



2017 社会责任报告

传承五十载 逐梦一百年



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2017年度(2017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

2018年3月31日(下次预计为2019年3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2017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2017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)》。

| | |
|------------|----|
| 致辞 | 01 |
| 公司介绍 | 02 |
| 企业愿景 | 03 |
| 所获荣誉 | 04 |
| 社会责任 | 05 |

| | |
|-----------------------------|----|
| 01 明星产品图谱: 空气类 | 07 |
| 明星产品图谱: 清洁类 | 08 |
| 明星产品图谱: 营养类 | 09 |
| 明星产品图谱: 水健康类 | 10 |
| 贴心服务, 为产品保驾护航 | 12 |
| 终端革命, 从静态到交互体验式 | 15 |

以用户为中心

| | |
|---|----|
| 02 智能家居引领智能生活 | 17 |
| 深化智能家居产业布局, 推动智能家居战略落地 | 18 |
| 美的智慧家居安防套装 | 19 |
| 完整的生活场景解决方案 | 20 |
| Bubble 机器人管家 | 20 |
| 智享美好家居生活 | 21 |
| 美的 M-Smart 平台采用 ZigBee 技术 | 22 |
| 美的智慧家居公司顺利通过知识产权管理体系认证 | 22 |
| 美的智慧家居顺利通过 ISO9001 认证和 CMMI-5 级认证 | 22 |
| 美的、阿里携手小卖柜, 发布无人零售终端 | 23 |
| 深化战略布局 | 24 |

M-Smart 智慧生活

| | |
|----------------------|----|
| 03 社会慈善 | 27 |
| 环境友好 | 30 |
| 食品安全 | 33 |
| 反腐倡廉 | 34 |
| 人才培养 | 35 |
| 员工关怀 | 38 |

每一天都是美的



| | |
|----------------------|----|
| 04 科技创新 | 41 |
| 智能制造 | 46 |
| 效率提升 | 47 |
| 美的电商 | 53 |

新常态下的企业责任



| | |
|----------------------|----|
| 05 公司治理 | 55 |
| 职业经理人机制 | 56 |
| 股权激励长效机制 | 56 |
| 投资者关系管理 | 57 |
| 内部控制 | 57 |
| 品牌价值 | 58 |
| 信用评级 | 62 |
| 国际化战略 | 63 |

民族企业的发展



| | |
|--------------|----|
| 读者意见反馈 | 64 |
|--------------|----|

50年前的1968年,美的创始人何享健怀着对美好生活的向往,播下了创立美的事业的种子,50年过去,美的已长成参天大树,正在成为拥有消费电器、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,并领先践行工业互联网、数字化、人工智能、人机交互赋予我们的新机遇。

人类历史上每一次重要的进阶,都离不开时代的宏大语境,我们必须致敬与感恩这个生机勃勃的时代,正是改革开放40年的春风,孕育激荡了中国企业家的精神,埋下了民族复兴的火种,一代又一代美的人以勤奋艰苦的拼搏、不忘初心的坚守与不断变革创新的勇气,推动了美的从50年前的乡镇小作坊开始了一次又一次的华丽蜕变。

过去的2017年,美的取得的成绩令人瞩目,实现收入2,419.19亿元,增长51.35%,实现归母净利润172.84亿元,增长17.71%,据2017年《财富》世界五百强榜单,美的排名第450位,较去年上升31位;据福布斯2017全球企业2,000强榜单,美的位列335名,较去年上升67名;据全球最大的传播服务集团WPP发布的“2018年BrandZ™最具价值中国品牌100强”年度排名,美的上升至榜单第26位,连续三年成为榜单中排名最高的家电品牌;在中央电视台特别推出“国家品牌计划”中,美的再次入选国家品牌计划TOP10,并连续两年入选CCTV中国十佳上市公司。2017年末,美的市值达3630亿元,全年涨幅超过100%。

于人而言,五十已知天命,不再怨天、不再尤人也不会懈怠。要做基业常青的企业,更应顺应时代、志存高远、重拾创业信心、创始人精神,勇担时代使命。时代的巨变超乎想象,2000年以来,财富500强中有一半已经从榜单消失了,2017年,一大批曾经辉煌的明星企业跌下神坛,在时代巨变的潮流之中,美的必须保持谦卑与敬畏之心,勇于变革创新,才能避免被时代洪流淹没的命运;必须时刻怀有进取之心、创业与奋斗者精神,才能践行梦想,摒弃平庸。今日美的需要静水深流,像亚马逊河一样表面平静,水下波涛汹涌,滚滚向前;今日美的既要仰望星空,更要脚踏实地,积跬步、行千里。

凡是过往,皆为序章!2018年,美的将以更加果敢的勇气与决心,推动新一轮转型和变革,痛下决心,敢于取舍,唯有舍弃眼前的美丽,布局长远,才能换得未来的新生,破茧成蝶,迎来美的又一个辉煌的时代。

2018年,美的将启动新一轮转型,转型的核心就是以用户为中心,重构价值链、企业结构和企业文化,改善用户体验,为用户创造价值。

我们将进一步聚焦企业内生式增长,把握消费升级与结构升级的市场机遇,构建以用户为中心的商业模式与经营体系,加大创新投入,改善研发环境,创新激励机制,加快引入研发领军人才,完善研发布局,不断提升用户体验,打造精品,全面提升产品核心竞争能力;

我们将进一步推动企业数字化转型,以软件、数据构建与驱动全价值链的卓越运营,覆盖研发、计划、制造、采购、品质、物流、客服安装等全价值链的各个环节,实现端到端协同,推动柔性定制、生产平台化与模块化、数字化工艺制造、智慧物流、智慧客服等深度变革,夯实工业互联网基础。

我们将进一步推动机器人和自动化领域的整合与业务拓展,加快面向整个工业自动化和机器人领域的业务布局,把握中国机器人市场先机,推动中国本土机器人业务的整合与快速增长,提升机器人核心部件及软件系统的应用开发能力,整合利用人工智能、传感与视觉技术,拓展智能制造、智慧物流、智能家居、医疗康复等新领域。

我们将进一步推动全球经营与并购项目的整合协同,推动美的全球化公司的进程,建立跨越不同行业、不同市场空间和区域、不同文化背景和思维模式的体系框架,推动全球业务布局,提升自有品牌业务增长,强化海外风险控制,搭建完善海外公司治理及合规体系。

美的已站在时代前沿,但唯有主动求变、快速变革,才能在中华民族伟大复兴的洪流之中,不负时代使命,与国家同频共振,奏出更华美乐章。

转型之路依然任重道远,2018年每一天美的人将展现变革的决心与勇气,抓住机遇,不懈奋斗。山峰虽然陡峭,但我们必须攀登!

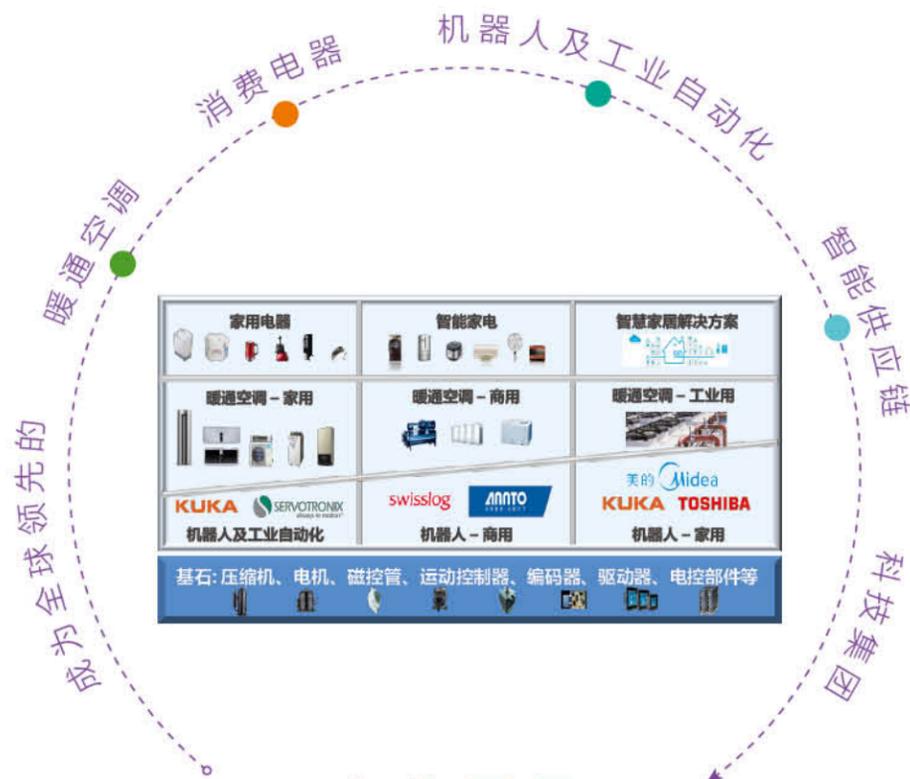
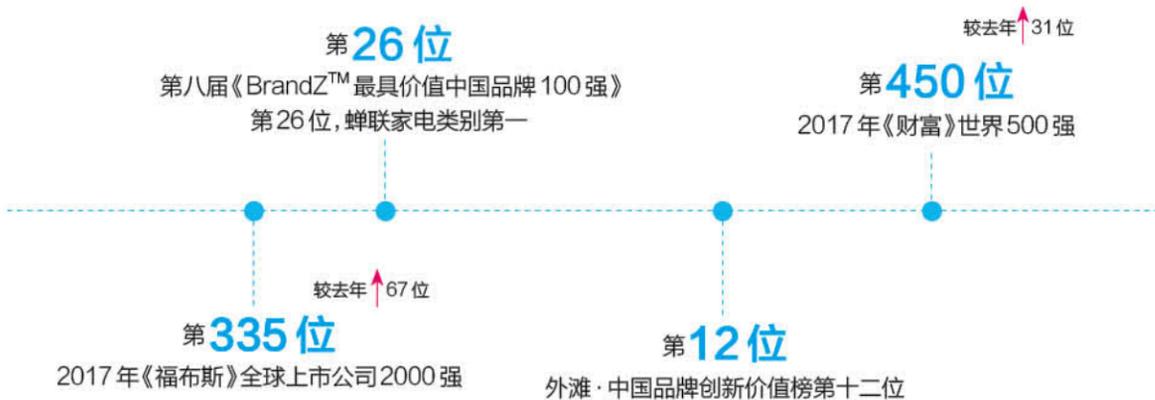
在此,感谢全体股东的陪伴、支持与信任,并向所有与我们坚守价值创造的股东和投资者致敬!

