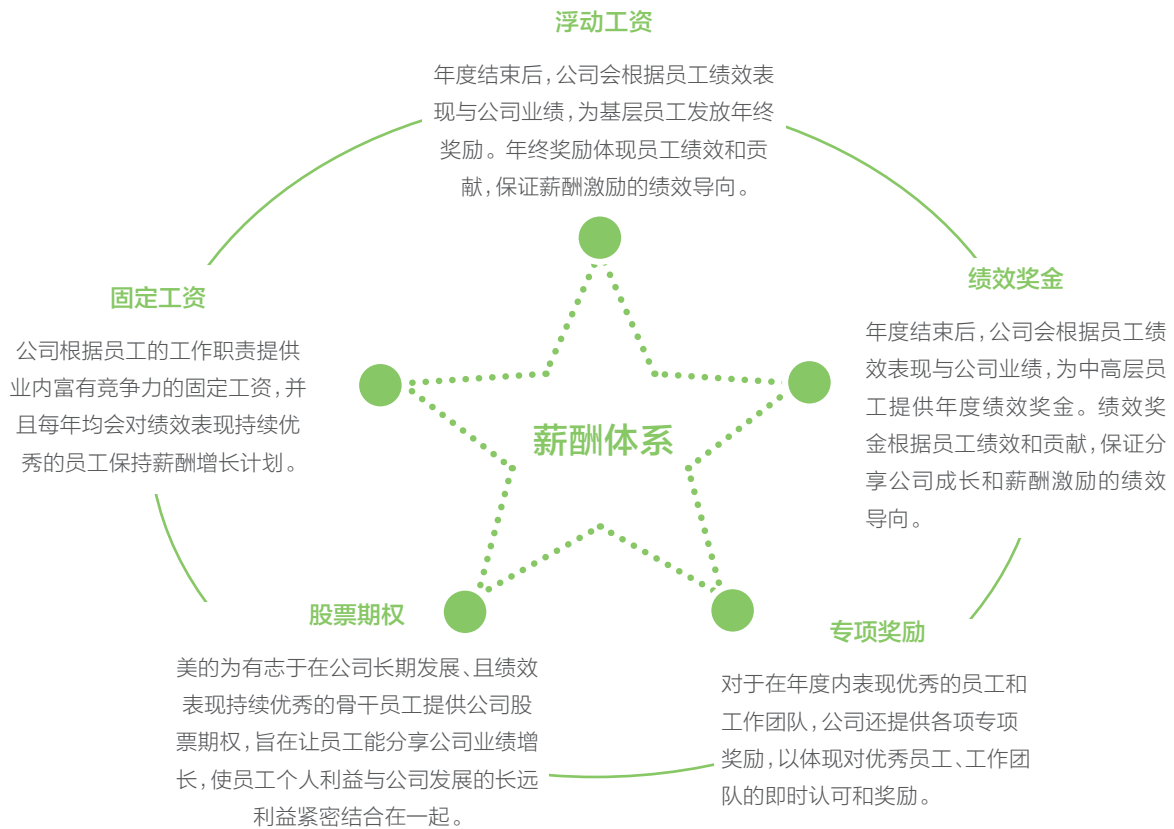
## 员工薪酬政策

为向员工提供面向全球、有竞争力的薪酬，保证公司内部激励资源分配的公平合理，规范管理运作体系，公司建立了内部绩效激励管理制度文件，对政策设计、资源决策、标准设定及付薪核算等，实施标准化全流程管理及监控。

员工的薪酬依据公司薪酬制度按时发放，公司根据岗位价值、个人绩效表现核定员工的固定工资；根据公司及个人业绩核定员工的浮动工资，薪酬分配向战略性人才倾斜，确保核心人才收入水平的市场竞争力。员工薪酬政策会根据地域差异、人才供给情况、员工流失情况、行业环境变化程度及企业支付能力作动态调整。公司提供统一的员工付薪策略及标准，并未做性别区分。



## 薪酬体系





## 劳工权利

公司下属单位均设置安全委员会,全面管理公司的环境保护、职业健康和安 全,公司每年组织员工进行职业健康体检,针对职业病高发岗位积极改善工作环境和进行在职工工轮岗,同时集团已经建立EHS管理规范并推进实施,集团各单位安全委员会和工会已经推进实施。

集团下属公司均建立工会,工会由各个职位和层级员工组成,工会服务范围基本覆盖全体员工,以保障劳工权益。

公司长期重视在运营过程中潜在的歧视问题,赋予员工多种申诉渠道。公司内部设有包括法务部门在内的数个相关部门专门负责处理此类案件。2018年,公司无涉及任何针对国际劳工组织界定的种族、肤色、性别、宗教、政治见解、血统或社会出身的歧视事件,也无涉及业务内部或外部利益相关方的其他相关形式的歧视。

