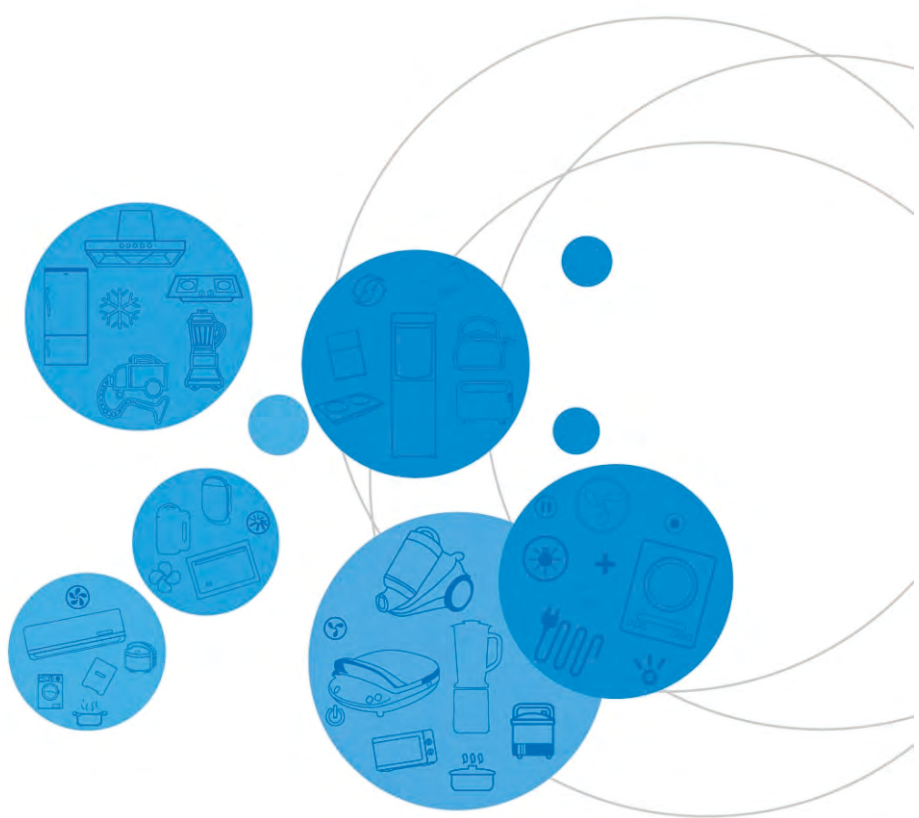




2015 | 社会责任



美的集团 2015 年度企业社会责任报告书

Midea Group 2015 Corporate Social Responsibility Report

关于本报告 About this Report

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2015年度（2015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

2016年3月26日（下次预计为2017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2015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2015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（CASSCSR1.0）》。

目录 Contents

致辞	1	01 以用户为中心	
公司介绍	3	美的产品和服务，致力于让生活更美的	9
2015所获荣誉	5	02 M-Smart智慧生活	
美的社会责任	6	以贴心服务为核心桥接家庭与社会	19
		03 每一天，都是美的	
		社会慈善、环境友好与员工关怀	29
		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	45
		05 民族企业的发展	
		公司治理、品牌价值与国际化战略	61

致辞 Address

2015新常态经济环境之下，对于家电业而言，整体市场的萧条加剧了行业竞争，同时也在不断推动着行业转型。面对市场的动荡与巨大压力，美的集团凭借变革的勇气与共同价值观、共同理念与做事方法的团队，坚定执行“产品领先、效率驱动、全球运营”，持续深化转型。

这一年，美的产品力与经营效率迅速提升，经营质量全面改善，海外布局进一步优化，自有品牌有效增长，公司治理再上台阶；同时，公司启用“全球创新中心”，构建具有全球竞争力的研发布局和多层级研发体系，深入推行“智慧家居+智能制造”双智战略，积极布局新业务成长空间。2015年在保持整体收入基本稳定的情况之下，公司实现净利润同比增长21%，成为了行业寒意之下的一抹亮色。

历史证明，凡是成就大事业者，都是因为梦想，都是理想主义的成功。个人的成功离不开梦想的支撑，一个企业的规模有多大，最终取决于企业的格局能承载多少人的梦想，美的所有员工的梦想合集，决定了美的未来能够走多远。

时代的巨变已超乎想象，太多的生活方式不是已经被颠覆就是正在被颠覆之中。家电行业依靠大规模、低成本的传统商业模式已然失效，整个行业的边界也在逐步消融，但无论行业如何巨变，为用户创造价值的产品和服务并不会改变。在商业的进化史上，所有伟大的企业都是在经济低迷的周期环境下成长发展起来的。面对时代巨变的大势，我们是生龙活虎还是死气沉沉，是百花齐放还是万马齐喑，是众志成城还是各自为战，是自信包容还是夜郎自大，取决于我们改变的力度有多大。我变故我在！越是逆境，美的越会保持韧性与定力，也将更加快速的改变经营思路、管理办法及商业模式的各个方面，把握战略方向，坚定深化转型，通过改变实现逆风

飞扬，脱颖而出。

无论行业怎样，美的都具有企图心与向上挑战的梦想，我们期望未来某一天，美的成为真正意义上的跨国公司、全球运营的公司与令人尊敬的科技型公司。而这一目标的实现，注定绝非坦途，面对未来的不确定性与更加残酷的竞争，甚至各种羁绊，美的必须把眼光投向远方，继续务实、稳健的去推动每一个变革，点燃每一个员工的内心之火，激发企业家精神和创造力，让员工的内在动力与美的集团的目标相一致，实现全体股东利益最大化，共享企业发展成果。

在此，感谢全体股东的陪伴、支持与信任，并向所有股东和投资者致敬！

心有理想、春暖花开，胸怀梦想，就是美的！

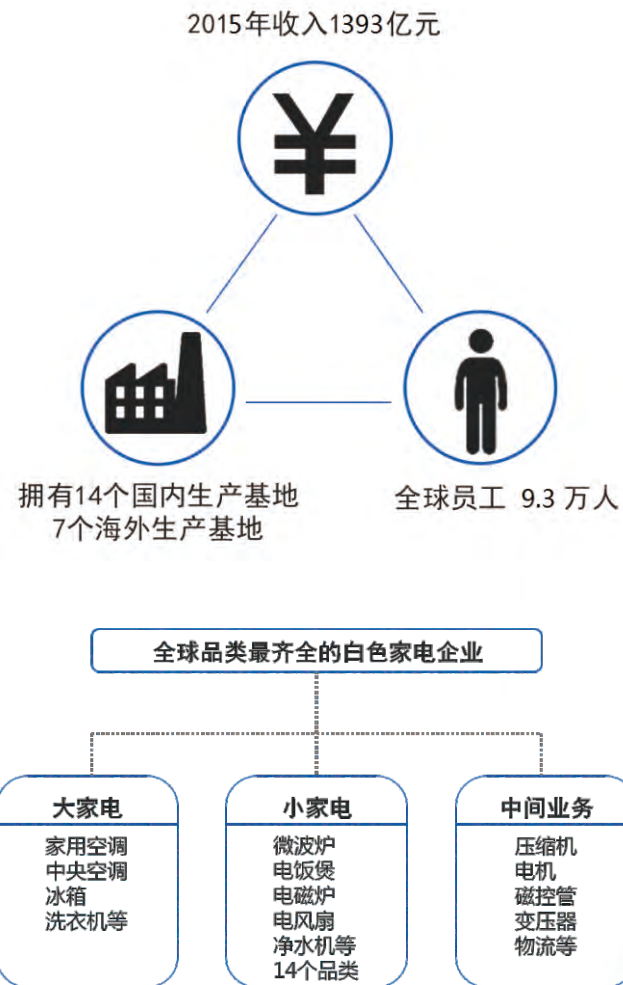
美的集团股份有限公司董事会

二〇一六年三月

公司介绍

Company Introduction

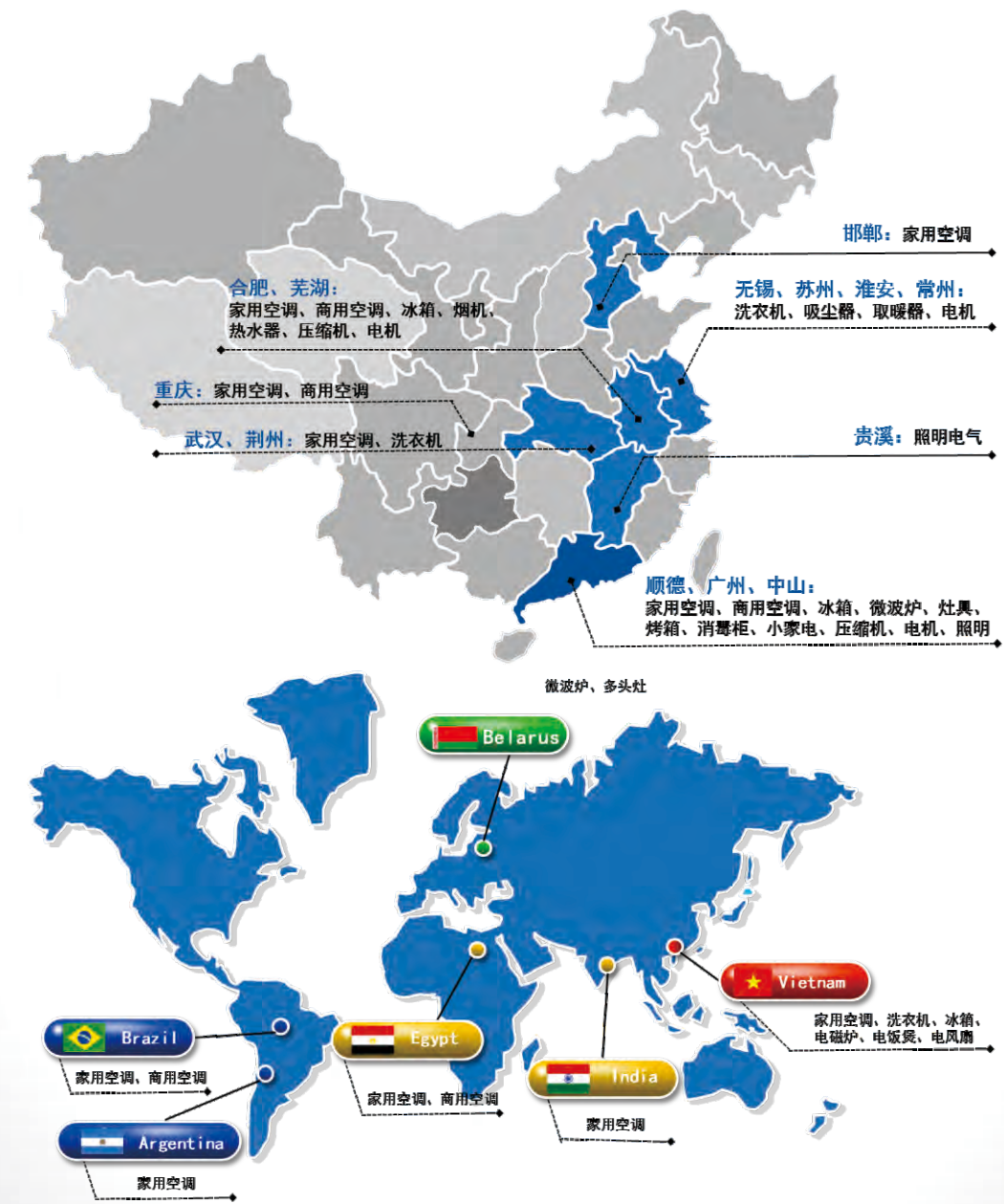
公司名称：美的集团股份有限公司
 公司地址：佛山市顺德区美的大道6号
 创业时间：1968年
 总资产：1288亿元
 营业总收入：1393亿元
 员工人数：93,299人
 品牌价值：716.11亿
 上市时间：2013年9月18日
 股东总数：75,479人
 已发行股票总数：4,266,839,449
 上市交易所：深圳证券交易所
 2015《财富》中国500强第32位
 2015福布斯全球企业2000强第436位
 中国民营企业500强第13名
 中国制造业企业500强第38名