美的集团股份有限公司董事会

二〇一八年三月

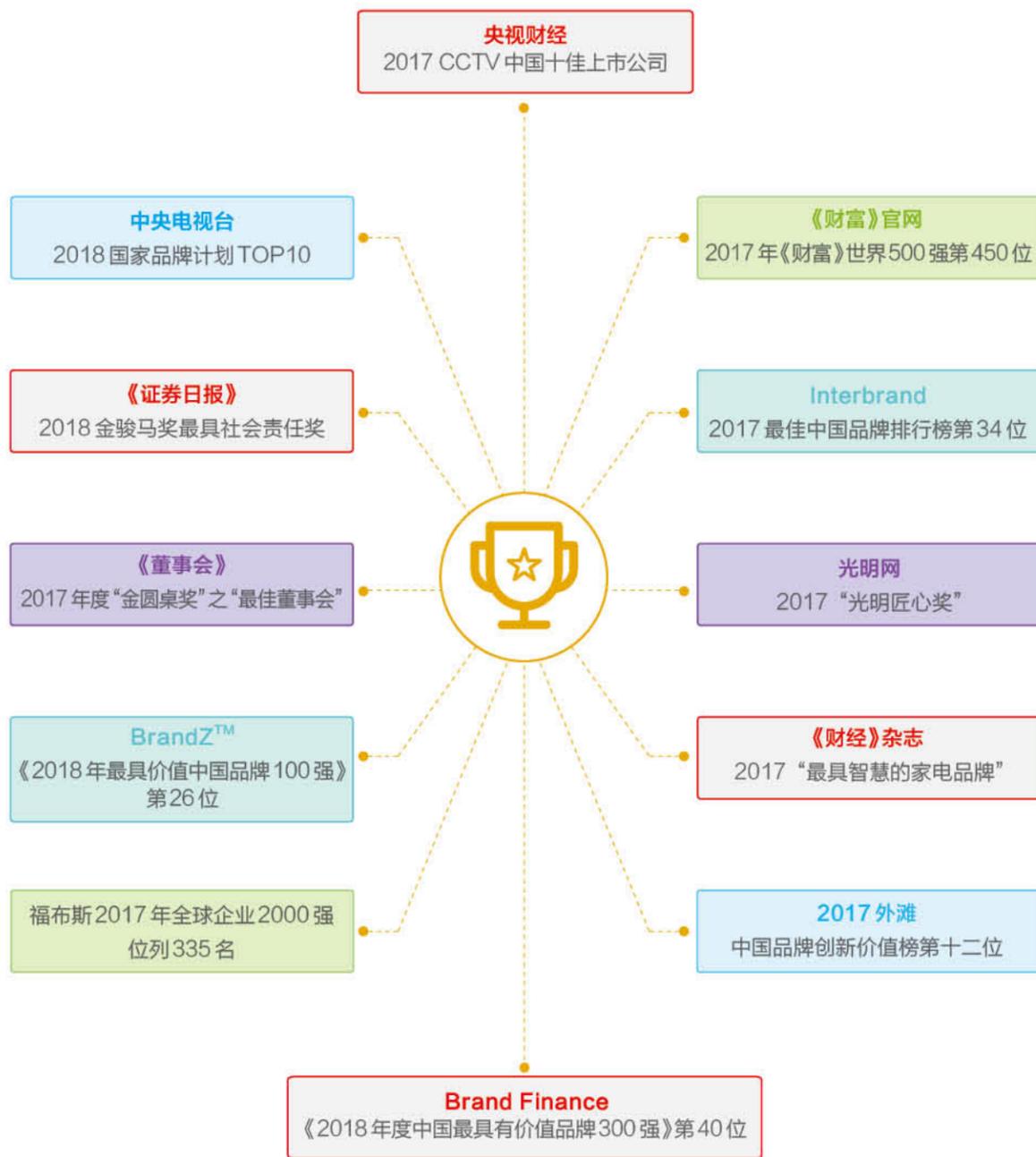
公司介绍

- 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
- 上市时间:2013年9月18日
- 上市交易所:深圳证券交易所
- 股东总数:142,730人
- 已发行股票总数:6,561,053,319股

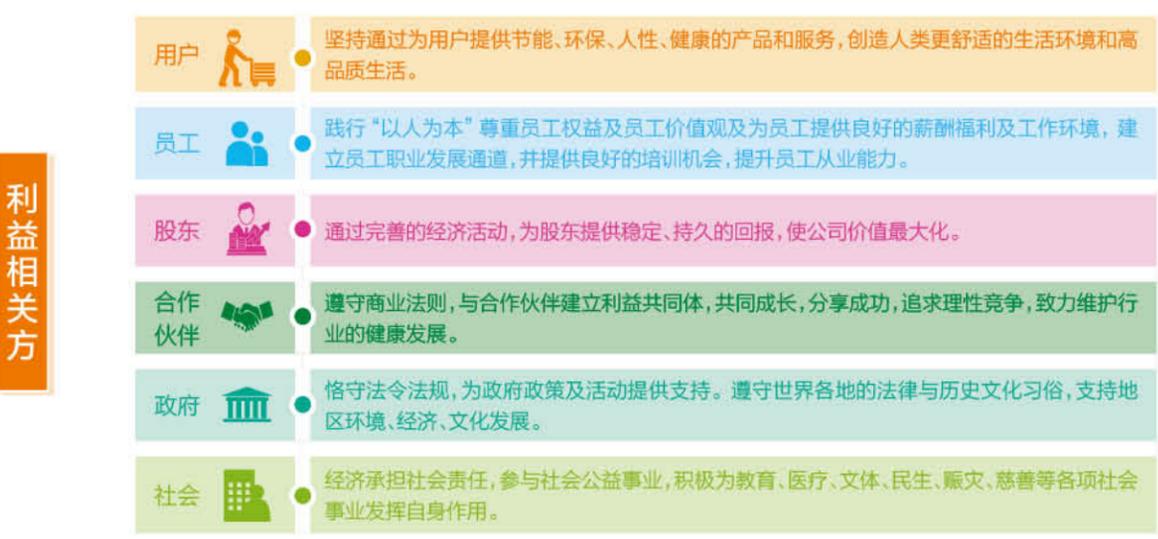
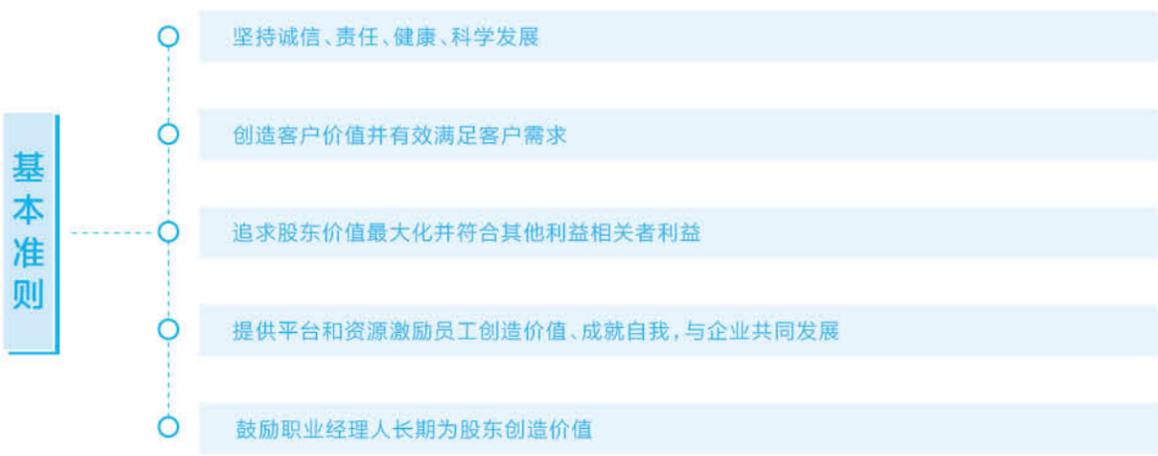


企业愿景

所获荣誉



社会责任



你所向往的智感生活

美的air+智能装备

云插座 / 智联Center / 空气Ball / 睡眠环



科技有心
美的智能空调
MIDEA.COM | 4008899315

01

以用户为中心

美的产品和服务，致力于让生活更美的



06



明星产品图谱：空气类

美的舒适星空调柜机 YB202

创新应用“无风感”系统，配置三段出风口，可实现“上无风感、下无风感、全无风感”三种无风感模式；15段导风板共设置2655个微风圆孔，溢出风精准更柔顺；装置两段红外线摄像头，自动保护儿童免受冷风直吹而感冒。

- “上无风感、下无风感、全无风感”模式
- 儿童自动放冷风
- 高频速冷热
- 内机自清洁
- 外机反转除尘



NTH22-18AR 暖风机

- 2018 AWE 艾普兰奖设计奖，2017年德国红点奖，德国IF设计大奖，韩国GOOD DESIGN设计大奖，中国红星奖；
- 曲面LED显示窗，温暖看得见；
- 远距离遥控，顶部镭射纹触摸设计，使用更方便；
- 两档柔风设计，空气循环更清新；
- 低至39分贝静音风道，暖流静情释放；
- 超长400mm PTC发热体，温暖一触即至；
- 70° 广角摇头设计，生活更温暖；
- 24H 预约定时，12H 无操作自动关机，随心取暖；
- 特设童锁功能，倾倒断电，老人小孩更放心；
- 国标防火材料，双重过热保护，安全更安心。



KFR-72LW / BP3DN8Y-Air100 (B1) 空气机

- 2018 AWE 艾普兰金奖
- 整合了空调，净化器，加湿器，新风机等需求
- 能同时从温度，湿度，风感，洁净度和新鲜度五个维度调控室内空气环境，打造自己理想的家居“微气候”
- 堪称世界第一台家庭“微气候”调控产品



07

明星产品图谱：清洁类

美的无线大吸力快充吸尘器 Power P75

- “年度产品创新成果”大奖；
- 业内领先的快充技术，充电快至1小时；
- 智能灰尘感应技术，根据灰尘吸入量智能调节吸力，延长续航；
- 强力电机搭配多锥气分离，吸力持久不衰减；
- 一键倒尘不脏手，尘杯可水洗；
- 丰富配件，应对不同清洁烦恼。



美的智能扫地机器人 探行者 i3 Pro

- G-slam 路径规划功能，不漏扫、低重复、少碰撞，先规划再清扫，效率高；
- 电控水箱，智能控制出水量，不伤地板，不积水，即拖即干，还可根据不同地面更改出水效率；
- 智能防跌落、爬坡，轻松应对复杂家庭环境；
- 大吸力，强力电机带来大吸力，清扫更彻底。



美的水槽洗碗机 F4

跨界四合一，美的重新定义水槽洗碗机

美的以19年专业制造经验潜心研究，给出答案：更懂中国家庭、跨界四合一的美的水槽洗碗机——不同水质对餐具洗净及光亮有明显影响。基于此，美的水槽洗碗机鲜活水路和水路呼吸系统的合理配置，给了洗碗机“会呼吸的活水”，让洗碗更净一层。

- 活水洗碗，更净一层
- 混合双动力蔬果洗，18种农残去除率达95%以上
- 一键清厨余，生活更优雅



- 4.0mm手工水槽，匠心独具
- 52db超静音
- 29min超快洗
- 变频高效节能
- 中式碗篮，大容量

明星产品图谱：营养类

人工智能全自动电饭煲

- 2017 AWE 艾普兰金奖
- 全自动量米、进米、洗米、进水、煮饭
- 精确米水比例，无需经验煮出香甜好米饭
- 首次在烹饪器具领域实现人工智能，带给每个家庭专属定制好米饭
- 首次实现为用户提供好水、好米、好煲的整体解决方案



MB-PFZ3503 可变压力IH电饭煲

- 韩国“GOOD DESIGN”院长奖，红点奖、2017年德国IF奖、外观专利奖、省长杯、国际CMF设计银奖
- 行业首创采用合金铝材质，无缝隙一体成型工艺让人感受到品质、精致及奢华；全金属机身，外加真空电镀玫瑰金的拉丝效果，体现出产品的高端品质，让人感受到品质、精致及奢华。ITO全息隐藏界面，让人感到科技、简洁之美。



焖香精萃破壁机小钢炮 BL12K31 & 钢铁侠 BL1206A

- 汇集大马力电机、德国克虏伯刀片、冷热双杯等创新设计于一身
- 偏心扰流技术被中国轻工业联合会专家鉴定为国际领先水平
- 钢铁侠 BL1206A 首创焖香防溢阀，通过气动微压 SmartBall 和自动感应防溢环，实现双重防溢