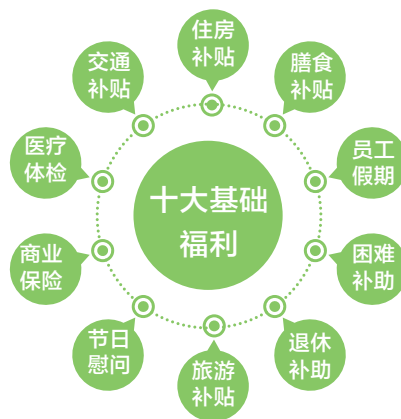
公司重视劳资关系,积极维护员工权益。在发生对员工个人有重大影响的营运变更前,公司将第一时间通知员工,以最大程度降低公司运营变更对员工个人的影响。

公司每年定期开展员工敬业度(含满意度)调查,以此结果推动公司人力资源各项工作和政策改善,形成良性循环。



## 员工福利

公司提供面向全体员工的多元化福利政策,包含法定福利、基础福利及特色福利。其中,十大基础福利包括膳食补贴、住房补贴、交通补贴、医疗体检、商业保险、节日慰问、旅游补贴、退休补助、困难补助、员工假期等。特色福利包括带薪进修、基本门诊免费医疗等。为构建友爱型企业,扶难助困,帮助因重大疾病或死亡导致家庭陷入困境的员工度过难关,公司设立了美爱扶助基金。该基金面向集团内所有员工,针对需要扶助的员工本人,以及员工的配偶、父母、子女,单笔扶助金额最高可达30万元。此外,公司还向员工提供符合国家及地方政府政策的法定假期及公休假期,包括产假、哺乳假等育儿假期在内,严格按照国家及地方政府政策法规实施。



特色福利:  带薪进修  基本门诊免费医疗

## 供应商管理

公司一直致力于供应链管理透明度建设，其贯穿整个供应商生命周期，包括寻源引入、绩效评估、价格管理、物料确认等。为进一步实现全价值链体系应用深化，数据云端归集，建立透明化的全球供应商体系，公司在2018年开始筹备美的供应商云平台搭建，致力于建立一套全球实时管理与互动的供应生态体系，围绕供应商协同管理，全面梳理业务体系，通过IT技术进行数据共享、协同，建设统一、开放、高效、透明、智能化的供方协同平台，为业务决策、扶持供应商提供支持。2018年底，该平台已在厨房和热水事业部正式上线使用，未来将继续推广至公司其他事业部。通过美的供应商云平台，公司可直接了解供应链数量、地理位置分布等相关信息。公司每月定期对供应商的成本、交付周期、品质进行评价，并在供应商云平台实现，确保信息公开透明。

公司还建立了与天眼查的信息对接，从股权关系，风险预警等方面全面获取供应商信息，增加对供应商的了解和管控，降低合作风险性。



**美的承重墙**  
WEIGHT-BEARING WALL

### 供应驱动 品质为先

优化供应布局，集中采购资源

提升品质，增强产品竞争力

**美的承重墙**  
WEIGHT-BEARING WALL

### 合规护航 行稳致远

捍卫集团权利 保障集团利益  
建立健全集团合规体系 培育合规文化



公司与供应商在建立规范、透明、合作、共赢、持久、前瞻的基础上开展各种合作,对供应商引入有一整套标准化流程以规范化公司供应链管理,确保建立公平公正的供应商引入体系。美的已获ISO14001环境体系认证证书和OHSAS18001职业健康安全认证,对供应商资质有明确审查要求。供应商须是合法企业,生产制造需符合相关法律法规要求,并取得环境保护评估认证,达到环保标准要求。新供应商引入时,需提交环评验收资料,包括废弃物排放等验收内容。供应商所供物料需符合ROHS和REACH要求,满足国家及地方法规、政府要求的环保指令或认证,且应满足公司的环保指令要求及绿色设计要求。公司将三氯乙烯列为A级重大环境因素,包装胶袋、泡沫列为B级重大环境因素,铜产品、木板、纸箱、塑料列为C级重大环境因素。如供应商所供物料属上述范围,需提供当地环保部门颁发的环境安全生产许可证明,并应在包装上设立明显的识别标志。



在安全、环保和员工管理方面不符合法律法规要求的供应商,禁止做为一级供方。公司产销型供应商需通过ISO9000体系认证和年审,不断完善和提升内部质量管理体系,且不允许存在挂靠行为。公司对供应商使用童工有明确要求,需严格按照‘国务院令第364号《禁止使用童工规定》’与‘劳部发[1994]498号《未成年工特殊保护规定》’进行用人管理。公司定期稽查供应商童工使用情况,2018年,供方无录用童工情况。此外,公司严禁强迫或强制员工劳动,工作时间和岗位等安排均充分征求员工意见,同时在供方社责审核方面已涵盖员工劳动意愿主动性审查。2018年,供应商无涉及强迫或强制劳动的情况。

公司采购的材料主要为生产制造家用电器的常规物料,不存在从涉及人权侵犯,非法贸易,融资暴力等问题的有关地区采购原材料的问题。公司新引入供应商时必须对产地属性进行报备,并根据物料编码定时在供应商云平台上维护产地、品牌等相关信息,以追溯生产进料的来源从而保证公司供应链体系的安全可靠性。