生产布局

Production Layout

美的集团在国内建有14个生产基地，辐射华南、华东、华中、西南、华北五大区域；在越南、白俄罗斯、埃及、巴西、阿根廷、印度建有海外生产基地，公司主要大家电及小家电产品产能、产量及销量均稳居国内外前列。



2015所获荣誉 2015 Award

2015年12月	2015年上市公司卓越董事会（主板）	21世纪经济报道
2015年12月	2015年度“金圆桌奖”之“最佳董事会”	《董事会》
2015年12月	2015商业品牌案例创新奖-美的“洗悦家”	每日经济新闻
2015年11月	2015年度整合营销奖-“鼎釜饭煲”	时代周报
2015年10月	第十一届“中国最佳品牌建设案例”金象奖	21世纪经济报道
2015年7月	中国主板上市公司价值百强前十强	证券时报
2015年7月	中国主板上市公司十佳管理团队	证券时报
2015年6月	2015《财富》中国500强-32位	《财富》中文网
2015年6月	年度金牛上市公司百强-57位	中国证券报
2015年5月	年度深市主板上市公司信息披露等级A级公司	深交所
2015年1月	第七届中国企业社会责任峰会-最佳科技创新奖	新华网
2015年1月	第十二届中国财经风云榜“最具投资价值上市公司”奖	和讯网

社会责任 Social responsibility

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。

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 经济承担社会责任，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。

第一章

以用户为中心

美的产品和服务
致力于让生活更美的

“有质感的生活，就是美的生活；用心体味，每一天都是美的一天。你的生活可以更美的，这一直是美的品牌的内核。今天，美的与年轻人分享共同的价值观：活在当下，踏实生活，相信并感受每一个美好。”



明星产品图谱：空气类

Star Products

家用空调



舒适星 艾普兰大奖

微孔导风系统，彻底解决“空调风不自然，风太硬”的问题；利用空气动力学的**降速增压**原理，一个送风口，变身**1906**个微型气孔，让集中的气流疏散成众多细微的气丝。其核心技术“**空调器舒适性关键技术研究与应用**”通过“国际领先”技术鉴定。

空气净化器



净化精灵 艾普兰产品奖

业内首创“**高频立体循环净化**”技术，兼备净化功能和加湿功能。净化模块采用**环形复合滤网**，360°环形复合滤网加大空气净化的接触面积，提升净化效率。加湿模块采用**立体水循环加湿**技术、**环形折棱滤网**技术和**深紫外杀菌**技术。

电风扇



变频风扇 韩国Good Design设计奖

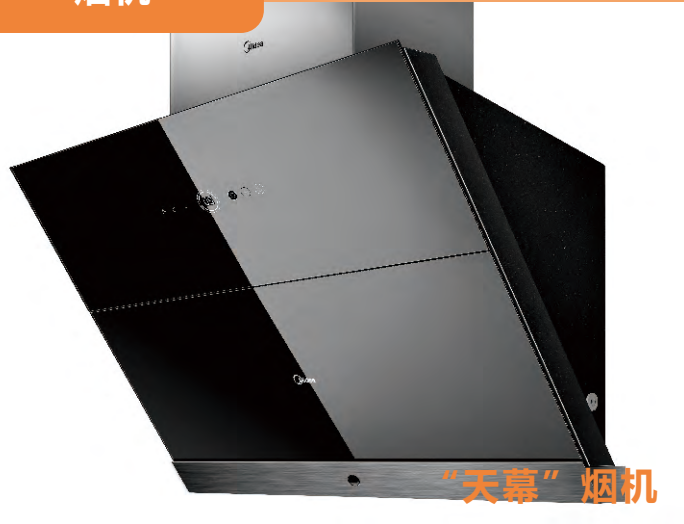


GOD DESIGN

明星产品图谱：营养类

Star Products

烟机



- 20m 大吸力：高于行业主流水平
- 防夹手开合，安全性更高
- 智能蒸汽洗，洗净率高达98.5%
- 一抹净油杯：亲水羟基易洁涂层，可冲净
- LED航空灯：直射锅心，一清二楚

灶具



- 5.0KW大火力，三环火，随心调
- 低电量提醒，避免突然断电影响烹饪
- 炭火慢炖，煲汤味道好
- 一抹净盛液盘，易清洁，无积液
- 零秒点火，无等待马上成功点火

微波炉



厨房小电套系



冰箱



明星产品图谱：水健康类

Star Products

热水器



活水热水器

- 活水抑菌，过滤杂质，健康洗浴
- 蓝钻内胆，抗爆、抗溶、抗酸，使用寿命长
- 第三代水旋风，内胆底部彻底清洗
- 安全防护，实现漏电自动报警提示功能

净水器



M2净静 德国IF设计奖

- 免安装，即插即用
- 一体式更换滤芯，无须售后
- 冷热水双温可选，使用超便捷
- RO+反渗透，更健康
- WiFi智能，水质/滤芯寿命随时掌握

洗衣机



i-智能滚筒水魔方

- 三大超级水流，强力快速瓦解污渍，呵护衣物
- 智能控制系统，轻松实现不同洗涤节拍
- 魔力提升筋，有效提高衣物洗净比
- 3D立方内筒，按摩衣物，洗净死角
- 筒自洁，避免衣物二次污染
- 超微泡沫，泡沫更细腻，洁净去残留
- 热平衡烘干，衣干即停，从容应对潮湿天气
- 智能变频，静音环保，高效节能

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。



O2O服务：美的洗悦家

美的洗悦家是由美的集团打造的全新O2O家电深度净洗保养上门服务，专业从事油烟机、冰箱、洗衣机、空调等各类家用电器的深度净洗及保养服务。洗悦家是基于线下的家电清洗商务机会与互联网结合，让互联网成为线下交易的平台。只需通过极其简单的线上下单流程，美的洗悦家就会派出专业的家电深度清洗服务团队上门服务，提供全面健康的家电使用环境和舒适的家居生活环境。

美的洗悦家是美的集团创新中心第二跑道孵化项目，它不是一款有形的产品，却是一款每一位消费者都有机会试用的产品。它代表了美的产业发展的全新思路。

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2015年底美的旗舰店总数突破2200家，在三四级市场已实现了超过90%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。

美的空调科技体验中心

2014年4月，美的空调科技体验中心正式与用户见面。与常规空调卖场样机展示不同，美的空调科技体验中心采用了多种展示方式，包括实体机展示、透明样机展示及核心零部件展示，消费者可以直观看到空调零部件和运行状况，也能够现场感受空调带来的舒适和节能效果。近600平方米的科技体验中心，有超过一半面积用于消费者体验，现场设置了“快制冷热、一晚1度电、除PM2.5、压缩机低频运行”等核心技术展示区。互联网时代的市场营销，消费者会更加理性地看待促

销价格和优惠政策，反而对产品的技术含量和使用体验会更加看重。美的空调科技体验中心的建设，不仅为消费者带来更前沿的科技产品，也将进步提升消费者的购物体验。

食色体验中心



“食色体验中心”是美的集团全力打造的互联网+体验中心，打破了现有家电“我卖我买”的模式，将明星产品体验区、参与式体验区、品鉴式体验区、橱窗区、分享交流区、全品类展示区、照片展示区、IH套购区等融为一体，用户可以自由享受看、听、品、嗅、触等感官体验，并提供烹饪课堂、菜品照片墙、微信打印等立体化交互体验窗口供市民体验活动。

第二章

M-Smart智慧生活

以贴心服务为核心
桥接家庭与社会

“2014年，美的正式对外发布M-Smart战略，实现全品类智能化覆盖。2015年完成智慧家居体系的搭建；两年后，美的正式发布M-Smart智慧生态计划，宣布智慧生活运营服务平台开放落地，提供智慧生活整体解决方案；2017年，美的智慧生活服务将全面上线运营。每一步我们都经过了详细的论证与准备，从去中心化开始，实现真正兼容，各方数据互联、互动、互认，彼此之间是耦合式的关系、相互嵌入服务，相互赋能。从物联网到生态计划再到服务联网、运营，美的将致力于成为智慧生活的运营商，构建‘用户与智慧生活’的强力连接。”

智慧洗护

智慧空气

智慧能源

智慧美食

智慧酒店
智慧公寓
智慧小区
智慧养老院
...