哈雷破壁机 BL1503B

- 搭载行业首款智频恒速电机，实现智能变频高性能
- 不同食材匹配不同转速，保持转速恒定，实现破壁过程更安静
- 采用1500W大马力电机，保证每一类食材都有最佳破壁转速
- 首创双发热管凹盘加热系统，拥有1500W行业最大加热功率，解决加热时间长的
- 微压焖香防溢阀，有效解决煮不熟、烹饪时间长、防溢电极易覆盖失灵等三大问题。



明星产品图谱：水健康类

▶ 比佛利 G400 净水机

- 奥维年度行业排名 TOP4, IF 德国设计大奖、红星奖、中国家用电器精选奖
- 行业体积最小的大通量机型、行业首创 PAC 长效复合滤芯、行业首创双面式集成水路板、行业首款末端冷光 UV 杀菌龙头
- 整机体积比行业竞品减小 40% 以上且性能优于竞品, 为用户节省橱柜空间
- 持滤芯集成、水路简单, 降低漏水风险



▶ 比佛利 I8 系列燃气热水器

- 2017 年 AWE 艾普兰产品奖 & 2017 中国设计红星奖
- 引燃热擎, 热水快人一步 - 3.0T 零冷水技术, 优化循环引擎的运转效率, 实现涡轮增压循环引擎澎湃动力制热, 热水出水速度快人一倍, 减少等待时间; 冷热水管不混合, 热水冷水正常使用, 享受极速畅浴体验。



▶ 比佛利“未来”套系 F20-50HE(HEY) 电热水器

- 2018 AWE 艾普兰创新奖
- 能量之芯 - 全球首创相变储能电热水器
- 加热和储能原理的颠覆, 实现电热水器全新结构和形态的突破
- 管路结构取代传统内胆, 行业最薄 20cm
- 同等热水量条件下, 体积同比减少 50%



▶ MRC1782-600G 阿尔法系列净水机

- 2018 艾普兰创新奖
- 秉承“全侧为尊, 巨匠造物”, 侧置 + 侧抽 + 侧显, 体现对用户体验的极致尊重
- 两年长效前后置复合滤芯, 尖端集成技术, 数量精简, 寿命翻倍
- 纯物理 3:1 高节水系统, 给家人零风险的关爱



贴心服务, 为产品保驾护航



标准化服务

公司投入大量资源提升品牌形象和服务水平。逐步推进服务形象、服务礼仪以及服务标准化动作, 指导一线服务人员的整个服务过程; 推进市场技术培训工作和实名制持证上岗, 实现对服务整个过程的监控闭环化。



申请便捷化

官网首页设安装预约维修、服务进度查询、服务网点查询等入口, 提供地址及联系方式查询, 用户可在线提交安装、维修申请, 随时查询安装、保修业务受理状态。



关注满意度

从销售端和服务前端推广集团400服务热线, 使用户能够及时联系公司并告知需求。重视用户诉求, 接到用户投诉48小时内解决问题。

美的用心为您提供售后服务

我们承诺: 100% 快速响应, 24小时服务
 100% 专业维修, 100% 上门服务
 100% 客户满意, 100% 问题解决

您需要什么样的服务

- 在线服务指导
提供使用指导、故障排查
- 服务进度查询
提供实时进度、服务时间预估
- 服务收费标准
提供收费标准、费用明细
- 产品保修服务
提供保修政策、保修期限

这样可以联系我们

- 咨询在线客服
24小时在线
- 拨打美的热线电话
400-889-9315
- 美的服务公众号
扫码关注我们
- 附近服务网点
提供地址、电话、营业时间



关于美的



荣誉与责任



用户至上



智慧生活



回报社会



创新发展



未来发展机制

随着市场竞争越来越激烈, 服务作为销售的一部分已经成为众多品牌新的竞争点。如何让用户感知、感动于每一次服务, 是美的一直思考的问题。所以, 美的从统一服务标准、推出差异服务、创新智能服务等方面入手, 多管齐下, 致力于打造愈发完善的美的服务。

统一服务标准

在售后服务众多要点和形态中, 服务标准化无疑是最具影响力的。美的在建立完善售后服务网络, 提高服务人员素质的同时, 统一了家电上门清洗保养的服务标准, 实现了服务的标准化统一化, 打造了有别于国家通用服务标准的个性化服务体系。



推出差异服务

在差异化服务策略上, 美的以创新的服务体验, 线上线下全方位服务覆盖, 打造市场服务口碑。通过推出个性化的保修包换政策, 美的打破行业服务惯例, 提出了行业服务的新思路。为了细化服务的专业职能, 美的对服务网点进行了分类、认证、培训及考评, 并成立了高水平的技术服务中心, 不断提升消费者对产品和品牌的满意度。



创新智能服务

随着电商销售规模的大幅提升, 为了给消费者提供更高效、贴心的服务体验, 美的以大数据、互联网技术为基础, 构建了完整的配送、服务体系。从预约、分拣到最后一公里配送, 美的各平台紧密协同, 严格管控, 保证了客户需求与服务内容在系统中无缝对接, 实现了送装一体, 显著提升了消费者体验。在售后方面, 用户可通过“美的服务”微信公众号实现一键报修、资费咨询、进度查询等功能, 真正实现了足不出户享服务。



未来, 美的将继续建立完善以全产业链发展体系为主导, 以服务为牵引力的新竞争体系。立足消费者, 结合大数据、互联网推出更多规范化、程序化、人文化、细节化的服务, 积极推动整个行业朝服务优化、管理升级的转型成长。

贴心服务, 为产品保驾护航

大雪纷飞, 美的人还在“顽”

@稀饭

售后了解到我这个IH电饭煲, 雪天送修也不方便, 售后主动提出上门服务, 非常感动, 美的售后服务真的非常赞。

@小肚兜30118

刚刚买了美的燃气热水器, 师傅下暴雪的天气都准时来安装, 特别的感动, 给美的售后服务100个赞

@甄稀007

美的服务相当好, 长沙下好大的雪, 路面结冰, 师傅也仍旧上门给我安装好了空调, 为美的服务点赞!

● 无惧严寒, 我们一直在路上



● 最美的背影-银白中的那抹蓝色, 是冬日里最美的背影



● 空调安装最难的是室外机的固定, 需要两个师傅互相配合才能确保顺利安装, 保证机器的平稳运行。当师傅栓上安全绳到窗外进行高空作业, 他们就是寒冬中实至名归的蜘蛛侠



关于美的



荣誉与责任



用户至上



智慧生活



回报社会



创新发展



未来发展机制

终端革命, 从静态到交互体验式

美的旗舰店

旗舰店作为美的集团内销的核心战略渠道之一, 从2013年起大力推动建设, 并投入专项资源, 协同家用空调、冰箱、洗衣机、生活电器、厨房电器、环境电器、热水器和中央空调等事业部搭建专业的旗舰店管理和服务体系。截至2017年底美的旗舰店总数超过2100家, 在三四级市场已实现了超过95%的覆盖, 以旗舰店为主要载体的电商O2O融合业务逐步落实, 全品类产品综合售后服务能力全面提升。



未来厨房生活文化体验平台

厨语体验馆是美的全新打造的未来厨房生活文化体验平台, 展示了美的在厨房科技领域的前瞻性与领先水平, 体现了美的对良好消费体验的追求。美的厨语体验馆根据生活化场景设置了产品展示、烘焙体验、社交分享、儿童乐园、跨界市集、产品体验、文化体验等功能体验区, 旨在向消费者传递健康、轻松、充满浓厚家庭氛围的厨房生活文化。在2018年, 美的计划全面打造5500家厨语门店, 并以厨语体验馆为蓝本, 全力构建体验式销售为牵引的新零售场景, 完善厨语标准体系, 主要分为厨语体验馆、厨语体验厅和厨语体验店。



全屋家电体验馆

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, 让消费者体验一次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, 美的致力于为用户创造更为智能舒适的家居生活体验。



互联网+时代 发现智能 触摸未来



智慧家居引领智能生活

智慧家居战略，即从单一产品制造商向提供系统集成的服务解决方案和系统的产品供应商转变，为用户提供全品类智能化家居产品，及全套智慧家居解决方案。

智慧家居战略之下，所有的家电产品都将从以前冷冰冰的机器变成人机可以互动的智能硬件。

美的2025 看见未来 懂你的智慧家居产品



除此之外，美的还回归用户本身，从用户痛点出发，践行以用户为中心的理念。美的精品开发战略——CDOC，就是这个理念的最佳实践。

在CDOC指导下，从倾听用户需求出发，理解并分析用户面临的困难，运用强大的专业实力，再创造性的满足用户的个性化需求，美的致力于为用户提供更智能的家居产品。



02

M-Smart 智慧生活

以贴心服务为核心桥接家庭与社会



M-Smart 是基于美的智慧云构建的、融合全品类家电、智能单品和智能套装产品的“一站式、全托管”智能物联网平台，提供物接入、物解析、物管理、大数据等一系列物联网核心产品和服务，帮助开发者快速实现用户与设备，设备与设备，设备与用户之间的互联互动。

希望通过持续技术创新和不断积累行业经验，智慧云平台日益成为更懂行业的智能物联网平台，为家电、家居、汽车、地产等行业提供完整的解决方案。同时，基于M-Smart认证服务，建立互信、共赢的生态合作机制，帮助行业用户快速实现万物互联的商业价值。

M-Smart · 智能硬件开放平台

提供智能家居、智能车载、智能硬件等开发支持，实现用户与设备及设备与设备之间的互联互通互动，帮助更多传统行业实现互联网化发展。

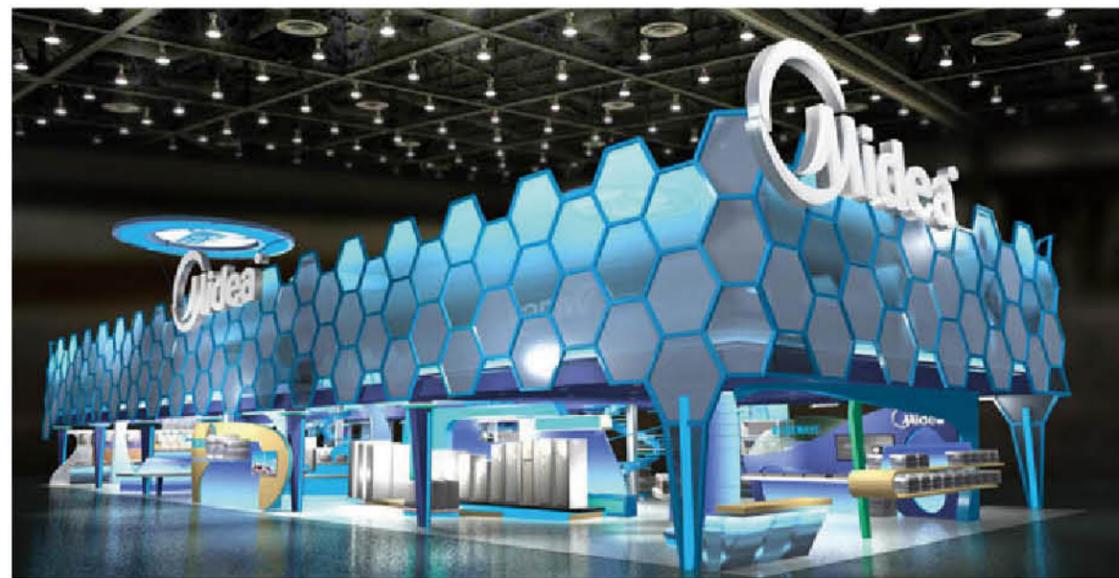
深化智慧家居产业布局, 推动智慧家居战略落地

2017 年美的智慧家居继续加强 M-Smart 战略实施, 对云平台、美居、通信模块、智能安防和售后服务等方面持续优化, 不断提升用户满意度。同时逐步拓展海外物联网+ 业务, 完善 Echo/Alexa 生态的融入, 通过智能家居布局为美的全球化战略提供有力的支持。

