

概 要

本概要旨在向閣下提供本文件所載資料的概覽。由於此為概要，故並不包括對閣下而言可能屬重要的所有資料。閣下於決定[編纂][編纂]前務請細閱整份文件。

任何投資均涉及風險。有關[編纂][編纂]的若干特定風險載於「風險因素」。閣下於決定[編纂][編纂]前務請細閱該節。

我們是一家全球領先、技術驅動的智能家居和商業及工業解決方案供應商。通過智能家居業務，我們為消費者提供各類家用電器；通過商業及工業解決方案，我們為企業客戶提供各種解決方案，如家電壓縮機及電機、商用空調、工業機器人及供應鏈服務。我們連續九年躋身《財富》世界500強榜單，業務遍及200多個國家及地區，在全球設有33個研發中心、43個主要生產基地，並在全球擁有超過19萬名員工。於往績記錄期間，我們的大部分收入來自智能家居業務的家電銷售。

下表為我們的業務亮點：



附註：

- (1) 於最後實際可行日期
- (2) 於往績記錄期間
- (3) 根據弗若斯特沙利文，按2023年收入及銷量計，按銷量計市場份額為7.9%
- (4) 根據弗若斯特沙利文，按2023年收入計，市場份額為14.3%
- (5) 根據弗若斯特沙利文，按2023年收入計
- (6) 根據弗若斯特沙利文，按2023年12月31日我們持有的約65,000個活躍的專利族計

概 要

通過智能家居業務，我們提供的產品包括家用空調、冰箱、洗衣機、廚電等在內的各種家電。通過商業及工業解決方案，我們提供包括(i)新能源及工業技術分部的工業零部件(如壓縮機及電機)以及綠色新能源；(ii)智能建築科技分部涵蓋商用空調、電梯、樓宇能源管理及樓控軟件的樓宇建築整體解決方案；(iii)機器人與自動化分部的自動化解決方案，包括工業機器人、加工單元、全自動化系統及物流自動化系統；及(iv)其他業務，包括安得智聯提供的數字化供應鏈服務、美雲智數提供的工業軟件及數字化諮詢服務等。

我們的業務以技術驅動。憑藉33個研發中心及超過23,000名研發員工，我們在研發方面投入巨資，2021年至2023年產生的研發開支超過人民幣390億元。我們通過研發向客戶提供具有更先進技術的產品。在智能家居業務中，我們的大量家電產品均採用AI及其他智能化技術，例如依託物聯網及人工智能技術的「智能控制」功能。通過新能源及工業技術，我們提供技術先進的工業零部件及一體化綠色新能源，以實現可再生能源的儲存及使用。在智能建築科技方向，我們提供智能建築生態系統提供以iBUILDING美的樓宇數字化平台為核心的集成解決方案。該平台可實現各種設備的數字化連接，並提供全面的數據分析和建議，以優化樓宇監察、控制和管理。此外，庫卡集團憑藉先進的算法，提供精密機器人與自動化解決方案，躋身全球前「四大」工業機器人製造商之列。我們的其他業務亦主要由技術驅動。例如，安得智聯提供端到端供應鏈服務，利用數據洞察完善和管理綜合物流網絡，以及基於優化算法的路線調度和履約系統。

我們的歷程

我們於1968年創立於中國順德，持續擁抱創新和變化。我們通過內生發展，戰略收購以及合資合作的方式，從單一品類、單一國家的業務，轉型升級為多品類產品及服務、多產業和全球化運營的科技集團。有關我們歷程的詳情，請參閱「業務—我們的關鍵里程碑」。

概 要

經過這一段歷程，時至今日，我們在各個業務領域取得了非凡的成就。其中的關鍵成就如下（各根據弗若斯特沙利文報告）：

- 按照2023年銷量及收入計，我們是全球最大的家電企業，按銷量計市場份額為7.9%。於2023年，按銷量計，我們在家用空調、洗衣機、冰箱以及廚電及其他家電領域均躋身全球前三名，市場份額分別為23.7%、14.2%、10.5%及6.0%。同期，按零售額計，我們在這四個領域亦位列全球前三，市場份額分別為21.1%、12.5%、7.7%及4.6%，其中，我們在家用空調和廚電及其他家電領域位居第一。
- 按照2023年產量計算，我們的家電壓縮機業務在全球市場排名第一，市場份額為30.3%。我們的家用空調壓縮機業務的產量也於同期全球市場排名第一，全球市場份額高達45.1%。
- 按照2023年收入計，我們是中國內地最大（市場份額14.3%）、全球前五（市場份額6.6%）的商用空調提供商。
- 我們旗下的庫卡集團是全球四大工業機器人企業之一，2023年重載機器人銷量和收入排名第二，市場份額分別為18.6%及17.9%。

展望未來，我們將持續圍繞「科技領先、用戶直達、數智驅動、全球突破」四大戰略主軸向前邁進。我們的目標是持續發展商業及工業解決方案業務，將其打造為我們增長的重要引擎，同時堅定地致力於智能家居業務的持續拓展。

概 要

我們的業務

我們的業務主要分為智能家居業務和商業及工業解決方案兩大板塊。下圖展示了我們當前的業務佈局。



智能家居業務

我們提供各式各樣的家電產品，包含空調、冰箱、洗衣機、廚電及其他家電。我們應用IoT和AI等技術提供互聯互通和一體化的智能家居業務，確保流暢和獨特的用戶體驗。我們的IoT設備配備Wi-Fi及藍牙等無線通訊模塊，可讓其連接互聯網、與其他設備通訊，並通過我們向客戶提供的數字平台進行集中管理。在語音、語言、計算機視覺及嵌入式AI等領域的AI技術使我們的許多設備智能化，實現實時數據的收集和分析、自動調整溫度和濕度等操作參數以及語音識別等其他功能，從而實現無縫控制和個性化體驗。

