

快速了解 头部公司 美的集团



公司概况



公司简介

美的1968年成立于顺德，今天已经成长为覆盖智能家居、楼宇科技，工业技术机器人与自动化和数字化创新业务五大业务板块为一体的全球化科技集团。

形成美的、小天鹅，华凌、COLMO，库卡，威灵、合康、科陆、高创、万东和菱王等多个品牌组合，每年为全球超过5亿用户提供服务。美的在全球拥有超400家子公司、33个研发中心和43个主要生产基地，业务覆盖200多个国家和地区。

发展历程

初创期

- 1968年，何享健带领23位顺德北滘居民，筹集5000元开始创业。
- 1973年，在塑料、玻璃工艺基础上，升级为五金制品。
- 1976年，公司开始生产挂车刹车阀、橡胶配件。

进军家电行业

- 1981年，注册“美的”商标，标志美的品牌诞生。
- 1985年，美的成立空调设备厂，公司进入空调行业。
- 1988年，美的产品取得自营进出口权，并进军海外市场。
- 1992年，美的发起了股份制改革。

从规模高歌猛进到战略转型，增长质量驱动

- 2001年，美的营收突破百亿大关。
- 2004年，美的集团更名为“广东美的电器股份有限公司”，简称“美的电器”。
- 2012年，方洪波正式接替何享健担任美的集团董事长，美的进入方洪波时代。

从高效执行到战略升级，迈向科技集团

- 2013年，美的集团整体上市，并逐步对控股的威灵控股和小天鹅进行私有化。

第二次战略转型

- 2022年，研发投入超120亿元，构建全球创新生态体系与科学家体系。
- 2023年，美的集团申报港股IPO。

业务模式

美的1+3+N的业务模式：一个面向消费者（ToC）的核心业务，三个面向企业（ToB）的业务板块，以及多个创新业务。通过“1+3+N”的创新业务结构，将业务从传统电器扩展到新能源及工业技术、机器人与自动化、智能建筑科技多个领域，提升了企业服务价值和营收能力。

美的集团打造多元品牌矩阵：国内覆盖中低端到高端，包括互联网品牌华凌、高端品牌COLMO；海外方面，则是东芝品牌全品类布局、定位中高端，Eureka、MK、Comfee等品牌布局特定的细分品类。

智能家居



提供最佳体验的
全屋智能家居及服务

COLMO Midea WAHIN

TOSHIBA LittleSwan eureka

CUCHEN 酷晨 MK Master Kitchen comfee

工业技术

在绿色能源与工业核心部件领域，为全球泛工业客户提供绿色、高效、智慧的产品和技术解决方案

GMCC Welling HICONICS 科陆
SERVOTRONIX SUNYE HIR SEME TOSHIBA

楼宇科技

为楼宇建筑提供整体解决方案和服务

Midea CLIVET M 鲲鹏
LINVOL WINONE IBUILDING

机器人与自动化

智能制造的基石
基于机器人的自动化解决方案

KUKA SWIEELOG swisslog healthcare

创新型业务

企业在数字化转型变革
中孵化的新型业务

Midea Cloud 美云智数 Midea 美智光电 安得 ANNT0 WDM 万东

职业经理人团队

7月2日，美的集团召开股东大会，选出第五届十人董事会。美的公告显示，出于将在港股上市考虑，六名新任非独立董事中，方洪波、王建国、伏拥军、顾炎民、管金伟担任执行董事，赵军担任独立董事。已经担任美的集团董事12年的少东家何剑锋，没有出现在这份名单中。

职业经理人团队掌管美的集团的十多年间，慷慨的薪酬与股票分红将他们与美的深度绑定。财报显示，方洪波2023年税前薪酬为1354万元，2023年管金伟、伏拥军、王建国三位副总裁的薪酬也都超过1100万元，顾炎民的薪酬为988万元，而反观格力电器，财报显示，除董明珠外。高管们去年拿到的最高税前薪酬是400万元。