公司持续加大智能家电研发和市场资源的投入, 不断提升智能家电产品的市场竞争力。2017 年 3 月美的智慧家居推出物联网安全 Wi-Fi 安全芯片, 参照国家金融安全需求标准设计, 达到中国信息安全测评中心在 USBKEY 领域内可授予的最高安全等级标准。2017 年 5 月, 美的智慧家居通过中国人保旗下的智慧家居安防类产品检测, 智能产品由中国人民财产保险公司承保, 成为业内首家为产品投保产品责任险的厂家。2017 年 12 月, 美的智慧家居发布美居 APP 4.0 版本, 页面全新升级, 精简操作流程, 深入了解用户常用的功能, 为用户设计场景化智能服务。2017 年, 美的智慧家居收获了包括德国 iF、德国 Reddot、美国 IDEA 等国际知名的 7 项工业设计大奖, 发明专利荣获第十九届中国专利奖优秀奖。

公司积极推动 M-Smart 大平台生态圈的建设, 秉持“M-Smart Inside”理念开发有第三方物联平台美智, 并推动落地对接到恒大、碧桂园、万科等地产项目, 实现智慧社区与智能家居的融合。同时, 加强 M-Smart 全系统的对外开放, 在云云对接、第三方移动终端控制、智能硬件接入、第三方内容资源引入等方面加强外部合作, 累计接入 M-Smart 合作伙伴 105 家, 与中国移动、华为、国家电网、中粮、鸿雁、安吉星、微鲸、艾拉网络、杜亚、汇泰龙等公司建立战略合作伙伴关系。

美的智慧家居率先构建系统化的服务能力, 2017 年, 美的智慧家居新品发布了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, 为用户营造的安全、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。



美的智慧家居安防套装

美的智慧家居安防套装包括人体移动传感器、门窗磁报警器、燃气泄漏探测器、烟雾传感器, 实现对家庭、人身、财产的安全防护。门磁和人体移动传感器如探测到家中有人非法进入时, 可自动发送警告信息给主人, 在家中关键位置安装烟雾、燃气泄漏探测器, 实时 24 小时不断监控, 当发生火警或煤气泄露时, 感应器会向用户手机或小区物业管理处发出警报消息。同时, 配合自主研发的网关使用, 安防套装可以与家电、家居等产品进行互联互通, 实现家庭设备的智能化自运行, 为用户提供便捷、舒适的未来智慧家居生活体验。

美的智慧家居安防套装产品设计之初是“保持简洁”, 不仅是外观层面简约, 在安装上也非常简单, 无需安装过多的电线和螺丝, 整个安装调试过程可在半小时内完成; 另外对于后期使用, 耗电量低, 无需频繁更换电池。最重要的是该款产品可以与美的出产的任何智慧家居联动, 客户可以用手机控制全部功能。



完整的生活场景解决方案



回家模式

劳累了一天之后回到家门口,只需要通过指纹扫描打开智能指纹锁,玄关的灯光会自动打开。背景音乐会随之响起,空调、电视、窗帘缓缓打开,让家的温馨围绕着您。

当没人在家的时候,布防模式正在运行,玄关、窗户、走廊处的门窗磁传感器和人体传感器一旦触发,智能摄像机将立即录像,并拨打报警电话提醒你,全方位守护家庭安全。

离家模式



安防模式

出差在外,总惦记着家里?只要打开APP,就可随时随地查看家中动态,还可以通过APP远程控制检查门窗、燃气、水电等设备的状态。

Bubble 机器人管家

美的Bubble桌面机器人是一款彻底智能化的硬件产品,它具有高体验的音视频服务、智能家居中控和丰富的业务内容。在体验上,结合深度学习的语音、图形技术和Hi-Fi调音技术,支持高清语音识别、Hi-Fi音乐系统,以及流畅的手势识别和人脸识别。在业务上,结合高清视频和多种传感器,可以实现语音家电管理和自动化场景管理;也能提供高品质的音乐、故事等音频内容和高清的英语等语言教学;同时具备远程控制 and 远程视频监控。在扩展上,基于分布式、模块化和逆向兼容设计,支持分布式语音场景互联,智能引擎持续升级和Cube系列可移动机器人扩展。



关于美的



荣誉与责任



用户至上



智慧生活



回报社会



创新发展



未来发展机制

智享美好家居生活

2017年12月8日,美的智慧家居“美居4.0版本上线暨部品新品发布会”在美的全球创新中心召开。美的智慧家居携美居4.0、全新智慧云、部品新品等亮相,为事业部、用户提供打造更易用、更智能、更生活、更安全的服务平台,实践“智享美好家居生活”的理念。

美居4.0版本在发布会首次亮相,除了页面全新升级外,新版美居深入了解用户常用的功能,精简操作流程,尤其在智能连接上,为用户设计场景化智能服务,用户基于位置、时间自定义场景。在对用户进行数据收集、分析的基础上,美居4.0能提供系列的个性化服务。根据用户的服务订单状态,实时进行消息提醒、智能商品、服务推荐,根据用户的使用习惯、设备状态、个性偏好推荐个性化的营销产品与服务。

美的智慧家居承担美的集团智慧家居发展的战略使命,将以用户需求为出发点,服务事业部家电智能发展,持续推进智能化进程,将智慧家居发展的越来越好。



美居4.0



美的 M-Smart 平台采用 ZigBee 技术

2017年,美的集团成为 ZigBee 联盟顶级会员(Promoter Member)已踏入第二个年头。目前美的 M-Smart 平台已通过采用 ZigBee 技术,实现了灯光、环境监测、安防控制、背景音乐等多品类产品接入,为 M-Smart 平台提供了丰富的应用场景。美的智慧家居研究院通过 ZigBee 技术和 M-Smart 平台对接,打造了系统性智慧家居解决方案,目前这一系统性解决方案已在智慧地产、智慧酒店和家装等领域开始布局。



美的智慧家居公司顺利通过知识产权管理体系认证

2017年12月,经层层严格的内审、外审,中央空调事业部智慧家居公司顺利通过中规(北京)认证有限公司的审核,其知识产权管理体系完全符合《GB/T 29490-2013 企业知识产权管理规范》的要求,获得知识产权管理体系认证证书,表明美的智慧家居公司在推进公司知识产权管理规范化上面迈出了重要一步。

未来智慧家居公司将在在此基础上,围绕产品从多方面对核心产品进行专利布局,为产品的市场和销售起到重要的保驾护航作用。智慧家居专利工作会继续围绕“好产品,好专利”工作思路继续奋发前行,并继续按照知识产权管理体系标准规范各项知识产权工作,以全新的姿态,致力于为用户打造更智能、更便捷、更舒适的智慧生活体验,为客户提供智慧家居整体解决方案提供更多优质的产品和服务,用“美的智慧”,连接未来。



美的智慧家居顺利通过 ISO9001 认证和 CMMI-5 级认证

2017年1月26日,中国质量认证中心(简称 CQC)宣布美的智慧家居科技有限公司的智能家居系统的研发体系通过 ISO9001:2015 版体系认证。2018年2月,中央空调事业部智慧家居公司顺利通过 CMMI-5 (最优化级)评估认证,标志着智慧家居公司在过程组织能力、软件研发能力、质量管理水平等方面达到了优化管理级的国际先进水平。

未来智慧家居公司将在在此基础上,继续运用各种优秀管理方法和手段,不断提升公司的软、硬件的质量水平,构建系统化服务能力,以全新的姿态,致力于为用户打造更智能、更便捷、更舒适的智慧生活体验,为客户提供智慧家居整体解决方案提供更多优质的产品和服务,用“美的智慧”,连接未来。

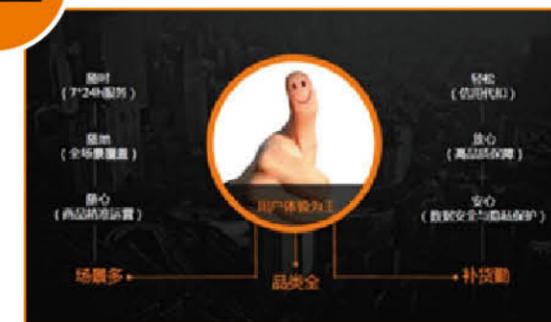
美的、阿里携手小卖柜,发布无人零售终端

美的一直致力于探索新零售与家电制造的深度结合,纵观行业发展格局与用户消费趋势,率先提出“国民家电 2.0”理念,引导用户进行消费升级。依托先进的科研技术和智能物流,美的正努力打造一个以互联网的技术为基础,以消费者的认知和洞察为线索,以新的产品体验和服务为目标的零售新模式。

小卖柜以创造全场景即时零售为目标,致力于提升无人零售的用户体验,满足多场景即时便利需求,推出了无人零售柜。小卖柜打造了基于物联网智能技术的全新终端,支持大量商品准确无序混摆,且购物流程极为简单,仅需三步“扫码开门-自主取货-关门自动支付”即可完成快速采购。小卖柜实现了从终端到后台,从采购到物流所有的业务的高度在线化。在大数据的支持下,小卖柜还实现了零盗损和智能补货,以往保质期过期等原因导致的货损率也得到了大幅降低。

小卖柜依托物联网智能技术与高质量的供应链,立足全场景覆盖,大幅度提升无人零售的用户体验,通过打造可持续的无人零售商业运营智能体系,有机整合人-货-场,真正意义上回归零售本质。

未来,美的将携手小卖柜布局全场景即时零售,并将在产品供应、大规模制造、品质和服务保障等方面为小卖柜业务的高速成长提供全套保障支持。



深化战略布局

2017年1月，腾讯QQ和美的集团在深圳正式签署战略合作协议，双方将共同构建基于IP授权与物联云技术的深度合作，实现家电产品的连接、对话和远程控制。双方合作的第一步，是共同推出基于QQfamily IP授权和腾讯物联云技术的多款智能家电产品。

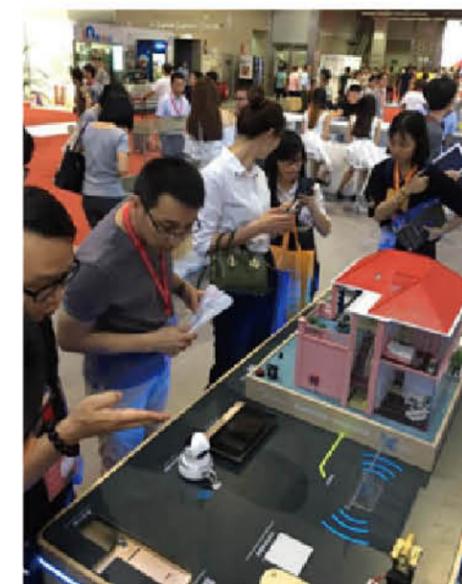


此后不久，美的集团与京东集团签署2017年战略合作协议，双方未来将进一步扩大业务合作范围和深度，加强在智能家居、物流及数据开放、渠道拓展等领域的全面深化合作，进一步提升市场影响力，打造产业融合新典范。

深化战略布局

2017年7月8日，为期四天的中国建博会(广州)在广交会展馆和保利世贸展览馆拉开帷幕。作为行业的领导品牌，美的智慧家居携旗下智能网关、智能门禁、智能照明、智能探测、智能控制、智能安防、智能家电等智慧家居整体解决方案亮相，为用户描绘出一幅舒适、便利、安全、健康的未来生活画卷，吸引了现场观众、媒体的高度关注和赞誉。