## 安全生产

### 安全生产责任制

#### 美的集团安全生产委员会：

集团职能部门产品与供应链为集团安全归口管理部门，集团安全生产委员会下设家用空调事业部、微波与清洁电器事业部、洗衣机事业部、冰箱事业部、中央空调事业部、生活电器事业部、厨房与热水器事业部、部品事业部、安得物流公司等九个安委会。各事业部下辖子公司、分厂分别成立安委会或安全管理小组。

#### 安全生产责任制：

美的集团安委会与全国九大事业部总经理一一签订安全责任制，各事业部总经理与各一级部门长签订责任制 107 份，各部门长与车间共签订责任制 569 份。

### 安全管理团队建设

**安全持证：**单位主要负责人培训&取证 112 人，安全管理人员培训资格证 420 人，国家注册安全工程师 29 人。

### 安全认证体系建设

#### 安全标准化认证

国内各单位均取得 ISO14001 以及 OHSAS18001 体系认证，共 33 家单位获评二级标准化证书单位，14 家获评三级标准化证书单位。

同时，美的旗下各子公司积极申请政府相关荣誉，如微波与清洁电器事业部旗下子公司威特真空电子被佛山市安监局评为“智能制造、本质安全”示范企业，洗衣机事业部合肥工厂被评为合肥市安全文化建设示范企业、合肥市高新区优秀企业，以及获“提质增效奖-安全生产奖”等，部品淮安电机分厂被评为淮安市经济开发区安全生产先进企业等。

### 安全费用投入

#### 工伤保险：

2018 年投保工伤保险费用约 1400 万元，覆盖全集团约 14 万员工，为超 10 万人次一线员工额外投保意外伤害险，保障员工生命安全。

#### 安全费用：

2018 年集团各事业部投入安全费用超 2 亿元人民币，针对消防改造，设备防护，员工职业卫生、环保等方面加大投入。

#### 职业病体检：

2018 年集团为超 2 万人全面覆盖职业病体检，通过对涉及职业危害相关岗位的岗前、岗中、岗后体检，全过程降低员工产生职业病的风险。





## 安全培训和检查

**安全培训:** 2018年集团为新入职员工进行三级教育培训,覆盖率100%,培养EHS专业讲师135人。18年度安全培训工时超66万小时。针对各岗位安全培训需求编制年度安全培训计划,培训对象包括公司管理者,一线员工,安全管理岗位等。

**安全检查:** 每天通过现场安全管理人员不间断巡视,发现隐患97,126起,按期关闭93,123起,按期关闭率96.496%;员工通过自主检查发现隐患并提交改善方案共计22,591起。

**安全评价考核:** 集团依托EHS专家组,每年进行两次全集团范围进行安全评价和考核。

**安全活动:** 全年举行各项应急演练1,686起,涵盖消防疏散、化学品泄露、人员触电等各场景。同时,组建一批专业应急响应队伍,包括892名义务消防员,112个微型消防站,3台专业消防车等。此外,各子公司还积极组织员工参加各种安全活动,包括隐患随手拍,安全月、消防月、安全知识竞赛等活动提高员工安全意识,塑造公司安全文化。

**节约能源:** 集团提倡各子单位开展各项节约能源活动,包括冰箱事业部推广的电冰箱生产线改造项目,节能约37.64吨标准煤,以及部品事业部合肥冰压工厂通过用空压机蒸汽余热回收,对蒸气锅炉补水水箱进行预加热,减少温差,降低天然气使用量。同时各事业部也在积极探索使用新工艺,比如使用光伏分布式发电站利用洁净能源发电,以及冰蓄冷技术调节峰谷用电等。

“数说美的”

**安全培训:**

新人三级教育培训覆盖率**100%**

**安全检查:**

发现隐患**97,126**起

按期关闭**93,123**起

**安全活动:**

应急演练**1,686**起

义务消防员**892**名

微型消防站**112**个

专业消防车**3**辆

**节约能源:**

节约标准煤**37.64**吨



## 合规管理

2018年,美的旗下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。具体废水、废气和固体废弃物处理方式如下:



### 废水处理

各子公司的废水分为生活废水和工业废水,生活废水经化粪池等预处理达标后排放至市政污水处理管网及污水处理厂;工业废水经工厂污水处理站等预处理达标后排放至市政污水处理管网及污水处理厂。同时积极推进旧厂区雨污分流,优化现有工艺,减少污水排放。



### 废气处理

各子公司的废气主要是生产过程中产生的工业废气和粉尘,针对不同类型的废气建设了相应的废气处理系统,如丝印线通过喷淋+除雾+UV光解+活性炭吸附装置处理,钣金喷油线、注塑喷油线的有机废气均采用分子筛转轮吸附+RCO催化燃烧措施等,废气中苯、甲苯、二甲苯和VOCs排放浓度均可达到地方标准《大气污染物排放限值》后高空排放;针对粉尘设备采取封闭式运行,自带全自动吸尘器或通过粉尘回收装置处理粉尘,不向外排放。



