

证券代码：000333

证券简称：美的集团

公告编号：2014-050

美的集团股份有限公司 2014 年半年度报告摘要

1、重要提示

(1) 本半年度报告摘要来自半年度报告全文，投资者欲了解详细内容，应当仔细阅读同时刊载于巨潮资讯网或深圳证券交易所网站等中国证监会指定网站上的半年度报告全文。

(2) 公司简介

	董事会秘书	证券事务代表
姓名	江鹏	王静
联系地址	广东省佛山市顺德区北滘镇美的大道 6 号美的总部大楼	
电话	0757-26605456	0757-26334559
传真	0757-26651991	
电子信箱	IR@midea.com	

2、主要财务数据及股东变化

(1) 主要财务数据

公司是否因会计政策变更及会计差错更正等追溯调整或重述以前年度会计数据

☐ 是 ☒ 否

	本报告期	上年同期	本报告期比上年同期增减
营业收入（千元）	77,330,851.84	65,939,479.12	17.28%
归属于上市公司股东的净利润（千元）	6,610,132.76	2,646,834.61	149.74%
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润（千元）	6,667,645.57	2,128,115.51	213.31%
经营活动产生的现金流量净额（千元）	13,171,462.85	3,569,363.63	269.01%
基本每股收益（元/股）	1.57	1.06	48.11%
稀释每股收益（元/股）	1.57	1.06	48.11%
加权平均净资产收益率	18.97%	16.95%	2.02%
	本报告期末	上年度末	本报告期末比上年度末增减
总资产（千元）	118,089,557.79	96,946,024.77	21.81%
归属于上市公司股东的净资产（千元）	35,727,510.77	32,847,431.04	8.77%

注：1、因美的集团在 2014 年 4 月 30 日实施完成了每 10 股转增 15 股的资本公积金转增股本事项，依据相关规定，上年同期的每股收益按调整后的股本计算，上年同期股本为 10 亿股，调整后按 25 亿股计算。

2、美的集团在 2013 年 9 月完成了发行股份换股吸收合并美的电器，利润表编制依据会计准则，本期净利润数为美的集

团完成吸收合并美的电器的数据，而上年同期数按美的集团吸收合并美的电器前，持股美的电器 41.17% 计算。为便于投资者对美的集团的整体经营业绩做同口径比较分析，依据备考利润表的口径（即视同 2013 年 1 月 1 日已完成美的集团吸收合并美的电器），相关项目的对比变动情况如下：

	2014 年 1-6 月	2013 年 1-6 月	本年比上年增减(%)
归属于上市公司股东的净利润（千元）	6,610,132.76	4,178,951.77	58.18%
少数股东损益（千元）	607,495.31	562,889.18	7.92%
每股收益（元/股）	1.57	0.99	58.59%

（2）前 10 名普通股股东持股情况表

前 10 名普通股股东持股情况						
股东名称	股东性质	持股比例	持股数量	持有有限售条件的股份数量	质押或冻结情况	
					股份状态	数量
美的控股有限公司	境内非国有法人	35.49%	1,496,250,000	1,496,250,000		
融睿股权投资（珠海）合伙企业	境内非国有法人	7.22%	304,500,000	304,500,000		
方洪波	境内自然人	2.17%	91,326,995	90,995,247		
天津鼎晖嘉泰股权投资合伙企业	境内非国有法人	1.85%	78,000,000	78,000,000		
黄健	境内自然人	1.79%	75,400,000	75,000,000		
宁波美晟股权投资合伙企业	境内非国有法人	1.78%	75,000,000	75,000,000		
袁利群	境内自然人	1.44%	60,500,000	60,375,000		
鼎晖美泰（香港）有限公司	境外法人	1.42%	60,000,000	60,000,000		
鼎晖绚彩（香港）有限公司	境外法人	1.36%	57,500,000	57,500,000		
全国社保基金一零四组合	国有法人	1.28%	53,888,858	0		

（3）前 10 名优先股股东持股情况表

☐ 适用 ☒ 不适用

公司报告期无优先股股东持股。

（4）控股股东或实际控制人变更情况

控股股东报告期内变更

☐ 适用 ☒ 不适用

公司报告期控股股东未发生变更。

实际控制人报告期内变更

☐ 适用 ☒ 不适用

公司报告期实际控制人未发生变更。

3、管理层讨论与分析

2014 年上半年，公司以“产品领先、效率驱动、全球经营”三大战略主轴为指引，深化转型，聚焦产品与效率提升，企业盈利能力与经营质量持续增强，多品类协同的市场竞争优势进一步稳固。上半年，公司营业收入同比增长 17.28%，同口径归母净利润增长 58.18%，整体毛利率为 25.85%，提升 2.92 个百分点，整体归母净利率为 8.51%，同口径提升 2.18%