方洪波

董事长&总裁 1992年加入

王建国

董事&副总裁
1992年加入

伏拥军

董事&副总裁
1999年加入

顾炎民

董事&副总裁
2000年加入

管金伟

副总裁
2002年加入

柏林

副总裁
2003年加入

赵磊

副总裁
2010年加入

钟铮

副总裁&CFO
2002年加入

张小懿

副总裁&CDO
2010年加入

李国林

副总裁
1998年加入

胡自强

副总裁
2012年加入

王金亮

副总裁
1995年加入

卫昶

副总裁&CTO
2022年加入

赵文心

CPO
2004年加入

江鹏

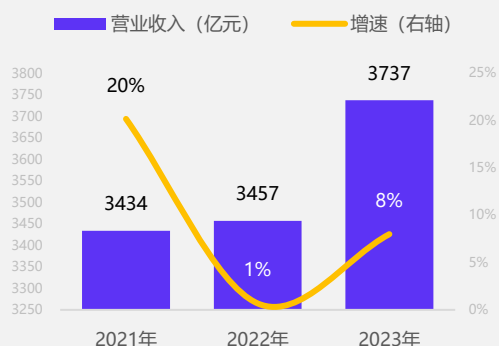
董事会秘书
2007年加入

财务表现

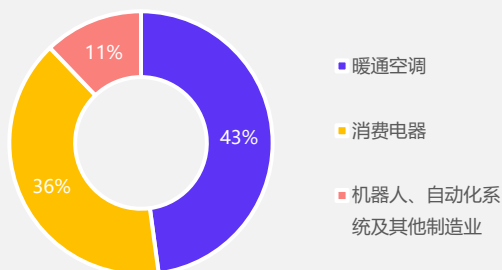
美的2023年的营业总收入为3737亿元，同比增长8%。此外，美的实现归属母公司股东的净利润337亿元，同比增14%。从营业收入的总量来看，美的集团依然维持着非常稳健的增长趋势。2019年至2023年间，美的年复合收入增速约为7.5%。