### 噪声污染防治

各工厂生产过程中的主要噪声设备:冲床、喷粉线、喷油线、注塑机、绕线机、废水治理设施、废气治理设施等运行过程产生的噪声,噪声级介于60~90dB(A)之间。公司通过采取以下防护措施:(1)选用环保低噪型设备,车间内各设备合理布置,且设备作基础减震和密封隔声等措施;(2)利用厂房、门窗隔音,尤其是噪声较大的风机房,建议设置隔音效果良好的门窗;(3)加强厂区内、项目边界等处的绿化,合理配置绿化植物,既可美化环境,同时可起到辅助吸声、隔声作用。在采取以上噪声防治措施后,厂界噪声可达《工业企业厂界环境噪声排放标准》(GB12348-2008)中的3类标准要求:白天 $\leq 65$ dB(A);夜间 $\leq 55$ dB(A)。



### 固体废弃物处理

各子公司产生的固体废弃物分为一般废弃物、危险废弃物和生活垃圾,其中危险废弃物按照法律法规要求委托有资质的危废处置机构处置;一般废弃物在厂区分类后,由资源回收厂商回收处置;生活垃圾由地方环卫部门处理,均满足法规要求。



### 建设项目环境影响评价及其他环境保护行政许可情况

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，报告期内未发生违规。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审批、验收工作。

### 突发环境事件应急预案

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。根据各子公司应急预案的要求，也新建了一批事故应急池，雨水总排放口设置截断阀等防止事故影响扩大。

各子公司根据事件分级，从工作原则、应急预案体系、风险防范措施、指挥机构、职责和分工方面进行规范要求，并已完成突发应急预案的政府备案。

### 环境自行监测方案

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：CODcr、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。

### 其他应当公开的环境信息

各子公司依据国家法规及地方法规要求，定期将排污信息、防治污染设施的建设及运行情况、建设项目环境影响评价及其他环境保护行政许可情况、突发事件应急预案情况、环境自行监测情况通过微信公众号、网站等公开媒介向社会公开。





## 合规管理

### 人权评估

集团及下属公司每年均接收来自国内外客户和认证机构的外部审核，公司内部不定期组织社责内审(包含人权)，结合内外部人权评估结果不断改进完善。

### 原住民权利

公司尊重并重视原住民的集体权利，包括其保留自身的习俗和制度的权利以及自决权等权利。在严格遵守相关法律法规的基础上，公司在拆迁等改变原住民土地所有权或使用权的情况下，充分保证原住民的自由意愿和其获得相应赔偿的权利。2018年，公司未发生涉及侵犯上述原住民权利的事件。

### 营销与标识

公司重视并保护消费者在购买公司产品或接受公司服务时拥有充分知情权和信息对称的权利。2018年，公司未发生涉及产品和服务信息的违规事件，也未涉及市场营销的违规事件。

### 社会经济合规

公司的可持续发展离不开严格遵守社会经济法律法规。2018年，公司未发生因违反社会和经济领域的法律法规而受到高额罚款和非货币制裁的事件。

### 环境合规

公司在经营中秉持企业既是环境保护的责任主体也是环境保护的重要参与者的原则。2018年，公司未发生违反环境法律和法规的事件。

### 安保实践

集团及下属公司安保队伍均是受训上岗的专业队伍，入职前均接受人权政策及程序相关培训。公司日常定期开展安全管理培训、服务规范培训、急救培训、廉政培训等，同时对安保人员相关培训管理执行情况进行检查和考核激励。安保队伍在开展工作时，尊重所有人权利和尊严，并遵守所有法律规定。

### 不正当竞争行为

2018年，公司不存在未决或已完成的关于不正当竞争行为和违反《反托拉斯法》和《中华人民共和国反垄断法》的法律诉讼。公司也未在报告期内被确定为违反相关法律行为的参与者。

### 客户隐私

公司致力于保证内部个人信息的安全性和数据保护性，制定了一系列持续有效的方法以保证集团处理相关信息符合法律法规的要求，其中包括近期实施的欧盟新数据隐私保护条例GDPR。在2018年，公司未发生侵犯客户隐私和丢失客户资料有关的经证实的投诉事件。

### 反腐败政策

2018年，公司出台了《美的集团商业行为规范》，其中明确规定了反腐败方面的要求。从“禁止商业贿赂”、“禁止向政府官员行贿”以及“政治捐款、慈善捐赠和赞助”三方面入手，强调遵守所在国法律和抵制不正当竞争的重要性。规范出台后，公司不同部门均认真贯彻，落实到日常经营活动中。

## 环境友好

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。

### 清洁生产



美的集团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,一直以来秉承节能环保、绿色低碳的管理理念。公司持续实施清洁生产,增加环保设施投入,改善车间内部环境,减少污染物排放,发掘节能潜力,将综合预防的环境战略持续地运用到生产过程、产品和服务中,以减少对人类和环境的风险。