智慧娱乐

智慧照明

智慧安防

智慧用水

智慧家居战略

M-Smart Strategy



2014年，美的集团发布M-Smart智慧家居“1+1+1”战略——“1个智慧管家系统+ 1个M-Smart互动社区+1个M-BOX管理中心”，将基于全球最齐全的产品群优势，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，为消费者提供最全面、最专业的智慧家居体验，正式布局智慧家居领域。

智慧家居整体解决方案

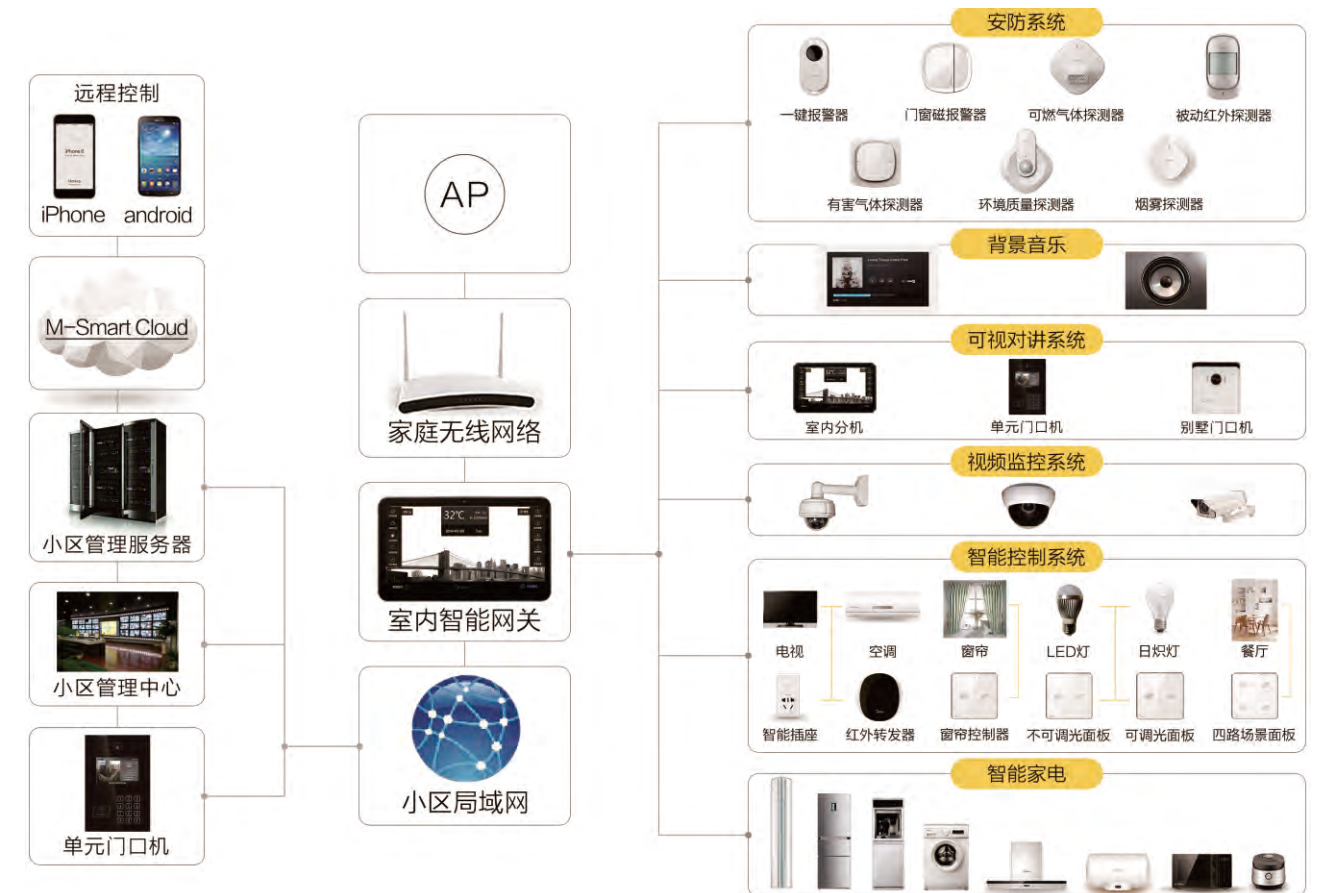
M-Smart Integrated Solution

美的围绕用户需求开发了M-Smart七大智慧生活场景，“晨之美、食有度、居无忧、呼倍畅、享私厨、沐焕新、枕安眠”，依托于“饮食寝具，动静坐卧”的现实需求和潜在需求进行开发。

场景内所有家电产品通过“一键烹饪”、识别技术、控制技术、感应技术、IFTTT 等领先的智能技术取代传统产品功能上的智能化，借助传感器、灯光、窗帘以及各类美的家电产品的



互通互联，数据共享，不仅单品实现智能化，而且做到真正的场景智能化。



美的智慧云 M-Cloud

美的智慧云M-Cloud是美的集团自主研发的智慧物联网平台，旨在通过云计算技术，为庞大的消费者群体、生态链上下游合作伙伴及第三方智慧家电制造厂商提供高效、稳定、智能的物联网云服务，是美的集团+互联网持续创新的战略通道。

目前美的智慧云可提供海量硬件接入、远程升级、人机管理、智能保修、大数据分析等物联网云服务；同时已培育完整的智能云生态，打通第三方物联网平台，支持苏宁云居、京东微联、阿里小智、微信等国内主流智慧家居及社交APP的快速接入。

海量接入能力

提供快速、安全、稳定的接入物联网的一体化解决方案，可容纳千万级的设备接入。

开放平台

通过APP端SDK提供第三方APP接入；通过云对接提供第三方云接入；通过WIFI端SDK或标准通信协议提供设备端接入。

智能报修

只能上报分析家电故障，为用户快速生成报修订单，四线只能提醒和一键报修功能。

智能升级

低于WiFi、蓝牙以及家电固件，平台支持按品类、按时间段、按版本、白名单等策略进行升级。

大数据服务

为接入者提供实时用户、设备及设备状态数据查看分析。支持通过地域、时间、用户属性，行为习惯及收购服务等多维度的数据图表分析智能设备使用及销售情况。

美的盒子 M-Box



搭载云智慧管理系统，智慧家居一步到位

美的盒子内置M-Smart家庭云智慧管理系统，它可以连接所有的智能家电，实现家电间互联互通，通过它也可以识别和管理家庭中所有的美的智能家电，同时它还可作为美的智能家电在家庭的小型服务器，实现家电运行的科学管理，例如，早上主人起床时，它会自动打开家里的窗帘，并告知主人室内外天气情况，同时启动早餐模式，命令厨房家电工作，为主人准备早餐；晚上，主人休息时，它也可以监测到主人所处环境的变化，当温度过低时，它会智能调整房间内空调、风扇等设备的运行状态，为主人提供最适宜的环境。

智能路由+网络电视盒子，智慧体验二合一

美的盒子与市面上常规的智能路由、电视盒子不同的是，它融合了智能路由器、网络电视盒子的所有功能，一方面作为家庭网络管理出口，它可以支持家庭所有智能设备的网络连接，也就是说，家里所有需要联网的设备都可以通过它来接入网络；另一方面，它作为网络电视盒子，在家即可看遍热播大剧、热门综艺、体育赛事、国际大片，广告少、煲剧零压力，体验倍加精彩。

✧ 空气智慧管家

整合空调、电扇以及空气净化器等产品，可将天气、空气等信息提供给用户，同时记忆用户的生活习惯，主动给家庭创造舒适、惬意的空气环境，提供低碳经济生活。

应用实例 用户在办公室开会时，空气管家会随时告诉用户，办公室的内、外温度、湿度，还会提示您，室内PM2.5的情况是否已经超标，随时提示您是否使用除霾模式。点击一下用户界面开启除霾模式，具有除PM2.5功能的柜式空调已经开启，风扇已经打开，窗帘已经关闭，空气净化器正在进行空气除霾。当你开完会回家，当你的车驶入车库的时候，智慧家居管理系统自动检测，请示你是否开启家庭模式。开启家庭模式后，你踏入家门，就可以看到家里的空调已经打开，调成你最喜欢的温度，灯光已经打开，期待主人回家。

☆ 营养智慧管家

智能厨房能够提供时令美食、推荐菜谱、定制食谱等个性化服务，冰箱可识别每份菜单的营养成分，提醒哪些食品即将过期，实现冰箱食品营养管理。

应用实例 打开智慧管家系统，只要输入你的爱好、口味、要求等。假如你喜欢吃辣的，我们的智能管家就可以自动挑选菜谱，所有的菜谱都有详细的教程，并且有标准化的流程。你只需要按一个简单的按键，马上下载到营养管家系统，设备自动根据菜谱自动运行。冰箱收到菜谱指令以后，它会自动察看食材是否足够，如果牛肉没有了，它会提醒你到网上商城买一份新鲜的牛肉。当你把牛肉买回来，所有的设备都在运行，把牛肉放进微波炉，微波炉会自动检测重量和新鲜程度，按照下载的菜谱自动运转。

◆ 水健康智慧管家

提供智慧型饮用水及生活用水管理，如净水器更换滤芯提醒，饮水机、热水器等也将实现更智能的温度调节，能够根据不同人群设置个性化的水健康管理应用。

应用实例 水健康智慧管家会通过传感系统，检测自来水的水质，根据水质状态设定净水的工作模式。通过学习用户的生活习惯，根据需求提供温度合适的饮用水。如果设备出现故障，不能让水质达标的时候，它可以给你一个直观的提醒，甚至可以和售后系统自动连接，为你提供健康的服务，让你的生活更加便捷舒适。

智能热水器会知道你每天的洗澡时间，它会自动根据你的生活习惯，在最佳的时刻为你备好热水，而不会让热水24小时保温，浪费能源。它还会根据用户的特征，自动调配出适合的水温，大大增加生活的便捷性。

⊙ 能源安防智慧管家

通过中央空调和照明系统等智能化解决方案，帮助实现经济节能、安全舒适和便利快捷的能源服务。

应用实例 在能源安防管家中，你可以用手机、PAD等关闭各类家用电器，不需要到处寻找摇控器，非常方便。如果你嫌操作麻烦，智能管家有一个更便捷的功能，它有自学习的功能，它可以学习您的生活习惯、操作习惯，把这些习惯都记录下来。当您离开家去上班的时候，或者出远门的时候，智能管家系统会检测到你已经离开，能源安防系统自动把所有的家电关闭，或者进入节能待机的模式。

<p>儿童空调</p>  <ul style="list-style-type: none">• 核心卖点 防小孩踢被子防感冒• 智能化功能 电量管理 管家系统 智能检测 人体感应	<p>空气净化器</p>  <ul style="list-style-type: none">• 核心卖点 物联网控制 预警开启 滤网脏堵检测• 智能化功能 预警开启 管家系统 滤网脏堵 智能体检	<p>蓝牙音乐热水器</p>  <ul style="list-style-type: none">• 核心卖点 恒温速热+发烧印制 JBL品牌授权专业音箱 极致体验• 智能化功能 蓝牙一键接听 浴室厨房及时通话	<p>智能洗衣机</p>  <ul style="list-style-type: none">• 核心卖点 WIFI物联操作 滚筒水魔方水流科技 智能精准自动投放• 智能化功能 智能洗衣专家 水量电量统计 故障信息报送	<p>静净M2净水机</p>  <ul style="list-style-type: none">• 核心卖点 5重过滤 无需安装• 智能化功能 微信控制 一键查询水质 滤芯提前预警 一键购买	<p>鼎釜电饭煲</p>  <ul style="list-style-type: none">• 核心卖点 鼎釜IH（多段）钛金釜内胆 喷香补炊• 智能化功能 一键记忆 智能化菜谱 一键购米 早安早餐	<p>双门智能冰箱</p>  <ul style="list-style-type: none">• 核心卖点 制冷快、不串味 独立控温抽屉 除菌净味二合一• 智能化功能 语音录入食材，掌控保鲜状态； 营养精准分析，食谱海量推荐，故障自动报修	<p>智能电压力锅</p>  <ul style="list-style-type: none">• 核心卖点 WIFI智能物联 浓香烹饪• 智能化功能 智能菜谱 浓香烹饪 早安早餐
--	---	--	--	---	---	---	---