概 要

我們已建立了完善的品牌矩陣，覆蓋高端市場、大眾市場及年輕群體市場。以下是我們智能家居業務的品牌組合：



我們的全球分銷網絡涵蓋線上線下渠道。依託「美雲銷」系統我們得以將線下經銷網絡數字化。我們積極拓展線上營銷渠道，包括京東、天貓、拼多多等具有影響力的電商平台及抖音等直播和短視頻平台。截至2024年4月30日止四個月，我們中國內地智能家居業務線上銷售佔比達到總額超過50%。本着「用戶直達」的戰略，我們致力於加強與用戶的直接聯繫和互動，從而更好地理解 and 響應用戶的需求。

展望未來，受收入增加和消費水平驅動，中國內地主要家電類別的產品高端化趨勢越來越明顯。我們已準備好把握此趨勢，升級產品組合，提升單價更高的高端和領先技術產品的佔比。此外，我們致力於進一步提高海外收入佔比，重點聚焦自有品牌業務發展。

商業及工業解決方案

我們通過我們的商業及工業解決方案提供全方位產品及服務：新能源及工業技術、智能建築科技、機器人與自動化以及其他業務。2021年至2023年間，我們的商業及工業解決方案的收入的CAGR高達15.4%，其收入佔比由2021年的21.4%提高至2023年的26.2%。展望未來，我們相信商業及工業解決方案將成為我們增長的重要引擎。

新能源及工業技術

我們憑藉在家電及商用空調產品領域數十年的行業經驗，提供技術先進、可靠及環保的工業核心部件，包括壓縮機、電機及工業控制系統。按照產量計算，我們的家用空調壓縮機業務於2023年排名第一，全球市場份額高達45.1%。

概 要

同時，我們提供貫穿能源價值鏈的綠色新能源，包括大型儲能、工商業儲能、家用儲能、智能電網、分佈式光伏解決方案、新能源汽車零部件（包括熱管理系統）等產品，讓我們的各類全球客戶儲存和使用可再生能源。

智能建築科技

憑藉我們商用空調、電梯、樓宇能源管理及樓控軟件等產品的組合，我們為基礎設施、公共場所、工業園區、農業設施及其他場所提供智能綜合解決方案。我們賦能客戶將樓宇改造為高效、綠色的空間，優化能源消耗，提升舒適度。

我們在商用空調領域擁有領先的市場地位。根據弗若斯特沙利文報告，按照2023年收入計，美的商用空調業務位列中國內地第一，市場份額為14.3%，為全球前五大商用空調提供商，市場份額為6.6%。憑藉在商用空調的市場領先地位，我們通過日益完善和更具競爭力的產品獲取客戶。我們已收購一家中國內地領先的本土載貨電梯生產商菱王。我們還提供可實現樓宇控制自動化的軟件系統和可提高能源效率的樓宇能源管理解決方案，提高建築能效。

機器人與自動化

我們的機器人與自動化業務由庫卡集團經營，庫卡集團的總部位於德國，為全球四大工業機器人製造商之一，擁有120多年的歷史。庫卡集團提供涵蓋工業機器人、加工單元和全自動化系統的一站式自動化解決方案並通過其子公司瑞仕格提供物流自動化系統，可服務汽車、電子、金屬和塑料、消費品、零售、電商和醫療等終端市場。

自我們於2017年收購庫卡集團以來，其中國業務增長迅速，使庫卡中國成為庫卡集團整體增長的重要貢獻者。庫卡中國對庫卡集團整體業務的收入貢獻由2021年的17.3%增至2023年的19.6%，這一令人矚目的增長反映其在全球的強大市場地位、全面的銷售及服務網絡以及先進的機器人製造設施。

概 要

其他業務

我們的其他業務主要包括安得智聯、美雲智數、美智光電及萬東醫療。

多年來，我們在供應鏈和數字化運營等領域建立了基礎設施和技術能力，助力我們智能家居業務和商業及工業解決方案的成功。我們已利用該等能力來服務其他客戶。安得智聯是一家致力於為客戶提供端到端數字化智能供應鏈服務的物流科技公司，協助企業推動渠道優化和提升供應鏈效率。安得智聯為家電、快消品、家居及其他行業的超過3,000名企業客戶提供服務。在數字化運營領域，我們的子公司美雲智數為智能製造和產業互聯提供工業軟件和數字化諮詢服務，促進客戶數字化轉型。此外，我們的子公司美智光電主要從事照明及前裝電器的研發、製造及銷售，致力於為客戶提供智能化綜合解決方案。

除內部孵化外，我們在數個高增速市場通過戰略收購進入新業務領域，例如，我們於2021年收購中國內地的醫療影像產品和服務提供商萬東醫療，進軍醫療影像市場。

業務板塊之間的協同及資源共享

我們的業務呈現多元化及互補性，從提供綜合性解決方案到採購、研發和製造，均擁有協同效應及資源共享以及協同發展的潛力。

我們開發了工業互聯網平台美擎，可為各個領域的商業及工業客戶服務，幫助他們建立數字化及智能化的製造和供應鏈基礎設施。美擎整合了我們的商業及工業解決方案業務(包括美雲智數、庫卡集團、安得智聯、智能建築科技等)的若干軟件、硬件及服務，並針對客戶的不同需求提供多種工具。例如，通過智能製造及數字化供應鏈軟件，客戶可在購買庫卡機器人等硬件設備後享受監測、維修及其他服務，還可以購買安得智聯的數字化供應鏈服務等服務。通過美擎等綜合解決方案，我們旨在通過整合不同業務的產品為客戶提供一站式解決方案，促進交叉銷售。