分地区来看，公司业务在海外和国内并重，海外营收占比超40%，国内业务营收增速略高于海外业务。

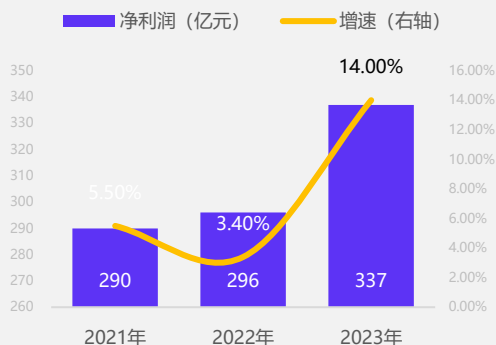
营业收入



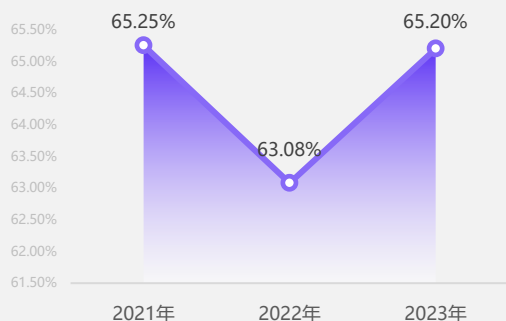
2023年营收结构



净利润



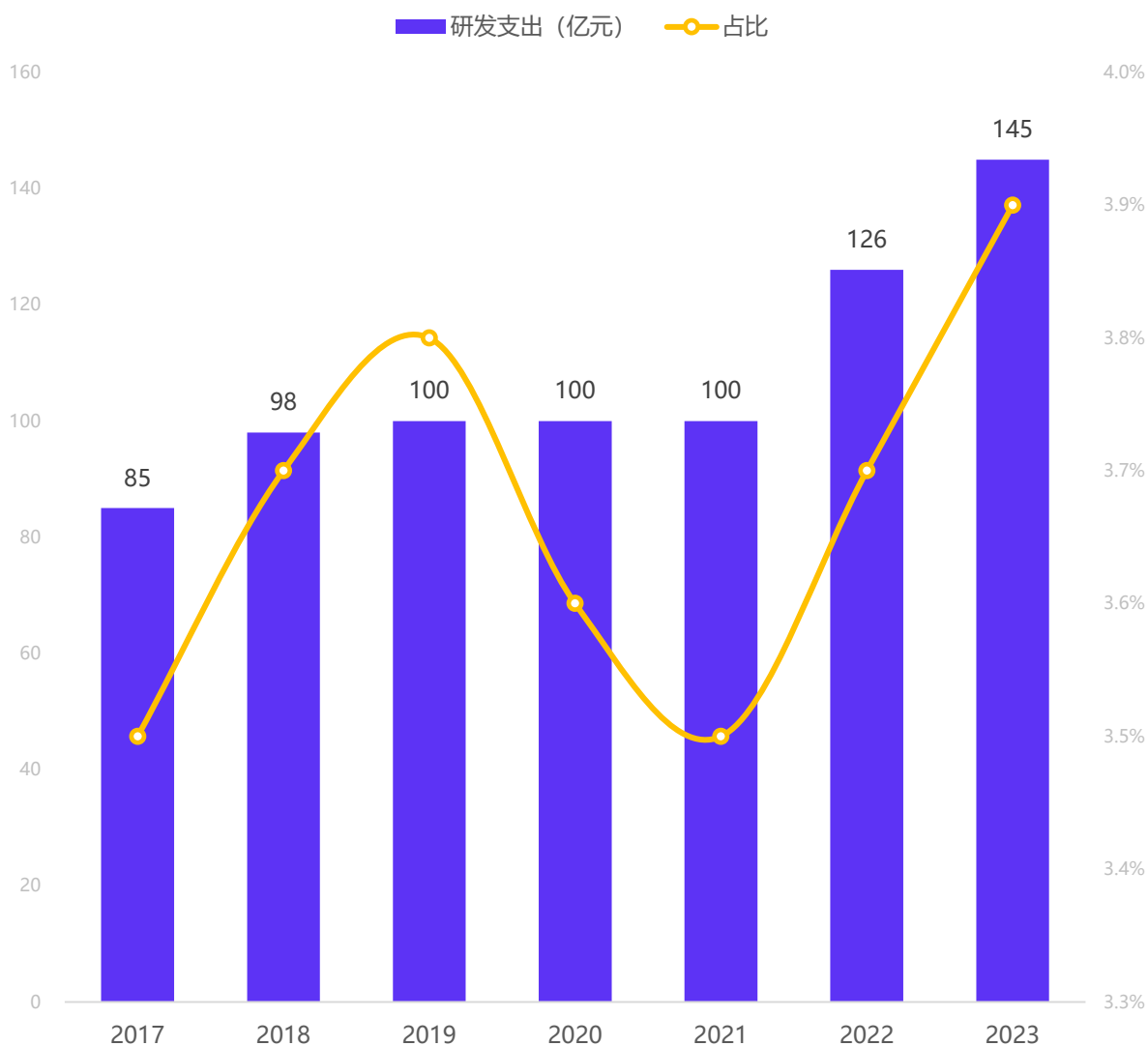
资产负债率



研发投入

美的集团已连续三年实现百亿级研发投入，2023年投入超145亿，研发人员超23000人，连续三年增幅超10%。而通过加大研发投入和技术攻坚，美的在引领性产品、高潜产品、趋势产品和海外产品也获得明显的突破，超过300项技术获得国际领先鉴定，相关技术产品获得各级奖项400余项，其中6项国家级金奖，12项国家级银奖，25项省级金奖。