智慧家居系统平台 M-Smart Platform

继M-Smart智慧家居战略发布后，美的不断突破智慧家居落地瓶颈。

在内部，完成M-Smart平台搭建、系统架构进一步完善、智能化成本降低以及各品类产品全面上市；在外部，与苹果Homekit、Allseen、Thread、Wi-Fi、Zigbee联盟等国际主流IOT协议建立对接，并与京东、阿里、苏宁、小米、微信等多个平台实现系统云平台及底层协议的对接，日前携手科大讯飞，深究语音交互、人工智能相关技术在家电领域的交互应用，为美的智能产品体验提升及M-Smart平台扩展奠定扎实基础。

美的智慧家居系统，采取类似Android开放平台的设计思想，只搭建及封装平台的底层能力，应用层及交互界面，交由创客及开发者自由开发；同时，通过开放接口(API)，将各个智能家居平台、云服务平台的能力开放给第三方开发商/开发者，将更多的产业链中的合作企业聚集到平台中，将线上线下的资源进行整合。

牵手科大讯飞，打造智能语音解决方案

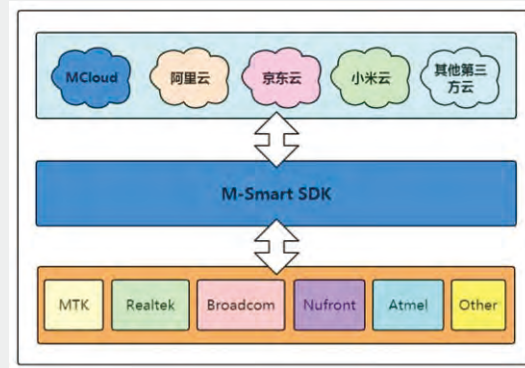
美的与科大讯飞签署战略合作协议，协议包括在智能家电、智慧家居、机器人、售后服务及云平台、大数据分析等业务领域展开战略合作。合作范畴涵盖技术、产品、工程、服务、平台等多个维度，双方围绕智能家电、机器人研究领域已达成多个项目合作。一方面，双方将在技术、产品、品牌领域协作共享，共同打造家电智能语音整体解决方

案项目，推动智能语音技术、人工智能技术在家电领域的技术创新与应用。例如智能语音APP、语音交互入口（硬件及软件）、创新项目语音技术应用等。另一方面，双方还将针对机器人产品的智能交互展开深度合作，双方在麦克风阵列、语音合成、语音识别、声纹应用、语义理解及其他相关技术上进行项目合作，开展相关的产品设计、技术研发等工作，共同打造机器人的智能语音交互方案。

美的M-Smart SDK对外开放

美的智慧家居研究院对外发布了M-Smart SDK，对通信模块资源进行统一与整合，给事业部提供了一套完整的Wi-Fi模块软硬件开发平台，方便事业部快速实现产品智能化。

M-Smart SDK是沟通底层芯片硬件与云平台之间的桥梁。M-Smart SDK完美地实现了“多对多”方案，极大地丰富了家电厂商对于云平台、Wi-Fi芯片的可选择性。



除了美的旗下事业部，研究院还会将M-Smart SDK对外开放，吸引第三方家电厂商和第三方开发合作商进来，齐力丰富M-Smart SDK的生态圈。

加入ZigBee联盟，发展更高效的智慧家居

ZigBee联盟是当前国际上具影响力的物联网标准组织之一，联盟定位于物联网时代的技术推动者，目前全球成员已达450家，产品覆盖消费电子、能源、家居自动化、医疗、电信等多个领域。ZigBee标准作为物联网领域应用较为广泛的标准，近几年其ZLL、ZHA标准已得到了智能家居企业的广泛应用。

2016年初美的成为ZigBee联盟全球会员。迄今，美的已与HomeKit、AllSeen、Thread、HiLink等国际主流IOT协议全面建立对接。

美的加入ZigBee联盟，将基于协议对接，可以实现低功耗、Mesh组网的非家电类产品接入美的M-Smart系统，为美的更高效地打造智慧家居系统全套解决方案提供助力。



联合多方打造智慧家居“安全防护网”

为打造智慧家居系统安全，为用户提供360°安全保障的智能产品，美的与北京邮电大学、腾讯、梆梆安全等多家单位展开合作，将从芯片、协议、操作系统、APP、云端等多维度发力研究，全方位构建美的智能家电安全体系。

就智能家电而言，如没有全面的安全防护，智能家电设备将有可能遭受协议数据窃取、逻辑错误、信道设计原则错误、边界错误、输入检查错误、物理攻击等危险。

第三章

每一天，都是美的



社会慈善、环境友好
与员工关怀

截止2015年，美的集团已向社会累计捐赠超过数亿元，涵盖赈灾救灾、抗击非典、社会主义新农村建设、医疗服务、文体民生、社会福利等各项公益事业，积极为和谐社会建设发挥自身的作用。

社会慈善 Social Charity

美的支持北滘慈善捐赠千万善款



2015年1月，在顺德北滘，美的集团支持北滘慈善捐赠千万善款仪式举行。这是美的集团连续第6年一次性大额捐款支持总部所在地北滘慈善事业发展，为实现“智造北滘、魅力小城”助力。到2015年止，美的集团已向社会各界累计捐赠超过数亿元，涵盖赈灾救灾、抗击非典、医疗服务、文体民生、社会福利等各项公益事业等。

“以爱为源，一路向北”公益活动

用脚步丈量生命经纬，用心跳触摸南北温度。“以爱为源，一路向北”美的取暖器公益爱心之旅穿过了重庆、长沙、武汉、杭州、南京，将温暖送给需要爱心的家庭及个人，向他们赠送美的取暖器。



为先天性心脏病患儿提供手术费用捐助



美的携手爱佑慈善基金会，为先天性心脏病患儿提供手术费用捐助。图为12月11日，由爱佑慈善基金会发起“益+伙伴跨界行”来到美的总部。爱佑益+伙伴们参观美的产品展示厅，看pm2.5净化演示，听美的品牌与营销的分享。

“鼎釜”电饭煲助力“免费午餐”



5月21日，美的“鼎釜”宣布将为免费午餐学校捐献大升数电饭煲。同时“鼎釜”均将参与到免费午餐基金中，消费者每购买一台“鼎釜”，就会为“免费午餐”捐出20元人民币，购买一台“鼎釜”相当于为一个孩子解决一周的免费午餐。7月10日，美的还邀请了新鲜出炉的高考状元，携免费午餐与山区孩童们分享经验，讲述梦想。

美的净水圆贫困地区儿童一杯净水的梦想

2015年11月9日，美的净水器携手慧聪净水网走进河南省沈丘县胡庄村进行净水设备捐赠，开展“以爱净水”公益活动，为学校捐赠了净水设备，用于改善学生的生活条件，保障师生饮水安全。自从学校安装上净水设备后，一到下课时间，饮水平台总是围着一大群天真可爱的小朋友们在接水，孩子们纯真无邪的笑容与美的直净水设备融合成学校的一道亮丽风景线。



美的中央空调援藏贫困学生

6月26日，美的中央空调自发组织了以“捐助，让世界温馨”为主题的爱心捐赠活动，为西藏日喀则地区昂仁县的贫困家庭和贫困学生献出一份暖暖的爱意。在短短的十天时间内，共募集到20箱捐赠物资：其中18箱秋冬衣物，共计秋冬衣物近千件，2箱学文体学习用品。



美的商用净水给军垦农场的孩子送去干净水



湖北省黄石市境内的阳新军垦农场高速发展的同时环境污染日益严重，军垦农场提出，让孩子们喝到干净卫生的饮用水。美的商用净水团队通过大量的实地走访，安装环境勘测，成本测算后，推出了直饮水改造方案。在众多同类产品中以质量最优、服务最好、配置最高脱颖而出，受到当地教育机构和校方的高度赞誉。

一万台美的电磁炉代表中国倾情援助尼泊尔

为进一步帮助尼泊尔政府缓解燃油危机，协助解决百姓实际生活困难，中国商务部将向尼方提供10000台电磁炉。该项目经过竞标，通过“一线品牌（知名度）、民族品牌（代表中国）、产品品质过硬（品质保证）”等维度最终选出美的作为援助项目的中标企业。



美的助力埃及开斋节免费提供开斋饭

埃及中国商会、埃及华人石材协会、埃及中华总会等华人社团，在斋月期间联合举办“华人社团慈善月”活动，美的开利埃及分公司积极响应。根据宗教习俗，采用开斋饭和斋月礼盒相结合的方式，每天晚上向斋棚附近平民免费提供开斋饭，同时向特定贫困百姓发放共计1500份斋月礼盒。



环境友好

Environmentally Friendly

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。

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。



作为创新性研发机构，美的中央研究院坚持对研发技术、管理创新的探索，紧紧围绕“低碳、节能、绿色、环保、智能”为发展主题，通过科技创新打造现代制造业研发体系，开发高效、高技术、高附加值的战略性产品，推动整个行业的健康发展。

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。

据中怡康预测，APF产品将成为2016年空调中的绝对主流，APF一二级能效市场容量将会继续扩大，从718万台增长到1232万台，同比增长71.6%。

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

每个人心中都有一抹独特的星空情怀，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美的空调携手世界自然基金会（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，绝不仅限于追求经济利益，更是美的对地球的责任。美的空调一直在引领中国空调行业的节能进步，美的空调期待将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 卢思骋

本土环境问题与全球气候问题交织在一起，解决需要大气和大智慧，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/>

清洁生产 Cleaner Production

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。

食品安全 Food Safety

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

“伊士曼化工特种塑料事业部全球销售总监Randy Beavers表示，他十分看好此次合作，两家公司在企业价值观和社会责任感上非常相似，这也是为什么伊士曼在中国选择美的作为电动类小家电唯一品牌授权使用商的原因。”