概 要

我們致力於針對不同業務常用的原材料及零部件進行集中採購，可提高議價能力、提升盈利能力和確保供應品的質量。同樣地，我們協調各業務板塊之間的研發及製造活動，共享經驗、資源、基礎設施並優化運營效率。我們集中研發各業務板塊之間通用的基礎技術，例如，我們數十年在開發家電的熱管理技術的專業知識的積累，亦可應用於快速增長的新能源汽車市場汽車熱管理系統的開發中。此外，財務、稅務、法律及人力資源等各種配套職能，可以在本集團內部實現共享。

研發及數字化

我們堅定不移地致力於研發及數字化，不斷增強我們的競爭力。

強勁的研發投入：我們致力於構建全球化且具競爭力的研發體系。截至2024年6月30日，我們擁有超過23,000名研發人員，佔公司非生產員工人數超過一半。截至最後實際可行日期，我們已在11個國家建立了33個研發中心，其中17個研發中心位於海外。2023年，我們的研發投入超過人民幣140億元。我們貫穿整個集團的研究體系包括中央研究院及各事業部的研發單位和團隊。兼顧短中長期研發目標，堅持技術研發模式，實現全週期覆蓋：(i)專注於長期基礎技術研究的「研究一代」；(ii)專注於產品平台創新項目的「儲備一代」，以支持下一代產品開發；及(iii)專注於具有明確市場需求產品開發項目的「開發一代」，形成了「三個一代」研發模式。

數字化運營：我們堅持推進貫穿研發、採購、製造、供應鏈、銷售、售後服務等各個環節的整個業務流程的數字化轉型，與客戶、供應商、合作夥伴實現無縫的信息共享，進一步提升運營效率。例如，在生產方面，我們已有五家工廠獲得由世界經濟論壇所評選的代表當今全球製造業智能製造、自動化和數字化領先水平的「燈塔工廠」榮譽。我們的數字化基礎設施實現了柔性製造，使我們能夠將生產與客戶需求相匹配，並最大限度地提高生產效率和降低庫存。同時，數字化對我們的質量控制也起了重要的作用。2021年，我們榮獲中國質量獎，印證了我們行業領先的產品質量。在供應鏈管理方面，我們開發了ISC管理系統，提高了我們供應鏈的靈活性、效率和穩定性。

概 要

以用戶為中心

我們致力於用戶直達，深入了解用戶的偏好，提供全面解決方案。我們通過減少分銷層級以及利用手機APP和客戶服務等各種觸點側重與消費者直接互動來實現用戶直達。我們利用對消費者的洞察不斷優化我們的產品和運營，以提升黏性和提高消費者滿意度。

為了更加貼近用戶，我們一直不斷改造及簡化銷售和分銷渠道。隨著「美雲銷」系統的上線，大部分中小型零售商可直接下單向我們購買產品，同時我們能夠與零售商建立聯繫，及時應對消費者偏好和市場需求的變化。

直接觸達會帶來寶貴的市場洞察，為我們從研發和生產到供應鏈及銷售各個環節的運營注入動力。全面掌握用戶偏好不僅有助於我們提供暢銷產品，還利於我們提高運營效率，例如，我們首創「T+3」（下單加備料、生產及交付）運營模式，根據我們對市場的洞察力，以消費者需求為導向，進行生產，從而最大限度地優化庫存水平，提高生產效率，縮短交貨週期。

我們通過精準化營銷、提供增值服務使消費者獲得更多利益、便利和提升滿意度，從而增加用戶黏性和品牌忠誠度。利用數字化工具，我們能夠更好地了解消費者的偏好，更有效地開拓和留住消費者。截至2024年4月30日，美居（我們供消費者管理智能家電產品並享受更多優惠和服務的應用程序及微信小程序）的註冊用戶數量已超過8,200萬。我們經認證的服務工程師和體驗顧問可直接聯繫消費者，進而可及時解決其問題和需求。

全球化

我們持續追求將業務拓展到全球。於往績記錄期間，海外收入佔公司總收入比例已經超過40%，產品已銷售至全球超過200個國家及地區。

除產品銷售外，我們還在海外設有17個研發中心和22個主要生產基地，遍佈16個國家，海外員工超過35,000人。海外研發網絡讓我們能夠針對不同市場的需要，開發出更能符合當地市場需求的產品。我們旨在深化「本土化生產」戰略，加快推進生產和供應鏈的本地化，在海外主要市場建立區域配套的主要零部件和產成品的生產基地。本地化的生產能夠提高全球供應鏈的效率和韌性。

概 要

除內生增長外，我們還通過合資合作和收購來拓展海外市場。過去我們在巴西、埃及和印度等國家與國際上領先的公司成立合資企業，使我們能夠利用合作夥伴的市場洞見和網絡來加快打入海外市場。我們還收購東芝生活和庫卡集團等公司，並將繼續在未來的海外收購中採取積極和審慎的策略。

公司治理和企業文化

我們實施權、責、利相統一、共建共享的公司治理機制，有利於我們培養企業家精神、創新意識及長期投入的充滿活力的企業文化。我們不僅致力於在公司內部培養人才，而且會從外部吸引人才。我們的許多高級管理人員已在美的工作超過20年。我們鼓勵管理人員實現自我價值，在失敗中吸取教訓，並擁抱變革。

我們十分關注各方利益。我們承諾與員工分享成功，並推出多層級的股份激勵計劃，從而讓員工從我們的成功及發展中獲益。我們重視股東的長期信任，持續以分紅和股份回購等形式回報股東。於往績記錄期間，我們向股東支付的分紅及股份回購總額為人民幣562億元。就環境及社會而言，我們對我們各類活動對環境的影響有強烈認知，因此我們會盡力減少我們的碳排放促進可持續發展，並作為負責任的企業公民不斷為社區做出貢獻。