随着消费观念的升级，人们越来越注重生活品质，场景化的体验与一站式的解决方案才是消费者真正需要的。美的智慧家居极为重视用户的价值和体验，致力于通过智能科技的创新升级，不断满足用户对生活简便化、品质化、个性化的需求。



美的变频

以境取扇，美的风扇，取之于境，自然静凉舒适，让您生活静扇境美！

静无止境



03

每一天都是美的

社会慈善、环境友好与员工关怀



社会慈善

年度精准扶贫概要

美的集团一直情系广东扶贫开发事业，勇于担当，在企业发展壮大的同时不忘奉献爱心、回报社会，自觉履行企业社会责任。2017年美的集团共捐赠善款2,050万元，其中用于精准扶贫1,000万元，由广东省扶贫开发办公室统筹，用于雷州、徐闻县的扶贫脱贫工作；用于捐赠北潏镇慈善基金会1,000万元，围绕镇内扶贫、助困、社会公益建设等方面开展慈善济困和福利民生工作。同时，积极支持佛山市政府对四川凉山精准扶贫工作，2017年7月份，捐赠1,100套价值50万元的小家电给四川凉山同胞。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。

四川凉山



2017年7月份，捐赠1,100套价值50万元的小家电给四川凉山同胞。

雷州
徐闻县



美的集团共捐赠善款2,050万元，其中精准扶贫1,000万元用于雷州、徐闻县的扶贫脱贫工作，围绕镇内扶贫、助困、社会公益建设等方面开展慈善济困和福利民生工作。

社会慈善

用心支持扶贫公益事业

2017年7月25日，美的创始人何享健在顺德区宣布了总额60亿元的捐赠计划。仪式现场，由其担任荣誉主席的广东省何享健慈善基金会宣布正式更名为广东省和的慈善基金会。和的慈善基金会由何享健个人于2013年12月创立，该慈善基金会在广东省民政厅登记注册，主要支持教育、养老、体育、文化艺术、扶贫赈灾、环保及其他公益慈善事业。



捐赠仪式上，和的慈善基金会发布了总额60亿元人民币的捐赠计划，包含股权捐赠和现金捐赠两个部分。这些善款将由专业的公益慈善机构负责慈善项目的规范运作。慈善体系涵盖了精准扶贫、教育、医疗、养老、创新创业、文化传承及支持公益慈善事业发展等多个领域，推动了两家新型慈善基金会的成立，并向省、市、区、镇等5个慈善会进行了捐赠。此次捐赠已经规划、筹备了近三年的时间。



2018年2月2日上午，由北滘镇政府、北滘慈善会联合举办的“2018年美的集团、国强慈善基金支持北滘镇慈善公益事业发展善款捐赠仪式”在北滘举行。美的集团连续第九年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。截止至2017年底，美的集团向北滘镇慈善会累计捐赠超2.14亿元善款(包括广东省和的慈善基金会、美的集团、美的房地产等单位捐赠)。未来美的集团会继续支持北滘慈善公益事业，并推动资源的精准使用，更大程度回馈社会。

社会慈善

关爱贫困人口 助力脱贫攻坚

2017年6月30日上午，2017年“广东扶贫济困日”活动启动仪式在广州举行。众多企业单位、爱心人士积极响应号召，奉献爱心，认捐善款。捐赠仪式上，美的集团再捐款1000万元。这是美的集团自2010年“广东扶贫济困日”创设以来，连续七年参加“广东扶贫济困日(6.30)专项活动”。



寻找初“心”，赴一场与孩子们的约会



2017年9月，美的集团连同爱佑慈善基金会举办了“爱佑童心，美的同行”先天性心脏病患儿术后爱心探访活动。为了帮助困难家庭里的先天性心脏病患儿开展治疗，美的从2015年开始与爱佑慈善基金会合作，三年来共救助111个先天性心脏病患儿。虽然和孩子们见面的时间并不长，也无法陪伴每个孩子玩耍，但是美的在得知越来越多的孩子在集团的帮助下能及时进行治疗，变得健康，快乐成长，感到很满足。公益无关回报，却关乎孩子们的健康。未来，美的还会一直走下去，在力所能及之处帮助更多需要帮助的人。公益这条路上，美的一直都在，也愿与你同在。



环境友好

美的总部环保活动 - 践行绿色生态, 创建美的生活

地球是我们唯一的家园, 保护资源环境, 善待地球是人类共同的责任。2017年6月5日是世界环境日, 美的人也在行动。活动中, 美的员工积极参与光盘行动, 做到爱护环境, 从珍惜粮食开始。同时, 美的人为了表示为蓝天出一份力的决心, 纷纷领养多肉植物。在活动中, 他们少不了留下环保的足迹, 发圈晒美照, 传递低碳生活理念。

“世界环境日”虽然只有一天, 但环保意识却时刻不能放松。绿色签名墙见证了美的人共同行动的决心, 让大家以后每天一天也践行绿色生态, 创建美的生活!



环境友好

美的总部环保活动 - 践行绿色生态, 创建美的生活

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。

环境友好

绿色建筑节能推荐产品认证

美的家用中央空调、MC系列大型冷水机、MDVS系列全直流变频多联机、E+蓝钻内胆空气能热水器等系列产品已通过中国工程建设标准化协会专家组的评审，荣获“绿色建筑节能推荐产品证书”。目前美的家用中央空调是国内唯一获得国产首次获得绿色建筑节能推荐产品认证的厂家。我国的绿色节能建筑是指按国家和省建筑节能标准进行设计和建造，能明显提高室内舒适度，同时能够降低采暖、空调等能耗的建筑。而采用获得“绿色建筑节能推荐产品证书”的产品是评定绿色建筑的重要条件之一。



一起低碳，仰望星空

美的空调与WWF（世界自然基金会）共同发布“星空计划”，开启中国家电行业“公益营销”新模式，旨在号召更多的消费者“关注，热爱和使用节能变频空调”，关注中国节能空调市场。通过“以旧换新、增值服务、ECO超惠、星空大奖”等四项举措，让美的ECO节能空调走进更多的中国消费者家庭。

作为空调新能效标准——APF，相比于EER、SEER，不仅在变频能效标准上更为严苛，而且在空调性能的评估上更加全面，它为节能空调普及提供了动力。美的空调以满足消费者需求变化为战略出发点，瞄准高附加值、高溢价能力，从而推动高端产品结构升级、高端科技升级，并依托全产业链深度自我配套，推广普及新技术、新标准和深化公益组织合作，推动全社会环保意识提升，使高效变频空调加速成为市场最主流。

一起低碳，仰望星空
关爱地球，从点滴节能开始

每个人心中都有一份独特的星空情怀，与生俱来，不可撼动。参与星空之旅，倡导低碳节能，重新点亮星空，激发大家心中的那份仰望星空的纯真。

星空之旅
中国节能家电领导者的空调联手世界自然基金会（WWF）举办“一起低碳，仰望星空”活动，探寻中国最美星空，倡导低碳节能生活，美的空调用户有机会参与抽奖，幸运者将以美的空调“环保见证大使”的身份，加入最美星空之旅。

美的集团家用空调事业部总裁 吴文新
节能环保，绝不只限于追求经济利益，更重要的是对社会的责任。美的空调一直在引领中国空调行业的节能进步，美的空调期待有更多的节能环保产品带给中国家庭。

世界自然基金会（WWF）中国区总干事 卢思琦
本土环境问题与全球气候问题交相呼应，解决国家气候问题，需要各方联手。期望美的未来有更多深入的环保项目开展，成为家电制造业的减排先锋，应对气候变化的领导者。

环保伙伴
世界自然基金会（WWF）是全球最大的环境保护组织之一，成立于1961年，在全球100多个国家开展保护项目。WWF不仅保护濒危物种，也保护脆弱的生态系统，并且将自己的工作扩展到影响生态系统的气候变化、可持续消费与投资等众多领域。官网链接：<http://www.wwfchina.org/>

食品安全

对双酚A说“NO”!

在与健康息息相关的电动小家电行业，搅拌杯、榨汁螺杆、榨汁杯等都是食品接触类塑料零部件，目前市场仍然缺乏行业规范，各品牌材料各异，食品安全风险巨大。美国伊士曼化工公司开发的新一代共聚聚酯品牌——Tritan™，因其不含双酚A、坚韧耐用等特性，获得了世界范围的广泛认可和推广。



美的自2014年发力料理家电以来，便以Tritan材质作为原汁机螺杆、榨汁杯、破壁机、搅拌杯的首选材料，并且在此过程中市场地位得到显著提升。2015年，美的与伊士曼签订战略合作协议，伊士曼将授权美的料理小家电产品在国内使用其持有的Tritan™品牌，这也是该品牌对中国家电企业的首次授权。美的希望能通过对Tritan的引进，引导消费者选择健康环保的生活方式，与伊士曼联手为电动小家电产品安全材料的选择问题提供优质的解决方案。

今后，美的将把Tritan™品牌应用于产品制造、产品广告、网页、促销品、推销、展示和包装物之上。而在日后的应用中，美的也会将此材料优先用于与母婴、饮食相关的产品上，并将陆续推动此材料在更多料理类产品的普及，为中国消费引领和营造健康优质安全的消费环境。

双酚A，也称BPA，在工业上被用来合成塑料。双酚A类似雌激素，使用带有双酚A材质的奶瓶、餐具，会诱发婴儿性早熟；塑料制品中的双酚A还可诱发心脏病；多项研究也表明，含有双酚A的塑料制品加热或接触高温液体，会迅速释放损害大脑组织及诱发癌变的物质。





反腐倡廉

2015年6月,美的集团携手阿里巴巴、万科、中集、复星、碧桂园、世茂、顺丰、中山大学、广东省企业内控协会等十家国内多个行业的标杆企业和组织共同发起成立中国企业反舞弊联盟。



2017年6月,中国企业反舞弊联盟组织召开以“同心同行,共享共赢”为主题的2017年年会。会上,各成员单位共同回顾了联盟发展进程,畅想了发展前景和目标。

中国企业反舞弊联盟是中国首个由企业发起成立的以反舞弊为目标的民间非营利性合作组织,联盟旨在通过创新和合作,帮助企业实施反舞弊行动和制度建设,推进资源共享,信息共享,黑名单信息管理,搭建企业反舞弊经验交流平台,以共同建设廉洁的商业环境。

截至目前为止,联盟遍及全国20多个省(市、自治区),覆盖企业人员200多万人,在全国企业发挥了反舞弊主导作用;建立了成员不诚信信息共享平台,弘扬公平正义精神,遏制员工不诚信现象,有效避免了企业用人风险;完善联盟运行机制,建立“常务理事会”机制,扩大联盟常务理事会成员,坚持科学民主决策,同时实施了“联盟成员企业经费管理办法”,有效保障了联盟的持久健康发展;创新联盟交流模式,建立了内控、审计、调查三个专业委员会,落实了分区管理机制,区域活动有声有色;积极开展对外合作,提升联盟社会影响力。



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。

“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。



人才培养

培训机制

2017 年，公司内部培训人员达 620,039 人次，其中管理人员 45,989 人次，技术及营销类人员 252,361 人次，操作类人员 321,689 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 46 个，培养后备管理干部 2,627 人，累计 81,263 人时。