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症的物质。

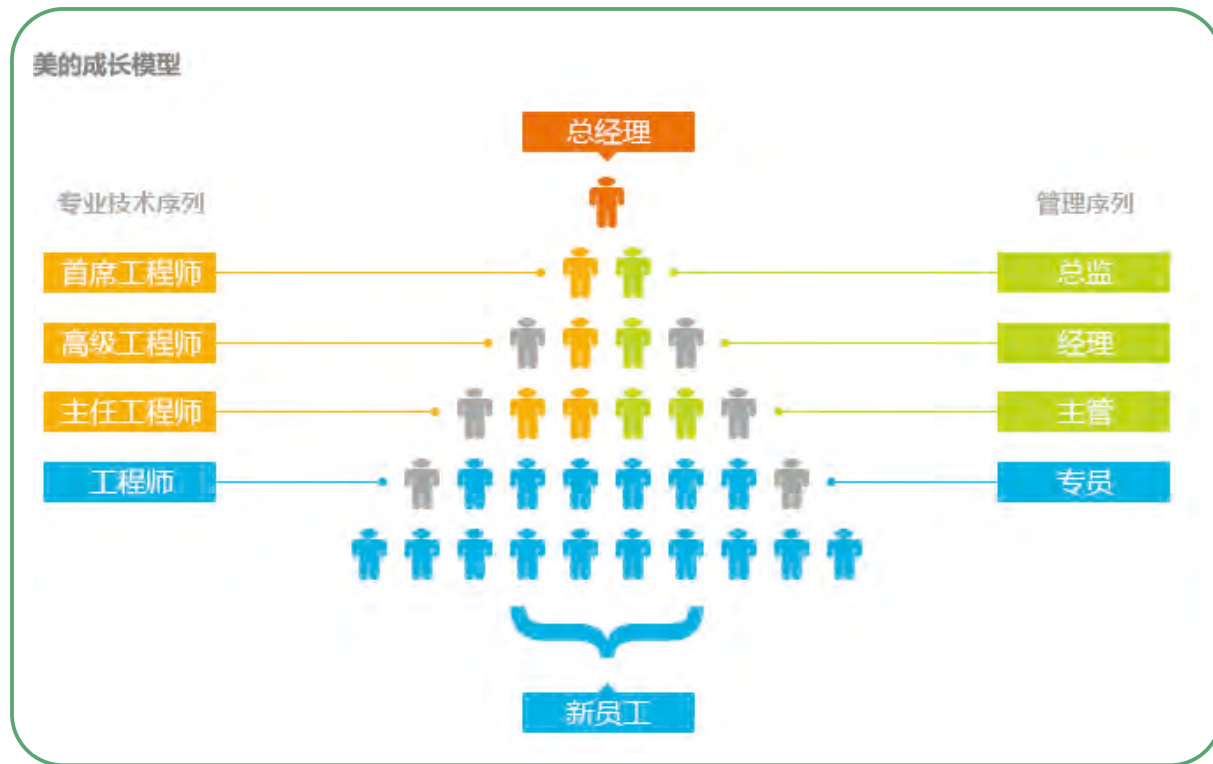
人才培养

Talent Training

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。

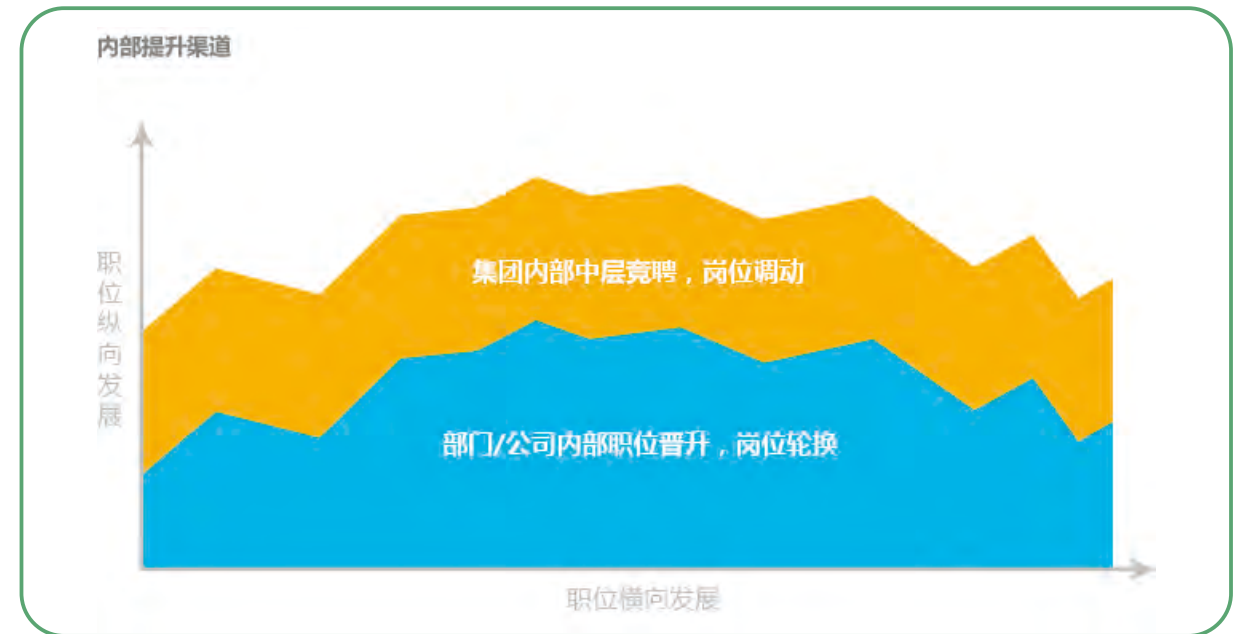
美的致力于成为员工“最佳雇主”，搭建开放的用人机制，打造企业吸引和保留人才的竞争优势。在人才招聘与使用方面，打破“地缘、血缘、亲缘”，广纳人才，按照“能者上、庸者下”的原则，通过公开竞聘、贯彻以目标责任制为核心的绩效考核评价体系，营造“公开、公正、公平”的用人环境，让优秀人才脱颖而出，让各类人才各尽所能。



“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。

2015年，公司内部培训人员达1,389,465人次，其中管理人员155,173人次，技术及营销类人员148,242人次，操作类人员1,086,049人次，主要培训工作：

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87个，培养后备管理干部2620人。

关键技术工人及基层班组长训练

推动关键技术工人及基层班组长训练，累计训练时间2,968,572小时。

中高层人才持续学习

中高层外出标杆学习累计共16次，累计227人次参加，共计18,160人时；中层领导力课程授课48次，参与人次1190人，共计授课19,040人时；高层领导力课程授课7次共计11天，193人次，共计授课1,544人时；高管互联网思维课程班学习累计4,224人时，涉及主题包括领导力、互联网转型、工业4.0等。

内部培训机制

内部讲师分享

推动组织学习氛围建设，培养内部讲师1,760人，年度授课10,560小时，累计开发课程2,839门。其中高层分享85场，参与人次达15,000人次，30,000人时，资深员工分享240场，累计240,000人时。

Pc端和移动端学习平台

在搭建PC端E-learning学习平台基础上，新建移动端美课学习平台，成为业务单位日常培训的重要支撑手段，在线培训覆盖面扩大至全集团MP类人员，公司全年共计27.9万人次学习。其中手机移动端美课学习平台有效学习人次达17.8万，PC端E-learning学习平台有效学习人次达12.1万。

薪酬体系 Compensation Structure

固定工资

公司根据员工的工作职责提供业内富有竞争力的固定工资，并且每年均会对绩效表现持续优秀的员工保持薪酬增长计划。

浮动工资

年度结束后，公司会根据员工绩效表现与公司业绩，为基层员工发放年终奖励。年终奖励体现员工绩效和贡献，保证薪酬激励的绩效导向。

绩效奖金

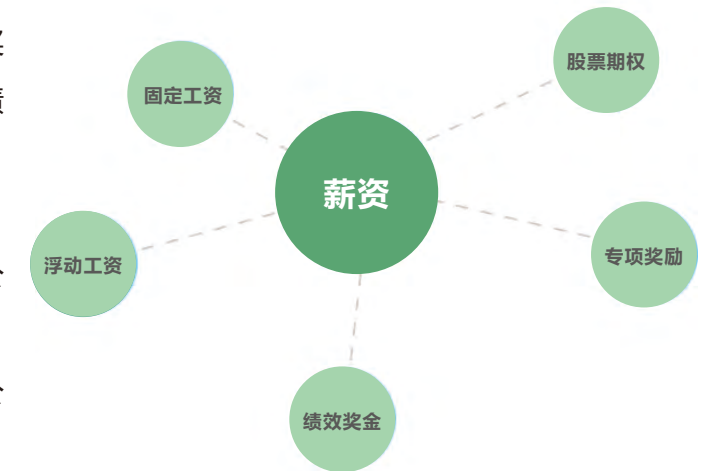
年度结束后，公司会根据员工绩效表现与公司业绩，为中高层员工提供年度绩效奖金。绩效奖金根据员工绩效和贡献，保证分享公司成长和薪酬激励的绩效导向。

专项奖励

对于在年度内表现优秀的员工和工作团队，公司还提供各项专项奖励，以体现对优秀员工、工作团队的即时认可和奖励。

股票期权

美的为有志于在公司长期发展、且绩效表现持续优秀的骨干员工提供公司股票期权，旨在让员工能分享公司业务增长，使员工个人利益与公司发展的长远利益紧密结合在一起。



员工关怀 Employee Caring

员工健康人生

美的希望每一位员工拥有健康的身体和充沛的精力，为此公司为员工提供更多的福利计划以实现工作生活的平衡。这些福利计划包括：两年一次的健康检查、公司免费医疗、免费的体育运动场馆及设施等。

员工保障计划

公司为员工提供完善的保障计划，包括国家规定的养老保险、医疗保险、工伤保险、失业保险、生育保险，同时还提供最高保额20万元的人身意外伤害保险/寿险及公司内部重大疾病互助基金。

员工弹性福利计划

公司通过弹性福利计划，以福利积分的形式为员工提供年度旅游、购车购房补贴、交通补贴、租房补贴、膳食补贴、节日慰问金、集体婚礼、住房公积金等福利，并由员工自主进行选择，个性化定制。

员工带薪休假计划

公司为员工提供除法律规定的公休假日及婚假、产假等法定休假外，在每年八月为员工提供10天带薪休假。

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，2014年美的员工扶助基金提高了扶助额度，加大扶助力度。建立扶助基金资源长期运营机制，每年按扶助基金总资源8%预算发放额度。同时，下放了审批权限，精简审批流程，5万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24届举办大型集体婚礼，提升员工的幸福指数。2015年12月26日，美的第24届集体婚礼在美的君兰会举行，共有28对新人喜结良缘。本届婚礼不仅传承了集体婚礼仪式、亲朋婚宴赠送等传统节目，更有花样翻新，美的新人们利用6款家电产品拍摄了趣味的“今天我为产品代言”的系列大片。



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。



第四章

新常态下的企业责任



科技创新、智能制造 与传统企业转型

2015年，全球制造业都面临新挑战，过去中国崛起的驱动力——要素驱动与投资驱动的增长模式，迫切需要破局，创新驱动力从何而来？美的作为“中国智造”的一个领先样本，如何成功转型升级，站在未来的制高点去规划未来？