我們的歷史業績

於往績記錄期間，我們實現了較快的收入增長和穩定的利潤率。2021年至2023年以及截至2024年4月30日止四個月，我們的收入分別為人民幣3,434億元、人民幣3,457億元、人民幣3,737億元及人民幣1,458億元，而淨利潤率分別為8.5%、8.6%、9.0%及9.4%。同期，我們的權益回報率分別達到23.6%、22.1%、22.1%及25.3%。截至最後實際可行日期，我們獲得了三大評級機構標普、穆迪和惠譽的信用評級，分別為A/A2/A，是中國內地評級最高的企業之一。

我們的競爭優勢

我們認為以下優勢能讓我們充分利用未來的機遇並取得長足發展：

- 全球領先、技術驅動的智能家居和商業及工業解決方案供應商；
- 我們擁有全球領先的研發能力以實現可持續創新；
- 全價值鏈的卓越運營及數字化；

概 要

- 全面且不斷深化的全球化佈局；
- 商業及工業解決方案業務推動持續增長；及
- 先進的公司治理和價值觀。

我們的戰略

「科技領先、用戶直達、數智驅動、全球突破」是我們的四大戰略主軸。該戰略對於鞏固我們作為一家全球科技公司的領先地位至關重要，因此我們要以更大的魄力和決心推行該戰略。同時，我們將持續加強在環境、社會及管治 (ESG) 方面的努力，專注環境保護、可持續性以及作為一名負責任的企業公民為我們的員工、社區以及消費者做出貢獻。我們致力於在業務發展的方方面面改善環境可持續性，包括設計、採購、製造、物流、回收以及服務，目標是於2030年前達到碳峰值，於2060年前達到碳中和。

我們計劃實施以下戰略：

- 保持科技領先地位；
- 加強用戶直達，提升客戶體驗；
- 通過數字化實現效率最大化；
- 加速全球化佈局；及
- 以商業及工業解決方案驅動增長。

客戶和供應商

我們的客戶主要包括面向智能家居業務的分銷商和零售商以及ODM/OEM客戶，以及面向商業及工業解決方案的企業客戶。我們的分銷商和零售商包括電商平台、大客戶分銷商和中小型零售商等。更多資料，請參閱「業務－我們的多渠道銷售和分銷網絡」。截至2021年、2022年及2023年12月31日止年度各年以及截至2024年4月30日止四個月，來自我們前五大客戶的收入總額分別佔我們同期總收入的10.6%、11.4%、11.8%及13.5%。

我們依靠各種原材料、零部件來製造產品。我們營業成本的大部分是原材料採購。於往績記錄期間，我們的供應商主要包括原材料及零部件供應商。截至2021年、2022年及2023年12月31日止年度各年以及截至2024年4月30日止四個月，我們向前五大供應商的採購總額分別佔我們於同期採購總額的6.3%、6.4%、6.1%及6.5%。

概 要

歷史財務資料概要

下表載列我們於往績記錄期間的財務資料的財務數據概要，摘錄自本文件附錄一
所載會計師報告。下列所載財務數據概要應與本文件財務報表（包括相關附註）一併閱
讀，以保證其完整性。財務資料乃根據國際財務報告準則編製。

合併損益表概要

下表載列我們於所示年度／期間的合併損益表概要（包括絕對金額及佔收入百分
比）：

	截至12月31日止年度						截至4月30日止四個月			
	2021年		2022年		2023年		2023年		2024年	
	人民幣千元	佔收入 的百分比	人民幣千元	佔收入 的百分比	人民幣千元	佔收入 的百分比	人民幣千元	佔收入 的百分比	人民幣千元	佔收入 的百分比
收入	343,360,825	100.0	345,708,706	100.0	373,709,804	100.0	131,381,082	100.0	145,779,559	100.0
營業成本	(266,450,882)	(77.6)	(262,321,797)	(75.9)	(275,320,160)	(73.7)	(99,348,589)	(75.6)	(106,469,785)	(73.0)
毛利	76,909,943	22.4	83,386,909	24.1	98,389,644	26.3	32,032,493	24.4	39,309,774	27.0
銷售及營銷開支	(28,646,188)	(8.3)	(28,715,439)	(8.3)	(34,880,794)	(9.3)	(11,248,192)	(8.6)	(14,624,289)	(10.0)
一般及行政開支	(10,742,475)	(3.1)	(12,023,970)	(3.5)	(13,975,965)	(3.7)	(3,911,452)	(3.0)	(4,630,693)	(3.3)
研發開支	(12,014,891)	(3.5)	(12,667,099)	(3.7)	(14,586,346)	(3.9)	(4,327,729)	(3.3)	(4,960,679)	(3.4)
金融資產及合同資產減值 損失淨額	(384,501)	(0.1)	(538,108)	(0.2)	(235,002)	(0.1)	(179,526)	(0.1)	(56,212)	(0.0)
其他收入	6,177,047	1.8	7,088,757	2.1	8,120,251	2.2	2,370,278	1.8	2,862,663	2.0
其他收益／(虧損)淨額	2,777,178	0.8	(1,065,436)	(0.3)	(945,664)	(0.3)	271,205	0.2	(2,012,940)	(1.4)
營業利潤	34,076,113	9.9	35,465,614	10.3	41,886,124	11.2	15,007,077	11.4	15,887,624	10.9
財務收入	401,501	0.1	793,175	0.2	1,085,256	0.3	275,801	0.2	590,833	0.4
財務費用	(1,299,556)	(0.4)	(1,902,422)	(0.6)	(3,372,815)	(0.9)	(1,151,972)	(0.9)	(485,846)	(0.3)
財務(費用)/收入淨額	(898,055)	(0.3)	(1,109,247)	(0.4)	(2,287,559)	(0.6)	(876,171)	(0.7)	104,987	0.1
應佔聯營及合營企業利潤淨額... 於聯營及合營企業投資的 減值準備	560,679	0.2	608,278	0.2	680,759	0.2	224,055	0.2	239,455	0.2
除所得稅前利潤	33,738,737	9.8	34,958,466	10.1	40,279,324	10.8	14,354,961	10.9	16,232,066	11.2
所得稅開支	(4,707,309)	(1.3)	(5,146,341)	(1.5)	(6,532,371)	(1.8)	(2,229,553)	(1.7)	(2,585,791)	(1.8)
年度/期內利潤	29,031,428	8.5	29,812,125	8.6	33,746,953	9.0	12,125,408	9.2	13,646,275	9.4
以下人士應佔：										
本公司擁有人	28,586,980	8.4	29,553,342	8.5	33,721,536	9.0	11,995,920	9.1	13,461,205	9.3
非控股權益	444,448	0.1	258,783	0.1	25,417	0.0	129,488	0.1	185,070	0.1