• 搭建专业能力提升体系，共推动专业能力人才项目 76 个，专业体系骨干课程授课 18,767 人次，累计 93,135 人时。



• 移动端美课学习平台在线培训覆盖面扩大至全集团 MP 类人员，公司全年共计 12.1 万人次学习。



• 推动组织学习氛围建设，培养内部讲师 461 人，年度授课 6,496 小时，累计开发课程 515 门。



• 组织中高层人才持续学习，其中中层领导力课程授课 28 次，参与人次 825 人，共计授课 10,725 人时；后备高潜人才领导力课程授课 6 次共 14 天，200 人次，共计授课 4,796 人时；高层领导力课程授课 4 次共计 6 天、119 人次，共计授课 1,400 人时。



• 推动关键技术工人及基层班组长训练，累计训练时间 160,834 小时。



人才培养



员工关怀

美的扶助基金



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。为能让更多有需要的员工受惠，美的集团建立扶助基金资源长期运营机制，将每年12月30日集团扶助基金总额的8%作为下一年度集团扶助基金预算总额。2016年，美的员工扶助基金再次提高了扶助额度，员工最高可申请30万额度，进一步加大了扶助力度。同时，下放审批权限，精简审批流程，10万及以下的扶助基金由事业部审批，员工申请扶助基金将更简单高效。

集体婚礼



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26年举办大型集体婚礼，提升员工的幸福指数。2017年12月08日，美的第26届集体婚礼在美的总部大楼举行，共有32对新人喜结良缘。



员工关怀

趣味活动

为了丰富员工的文化生活，美的集团各个事业部组织开展各种形式的趣味运动会和竞赛，以宣贯体育竞技精神为宗旨，发扬美的人团结、拼搏、和谐、友爱的精神。趣味活动中，全体队员奋力协作，挑战自我，集体的力量在欢乐中被无限的凝聚。



团购春节火车票，回家不愁

一年一度的春运，如何回家成了员工的一大愁。为解决员工的后顾之忧，美的部分经营单位在广铁集团发布订票信息时，第一时间为员工订购团体票，力争解决员工回家难问题。



旺季下午茶，给员工满满正能量

在炎热的夏季，为了加强对一线员工的关怀，提高员工满意度，美的部分经营单位为一线员工提供了饱腹又美味的下午茶。起酥面包、奶油夹心、枣沙蛋糕、口袋三明治……让员工在工作之余可以合理加餐，提高工作效率。





04

新常态下的企业责任

科技创新、智能制造与传统企业转型



科技创新

美的着力于构建具有全球竞争力的全球研发布局和多层级研发体系，具备以用户体验及产品功能为本位的世界一流研发技术投入及实力。过去5年投入研发资金超过200亿元，迄今已在全球9个国家(包括中国)设立了20个研究中心。在强化全球研发中心布局的同时，公司也非常注重研发成果的转化，以用户需求为核心，推出了一系列行业内首创的G400净饮水机，大沸腾FS4006IH电饭煲，舒适星TA201空调挂机，创新型洗碗机，下一代小多联，32L石窑烤箱，挂烫机YGD12B1，E1立式吸尘器，创新型系列波轮洗衣机，创新保鲜冰箱等一系列创新产品。



四级研发体系和全球研发布局

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。

2014年起，美的筹建中央研究院、智慧家居研究院。兴建研究院是美的研发体系的一个重要里程碑，有利于提升产品的创新能力，构建具有全球竞争力的技术研究体系。中央研究院定位3-5年中长期共性技术研究及3-5年以上的基础研究、颠覆性研究，事业部位1-2年的新品开发和2-3年个性技术研究；智慧家居研究院承担智慧家电公共平台建设，事业部则负责各品类家电自身智能化研究及开发。未来，美的还将加大科技投入，完善创新机制，提升创新能力。



截止2017年底，已在全球9个国家(包括中国)设立了20个研究中心。研发人员整体超过10,000人，其中外籍专家超过300名，拥有国家级资质认定4人，省级资质认定19人；3个博士后工作站，4个院士工作站。在强化全球研发中心布局的同时，美的更与MIT, UC Berkeley, UIUC, Stanford, Purdue University、清华、中科院等国内外顶级科研机构签订技术合作协议，建立联合实验室深度合作，打造全球创新生态系统，并于2017年5月组织第二届“美的全球技术战略论坛”，邀约全球技术牛人齐聚美的，共同探讨研究未来技术发展。

科技创新

专利技术

公司以消费者为中心,继续加大研发投入与产品开发,构建具有全球竞争力的技术研发体系,提升创新能力。截止到2017年底,美的累计国内专利申请量突破7万件,授权维持量3.5万件。其中2017年,美的全集团申请专利16,934件,发明专利7,714件。国家知识产权局第十九届中国专利奖评审结果公示,美的集团荣获中国外观设计金奖1项、中国专利优秀奖9项、中国外观设计优秀奖3项,取得了历史以来的最好成绩。在科睿唯安(前汤森路透)发布的2017全球企业创新能力报告中,美的在家电领域的发明专利数量连续三年稳居全球第一,在家用电器和厨房电器两项专利量均名列榜首。

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。美的智能家居科技有限公司被广东省科学技术厅认定为“广东省物联网智能家居工程技术研究中心”、“广东省白色家电技术创新中心”,全年共有:高智能指数房间空调器关键技术与产业化、整体式空调器静音关键技术研究及产业化、IH电饭煲核态沸腾及焖香补炊关键技术的研究和产业化、基于偏心扰流及多层密匀火IH技术的破壁机研究与产业化、M-Ai全变频准二级压缩技术及其在多联机(MDVS)上的应用、超宽环温高温回水分布式集中采暖系统中喷液技术的应用、家用吸油烟机智能蒸汽清洗技术的研究与应用、微波炉用新一代变频电源关键技术研究、搪瓷技术在微波炉的应用研究和产业化、高性能模块化商用高铁微波炉关键技术研究及产业化、模块化易清洁材料及其在厨房电器的应用、交流无极变频技术等16项技术被专家鉴定为“国际领先水平”。工业设计领域,2017年共获得国际设计奖项72项,包含德国红点奖20项、美国IDEA奖26项、德国IF奖17项、日本GMARK奖5项、韩国GD奖4项等。



科技创新

第二十二届科技月活动 - “产品领先,协同创新”

2017年10月17日,美的第22届科技月创享交流暨颁奖大会在广东顺德美的全球创新中心举办——美的携众多创新成果惊艳亮相。这也是坚持以科技创新为发展第一原动力的美的,首次将“科技月”活动对外开放。22届科技月累计奖金超过2亿元,共产生135名科技明星。

本次科技月上,美的以重金奖励一年来在科研硕果和科技创新领域不懈付出的工程师们,还对科技创新、产业转型方面的成果进行了集中展示。本届科技月共设有创新先进单位、产品创新奖、研究创新奖、科技明星、设计创新奖、制造效率提升奖、品质提升奖、制造明星奖等八大奖项,着眼于通过核心技术的不断突破创新来提升全球品牌影响力和核心竞争力。为进一步推动美的全球化战略的发展,掌握国际核心技术与整合全球创新资源,本届科技月首次将KUKA、TOSHIBA、CLIVET、SERVOTRONIX等海外单位纳入参评范围,并采取了国内外单位的同水平评价。在为期两天的展示中,美的特设智能家居展区、KUKA展区、机器人展区、等十大展区。十大板块交相辉映,数十项展示内容与展品均传递出特有的“美的式创新理念”,展现了美的的科技硬实力。

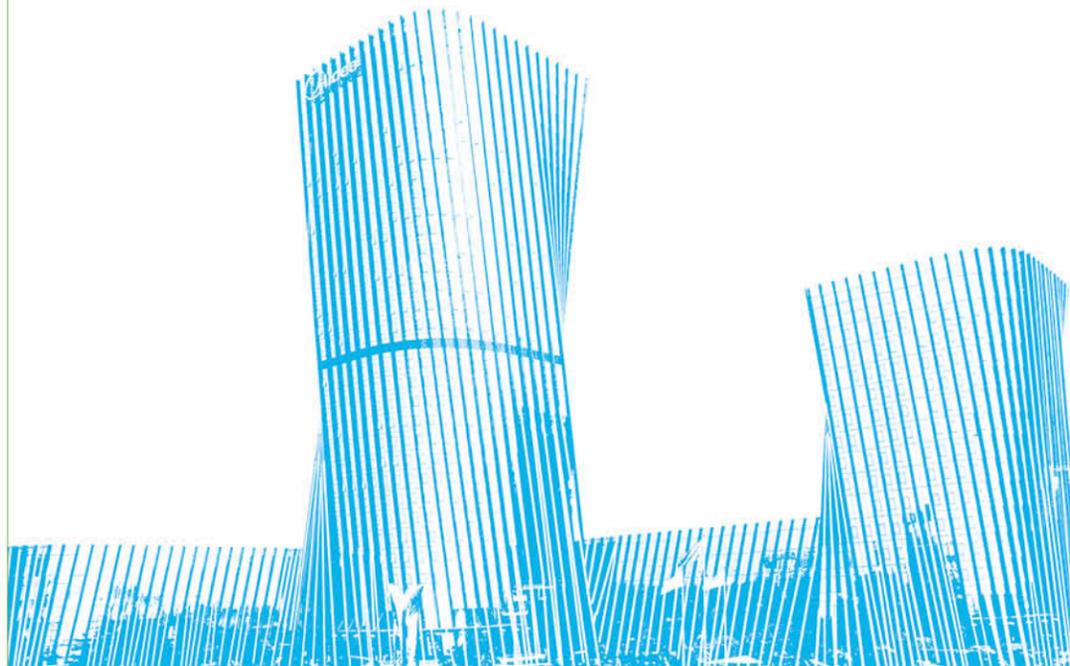
“产品领先、效率驱动、全球运营”是美的当前的三大战略主轴,“产品领先”则被摆在首位,而这一战略并非“空中楼阁”,协同创新就是不可或缺的支柱之一。以“产品领先,协同创新”为主题的第22届科技月,恰恰是美的这一理念的最好体现。同期配套的系列研讨会都将着眼点放在这一主题上,旨在拉通体系,实现跨领域协同创新、建立健全美的全球研发体系协同机制。



科技创新

2018年研发规划

2018年美的集团研发体系将继续围绕产品领先为目标，推动产品创新与技术研究落地，拉通端到端的研发流程，搭建创新产品流程，推行新品开发路演机制，提升研发效率。从平台创新、差异化卖点，技术突破、端到端用户体验、工业设计领先等维度推进产品领先步伐。通过管理模式及激励机制的变革，打造“自驱激情”的研发组织文化建设，激发体系组织活力。



获得多项全球顶尖工业设计大奖

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。

2017年美的近100个产品获得德国IF奖、德国红点奖、日本G-Mark奖，美国IDEA奖、韩国GD奖等全球顶尖工业设计大奖。其中，生活电器Mini系列同时荣获IF和红点两项设计大奖；立式新型空调产品同时荣获红点和IDEA奖两项设计大奖；凡帝罗新一代法式四门产品同时荣获红点和G-Mark两项设计大奖；套装冰箱及酒柜同时获得IDEA奖、G-Mark及台湾金点奖；模组净饮机同时获得IF奖、GD奖。



智能制造

坚守制造业，坚定转型，在家电产业转型升级，布局进入新产业，走向国际经营，美的成为一家全球领先的消费电器、暖通空调、机器人及工业自动化系统的科技集团。在美的未来战略图景中，双智战略是企业发展的关键，新产业布局成为核心词，科技创新则是驱动力。