科技创新

Technological Innovation

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。过去三年，公司参与了5项国际标准、112项国家标准/行业标准的制定。在研发核心技术的同时，美的注重研发成果的转化，以用户需求为核心，率先研发推出的“一晚低至一度电”、高效制冷、制热及儿童空调等系列空调产品、“智能精准投放”洗干一体机、“蒸立方”系列微波炉、IH智能煲、高温蒸汽洗油烟机、活水热水器、智能净水器等一系列创新产品，受到了市场的高度认可。

核心技术一：直流变频技术

应用：“一晚低至1度电”系列

- ◆ 0.1hz超低频率运行
- ◆ ± 0.1 度恒温精控
- ◆ 0.1W超低耗电待机

核心技术二：全降膜蒸发技术

应用：超高效离心机

- ◆ 全球首创全降膜蒸发技术
- ◆ 采用航天气动技术，机组能效高达7.11，居行业最高水平

核心技术六：蒸汽技术

应用：“蒸立方”系列微波炉

- ◆ 与电子科大合作10年，行业首推蒸汽系列
- ◆ 350度高温蒸气，模拟石窑内烧

应用：高温蒸汽洗油烟机

- ◆ 拓展“蒸”技术，打破市场油烟机清洁理念

核心技术五：智能控制技术

应用：i-智能滚筒水魔方

- ◆ 采用iADD技术，根据衣服的多少自动投放洗涤剂。
- ◆ 可实现手机智能远程遥控

核心技术三：低温强热技术

应用：高效低温强热商用多联机

- ◆ 国内直流变频率先使用喷气增焓技术，-15度制热无衰减
- ◆ 经济器使过热度提升，提升换热效率，IPLV高达8.1，行业最高
- ◆ 宽频10~160Hz直流变频技术行业领先

核心技术四：涡轮动力技术

应用：IH智能电饭煲

- ◆ 美的首创的“涡轮动力技术”在内的11项发明专利
- ◆ 大火力均匀加热煮饭过程中持续沸腾，确保煮饭更快，更香甜

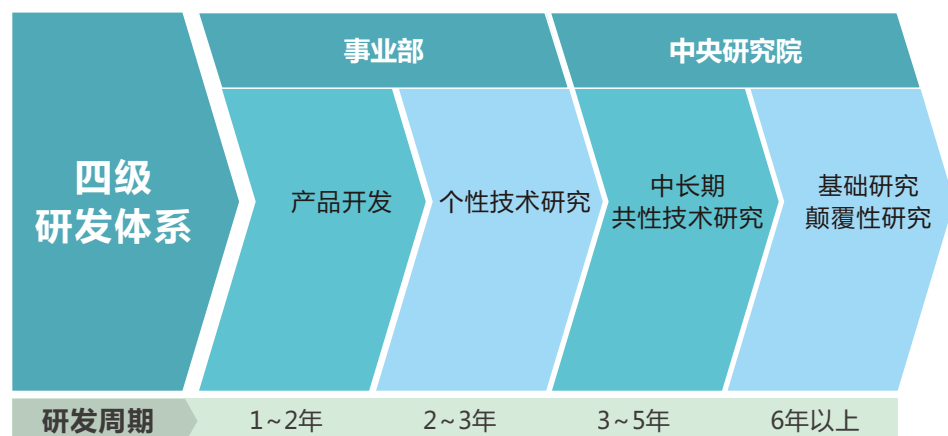


四级研发体系 4-Tier System for R&D

公司已投资启动全球创新中心项目，整合全球研发创新资源，已在美国、德国、新加坡、韩国、日本、意大利建立研发中心，开展针对国际市场需求的研究工作；公司保持与清华、浙大、美国MIT, UCB, Stanford在内的30多个国内外科研机构的紧密合作，通过引进外部团队进行产业孵化，进一步提升美的研发实力。

公司坚持高端领军技术人才引进，目前美的集团研发人员近7000人，硕博以上占比超20%，研发人员数逐年提升10%。据预计，2017年，研发人员将超过万人，外籍专家200人，硕博以上占比30%。

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年以上的基础演技、颠覆性研究，事业部定位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。



研发人员近
7000人

硕博以上占比
20%

第二十届科技月 the 20th Month of Science and Technology

产品用户颠覆创新

2015年9-11月为美的集团第二十届科技月，主题为“产品用户颠覆创新”，活动涵盖研发、品质、制造等各方面。本届科技月整体设置奖项17类，奖励总额突破1635万元，较上届增加超过10%。

总奖励金额持续增加，高达1635万

美的集团不断加大科技的激励投入，对本届科技月整体设置奖项17类，奖励总额高达1635万元，较上届预算增加超过10%。

新增用户体验大奖

互联时代，为最大限度挖掘并满足用户需求，围绕产品生命的全流程，围绕产品与用户的每个接触点，开展线上线下全方位的用户体验，并形成全员参与，随时随地关注并改善提升产品的文化，本届科技月特新增设置金银铜奖，分别奖励15/10/5万元，表彰在用户体验方面开展先进的单位。

新增消费者研究大奖

产品企划成功率的高低，很重要的信息因素来源于消费者研究的深入度，即从消费者中来到消费者中去。为提升产品企划成功率，鼓励各经营单位深入全面开展消费者研究，集团特新增奖项，奖励真正开发出满足消费者需求并超越消费者期望的单位。

研究创新奖整体奖励较上届增加78%

2015年科技月，集团将持续鼓励基础研究和核心技术研究，从组织、人员、项目、投入上强化研究及成果转化，包括各单位新增开展的第二跑道的项目研究创新。

设置奖项
17类

总奖励金额
高达
1635万

研究创新奖较
往届增加
78%

专利技术

Patented Technology

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，截至2015年，公司累计总授权专利达 21,581件，2015年公司专利申请总量达 10,523件，其中发明专利申请量 4,205件。在第十七届中国专利奖评选中，美的集团获中国专利优秀奖12项，其中7项发明专利，1项实用新型专利，4项外观设计专利。

六个项目获得2015中国家电科技进步奖

美的集团凭借雄厚的技术实力、智能产品方面的技术创新，“洗衣机动力学平台优化设计技术创新及应用”与“空调智能化关键技术的研究与产业化”两个项目获2015中国家电科技进步奖一等奖；同时，“智能感知安控技术在高效节能燃气灶上的研究与应用”项目获2015中国家电科技进步奖二等奖；“变频空调器超高温制冷关键技术研究及应用”、“厨房电器智能传感与控制系统的研究与应用”、“洗衣机智能感知技术创新及应用”三个项目获2015中国家电科技进步奖三等奖。

三个项目入选2015年度国家火炬计划

12月18日，国家科技部公布2015年度国家星火计划、火炬计划项目，美的申报的“变频空调器超高温制冷关键技术研究及应用”项目，“家用变频电源微波炉关键技术研究及产业化”项目和“高效率磁控管关键技术研究及产业化”项目成功入选2015年度国家火炬计划。

火炬计划项目是以国内外市场需求为导向，以国家、地方和行业的科技攻关计划、最新技术研究开发计划成果以及其它科研成果为依托，以发展高新技术产品、形成产业为目标，择优评选并组织实施的高科技产业化项目。



累计授权专利

21581件



2015中国专利
优秀奖

12项



2015中国家电
科技进步奖

6项



入选2015年度
国家火炬计划

3项

获得多项全球顶尖工业设计大奖

Industrial Design

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。

2015年美的多个品类产品获得德国IF奖、德国红点奖、日本G-Mark奖、美国IDEA奖等全球顶尖工业设计大奖。其中，优泉空气能热水器包揽IF、红点、G-Mark三项设计大奖；双胆热水器F50LW-A获美国IDEA设计金奖。



智能制造

Intelligent Manufacturing

2015年8月5日，美的与安川合资，战略性进军机器人产业，加速转型智能硬件公司。双方共同组建服务机器人和产业机器人两个合资公司。服务机器人代替家务劳动、养老助老的福利；产业机器人将进入生产线上，提高工厂效率。同时公司参股安徽埃夫特智能装备有限公司17.8%股权，增持德国KUKA股份，积极布局机器人新产业，打造第二跑道。

在移动互联的新时代，人工智能、智能工厂、智能制造是美的作出的战略选择。

“物联网+工业机器人”成就美的精度

美的使用机器人的渊源始自2003年，美的从日本三洋集团引进微波炉生产线，机器人作为生产线的标配被引入，第一批进入美的集团的机器人，解决了微波炉磁控管生产中的品质稳定性的问题。

2014年底美的完成了引入800台机器人的机器人换人计划，机器人和企业的物联网联通后，企业的管理方式由以往发现错误后纠错，转变成为管理和生产同步运行。

看上去对生产的监控管理只是向前迈出了一小步，可正是由于这种改变，企业生产的精度大幅提高，废品率几乎可以忽略不计。

不只是随时监控各个岗位的生产情况，在物

联网把各个工序的机器人联通以后，原来完成单一程序的机器人可以执行更为复杂的指令，这也让以往劳动密集型的家电行业出现了“无人车间”。

在这种无人车间的概念下，生产命令和原料从工厂一端输进，经过产品设计、工艺设计、生产加工和检验包装，最后从工厂另一端输出产品。所有工作都由计算机控制的机器人、数控机床、无人运输小车和自动化仓库来实现，人不直接参加工作。物联网+工业机器人的模式甚至从生产环节影响到了市场环节，客户可以通过互联网直接对生产线发送指令。

“智慧家居+智能制造”的“双智”战略

美的集团目前已经使用了800台机器人，未来两年预计每年会有500台新增机器人投入使用，两年后保有量计划为1800台，更长期的规划是达到上万台。美的机器人产业的重要目标，是推行“智慧家居+智能制造”的“双智”战略。

美的将服务机器人的重点放在了与中国老龄化相关的服务市场，“当下中国老龄化正处在加速的过程当中，我们认为与康复、医疗、福利、护理相关的机器人市场，将来会有一个非常大的前景。美的与安川的合作，将充分利用各自的技术积累研发推广辅助人类的助老助残、康复护理机器人，走‘先商用后民用’道路。

而在工业机器人领域，美的和安川也分别找到了双方合作的基点，“作为国际四大机器人公司之一，安川在工业机器人领域积累了丰富的技术，尤其是在应用于汽车领域的工业机器人市场处于领先地位，但急需拓展汽车领域以外的应用市场。由此，美的将为安川的技术在3C制造领域的拓展提供丰富的应用场景，共同研发和拓展工业市场。”

工业4.0中的中国力量

路透社、华盛顿商业周刊、雅虎德国等一众西方媒体纷纷将目光投向美的，称“美的中央空调已进入全自动化生产阶段，成为全球工业4.0浪潮中迅速崛起的中国力量”。

中国是全球家电的制造中心，而美的是中国最大的三家家电企业之一。美的被公认为是中国制造高端化转型的样本企业。

2015年美的与几大国际企业在中央空调领域的合作引发国际关注。3月23日，美的中央空调与美国开利、重庆机电联合召开发布会，宣布成立合资公司；3月31日，美的中央空调与德国博世成立合资公司；4月3日，美的中央空调宣布与日本希克斯成立合资公司。