概 要

收入

下表以絕對金額及佔所示年度／期間總收入的百分比列示於往績記錄期間智能家居業務、商業及工業解決方案及其他的收入明細，包括智能家居業務各主要產品類別和商業及工業解決方案各事業單位的有關收入：

	截至12月31日止年度						截至4月30日止四個月			
	2021年		2022年		2023年		2023年		2024年	
	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%
							(未經審計)			
收入										
空調	104,108,047	30.3	108,638,571	31.4	112,982,505	30.2	43,060,203	32.8	48,054,657	33.0
洗衣機和冰箱	62,883,096	18.3	62,713,261	18.1	68,288,642	18.3	24,008,567	18.3	26,551,938	18.2
廚電及其他家電	67,926,859	19.8	61,473,732	17.8	65,080,257	17.4	21,941,156	16.7	24,633,108	16.9
智能家居業務	234,918,001	68.4	232,825,564	67.3	246,351,404	65.9	89,009,926	67.8	99,239,703	68.1
新能源及工業技術	20,111,476	5.9	21,618,496	6.3	27,874,277	7.5	9,512,855	7.2	11,108,348	7.6
智能建築科技	19,690,855	5.7	22,778,244	6.6	25,914,181	6.9	9,874,995	7.5	10,532,805	7.2
機器人與自動化	25,286,615	7.4	27,712,820	8.0	31,053,073	8.3	10,017,504	7.6	9,222,915	6.3
其他業務	8,290,412	2.4	11,529,651	3.3	12,939,776	3.5	3,553,030	2.7	4,199,236	2.9
商業及工業解決方案	73,379,358	21.4	83,639,210	24.2	97,781,307	26.2	32,958,384	25.0	35,063,304	24.0
其他	35,063,466	10.2	29,243,932	8.5	29,577,093	7.9	9,412,772	7.2	11,476,552	7.9
總計	343,360,825	100.0	345,708,706	100.0	373,709,804	100.0	131,381,082	100.0	145,779,559	100.0

概 要

毛利及毛利率

下表列示所示年度／期間智能家居業務、商業及工業解決方案及其他的毛利明細，包括智能家居業務各主要產品類別和商業及工業解決方案各事業單位的有關毛利：

	截至12月31日止年度						截至4月30日止四個月			
	2021年		2022年		2023年		2023年		2024年	
	毛利	毛利率	毛利	毛利率	毛利	毛利率	毛利	毛利率	毛利	毛利率
	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%
	(未經審計)									
空調	22,604,340	21.7	25,422,272	23.4	29,452,538	26.1	9,397,106	21.8	12,525,438	26.1
洗衣機和冰箱	17,049,311	27.1	18,898,848	30.1	22,189,827	32.5	7,650,792	31.9	8,958,800	33.7
廚電及其他家電	19,198,244	28.3	18,499,236	30.1	21,726,330	33.4	6,798,536	31.0	8,236,693	33.4
智能家居業務	58,851,895	25.1	62,820,356	27.0	73,368,695	29.8	23,846,434	26.8	29,720,931	29.9
新能源及工業技術	2,439,657	12.1	3,154,867	14.6	5,027,566	18.0	1,467,575	15.4	2,193,884	19.7
智能建築科技	5,365,588	27.2	6,346,521	27.9	7,744,598	29.9	2,919,927	29.6	3,330,484	31.6
機器人與自動化	5,345,136	21.1	5,686,768	20.5	7,373,993	23.7	2,241,729	22.4	2,225,661	24.1
其他業務	1,203,039	14.5	1,449,164	12.6	1,672,781	12.9	398,414	11.2	444,561	10.6
商業及工業解決方案	14,353,420	19.6	16,637,320	19.9	21,818,938	22.3	7,027,645	21.3	8,194,590	23.4
其他	3,704,628	10.6	3,929,233	13.4	3,202,011	10.8	1,158,414	12.3	1,394,253	12.1
總計	76,909,943	22.4	83,386,909	24.1	98,389,644	26.3	32,032,493	24.4	39,309,774	27.0

概 要

年度／期內利潤

我們的期內利潤由截至2023年4月30日止四個月的人民幣121億元增至截至2024年4月30日止四個月的人民幣136億元。該增加主要由於(i)智能家居業務的收入增加，主要由於消費者對我們空調、洗衣機、冰箱及廚電的需求增加，而需求增加則由於我們不斷創新和升級，產品競爭力有所提升，及(ii)商業及工業解決方案的收入增加，該部分主要受以下驅動：(x)新能源及工業技術業務收入因核心工業零部件銷售增加及在收購科陸電子後將其併入了我們的財務報表而增加，(y)智能建築科技收入增加，乃由於若干主要產品的銷售大幅增長，及(z)其他業務的收入增加部分被(i)營業成本增加，主要是由於我們使用的原材料及耗材增加，這通常與我們的收入增長一致，(ii)主要受業務增長驅動導致開支增加所抵銷。