个百分点，经营活动现金流量净额为 131.71 亿元，同比提升 269.01%。

2014 年上半年的工作重点如下：

(1) 坚持消费者研究与研发投入，持续产品结构优化，稳步提升产品力

以做好产品的基本理念，坚持消费者研究与产品开发，产品结构不断优化，高端占比稳步提升，盈利能力持续增强，产品口碑日益改善。

家用空调领域，“一晚低至 1 度电”的 ECO 节能系列，全面扩容到了三大系列 16 款产品，形成了豪华、高端、中端的极具市场竞争力的销售组合；美的物联网智能空调，通过与阿里云的技术合作，依托物联网、云计算等先进技术，完美实现了语音控制、睡眠模式、预约控制、电量管理、信息提示等 12 大业内顶尖的智能技术；自主开发全新空调细分品类，高效过滤油烟、强劲制冷的厨房空调、具备呵护系统与专属睡眠模式的儿童空调已上市销售；美的 R290 环保新冷媒空调获得中国首个 3C 认证，并且成功中标 2014 南京青奥会 23 个场馆家用空调项目。今年以来，美的空调旗下十个型号产品入选“节能产品领袖榜”；美的全封闭系列空调、“一晚低至 1 度电”的 ECO 节能系列尚弧空调获得了“用户体验评测(UET)”证书；多款产品设计获得“2014 年红点概念设计大奖”、美国“IDEA 工业设计奖”，德国“IF 设计大奖”；

中央空调领域，凭借国际领先的技术、丰富的产品线、卓越的品质与本地快捷的服务等优势，频频中标世界各大重要项目，包括巴西世界杯 75%的体育场馆、阿联酋 5000 套别墅工程、新加坡樟宜机场、泰国廊曼机场、巴基斯坦第一风力发电等多个项目；家装零售领域，依托“百万创富”活动，中央空调家装业务快速增长，截至 6 月底，零售类产品（轻商、家用热水）销售规模达 9.4 亿元，同比增长 65%；美的离心机产品和水冷螺杆产品已通过美国空调、供热及制冷工业协会认证；超高效降膜式螺杆空气源热泵机组、MDVS 直喷强热多联机通过世界级权威的 AHRI（美国制冷空调与供暖协会）认证；分体式空气能热水器和“智能沐浴手环”凭借其出色的表现，获得 IDEA Silver Award；美的中央空调再次囊括“中国房地产最佳采购商合作伙伴”、“年度中国房地产最具信赖中央空调品牌供应商”两项行业大奖；

冰箱领域，聚焦于食品与保鲜技术、材料技术、智能技术、制冷技术、包装技术、CAE 技术(仿真模型)、门封技术等冰箱主要研究领域的技术研究与成果转化，美的“四天一度电”超低能耗产品获得了 CSC 权威技术认定，以真空多元发泡技术、超高效压缩机技术、超低待机功耗技术、制冷系统优化技术、制冷结构优化技术等五大关键节能技术作为支撑，对冰箱节能做出全面系统性升级；美的冰箱中的高端系列产品“G-ZONE” Series 450L 大多门、“Flush-Arc” Series 四门对开冰箱荣获“2014 年度德国红点设计奖”；在“2014 年冰箱行业高峰论坛”会上，美的一举夺得冰箱行业节能之星、节能无霜之星、行业智能冰箱领先品牌等多项大奖；在中国标准化研究院能效标识管理中心发布的“2014 年度领袖榜”中，美的冰箱摘得“2014 年度智能家电企业领袖榜、2014 年度智能家电产品领袖榜、2014 年度消费者最喜爱家电品牌领袖榜、2014 年度消费者最喜爱家电产品领袖榜”大满贯，成为行业最大赢家之一。

洗衣机领域，完成 200 多项新产品开发，旗下小天鹅推出了第三代自动投放洗衣机，15 个型号的 i 智能系列产品覆盖滚筒和波轮产品，可实现精准投放、智能特渍洗、智能水魔方等创新功能，“FCS 快净智能系统”可以让用户自行选择需要的洗涤方式，并自动调节最为合适的洗涤时间；自主开发的 PhaseIII 系列洗衣机控制器顺利通过国际权威检测机构 UL 认证，获得了进入美国市场的通行证；多个产品获得了中国家电协会“艾普兰”低碳环保奖、德国 IF 设计大奖。