效率提升

Efficiency Improvement

安得物流：端到端配送平台，为公司和客户创造价值

为适应互联网时代快速变化的市场环境，提升全价值链的竞争力，2015年美的集团启动大物流平台建设。大物流是指涵盖线上、线下、国内、海外的端到端全方位物流解决方案。旨在链接制造端、市场端，通过价值链整合，打造路径短、低成本、高效率的物流配送体系，为集团和客户创造价值。

对公司的价值

- ◆ 辐射100/200公里、时效24/48小时、覆盖95%销量
- ◆ 减少环节，干线运输节约2亿
- ◆ 准确掌握渠道库存数据、状态

对客户价值

- ◆ 具备全方位物流服务能力，一站式解决客户需求
- ◆ 配送时效和服务质量提升
- ◆ 物流全程系统化、可视化

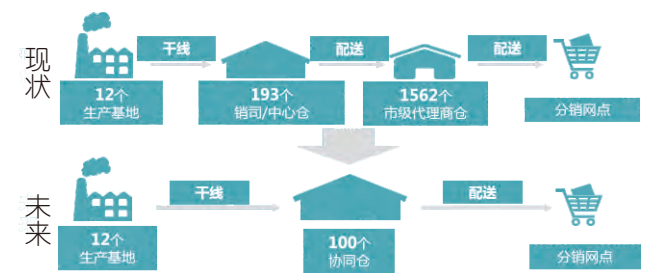
为价值链年节约成本在2亿元以上

作为大物流平台的推进主体，安得物流通过对全集团全品类渠道物流大数据的分析，运用科学的建模工具，确定了面向未来的全国大物流平台仓储物流布局，实现未来覆盖全国90%以上销量地区的24小时配送圈，初步估算为价值链年节约成本在2亿元以上。



在传统的流通通路中，美的的产品先到代理商仓库再到终端上然后再配送至用户手里。通过互联网化的大物流改造之后，美的产品从工厂出来直接可到终端，而且安得还负责了电商销售的产品配送。这一改造至少有三大作用，一是缩短了流通通路，降低了渠道成本，可以让美的尽可能兼顾用户利益；二是缩短了与用户之间的距离，让美的可以

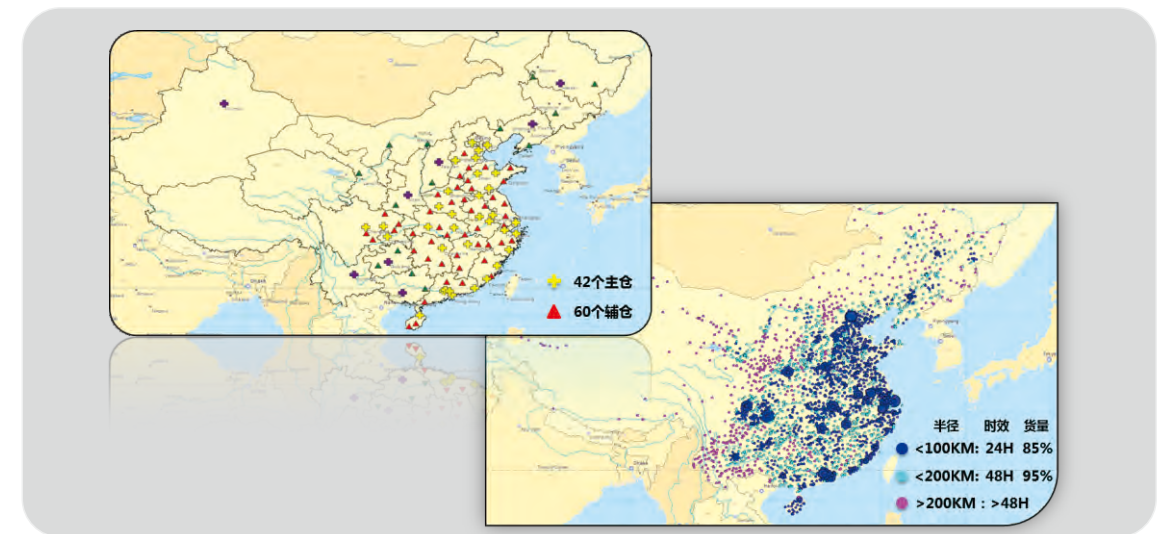
最短通路地保持与用户连接；三是为后期全国性的O2O做铺垫和准备。



2016年将实现大物流平台的全国布局

2015年2月6日，安得物流启动广州渠道物流改造试点项目，为全国项目推广积累经验。在总结广州大物流试点项目的基础上，广东、湖北、安徽、河南、山东、浙江的渠道物流改造项目先后启动，预计2016年实现大物流平台的全国布局。

届时，美的集团将全面打通端到端价值链，实现全过程透视；打通事业部与经销商的信息渠道，实现生产、库存、物流、销售数据的交互与集成管控；打通集团内外、线上线下，实现线上、线下仓库共享、运力共享、信息共享。



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。美的集团搭建专业化的电商平台，开设天猫美的官方旗舰店和细分品类旗舰店，启动美的官方商城运营，推动电商业务全渠道战略部署。

2015年继续深化与淘宝系和京东等平台的战略合作，各线上美的官方旗舰店运营效果凸显，全年电商全网零售额达160亿元，在家电行业中排名第1，其中单品类市场排名第一的达11个；推动美的官方线上商城正式投入运营，统一内部运营、用户、订单和数据，面向用户交互方式的O2O平台初步搭建完成，15年接入线下经销商近百家，拓展线上分销员10万人，日均订单数超过600单，会员数量突破1000万；渠道合作方面，电商与京东、天猫、苏宁易购等各大平台的战略合作进一步深化，直营业务稳步拓展、运营效率快速提升。

2015线上零售

160亿

市场排名第一的品类

11个

会员数量突破

1000万

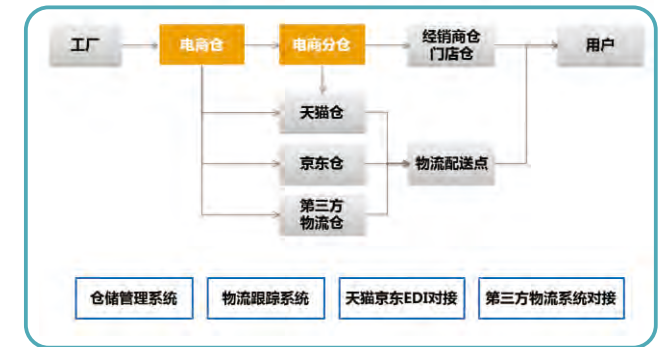
用户需求反馈驱动产品策划与研发

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。



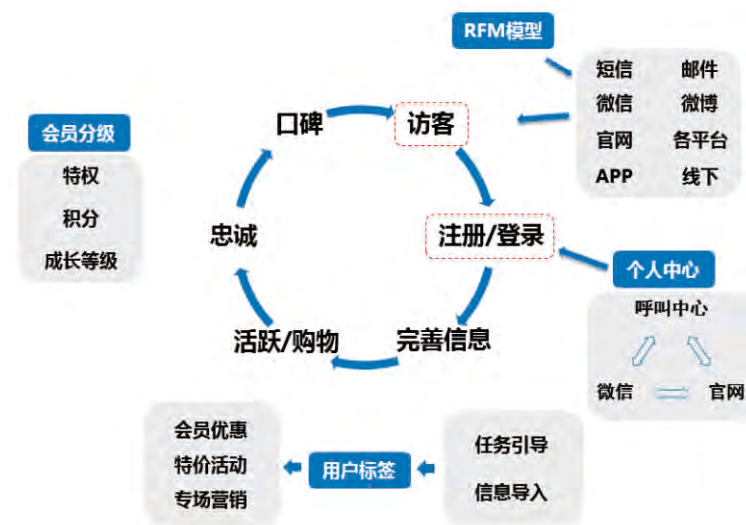
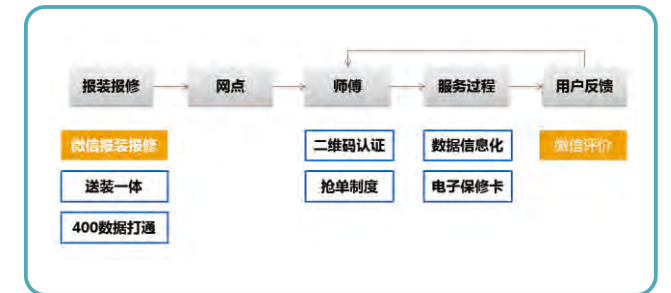
供应链协同，打通仓储信息流

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。销售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。



组织再造

Organization Reengineering

顺应互联网时代的发展趋势，2015年美的发布集团范围内的组织再造工作。美的集团以“用户、产品、一线”为中心，用互联网的思维、理念、方法和工具重构组织结构、运作机制与流程，推动企业再造系统工程。



- 1** 开展《团队再造互联思维系列学习》，5个月举办4期，先后围绕大数据、新商业模式、传统企业互联网转型、社会化新营销、组织能力建设、智能制造4.0等主题，组织9次系列学习活动，邀请15位企业新秀、行业大咖、标杆高管团队深入美的进行交流探讨；
- 2** 标杆学习：通过跨界企业参访，微淘国际化运作、互联网实践、扁平化运营、产品经理及爆品迭代开发、游戏化管理、中国制造2025等主题，选择了华为、腾讯、百度、小米、科大讯飞等16家标杆企业学习，协助管理团队拓展视野、跨界思考；
- 3** 在下半年美的学院TCG的学习主题上，邀请各业务单位高层围绕组织及业务转型，进行务实的分享，总结转型经验，实现跨事业部、跨平台、跨职群的分享及互相启发借鉴；
(注：T：transform深化转型；C：change勇于改变；G：growth重新增长)
- 4** 在今年已启动的2个管理远航、1个营销远航、并计划在1月份启动的领航项目，以及对各单位的启航指引中，均按学用结合，边学习边实战，从组织再造中萃取痛点，围绕痛点做真实复盘及反思；
- 5** 通过E-learning在线学习平台，推广组织再造理念；
- 6** 集团人力资源专门精心制作“组织再造”动画微课，通过美的学院公众号投放，清晰介绍了美的组织再造的工作及内容。

第五章

民族企业的发展

公司治理、品牌价值 与国际化战略

从2011年以来，美的集团就开始推动战略转型，2015年的成绩单已经说明一切，而开年广告大片《365天，每一天都是美的一天》则进一步昭示着其战略转型的步伐在进一步加快，并步入深水区：从做好产品到做“好产品”的转化，逐步向好产品第二层次“超出用户预期的产品”，和第三个层次“让用户感到骄傲的产品迈进”，强化产品带给用户的体验感知和情感、价值诉求的沟通，强化品牌转型在战略转型中的力量，推动战略转型持续升级。