我們的年度利潤由2022年的人民幣298億元增至2023年的人民幣337億元。該增加主要由於智能家居業務的收入增加，主要由於消費者對我們空調、洗衣機、冰箱及廚電的需求增加，而需求增加則由於我們不斷創新和升級，產品競爭力有所提升，部分被(i)營業成本增加，主要是由於我們使用的原材料及耗材增加，這通常與我們的收入增長一致，(ii)主要受業務增長驅動導致開支增加所抵銷。

我們的年度利潤由2021年的人民幣290億元增至2022年的人民幣298億元。該增加主要由於(i)來自商業及工業解決方案的收入增加，主要由於(x)智能建築科技的收入增加，由於熱泵海外銷售的大幅上升，(y)機器人與自動化的收入增加，由於汽車客戶的需求強勁（尤其是中國內地）及瑞仕格的物流系統銷量上升，及(z)其他業務的收入增加，包括安得智聯運作的智能供應鏈業務，及(ii)營業成本減少，部分歸因於原材料成本下降，部分被智能家居業務的收入下降所抵銷，原因是我們積極精簡部分產品類別，並且面臨宏觀經濟不利環境，導致消費者對部分家電產品的需求減少。

詳情請參閱「財務資料－經營業績的期間比較」。

概 要

合併財務狀況表概要

下表載列我們於所示年度／期間的合併財務狀況表：

	於12月31日			於2024年
	2021年	2022年	2023年	4月30日
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
非流動資產總額	139,074,597	161,451,641	204,715,035	205,141,554
流動資產總額	248,864,505	261,099,271	281,320,980	304,016,205
資產總額	387,939,102	422,550,912	486,036,015	509,157,759
非流動負債總額	30,267,757	64,288,606	60,492,344	61,034,759
流動負債總額	222,851,476	206,341,741	251,245,721	279,733,408
流動資產淨值	26,013,029	54,757,530	30,075,259	24,282,797
負債總額	253,119,233	270,630,347	311,738,065	340,768,167
資產淨值	134,819,869	151,920,565	174,297,950	168,389,592
股本	6,986,564	6,997,273	7,025,769	6,974,933
庫存股份	(14,044,550)	(14,933,944)	(12,871,738)	(7,651,734)
儲備	28,943,657	31,193,091	32,440,770	28,766,505
保留溢利	102,979,342	119,675,616	136,282,362	128,872,334
本公司擁有人應佔權益	124,865,013	142,932,036	162,877,163	156,962,038
非控股權益	9,954,856	8,988,529	11,420,787	11,427,554
權益總額	134,819,869	151,920,565	174,297,950	168,389,592

有關往績記錄期間合併財務狀況表關鍵項目及流動資產淨值的波動詳情，請參閱「財務資料－合併財務狀況表若干關鍵項目的討論」。

我們的淨資產由2023年12月31日的人民幣1,743億元減少至2024年4月30日的人民幣1,684億元，主要是由於我們於截至2024年4月30日止四個月宣告派發股息人民幣208億元，部分被我們截至2024年4月30日止四個月的期內利潤人民幣136億元所抵銷。截至2024年4月30日止四個月，我們錄得期內利潤人民幣136億元，主要由於消費者需求上升以及來自商業及工業解決方案的多項業務的收入增加帶動了智能家居業務的收入增加。詳情請參閱「－合併損益表概要－年度／期內利潤」。截至2024年4月30日止四個月，我們產生股息人民幣208億元，作為向股東分配利潤的一部分。詳情請參閱「股息政策」。

我們的淨資產從2022年12月31日的人民幣1,519億元增至2023年12月31日的人民幣1,743億元，主要是由於我們2023年的年度利潤為人民幣337億元，部分被2023年的股息人民幣175億元所抵銷。我們在2023年錄得年度利潤人民幣337億元，主要是由於消費者需求增加帶動智能家居業務收入增加。詳情請參閱「合併財務狀況表概要－年度利潤」。我們在2023年產生股息人民幣175億元，作為我們向股東作出利潤分配的一部分。詳情請參閱「股息政策」。

概 要

我們的淨資產從2021年12月31日的人民幣1,348億元增至2022年12月31日的人人民幣1,519億元，主要是由於我們2022年的年度利潤為人民幣298億元，部分被2022年的股息人民幣119億元所抵銷。我們在2022年錄得年度利潤人民幣298億元，主要是由於商業及工業解決方案的收入增加及營業成本減少。詳情請參閱「合併財務狀況表概要－年度利潤」。我們在2022年產生股息人民幣119億元，作為我們向股東作出利潤分配的一部分。詳情請參閱「股息政策」。

合併現金流量表概要

下表載列我們於所示年度／期間的合併現金流量表概要：

	截至12月31日止年度			截至4月30日止四個月	
	2021年	2022年	2023年	2023年	2024年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
				(未經審計)	
經營活動所得現金淨額	35,448,953	34,657,828	57,902,611	11,820,270	16,916,694
投資活動所得／(所用)現金流量淨額.....	13,599,586	(13,509,510)	(31,219,855)	(27,842,393)	(8,577,869)
融資活動(所用)／所得現金流量淨額.....	(31,561,788)	(10,854,881)	(17,910,213)	10,785,347	(3,731,916)
現金及現金等價物增加／(減少)淨額.....	17,486,751	10,293,437	8,772,543	(5,236,776)	4,606,909
年／期初現金及現金等價物	23,548,508	40,550,039	51,131,968	51,131,968	59,887,260
現金及現金等價物的匯兌(虧損)／收益....	(485,220)	288,492	(17,251)	(66,853)	(241,798)
年／期末現金及現金等價物	40,550,039	51,131,968	59,887,260	45,828,339	64,252,371