### 水渣分离净化及回收系统



公司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,满足国家环境保护总局相关建设项目的管理规定。

### 净化、降噪及垃圾处理



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。

### 提高资源使用效率



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。

### 打造绿色供应链



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。

### 缔造绿色物流



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;发展综合运输、物流外包业务;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。

4



# 民族企业的发展

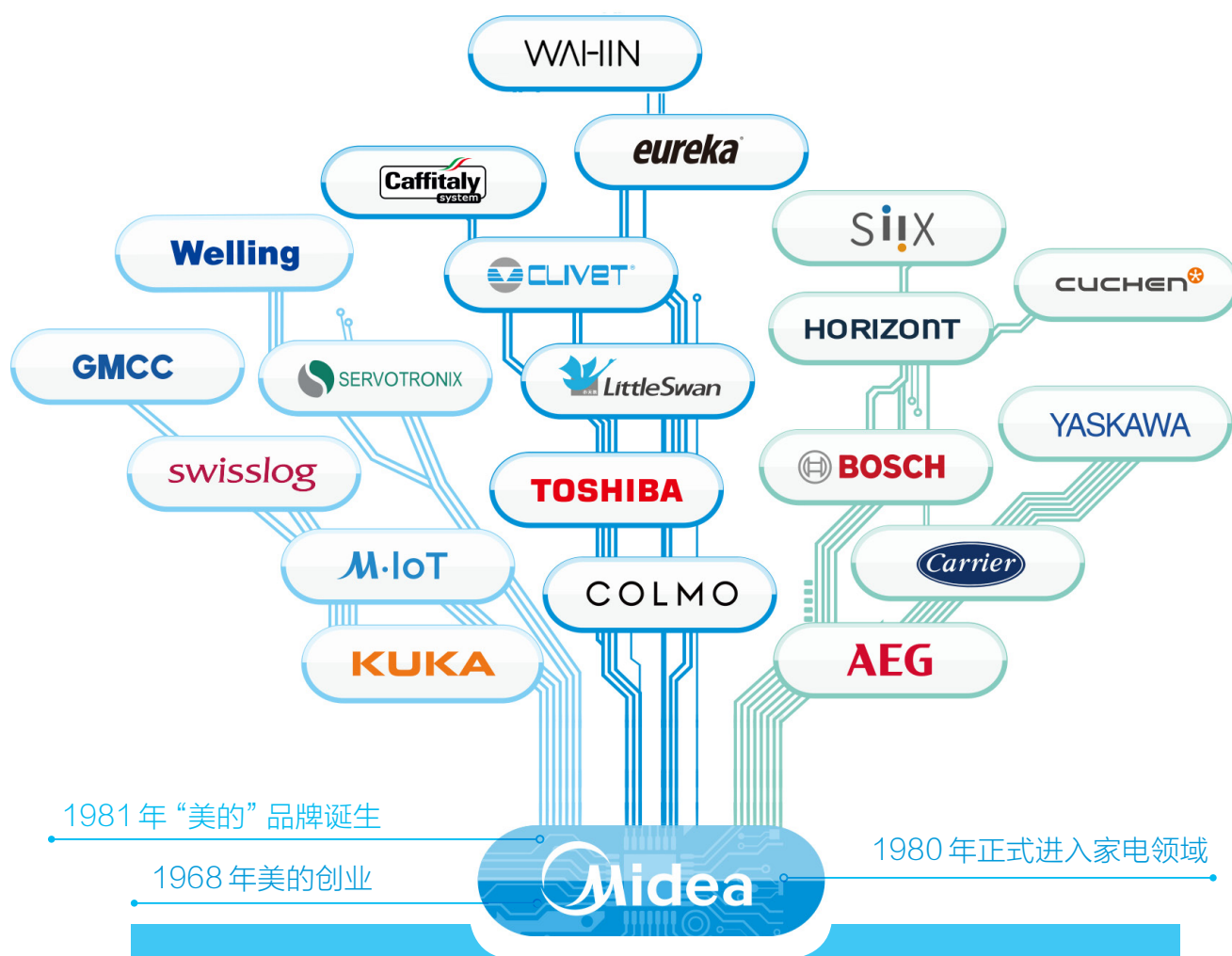


品牌价值与公司治理





## 品牌价值



1981年“美的”品牌诞生

1968年美的创业

1980年正式进入家电领域

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”品牌从此诞生。近些年来通过一系列海内外的收购兼并，美的现已成为一家集消费家电、暖通空调、机器人及自动化系统的大型综合集团，旗下拥有美的、小天鹅、华凌、威灵、安得、COLMO、GMCC、Eureka、KUKA、Swisslog、Servotronix、TOSHIBA（品牌授权）等十余个国内外知名品牌。