2017年1月，美的与腾讯正式签署战略合作协议，双方将共同构建基于IP授权与物联网技术的深度合作，实现家电产品的连接、对话和远程控制。双方合作的第一步，是共同推出基于QQfamily IP授权和腾讯物联网技术的多款智能家电产品。此后不久，美的又与京东集团签署2017年战略合作协议，双方未来将进一步扩大业务合作范围和深度，加强在智能家居、物流及数据开放、渠道拓展等领域的全面深化合作，进一步提升市场影响力，打造产业融合新典范。

继不久前美的收购库卡95%的股权后，美的再次对外宣布与一家专注于开发和销售运动控制及自动化解决方案并具有广泛全球业务的以色列高新企业 Servotronics 之间的战略合作交易已经完成。之后，美的与英特尔全球智能家居就全球智能冰箱项目正式达成合作意向。在推进与外部企业合作的过程中，美的积极整合全球优势资源，进一步延伸完善产业链条。

2017年3月，美的集团与华中科技大学签署战略合作协议，双方共建机器人与智能制造联合实验室、智能物流联合实验室。同年12月，《财经》杂志“2017最具智慧应用奖”揭晓，美的荣获“2017最具智慧的家电品牌”。在人工智能的浪潮下，美的积极布局双智战略，通过技术创新，投入大量的资金和人力布局全球科研网络。从智能家居入手，实现应用性的产品创新，增强产品智能性和学习性。美的依托平台大数据，利用先进的产品和技术，形成以智慧家居套装、智享租、智能硬件、智能核心模组等为核心的智慧家居整体解决方案，致力于成为全球领先的智能家居方案提供商，围绕创造未来智慧人居空间，为人类创造更美好的智能生活。

通过开放的探索和创新s的实践，美的放眼未来，一步步地打造出符合人机新生态未来发展的“智慧家居+智能制造”产业平台，并将人机完美交互的构想延展至生活、制造、物流、医疗等多个领域，向互联网、AI、机器人等领域纵深发展，为机器与人能够融合共生，有机协作不懈努力。



效率提升

推行“数字化2.0”项目，以数字化赋能全价值链经营管理

2017年，美的积极推行“数字化2.0”项目，以C2M（客户定制）为牵引，用软件、数据来驱动业务端到端的拉通，在研发、供应链、制造、物流、金融、客户服务，所有环节以订单和数据来驱动，实现柔性交付。构建数字化企划平台，在全流程价值链上所产生的数据，通过大数据平台来收集分析，建立产品概念库，并实现产品生命周期数据分析透视，反向支撑产品数字化企划；在产品开发上，推进产品参数化、标准化、模块化及平台化设计，通过超级BOM的系统落地，用销售驱动确定平台架构、模块划分、推进模块接口固化与优化；构建数字化工艺管理系统，实现工艺过程管理数据的电子化和结构化，C2M一期已实现渠道客户定制的突破，客户通过选配平台，直接进行产品定制，标志着美的进入了客户定制时代。

美的大力推动渠道终端业务数字化、在线化管理，升级CCS2.0系统，新推美云销系统，为全渠道客户基础信息维护、购销关系管理、进销存数据管理、价格/订单/销售管理、政策兑现等提供支持保障，极大程度拉通渠道库存真实性管控，实现信息透明共享，为销售策略提供数据支撑和系统保障；2017年，美的新推RMS系统(零售管理系统)，以提升终端营销工作效率为核心，实现业务终端管理(包括终端巡检、工作日志、促销管理、进销存数据查询)和导购提升(包括零售上报、工资计发、课程直播)两大角色功能。通过营销CCS系统，美云销系统，RMS零售管理系统作为内销三大基础管理系统，覆盖全渠道、终端门店信息管理，打通出货、分销与零售，实现业务全程在线化，信息可视化、提升效率。



效率提升

632项目全面上线

为打造统一流程、统一数据、统一系统并构建内通外连的IT系统，涵盖6大运营系统、3大管理平台、2大技术平台的美的集团632项目，全面上线。作为“一个美的、一个体系、一个标准”的重要载体，632战略对美的的各业务领域从客户体验、管理规范、运营透明、内外协同多个维度进行整体优化与提升，实现了集团级的企业标准和语言。



T+3客户订单制新型产销模式全面推进

为解决传统产销模式的弊端，美的推行了以客户为导向、快速满足市场需求的T+3模式。通过市场的日积月累，零售商快速、准确反映市场需求，以此来指引原料备货、工厂生产、发货销售等。不仅实现“按需生产”，还倒逼价值链的所有环节，去适应消费者的需求，精简产品型号，扁平渠道，缩短交货周期。市场导向的T+3模式与供给侧改革强调的供应适应需求不谋而合，“零库存”、“减少中间环节”等效果，不禁让人联想到供给侧改革的“去产能”、“去库存”、“去杠杆”、“降成本”、“补短板”。



MBS - 精益运营系统, 提高制造效率

MBS, 即美的精益运营系统(Midea Business System), 通过对生产线的精益转换, 实现柔性化、标准化、去库存、拉动生产、卓越稳定的日常管理, 最终实现减少浪费, 驱动增长、达成业绩(品质、交付、效率)。MBS改造尤其关注人性化, 让员工在生产的同时, 舒适又高效; 发挥员工能动性, 严格把关后, 才到下一个环节, 不再到最后才检测是否有问题。



安得智联科技: 技术驱动 引领未来:

安得智联科技股份有限公司(原安得物流), 是一家专注于提供智慧物流集成解决方案的现代科技创新型企业。提供整车、快运、仓配一体与供应链、国际货代等多元业务, 并依托领先的科技技术、智能装备实现智能自动化集成解决方案。在全国拥有冷链物流、国际物流、零担快运、智能科技4家专业公司及28家分公司。同时, 公司的整体运行已实现智能化、自动化、信息化、数字化、网络化、集成化、柔性化、移动化、可视化。

安得智联专注于持续的技术进步和创新, 致力于创造高效、透明、可触达的物流新世界。通过技术革新, 安得智联已荣获高新技术企业证书、国家认定企业技术中心、中国驰名商标、科技进步奖二等奖等各类证书。在智慧物流方面, 通过自主研发及全球资源整合, 可向客户提供具备世界一流水平的智慧物流集成解决方案。在全国拥有111个物流中心, 176个物流服务平台, 8.6万辆可调用车辆, 3000多个最后一公里送装网点, 在海量数据支撑下, 已实现2869个县区无盲点覆盖, 以及送装一体化服务, 同时, 在时效上实现了100公里24小时, 200公里48小时配送到门。

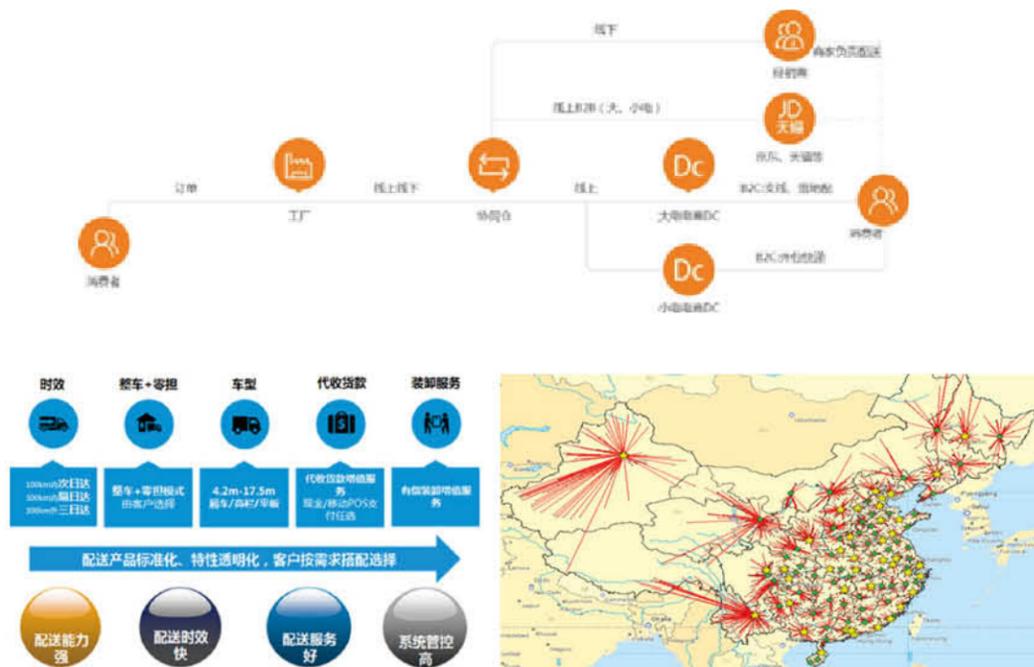


安得全网直配 助力全球价值链提升

安得智联着重打造高标准城市配送产品,整合优势配送资源,统一服务标准、统一时效标准、统一管控要求,并且针对客户需求提供一系列增值服务,通过强大稳定的IT系统管理及标准配送体系管理实现配送全流程可视,给客户优质的服务,作为企业供应链重要一环,成就“端到端”全链条打通目标。

安得通过对物流量及现管理客户区域销售量及配送量的大数据分析,运用科学的建模工具,确定面向未来的全国大物流平台布局,预计在全国搭建约100个城市配送中心,其中40个区域配送中心,60个城市分拨中心,致力于实现覆盖全国95%地区以上的100公里范围内24小时配送圈,覆盖县区及乡镇配送。满足客户整车或零担业务需求。

安得将为客户提供一揽子物流解决方案,满足客户在传统渠道、超级终端、连锁超市、本地卖场、工程工地、消费者等所有销售渠道的配送服务,并为客户提供逆向收货、代收货款、商场上撤样、不良品处理、展台物料等增值配送业务。为客户搭建效率高、成本低优势、服务优的配送网络。



智慧物流 创新产业新趋势

安得智联定位为以技术驱动运营,以科技改变物流,为企业提供全渠道物流运营服务,并提供智能装备(自动化)解决方案的现代科技型物流企业。在2018年3月的AWE展上,作为美的集团在智慧物流领域的战略布局,安得智联首次将智慧物流带入AWE,不仅说明智慧物流日渐成为风口,而这也将成为AWE发展史上里程碑的事件。

安得智联展出的四大机器人 Air-pick、Air-carry、Optimus Prime 及 Bumblebee 系统,分别代表不同的智慧仓储应用。安得智联在整合内部 KUKA、Swisslog 和外部技术及设备资源的同时,可以为客户提供覆盖全部物流应用环节和场景的智能物流产品及服务,覆盖从简易到局部,到高端集成的解决方案。

目前,安得智联可以根据企业的产能灵活配备相应的智能仓储设备,无需一次到位,且系统可以做调度。如果是新建仓库或是新建工厂,可选择安得智联的高端解决方案。如果是现有仓库或者工厂改造,则可选择 Optimus Prime 和 bumblebee 系统等解决方案。在智能仓储方面,安得智联最大的优势,是在原有的场景做布局,结合新的方案,达成24小时装机,48小时即可投入使用。

安得智联拥有物流行业18年的运营经验,在长期的业务实践基础上开发的自动化设备及软件系统,能将软、硬件与实际业务场景进行更好的融合,了解客户的痛点,在运营和操作上的很多问题,安得智联都可以评估解决。



效率提升

一盘货 -- 为“美的速度”打基础

美的仓储、物流遍布全国各地，及时、同步掌握和管理，可以强化销售服务，并反馈上游资源调动。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。



鲲鹏系统 -- 智慧物流的超强“大脑”

电商时代的物流体系，需要极强的信息化与数字化的系统支持。安得智联自主研发的鲲鹏系统，是一套链接上下游的物流数据运营系统，是安得智联基于美的供应链系统自主研发的物流信息化产品，自运作以来，所有行业、客户都需要与鲲鹏系统进行数据联接，成为鲲鹏系统用户。