小家电领域，美的智能整体厨房采用 WIFI 技术及 IGRS 互联互通协议，搭建了一云 N 端的物联网技术构架，对整体厨房家电进行集成控制，配套协同统一的厨电产品，为用户提供厨房整体解决方案；美的“蒸汽洗”吸油烟机具有自动检测、自动提醒的智能化功能，囊括了 32 项专利成果；美的微波炉 X7，集中了物联网技术和云技术，实现了条码扫描自动烹饪、远程操控、菜单智能下载等功能，带给用户全新的烹饪体验；美的安全灶产品，通过燃气泄露报警、意外熄火自动关气、童锁保护、防滑锅支架、定时关火、防火墙 6 大核心技术创新，为厨房安全构筑坚实防线；美的无罐系列净水机，搭载的独创专利三膜页卷膜技术，将单一通道制水升级为多通道同时制水，大幅提升净水产出率提高；美的“零冷水”热水器实现开机热水即到功能，美的“活水”热水器，采用专利排水结构，一键排出胆内水垢，改善内胆水质。小家电领域，公司产品得到了众多国内外奖项，烟灶智能套装和吸尘器外箱包装获得了 2014 德国 IF 设计大奖，美的电热新品斩获“艾普兰奖”之科技

创新大奖，美的“熊猫咖啡”电压力锅和美的 QH2108 多功能电磁炉分别荣获第三届中国“太湖奖”设计大赛一等奖、二等奖，洗碗机高端产品“G-ZONE”，获红点设计奖。

（2）布局新业务成长空间，积极务实推进智慧家居战略

今年三月，公司发布了 M-Smart 智慧家居战略，拟基于公司全球最齐全的产品群优势与用户基础，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，致力于给消费者提供最专业的智慧家居体验。公司已成立智慧家居研究院，通过系统整合旗下产业群优势和技术研发等优势资源，以传感、大数据、智能控制技术为手段，加速推动全品类家电产品智慧家居互联平台的建设。公司对内统一协作，构筑核心竞争能力，已完成集团通用无品类属性 WIFI 模块开发与测试，17 个品类产品原型机调试、云服务器平台第一期建设，后续认证及可靠性验证工作已持续展开；对外开放融合，与阿里、京东、华为、高通、东软、BAT、LeTV、港科大在多个层面开展合作，推动突破行业现在的单品智能局限，打造开放的智慧家居应用系统。

（3）加速互联网思维转型，全力推动电商业务增长

2014 年上半年，美的成立电子商务公司，开设天猫美的全品类官方综合旗舰店，启动“爱美的”商城运营，推动美的电商业务全渠道战略部署，推进内部物流资源协同与社会化物流资源整合，加快干线和支线物流建设与区域仓布局，将美的旗舰店、专卖店及售后服务网点等线下优秀资源纳入电商业务支持体系，加速美的电商的线上与线下互融，提升电商“最后一公里”服务水平。2014 年上半年，美的集团电商累计销售额 39.3 亿元，较同期增长 160%。其中，大家电累计销售额 19.3 亿元，较同期增长 245%。

进一步夯实与京东、天猫平台战略合作。2014 年上半年美的集团京东平台销售额 16.3 亿元，较同期增长 220%；淘宝（含天猫）平台销售额 19.6 亿元，较同期增长 132%。美的品牌已成为全淘（含天猫）小家电行业成交额第 1 品牌，核心品类如空调、冰箱、热水器、电饭煲、电磁炉、电压力锅、微波炉、电风扇等销售占比进入行业前 2 名，实现“数一数二”的电商发展目标。

作为美的电商战略的重要环节，全力推动美的旗舰店开设及信息管理系统、售后服务标准化体系建设，定位零售、售后服务、送装服务和会员社区等功能“四位一体”的旗舰店，至 2014 年 6 月底，已建成约 1400 家，全品类产品综合售后服务能力全面提升，美的旗舰店作为美的集团具有特殊竞争优势的战略性渠道价值和效应已经开始显现，以旗舰店为主要载体的电商 O2O 融合业务逐步落实。

（4）精细经营管理、推进流程变革，提升运营效率。

进一步减少组织层级，构建敏捷型组织，激发经营活力，提升运营效率；推动企业标杆管理与科学评价体系，优化存货结构，加强资金管理，控制非经营性费用支出；持续建立和完善相关的制度、流程、标准，推进一个美的、一个体系、一个标准的工作，打通内外部价值链，逐步建立市场导向的高效运营流程体系；推进精益制造与精品工程，用“智能技术，自动化技术，信息技术”，推动制造系统的转型和升级，加大自动化设备投入，提升生产效率；继续严格品质控制，执行品质事故“一票否决制”，14 年当年市场维修率整体同比改善 44%。

（5）积极海外战略布局，推动海外本土营销增长

以国际事业部作为国际化战略的载体，快速吸收顶尖的国际化人才，初步搭建了跨国公司的经营管理平台，逐步建立了国际化基本流程框架，搭建起了一套以财务内控、内、外部审计、合规管理、法务管理为核心风险预警和纠错体系。