## 品牌价值

多年来,美的通过对品牌持之以恒的投入,不断加强品牌培育,积累品牌资产,提升品牌在国内和国际的影响力,成功将“美的”品牌打造成中国国民品牌。连续十多年央视春晚报时,冠名“美的时刻”,提升品牌知名度和影响力;连续十年赞助中国国家游泳队跳水队,成为中国游泳协会官方战略合作伙伴,通过体育营销推动美的品牌走近年轻人、走向世界。



作为一家消费电器、暖通空调、机器人与自动化系统、智能供应链(物流)的科技集团,美的一直致力于提高产品的科技含量和品牌的内在价值,主推智慧家庭+智能制造,并以多元化、年轻化的产品服务贴近新一代的消费者。未来,美的将继续开拓创新,以“人机新世代”作为新的出发点,致力于实现人与机器共融共生,将制造与生活的实践推往全新高度,为用户带来更美好的生活体验。





## 协会成员



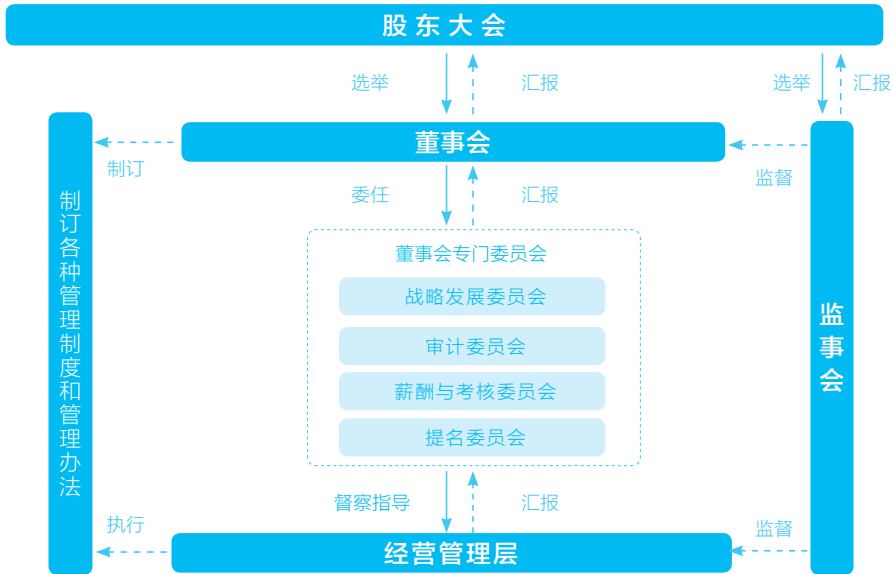
## 预警方针

公司在品牌管理方面有着完善的防御机制。对外,公司和多个舆情监测公司合作,对国内外的传播内容有全方位监测。基于集团的全球业务布局,监测内容包括涉及公司自身产品发展的内容、涉及行业动态的内容、以及全球政治关系变动等,范围广阔,采纳性强。此外,公司和多家国际公关公司密切沟通,对全球政策解读、全球战略性并购、危机梳理和应对等方面建立了坚实的智库资源。对内,公司建立了完善的内部危机应对机制和危机应对小组,以保证危机应对的有效性。

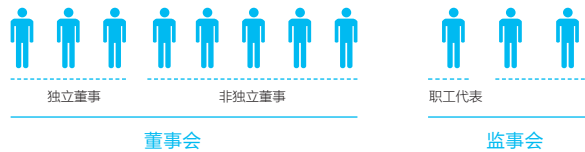


## 公司治理

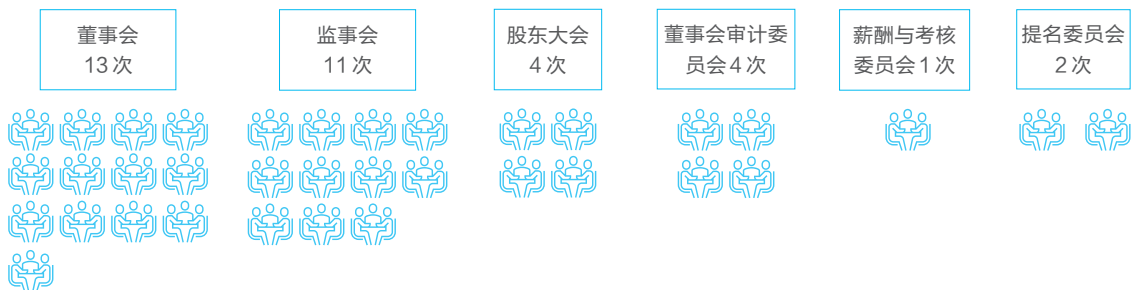
美的集团根据现行法律、法规及相关规定，建立了较为完善的公司法人治理结构，设立了股东大会、董事会及其下属各专门委员会(包括董事会审计委员会，董事会战略委员会，董事会薪酬与考核委员会，董事会提名委员会等)、监事会及经营管理层决策制定，并制定了相应的议事规则及工作管理制度。