经历多年完善更新，鲲鹏系统现已基本实现物流供应链全链接、无纸化、移动化；能够在大数据的采集和应用方面全面铺开。即便是订单信息大爆发的11.11，鲲鹏系统也能在仓储布局、产品调配、库存预警等方面为客户提供支持。



智慧物流机器人 -- “美的速度”强臂膀

安得智慧物流设备也是“美的速度”的推助力，为11.11百万订单能高效运作配送提供保障。安得自主研发智能物流机器人AGV-air pick，是美的在物流自动化产品创新上的重大突破，顶升速度为国内当前同类产品中最快，其高密度运行能力达世界先进水平，也是目前精度控制最高的AGV产品之一。



美的电商

通过用户大数据，使制造端服务于终端

近年来，家电行业的销售渠道多元化，线上业务增长迅猛，电商竞争全面升级，线上线下融合成为趋势，家电品牌企业进一步调整渠道策略，促进“互联网+”转型。美的集团以用户和产品为核心，依托产品优势构建的互联网大数据平台体系，进一步加快美的电商业务全渠道战略部署，全面开展与天猫、京东等平台的战略合作，各平台美的旗舰店运营效果初步凸显。

2017年，美的全网销售突破400亿，同比增长超70%，占内销比例达30%。电商业务继续保持全网第一，全网14个品类排名第一。2017年的双十一，美的再一次超越自己，取得了全网销售额突破45亿的好成绩。美的在天猫、京东、苏宁易购三大平台家电行业中均排名第一，连续五年蝉联家电全品类销售冠军。



用户需求反馈驱动产品策划与研发

产品选型阶段，就把全年销售的情况、竞品的情况分析清楚，包括用户需求的变化。根据用户需求反馈引导后端研发。销售预热阶段，监控用户收藏，加入购物车，点击转换等数据，及时调整产品及促销政策，确保竞争优势。



供应链协同，打通仓储信息流

双十一当天爆发十几亿规模的销售，背后是工厂、物流、平台、运营各方的高效合作。包括运营通过预热科学的预测销售，合理排车，仓库库存合理分布。0点销售开始之后，销售火爆的加单需求迅速传递到工厂、物流、运营，满足用户的抢购需求。



通过用户连接与管理，提升售后效率与质量

经过一年电商销售数据的沉淀和用户运营，电商上买过美的产品的用户通过APP、微信公众号、美的商城、美的官方旗舰店各个渠道建立连接。关心用户的产品使用体验，积累产品口碑，建立售后快速反应机制。



传承五十载 逐梦一百年

KEEP LEARNING FROM THE PAST
PURSUE DREAM TOWARDS FUTURE

05

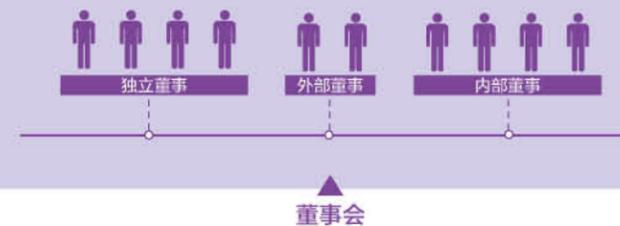
民族企业的发展

公司治理、品牌价值与国际化战略



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、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10名董事，其中4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；审计委员会和薪酬考核委员会主任委员由独立董事担任。



修订和完善公司制度，提升治理水平。2017年度公司召开董事会10次、监事会会议8次，股东大会2次，确保重大决策等行为合法、合规、真实、有效。



2017年美的再度入选2018CCTV国家品牌计划TOP品牌，并且连续两年入榜央视财经“CCTV中国十佳上市公司”，升至“BrandZ™最具价值中国品牌100强”第26位，获得《21世纪经济报道》评选的“2017年上市公司卓越董事会(主板)”、《证券时报》“2017中国主板上市公司价值百强”，Interbrand的“2017最佳中国品牌排行榜”第34位。



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。



| | |
|--------------------------------------|--------------------------------------|
| 方洪波 董事长&总裁 1992年加入 | 朱凤涛 副总裁&厨房电器总经理 1993年加入 |
| 殷必彤 副总裁&家用空调总经理 1999年加入 | 王金亮 副总裁&国内市场总监 1995年加入 |
| 顾炎民 副总裁 2000年加入 | 李飞德 副总裁&企业运营总监 1999年加入 |
| 胡自强 副总裁&中央研究院院长 2012年加入 | 肖明光 财务总监 2000年加入 |
| | 江鹏 董事会秘书 2007年加入 |

股权激励长效机制

目前公司高层、核心管理团队及中层骨干通过直接、间接持股及多期股票期权激励计划及“合伙人”持股计划等多种方式,搭建了经营层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。

2017年,美的面向中高层及核心业务骨干推出了第一期限限制性股票激励计划、第四期股权激励计划,面向对公司整体业绩和中长期发展具有重要作用的公司核心管理人员,推出第三期美的集团“合伙人”持股计划,激励管理层与公司长期价值成长的责任绑定。建立了公司高层、核心骨干与公司全体股东长期利益一致的机制,公司治理进一步优化提升。

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:2017年,组织业绩说明会(电话会议)3场,参加境外路演6次,内外资券商策略会50场,累计接待次数超过180次,接待机构投资者调研超过1800人次,接待投资者调研次数位居A股公司前列。

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。

美的集团秉承股东价值最大化,为股东创造利润,不断加大股东回报。



内部控制

2017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。

2017年,公司聘请毕马威华振会计师事务所(特殊普通合伙)协助公司完善内部控制,将共三十四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%。

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2017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。



品牌价值

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。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、威灵、安得、GMCC、Eureka、KUKA、Swisslog、Servotronic、Toshiba (品牌授权)等十余个国内外知名品牌。Midea,英文意解为Myidea (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。

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;赞助国家游泳队跳水队,成为国际泳联首个中国全球官方合作伙伴,持续体育营销,推动美的更深入“走向世界”。



品牌广告

- 央视助推美的品牌不断成长壮大,美的品牌也为央视影响力的提升推波助澜
- 央视一直以来是美的进行媒体投放的重中之重,平均占比在80%以上
- 美的集团已持续18年投放央视“春晚报时”广告,“美的报时”已在国人心中留下深深的情感烙印



品牌广告

• 国际泳联全球官方合作伙伴



• 中国泳协官方合作伙伴



美的自2007年开始体育营销推广,通过终端展现、赛事权益及媒体宣传等整合营销手段,大大增加了美的品牌的曝光量,并借助体育营销特有的公益性、互动性,有效提升了美的品牌的知名度及美誉度。

- 2010年至今,美的每年赞助国际泳联四站系列跳水赛事,FINA世界杯。
- 2007年至今,美的每年赞助中国泳协国际/国内游泳、跳水、花样游泳系列赛事
- 运动员配合美的出席公关发布会、展会、TVC拍摄、营销活动。



美的品牌屋

在睿富全球2017（第23届）中国品牌价值100强，“美的”品牌以858.72亿位列中国最有价值品牌排行榜第4位。根据胡润研究院发布的“2017胡润品牌榜”，美的已经连续3年位居胡润品牌榜家电企业中的第一位，在民营家电企业和全国家电企业排名中都位居第一。由全球最大的传播服务集团WPP旗下权威调研机构华通明略发布的第八届“2018年BrandZ™最具价值中国品牌100强”年度排名中，美的排名第26位，连续三年成为榜单中排名最高的家电品牌。美的也成为3C家电业内仅次于华为和联想的中国最具价值品牌。



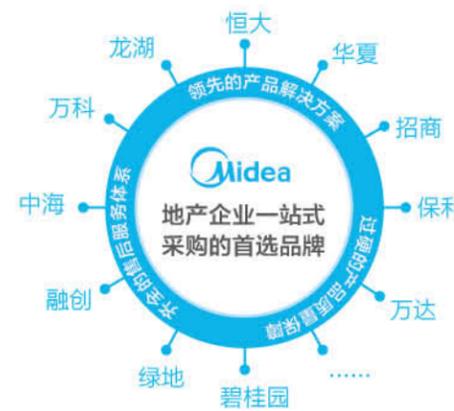
同年12月，在由中国家电研究院和奥维云网联合主办的暨首届“布莱恩奖”中国净水行业发展高峰论坛上，美的净水再次荣获业内肯定，一举夺得“布莱恩2017影响力品牌奖”和“布莱恩2017消费者喜爱产品奖”两项大奖，获得行业专家的一致好评。此后不久，“2017CCTV中国十佳上市公司”在央视财经论坛暨中国上市公司峰会上重磅揭晓，美的连续两年入选年度“十佳上市公司”。作为首批入选CCTV国家品牌计划TOP10的品牌，美的一直积极践行“三个转变”，坚持全球化的发展方向，倡导发展开放型经济，与国际优秀企业加强合作，构建优势互补和互利共赢的新局面。

在2017-2018中国空调行业高峰论坛上，美的空调揽获四项行业大奖，其中包括“行业健康舒适领导品牌”大奖。在由复旦大学管理学院与上海企业文化与品牌研究所研发编制的首个“外滩·中国品牌创新价值榜TOP100”上，美的凭借172.7亿元的品牌价值增加值位列12位。



2018年1月，美的在被誉为“地产奥斯卡”的中国地产年度风云榜上连续三年荣获“中国房地产部品供应商首选实力品牌”。在房地产精装领域屡获嘉奖，既是无数家庭用户对美的品牌的肯定，也是采购业主对美的集团的鼓舞和认同。

目前，美的已与42家中国50强地产企业、300余家500强地产企业达成合作，与万科、恒大、碧桂园、保利、万达、招商、绿地、融创、中海、华夏、龙湖等建立起了长期战略合作关系。凭借领先的产品解决方案、过硬的产品质量保障与齐全的售后服务体系，美的获得了消费者和开发商的青睐，成为房地产企业一站式采购的首选品牌。



品牌战略合作

- 多品牌战略让美的品牌蓝图进一步全球化，为人类美好未来更添一份坚实力量。
- 收购与合作为品牌格局增添一块拼图。与合作伙伴们携手创造更多可能及机遇。



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、经营现金流正流入及低负债水平。

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。



国际化战略

美的入选全球化智库“中国企业全球化榜单”

2017年11月8日,全球化智库(CCG)发布了《中国企业全球化报告(2017)》,美的凭借全球经营中获得的丰富实践,登入“2017年中国企业全球化50强推荐榜单”与“2017年中国企业跨国并购十强”双榜。

多年来,美的一直紧随全球化发展浪潮,积极走向世界,建立起了包括研发、制造、经营、人才等全方位、多层次的全球发展体系。

• 搭建全球化研发架构

美的不断完善全球研发布局,制定符合全球化以及满足长远发展目标的技术战略及规划,在全球范围内统筹技术资源。美的已在全球设立了20个研发中心,包括美国、日本、德国等多个国家。

• 生产基地全球布局,销售遍布全球

美的在全球共建有34个生产基地,辐射欧洲、非洲、美洲、东南亚等区域。美的销售网络遍及亚洲、欧洲、非洲和美洲等地,海外营收增长,进一步稳固全球市场。

• 兼收并续合作共赢

美的一直积极推进与世界领先品牌的多维合作,先后与库卡、东芝、高创等机器人、暖通、家电巨头开展合资合作,掌握国际核心技术、提供更好的国际化产品和服务。

• 全球布局核心技术人才

美的在世界范围内拥有13.5万员工,包括3万海外员工。以技术研发为核心,以开放合作和人才培养为支撑,美的着力打造生机勃勃的全球生态。



@ 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



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>