积极推动海外新兴市场投资项目本土业务的快速增长，有效弥补 OEM 出口业务的波动风险。今年上半年海外本土业务持续好转，整体呈现销售额与利润的快速成长态势，按可比汇率口径，上半年海外本土业务增长 36%，其中美的-开利巴西合资公司的家用空调玛瑙斯制造基地已建成拉美最大的家用空调生产基地，合资公司的美的牌空调扇已达到巴西市场份额第一，微波炉组装线已投产。

2014 年下半年，面对内外部环境的变化与冲击，坚持“深化转型、勇于改变、重新增长”的经营思路，继续加大研发

与技术投入，做好产品，提升效率，围绕消费者与客户创造价值，稳固企业的市场地位与核心竞争力。

在深化转型方面，关注消费者需求，继续加大研发投入与产品开发，深挖产品创新卖点，严格品质管理控制，确保产品结构的持续优化与盈利能力的稳步提升；继续坚持精细化管理，提高资产周转效率，构筑成本新优势；继续推动精益制造与自动化水平，提升制造效率与产品品质；

在勇于改变方面，发挥美的多品类与产业集群的优势，以做好产品为根本，提升内部资源的协同能力，积极务实的推进美的 M-SMART 智慧家居战略与电商突破战略；坚持经营管理简单化，强化客户导向，继续推进组织架构扁平化，以创造价值为导向，提升经营管理效率；继续坚持技术人才与专业化人才引进，提升团队活力与专业化水平，逐步减少职能人员数量；进一步改变企业的文化，推动坦诚、公平的企业氛围，提升企业的活力与朝气；继续完善激励体系，让员工分享公司成长价值，提高薪酬竞争力。

在重新增长方面，清晰规划与分解落实美的集团“333 战略规划”，并做好资源的配套支持，美的集团要用 3 年左右时间做好产品、夯实基础、巩固体质、进一步提升经营质量；用 3 年左右时间从中国家电行业三强中脱颖而出，成为行业领导者；用 3 年左右时间在世界家电行业中占有一席之地，实现全球经营。

4、涉及财务报告的相关事项

(1) 与上年度财务报告相比，会计政策、会计估计和核算方法发生变化的情况说明

☐ 适用 ☒ 不适用

公司报告期与上年度财务报告相比，无会计政策、会计估计和核算方法发生变化的情况。

(2) 报告期内发生重大会计差错更正需追溯重述的情况说明

☐ 适用 ☒ 不适用

公司报告期内无重大会计差错更正需追溯重述的情况

(3) 与上年度财务报告相比，合并报表范围发生变化的情况说明

☒ 适用 ☐ 不适用

报告期新纳入合并财务报表范围的子公司

1) 2014 年 1 月，美的集团股份有限公司投资设立浙江美芝压缩机有限公司，该公司注册资本为 50,000.00 千元人民币，美的集团股份有限公司出资 50,000.00 千元人民币，占其注册资本的 100%，对其拥有实质控制权，故自该公司成立之日起，将其纳入合并财务报表范围。

2) 2014 年 3 月，美的集团股份有限公司投资设立美的集团电子商务有限公司，该公司注册资本为 100,000.00 千元人民币，美的集团股份有限公司出资 100,000.00 千元人民币，占其注册资本的 100%，对其拥有实质控制权，故自该公司成立之日起，将其纳入合并财务报表范围。

3) 根据美的电器（新加坡）贸易有限公司与泰国公民 Somchai Pisitching 先生、Walaiporn Tangkurusorn 女士、Chalermchai Kongkungval 先生于 2013 年 12 月 24 日签订的《股权收购协议》，美的电器（新加坡）贸易有限公司以美元 600.00 千元受让 MIDEA ELECTRIC TRADING THAILAND CO., LTD 51% 的股权。美的电器（新加坡）贸易有限公司对该公司原持股比例为 49%，收购后持股比例为 100%。美的电器（新加坡）贸易有限公司已于 2014 年 1 月 6 日支付股权转让款美元 600.00 千元，并办理了相应的财产权交接手续，故自 2014 年 1 月起将其纳入合并财务报表范围。

报告期不再纳入合并财务报表范围的子公司

- 1) 2014 年 1 月, 天津小天鹅洗衣机有限公司注销。
- 2) 2014 年 2 月, 利宝国际有限公司注销。
- 3) 2014 年 3 月, 安徽美芝压缩机有限公司注销。
- 4) 2014 年 4 月, 佛山市顺德区凯元贸易有限公司注销。
- 5) 2014 年 6 月, 宁波美安物流投资有限公司被本公司之子公司宁波美的联合物资供应有限公司吸收合并。

(4) 董事会、监事会对会计师事务所本报告期“非标准审计报告”的说明

☐ 适用 ☒ 不适用

美的集团股份有限公司

法定代表人：方洪波

2014 年 8 月 19 日