概 要

主要財務比率

	於12月31日／截至該日止年度			於／截至 2024年 4月30日 止四個月
	2021年	2022年	2023年	
淨利潤率.....	8.5%	8.6%	9.0%	9.4%
權益回報率(ROE) ⁽¹⁾	23.6%	22.1%	22.1%	25.3%
存貨周轉天數 ⁽²⁾	53	64	62	50
貿易應收款項及應收票據周轉天數 ⁽³⁾	31	33	35	36
經營現金流轉換率 ⁽⁴⁾	1.2	1.2	1.7	1.3
資產負債率 ⁽⁵⁾	65.2%	64.0%	64.1%	66.9%

附註：

- (1) 權益回報率按本公司擁有人應佔年度／期內利潤除以本公司擁有人應佔權益平均結餘計算。截至2024年4月30日止四個月，年化權益回報率按數字乘以三計算。
- (2) 存貨周轉天數按本年度／期內的年／期初及年／期末存貨結餘平均值除以該年度／期內的營業成本再乘以365天(一年)或121天(四個月)計算。
- (3) 貿易應收款項及應收票據周轉天數按本年度／期內的以攤銷成本計量的貿易應收款項及應收票據的年／期初及年／期末結餘平均值除以該年度／期內的收入再乘以365天(一年)或121天(四個月)計算。
- (4) 經營現金流轉換率按經營活動所得現金淨額除以年度／期內利潤計算。
- (5) 資產負債率按年度／期內負債總額除以資產總額計算。

風險因素

我們的運營和[編纂]涉及若干風險和不確定性，包括(i)與我們的業務及行業有關的風險及(ii)與[編纂]有關的風險，均載於本文件「風險因素」一節。閣下在決定[編纂][編纂]前，務請細閱「風險因素」整個章節。我們面臨的部分主要風險，包括但不限於：

- 我們產品及服務在全球市場面臨激烈競爭，並且受到技術變革快速發展的影響，我們可能無法在該等市場進行有效競爭；
- 倘我們無法有效管理增長或執行策略，我們的業務及前景可能會受到重大不利影響；
- 維持我們的品牌形象對我們的成功至關重要，若無法做到可能會嚴重損害我們的聲譽及品牌，從而對我們的業務、財務狀況及經營業績造成重大不利影響；

概 要

- 我們在發展商業及工業解決方案方面可能面臨風險及挑戰；
- 倘我們未能及時推出新產品及服務以適應快速變化的客戶需求及技術進步，我們的業務可能會受到不利影響，且我們的研發投資可能無法產生預期收益；
- 如果我們無法增加或保持客戶基數，或如果客戶滿意度下降，我們的業務及業績會受到重大不利影響；
- 我們可能面臨管理新產品、服務及業務活動的擴展的挑戰；
- 如果我們未能繼續創新或如果我們未能適應行業變化，我們的業務、財務狀況及經營業績將會受到重大不利影響；及
- 我們的業務面臨與在不同司法轄區經營相關的法律、法規、政治、經濟、商業及其他風險。

近期發展及無重大不利變動

董事確認，截至最後實際可行日期，自2024年4月30日（即本文件附錄一中會計師報告所報告年度／期間的結束日期）以來，我們的業務、財務狀況及經營業績沒有發生重大不利變動，自2024年4月30日以來也沒有發生任何會對本文件附錄一中會計師報告所載資料產生重大影響的事件。

截至2024年6月30日止六個月的未經審計財務資料概要

我們是在深圳證券交易所上市的上市公司，已根據相關中國證券的法律法規披露按中國公認會計準則編製的於2024年6月30日及截至該日止六個月的未經審計重要財務資料。我們根據國際會計準則第34號－中期財務報告編製截至2024年6月30日及截至該日止六個月的未經審計中期簡明合併財務資料，將之納入本文件附錄一A。我們於2024年6月30日及截至該日止六個月的未經審計中期簡明合併財務資料已由申報會計師根據國際審閱準則第2410號由實體的獨立核數師執行中期財務資料審閱進行審閱。董事會成員（包括審計委員會成員）已收到且審閱本集團載列於本文件附錄一A的截至2024年6月30日止六個月的未經審計中期簡明合併財務資料。我們已遵守上市規

概 要

則附錄C1第二部分的守則條文，並未違反公司章程或中國的法律法規或上市規則第13.48(1)條規定的發送中期報告責任等其他的監管規定。根據上市規則第13.48(1)條的附註，我們無意根據上述規則單獨發送截至2024年6月30日止六個月的中期報告。

收入由截至2023年6月30日止六個月的人民幣1,978億元增加10.3%至截至2024年6月30日止六個月的人民幣2,181億元。具體而言，智能家居業務收入由截至2023年6月30日止六個月的人民幣1,324億元增加11.4%至截至2024年6月30日止六個月的人民幣1,476億元，同期的商業及工業解決方案的收入由人民幣503億元增加6.3%至人民幣534億元。毛利由截至2023年6月30日止六個月的人民幣494億元增加18.3%至截至2024年6月30日止六個月的人民幣585億元，同期的整體毛利率由25.0%增至26.8%。此外，智能家居的毛利由截至2023年6月30日止六個月的人民幣367億元增加20.1%至截至2024年6月30日止六個月的人民幣441億元，同期的毛利率由27.7%增至29.9%，商業及工業解決方案的毛利由截至2023年6月30日止六個月的人民幣111億元增加12.6%至截至2024年6月30日止六個月的人民幣125億元，同期的毛利率由22.1%增至23.4%。期內利潤由截至2023年6月30日止六個月的人民幣185億元增加14.1%至截至2024年6月30日止六個月的人民幣211億元。詳情請參閱「附錄一A—未經審計中期簡明合併財務資料」。關於所列各項數據的浮動的討論，請參閱「財務資料—近期發展及無重大不利變動—截至2024年6月30日止六個月的未經審計財務資料概要」。