董事会现有8名董事，其中3名独立董事；3名监事会成员中有1名职工代表监事；专业委员会的半数以上董事为独立董事；审计委员会、薪酬与考核委员会和提名委员会主任委员均由独立董事担任。



修订和完善公司制度，提升治理水平。2018年度公司召开董事会13次、监事会会议11次，股东大会4次，董事会审计委员会会议4次，薪酬与考核委员会会议1次，提名委员会会议2次，确保重大决策等行为合法、合规、真实、有效。



## 职业经理人机制

公司关注治理架构、企业管控和集权、分权体系的建设,已形成了成熟的职业经理人管理体制。事业部制运作多年,其充分放权和以业绩为导向的考评与激励制度,成为了公司职业经理人的锻炼与成长平台。公司的高层经营管理团队,均为在美的经营实践中培养的职业经理人,在美的各单位工作时间平均达15-20年,具备丰富的行业经验和管理经验,对全球及中国家电产业有深刻的理解,对产业运营环境及企业运营管理有精准的把握,公司的机制优势奠定了美的未来稳定持续发展的坚实基础。

2018年,美的继续推动构建公司核心管理团队与公司长期成长价值的责任绑定,进一步完善长期激励机制,公司新推出了第五期股票期权激励计划,第二期限制性股票激励计划,第四期全球合伙人持股计划及第一期事业合伙人持股计划,稳固了公司高层、核心骨干与公司全体股东利益一致的有效机制。

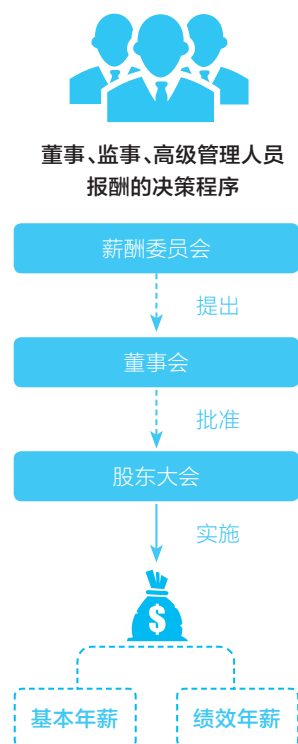


## 高管薪酬

依据公司经审议通过的《董事、监事与高级管理人员薪酬管理制度》,公司董事、监事、高级管理人员的薪酬由基本年薪和绩效年薪构成。基本薪酬根据董事、监事与高级管理人员所承担的责任、风险、压力等确定,基本年薪保持稳定,绩效年薪与公司利润完成率、目标责任制考核结果及所在部门的绩效考评结构挂钩。公司董事、监事和高级管理人员的薪酬体系为公司的经营战略服务,并随着公司经营状况的不断变化而作相应的调整以适应公司的进一步发展需要。公司董事、监事及高级管理人员的薪酬调整依据为:(1)同行业薪资增幅水平;(2)通胀水平;(3)公司盈利状况;(4)组织结构调整情况;(5)岗位发生变动的个别调整等。

公司建立了以目标责任制为基础的考评体系,对高级管理人员的考评采取了签订年度目标责任制考核协议书,确定考核指标、考核方式以及同考核结果挂钩的办法。报告期内,公司已按照目标责任制管理办法对高级管理人员进行了考核和评价,并已在年度绩效奖励的发放中予以体现。同时公司通过高层直接持股、核心管理团队持股计划及多期期权或限制性股票激励计划,推动公司及公司管理者与股东利益的统一,奠定了公司长远增长的良好基础。

2018年公司董事、监事和高级管理人员报酬情况以及被授予的股权激励情况,详见与本公告同日披露的《美的集团股份有限公司2018年度报告》的相关内容。





## 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。公司官网设置投资者关系专栏,在互动平台答投资者问。保持市场关注度,强化股东信心。开展高频率投资者沟通活动,提升公司价值:2018年,组织业绩说明会(电话会议)4场,参加由大型券商组织的境外路演8次,内外资券商策略会约60场,累计接待次数超过220次,接待机构投资者调研超过2,000人次,接待投资者调研次数位居A股公司前列。公司每年定期召开大型投资者交流日活动,主要管理层出席活动并介绍公司的经营情况以及详尽解答投资者关注的问题,以加深投资者对公司的认知和了解。



## 股东利益保护

为使投资者共享公司发展成果，公司在保证经营业绩稳定，盈利能力持续提升的同时，高度重视投资者回报，以实际行动回馈股东。从2013年整体上市至今，公司已累计发放现金分红达350亿元，每年现金分红金额占当年度的归母净利润的比例超过40%。公司至少每三年重新审定一次未来股东回报规划，确保利润分配政策的持续性与稳定性，以保障投资者利益。

基于对公司未来发展前景的信心和对公司价值的高度认可，为维护公司市场形象，增强投资者信心，维护股东利益，构建长期稳定的投资者群体，推动公司股票价值的合理回归，公司于2018年7月初发布回购股份计划，宣布在价格不超过50元/股的前提下，以不超过40亿元自有资金回购部分公司社会公众股份。截止2019年1月初，公司已完成回购承诺并予以注销，积极稳定市值与股东回报，维护内外资股东利益。