公司治理

Corporate Governance

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。

董事会现行11名，有3名外部董事，4名独立董事，1名职工代表监事，专业委员会的半数以上董事为外部董事，审计委员会和薪酬考核委员会会长由独立董事担任。

修订和完善公司制度，提升治理水平。2015年度公司召开董事会11次、监事会会议9次，股东大会4次，确保重大决策等行为合法、合规、真实、有效。

2015年获《21世纪经济报道》评选的“2015年上市公司卓越董事会（主板）”、和讯网“最具投资价值上市公司”、《中国证券报》“2014年度金牛上市公司百强-57位”、《证券时报》“2014中国主板上市公司价值百强前十强”“2014中国主板上市公司十佳管理团队”。

职业经理人机制

公司关注治理架构、企业管控、三权分立和集权、分权体系的建设，公司已形成了成熟的职业经理人管理体制，公司事业部制运作多年，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，在美的各单位工作超过15余年，具备丰富的行业经验和管理经验，对全球及中国家电产业的理解非常深刻，对产业运营环境及企业运营管理的有精准的把握，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。



股权激励长效机制

面向中高层及核心业务骨干已推出三期股权激励计划，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，推出两期美的集团“合伙人”持股计划，推动“经理人”向“合伙人”的身份转变，并以购买股票额度分配与业绩挂钩、权益分期归属并延长锁定的方式，激励管理层与公司长期价值成长的责任绑定。“合伙人”持股计划及股权激励计划的实施，基本建立了与全体股东长期利益一致的股权架构，公司治理机制进一步优化提升。

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。公司官网开辟投资者关系专栏，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IR活动，提升公司价值：2015年，组织现场业绩说明会2场，参加内外资券商策略会29场，香港、台湾、新加坡、英国路演4次，累计接待机构投资者调研近1000人次。

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

2015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。

2015年，公司聘请普华永道中天会计师事务所（特殊普通合伙）协助公司完善内部控制，将共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60%。

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2015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 Brand Value



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。美的多年来专注于白色家电领域，现已成为一家以家电制造业为主的大型综合性企业，旗下拥有美的、小天鹅、威灵、安得、GMCC等十余个品牌。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。探索品牌国际化之路，先后在香港、东盟、东欧等市场建设自主品牌。近年来，美的以推动品牌年轻化、时尚化为目标，赞助国家游泳队跳水队，持续体育营销，逐步培育“时尚、创新、进取”的品牌内涵，实现品牌价值升级。

在睿富全球2015（第21届）中国品牌价值100强，“美的”品牌以716.11亿位列中国最有价值品牌排行榜第6位。2015中国空调行业高峰论坛上，美的旗下“GMCC”品牌获得“2015-2016年度空调行业压缩机领军品牌”奖。

中国房地产部品供应商十大采购首选品牌

美的在被誉为“地产奥斯卡”的中国地产年度风云榜上荣获“2015-2016中国房地产部品供应商十大采购首选品牌”。同时，美的家用空调、中央空调、厨房电器、热水器分别获得年度风云榜的行业首选实力品牌。

目前，美的集团与中国50强地产企业合作



42家，500强企业合作300余家，与万科、恒大、碧桂园、保利、万达、招商、绿地、融创、中海、华夏、龙湖等均建立起了长期战略合作关系。美的集团凭借丰富的产品线、优秀的服务能力，通过提供“一站式采购”的家电解决方案和各品类间高效的协同配合，助力房地产企业升级配套设施。

中国最佳品牌建设案例“金象奖”

“2015中国品牌价值管理论坛”以及“中国最佳品牌建设案例”评选活动由《21世纪经济报道》自2005年发起主办，至今已经走过10个年头，被业界誉为“中国顶级品牌对话殿堂”。今年美的凭借“鼎釜”电饭煲获得单项奖的“最佳效果营销奖”，彰显出其强大品牌建设实力。

金麦奖“最具影响力品牌”金奖

2015年金麦奖暨中国(杭州)国际电商营销峰会上，美的凭借“美的联合Uber一键拥抱新生活”项目将“最具影响力品牌金奖”收入囊中。金麦奖是国内首个采用国际化评审标准的电商营销大奖，因其全国性的影响力、良好的公信力和权威性，在业内享有电商界“奥斯卡”的美誉。

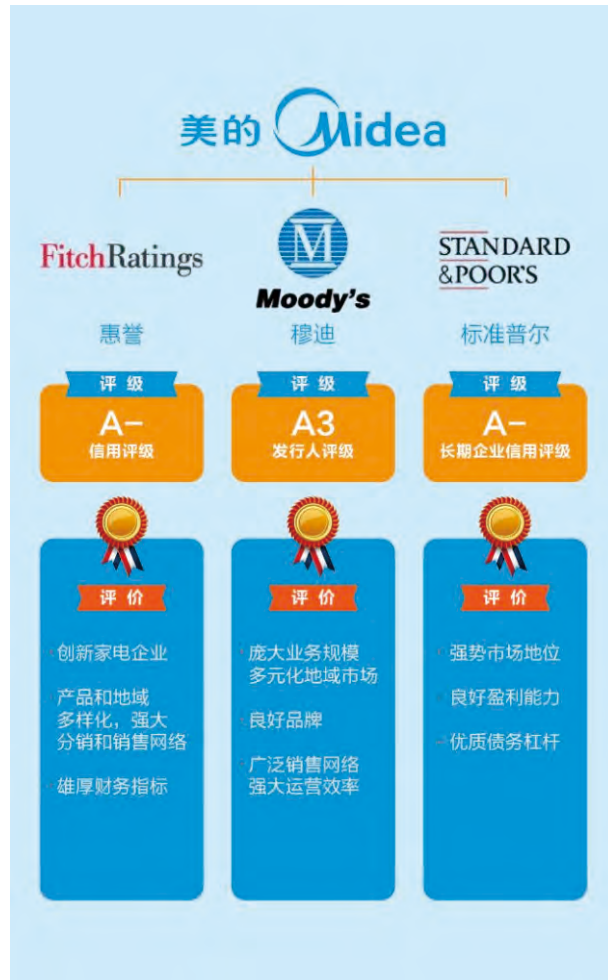
信用评级 Credit Rating

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。

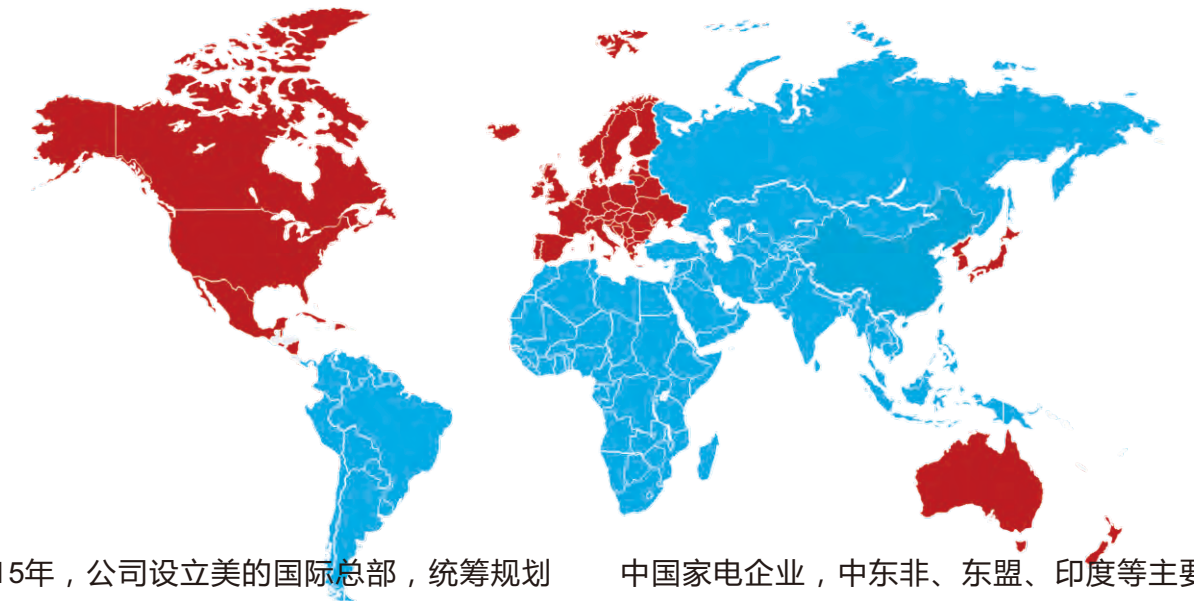
标普认为公司具有强势的市场地位，良好的盈利能力和优质的债务杠杆，授予美的集团的长期企业信用评级为A-，评级展望为稳定，并预计未来两年公司仍将保持市场地位优势、经营现金流正流入及低负债水平。

惠誉认为公司作为一个领先的创新家电企业，拥有良好的产品和地域多样化，强大的分销和销售网络，雄厚的财务指标，授予美的集团A-的信用评级，评级展望为稳定。惠誉预计未来几年中国家电消费将以较高速度增长，基于小家电特性及公司竞争力，公司在小家电领域将会更具销售潜力。



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 Globalization



2015年，公司设立美的国际总部，统筹规划海外自有品牌业务，推动外销业务模式以“OEM为主”向以“OBM为主”转变，组织形态由支持“中国出口”向支持“本地运营”转变；继续加大海外市场投入，完善海外管控体系及市场售后服务平台建设，建立自有品牌产品及市场团队，保障自主品牌稳步发展；扩大海外制造基地产品品类，推行供应链本地化，拉通产品事业部和海外分公司的业务考核机制，进一步加强集团产品事业部对海外分公司的支持，提升成本竞争力。

2015年，在全球经济不景气、多数国家需求大幅下降的情况下，美的冰箱、洗衣机、热水器和吸尘器等产品海外出口依然继续领跑

中国家电企业，中东非、东盟、印度等主要目标市场的销售均取得超过20%的增长，巴西市场确保领导地位，美的整体自有品牌产品海外市场上市比例提升5%以上。

继续加大与全球领先暖通及家电巨头的合资合作，拓展业务成长空间，2015年3月，开利入股美的中央空调重庆基地35%股权，意图拓展大型冷水机组市场，提升全球市场份额与竞争力，同月，公司与博世设立合资公司，整合并利用双方在多联机系统领域的专业知识以及较为完善的区域销售网络，拓展多联机市场；2015年4月，美的与希克斯宣布成立合资公司，落实精品战略、拓展智能产业，在家电控制、智能传感、能源管理、智能安防、健康电子系统等开展深度合作。

意见反馈 Feedback

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：4008899315

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：广东佛山市顺德区美的大道6号
电话：0757-26334559 , 26338779
Email：ir@midea.com
www.midea.com