科技投入: 五年累计研发投入近600亿

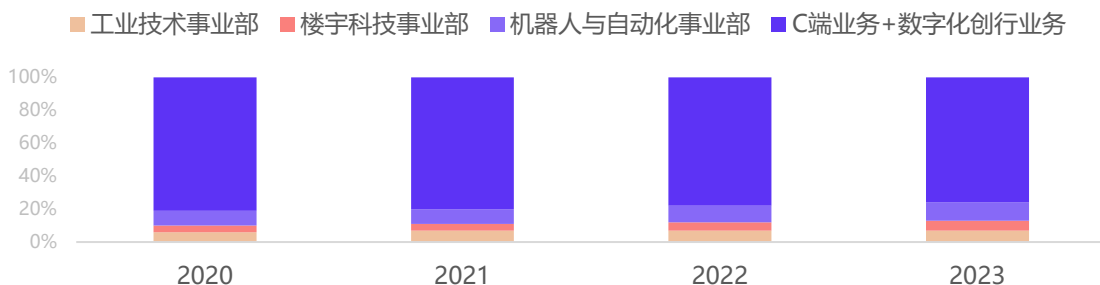


B端业务 + C端业务

2023年，美的商业及工业解决方案业务占主营业务收入的占比超过26%，相比2020年的18.5%提升超 7pcts，成为美的业务持续增长的主要引擎之一。

2023年，美的在家用空调、台式泛微波、台式电烤箱、电暖器、电风扇、电磁炉、电热水壶、空气炸锅等8个品类中，实现国内线上与线下渠道市场份额均位列行业第一的成绩，家电龙头份额优势较为显著。

美的B端业务占比逐渐提高



2023年美的多个品类居于行业领先地位

美的家电类产品线下销售份额



美的家电类产品线上销售份额



扩展至家居领域

2023年11月9日，宁波盈峰睿和投资管理有限公司通过协议转让方式，以近103亿元的价格受让顾家集团和TB Home共计持有的29.42%顾家家居股份。由此，盈峰睿和的实际控制人、美的集团实控人何享健之子何剑锋，成为顾家家居的新实际控制人。

这是美的系首次将版图扩展至家居领域，这笔交易创下家居行业最大股权转让金额的纪录，在“家电一体化”的趋势下，何剑锋背后的美的与顾家家居实现有业务上的协同。



公司名称	本次股份转让前股数(股)	占比(%)	本次股份转让后股数(股)	占比(%)
顾家集团	275,130,401	33.48%	106,932,974	13.01%
其中:可交换公司债券已质押股份	65,756,208	8.00%	65,756,208	8.00%
TB Home	114,818,034	13.97%	41,176,766	5.01%
盈峰睿和投资			241,838,695	29.42%
小计	389,948,435	47.45%	389,948,435	47.45%

港股上市

2024年9月9日，美的发布H股招股说明书，预计全球发售H股股数为4.9亿股~6.5亿股，约占公司当前总股本的7.0%~9.3%。

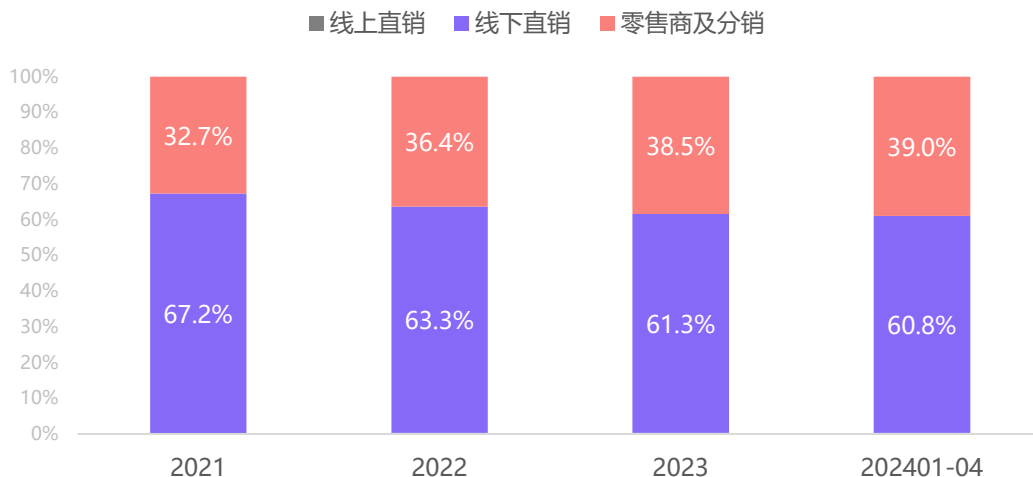
美的最终发行定价达到了发行指导价（52港元/股-54.8港元/股）的上限，总募资达到40亿美元，折合港元约为312亿港元，创下了近三年来港股最大IPO。