我們於深圳證券交易所上市的情況

自2013年起，本公司於深圳證券交易所上市。截至最後實際可行日期，董事確認，我們在任何重大方面並無嚴重違反深圳證券交易所規則及其他適用中國證券法律法規的情況，而經董事作出一切合理查詢後所深知，概無有關我們於深圳證券交易所合規記錄的重大事項須提請投資者注意。根據聯席保薦人進行的獨立盡職審查，聯席保薦人並無注意到任何事宜，令其不贊同我們董事對本公司於深圳證券交易所的合規紀錄所作出的確認。

概 要

我們的最大股東組別

截至最後實際可行日期，本公司由美的控股持有約31.0%，而美的控股由本公司創始人何先生持有94.5%。另外，何先生也持有本公司約0.5%的直接權益，連同美的控股持有的股份，何先生在本公司擁有約31.5%的權益。

緊隨[編纂]完成及假設在最後實際可行日期至[編纂]期間[編纂]未獲行使及沒有根據[編纂]和我們的股份計劃發行新股且本公司已發行股本也沒有發生其他變動，美的控股將持有本公司已發行股本約[編纂]，而何先生將直接及間接持有本公司已發行股本約[編纂]。因此，美的控股及何先生於緊隨[編纂]後將成為我們的最大股東組別。

有關我們最大股東組別的進一步詳情，請參閱「與我們的最大股東組別的關係」一節。

概 要

[編纂]

概 要

[編纂]用途

假設[編纂]為每股[編纂][編纂]港元（即每股[編纂][編纂]港元至[編纂]港元的[編纂]範圍的中位數），經扣除我們已付及應付的與[編纂]有關的[編纂]及其他預計開支後，我們估計將從[編纂]收取約[編纂]港元的[編纂]淨額，並假設[編纂]及[編纂]未獲行使。根據我們的戰略，我們擬將[編纂][編纂]用於以下目的及金額：

- [編纂]淨額約[編纂]，或約[編纂]港元，將用於我們的全球科技研發；
- [編纂]淨額約[編纂]，或約[編纂]港元，預期將用於智能製造體系的持續建設及供應鏈管理的升級；
- [編纂]淨額約[編纂]，或約[編纂]港元，預期將用於完善全球銷售渠道和網絡，以及提高自有品牌的海外銷售；及
- [編纂]淨額約[編纂]，或約[編纂]港元，預期將用於運營資金及一般公司用途。

有關我們未來發展計劃和[編纂][編纂]用途的更多信息，請參閱本文件「未來發展計劃和[編纂]用途」一節，包括假設最終[編纂]高於或低於[編纂]範圍中位數的情況下對[編纂]淨額分配的調整。

股息政策

根據《中華人民共和國公司法》及《上市公司監管指引第3號－上市公司現金分紅（2023年修訂）》等中國法律法規和公司章程第一百五十六條至第一百六十一條，我們於任何三個財政年度須支付的累計現金股息應不少於該三個財政年度按照中國公認會計準則計算可供分派平均淨利潤的30%。於2022年，我們已採納2022-2024年股東回報規劃。我們嚴格執行該規劃，明確了股息標準、股息比例和利潤分配政策的決策程序，確保利潤分配政策的一致性，保護中小股東的合法權益。

概 要

未來利潤分配可以採取現金股息或股票股息或現金股息與股票股息相結合的方式進行。任何建議的股息分派均須由董事會酌情決定及經股東大會批准。董事會可於考慮我們的經營業績、財務狀況、運營需求、資本需求、股東利益及董事會可能認為相關的任何其他條件後建議未來的股息分配。

於往績記錄期間，我們向股東宣派現金股息如下：

	截至12月31日止年度			截至4月30日止四個月	
	2021年	2022年	2023年	2023年	2024年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
本年度／期間宣派或支付的上一年度					
末期股息(含稅).....	11,066,392	11,677,509	17,188,858	-	20,780,278
已失效限制性股份股息.....	(13,663)	(25,484)	(44,594)	(7,242)	(3,926)
年度／期間計提的股息.....	<u>11,052,729</u>	<u>11,652,025</u>	<u>17,144,264</u>	<u>(7,242)</u>	<u>20,776,352</u>

[編纂]開支

假設[編纂]及[編纂]未獲行使，[編纂]為每股[編纂][編纂]港元(即[編纂]範圍的中位數)及悉數支付[編纂](如有)，我們預期產生[編纂]約人民幣[編纂]元(相當於[編纂]港元)(包括(i)[編纂]相關開支約人民幣[編纂]元，包括但不限於[編纂]，及(ii)法律顧問及會計師費用及開支約人民幣[編纂]元，以及與[編纂]有關的其他費用及開支約人民幣[編纂]元，包括但不限於[編纂])，佔[編纂][編纂]總額約[編纂]。預計約人民幣[編纂]元[編纂]開支將自我們的合併損益及其他綜合收益表扣除及預期約人民幣[編纂]元將於[編纂]後自權益扣除。於往績記錄期間，我們產生[編纂]開支人民幣[編纂]元，

概 要

其中(i)人民幣[編纂]元於合併損益表扣除；及(ii)人民幣[編纂]元直接歸屬於我們的[編纂]的[編纂]及[編纂]，並將於[編纂]後從權益中扣除。上述[編纂]開支的估計為最後實際可行估計，僅供參考，而實際金額可能有別於該估計。

[編纂]主要數據

[編纂]

概 要

[編纂]