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。



# 350

 亿元

2013年整体上市至今累计  
发放现金分红



## 内部控制

2018年，公司坚持以风险导向为原则，结合本公司的经营管理实际状况，对公司的内部控制体系进行持续的改进及优化，以适应不断变化的外部环境及内部管理的要求。

公司董事会授权内控项目小组负责内部控制评价的具体组织实施工作，对2018年度纳入评价范围的风险领域和单位进行内部控制评价。内控项目小组包括内控项目领导小组、执行小组两个层次。

2018年，公司共将三十七家公司纳入内部控制评价范围，纳入评价范围单位的资产总额和营业收入占公司合并财务报表对应项目均超过70%。

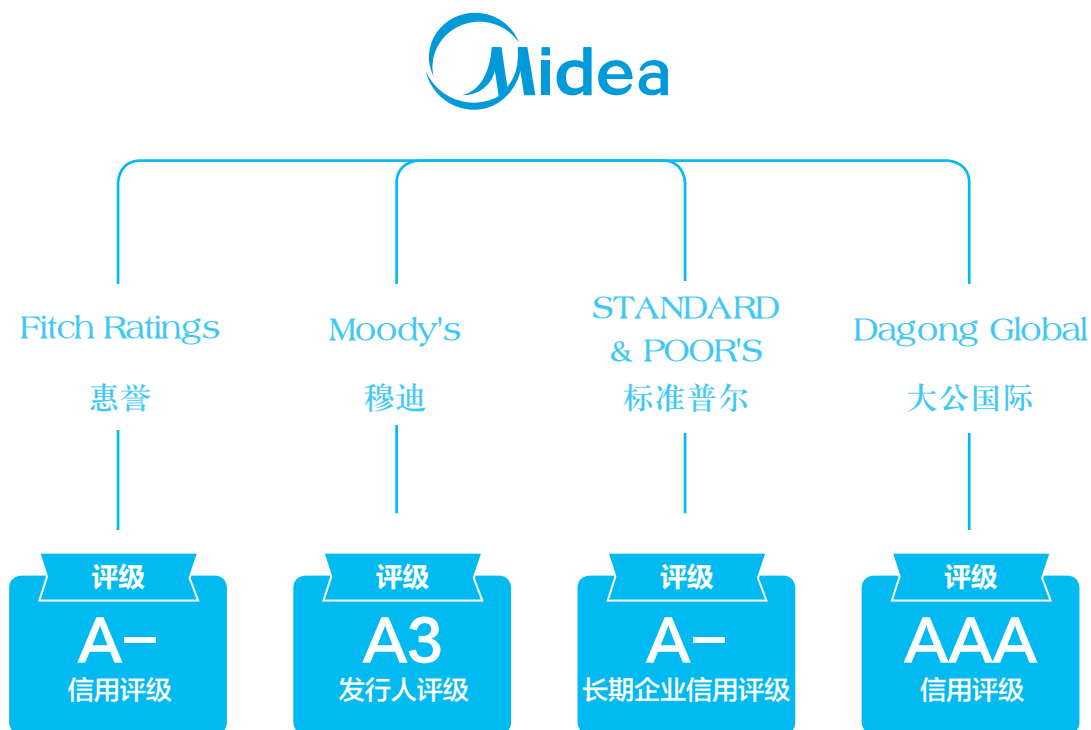


## 信用评级

2015年11月,美的集团被三大著名国际信用评级机构一致授予家电业内的全球领先信用评级,分别为穆迪A3/标普A- /惠誉A-,评级展望均为稳定,成为首家获得国际信用评级的中国家电企业。

穆迪认为公司具有庞大的业务规模,多元化的地域市场,良好的品牌,广泛的销售网络和强大的运营效率,授予美的集团A3发行人评级,评级展望为稳定,并预计公司凭借稳定的市场结构,高效的生产流程,稳健的财务状况等优势,在中长期时间里,将会保持其市场领导地位。标普认为公司具有强势的市场地位,良好的盈利能力和优质的债务杠杆,授予美的集团的长期企业信用评级为A-,评级展望为稳定,并预计未来两年公司仍将保持市场地位优势、经营现金流净流入及低负债水平。

此后不久,美的又被中国最具权威性的大公国际资信评估有限公司授予了最高信用等级AAA,评级展望稳定,大公国际预估未来1-2年,美的公司经营规模有望继续扩大。



## @ 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: 400 8899 315

关于投资者关系,企业社会责任报告,请联系美的集团投资者关系: 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/](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: 广东省佛山市顺德区北滘镇美的大道6号

电话: 0757-26334559, 26338779

Email: ir@midea.com

Web: [www.midea.com](http://www.midea.com)





地址：广东省佛山市顺德区美的大道6号      邮编：528311      电话：0757-26334559  
传真：0757-26651991      邮箱：IR@midea.com      网址：<http://www.midea.com>