根据公司公告，预计募集资金20%用于全球研发投入，35%用于完善全球分销渠道和销售网络、提高自有品牌的海外销售，20%用于拓展海外产能，15%用于提升制造基础设施及供应链数智化水平，10%用于运营资金及一般公司用途。

募集资金用途及金额

	投入进度				总计(亿港元)	占总额比例
	2024	2025	2026	2027及以后		
全球研发投入	30%	30%	40%		51.94	20%
智能制造体系及供应链管理的升级	25%	20%	25%	30%	90.9	35%
完善全球分销渠道和销售网络,提高自有品牌的海外销售	23%	30%	30%	17%	90.9	35%
运营资金及一般公司用途	20%	25%	25%	30%	25.97	10%
总计	25%	26%	30%	19%	259.72	100%

美的集团海外分渠道收入占比



美的面临的经营挑战

1

美的高负债率

目前美的负债3000多个亿，负债率高达65%。负债的累积也给美的集团带来了不小的压力。在当前全球财经环境的不确定性影响下，高负债可能成为企业发展的绊脚石。美的集团面临的主要挑战是如何在扩张与稳健之间找到平衡点。

2

频繁资本运作引发质疑

美的集团近年来通过收购、兼并、拆分上市等一系列资本运作手段，不断扩大公司的业务范围和市场份额。然而，这些资本运作行为并未能得到市场的充分认可，反而引发了投资者和业内专家的质疑，甚至有投资者对美的集团的未来发展前景表示担忧。

3

多元化并购

高昂的收购成本、独立性协议的束缚以及并购后的整合难题，都让美的付出了沉重的代价。此外，美的的多元化并购还面临着新业务与主业关联性不强、难以形成协同效应、经营管理风险大等挑战。这些问题叠加在一起，形成了所谓的“多元化陷阱”。

4

赴港上市不乐观

资本市场对美的集团的赴港上市并不持乐观态度。恒生指数市盈率低于均值，甚至接近于20多年来的低位，若按资本市场规律看，此时上市估值和融资都有大概率打折的可能。国际融资渠道一旦打开，或还会增加其多元化的激进布局可能，进一步为美的集团蒙上更多不确定性。

美的的发展预判

1 数字化技术驱动智能生产

美的利用数字化技术，打造高品质、柔性化、绿色的高效生产工美的智能制造能力与高效供应链相结合，能够迅速响应客户需求，实现灵活、精益生产，使生产与客户需求相匹配，最大限度地提高生产效率，同时最大限度降低库存。

2 加速全球化布局

海外市场为美的带来大量多样的增长机遇，持续扩大美的在海外市场的业务：依托海外研发中心开发满足本地市场和客户的产品偏好，并加强产品的本地化设计能力和竞争力。美的将坚持加大战略性市场的品牌投入，持续深化全球品牌建设，加强前端零售网络建设。

3 加强对用户的触达

美的通过产品和服务占据用户心智，提升用户黏性和满意度，获取和留存更多用户。包括持续简化分销渠道并通过数字化提高渠道效率；利用数字化工具赋能美的的分销商及中小型零售商增强销售；利用美居等数字化工具持续深化美的的消费者研究并提高消费者黏性等。

4 B端业务占比提升

美的具备多元化的商业及工业解决方案业务，持续丰富产品品类，通过B端业务不断扩大规模效应，发挥效率优势。随着美的在产业链上的不断拓展，美的拥有广泛的协同效应，为美的的商业及工业解决方案的持续增长带来强劲动力。

5 提供集成解决方案

美的具备多元化的商业及工业解决方案业务，为众多行业的客户提供集成解决方案。横向扩展方面，美的持续丰富产品品类，扩大美的规模以及增加效率优势。纵向扩展方面，美的开发压缩机、电机以及其他核心工业组件并通过收购涉猎前沿领域，如同服系统及工业机器人。

6 业务板块之间的协同及资源共享

美的业务呈现多元化及互补性，从提供综合性解决方案到采购、研发和制造，均拥有强大的协同效应、资源共享以及协同发展的潜质。美的通过结合多个业务板块的产品，促进交叉销售，努力为客户提供全面的解决方案。



觉得内容有用，
欢迎点赞收藏~