

证券代码：000527

证券简称：美的电器

公告编号：2013-019

广东美的电器股份有限公司 2012 年度报告摘要

1、重要提示

本年度报告摘要来自年度报告全文，投资者欲了解详细内容，应当仔细阅读同时刊载于深圳证券交易所网站等中国证监会指定网站上的年度报告全文。

公司简介

股票简称	美的电器	股票代码	000527
股票上市证券交易所	深圳证券交易所		
公司的法定代表人	方洪波		
注册地址	广东省佛山市顺德区北滘镇美的大道 6 号美的总部大楼		
公司网址	http://www.midea.com		
联系人和联系方式		董事会秘书	证券事务代表
姓名	江鹏	严莉	
联系地址	广东省佛山市顺德区北滘镇美的大道 6 号美的总部大楼董事会办公室		
电话	0757-26334559	0757-26338779	
传真	0757-26651991		
电子信箱	IR@midea.com		

2、主要财务数据和股东变化

(1) 主要财务数据

	2012 年	2011 年		本年比上年 增减 (%)	2010 年
		调整前	调整后	调整后	
营业收入 (千元)	68,071,200.64	93,108,058.26	93,108,058.26	-26.89%	74,558,886.12
归属于上市公司股东的净利润 (千元)	3,477,331.87	3,698,797.33	3,709,296.25	-6.25%	3,127,097.38
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润 (千元)	3,415,203.35	3,130,239.05	3,130,239.05	9.10%	2,956,398.46
经营活动产生的现金流量净额 (千元)	4,306,545.28	2,958,916.38	2,958,916.38	45.54%	5,445,721.00
基本每股收益 (元/股)	1.03	1.11	1.11	-7.21%	1.00
稀释每股收益 (元/股)	1.03	1.11	1.11	-7.21%	1.00
净资产收益率	16.73%	21.08%	21.13%	-4.40%	29.54%
	2012 年末	2011 年末		本年末比上年 年末增减	2010 年末
		调整前	调整后	调整后	
总资产 (千元)	60,899,598.83	59,550,158.97	61,510,365.78	-0.99%	43,370,945.90
归属于上市公司股东的净资产 (归属于上市公司股东的所有者权益) (千元)	22,065,397.69	19,998,129.73	20,014,355.48	10.25%	12,336,337.43

注：根据《企业会计准则第 20 号——企业合并》第十六条规定：“企业合并发生当期的期末，因合并中取得的各项可辨认资产、负债及或有负债的公允价值或企业合并成本只能暂时确定的，购买方应当以所确定的暂时价值为基础对企业合并进行确认和计量。购买日后 12 个月内对确认的暂时价值进行调整的，视为在购买日确认和计量。”

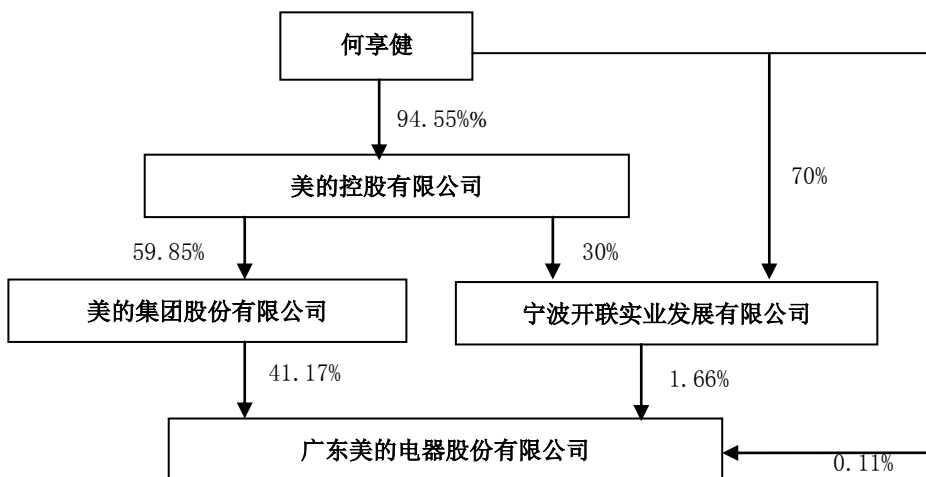
本公司于 2011 年 8 月开始实施收购相关的拉美空调业务，依照协议约定，本公司在 2012 年 7、8 月完成了对拉美空调业务的补价调整。根据上述会计准则的要求，该补价视同在 2011 年收购时完成，因此调整了 2011 年年末数，相关科目调整的具体情况请参阅财务会计报告附注之“其他重要事项”。

(2) 前 10 名股东持股情况表

单位：股

报告期股东总数	135,592	年度报告披露日前第 5 个交易日末股东总数	135,592				
前 10 名股东持股情况							
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	
				股份数量	数量	数量	
美的集团股份有限公司	境内非国有法人	41.17	1,393,273,124				
鹏华价值优势股票型证券投资基金	境内非国有法人	2.26	76,499,626				
全国社保基金一零二组合	国有法人	1.95	66,075,687				
宁波开联实业发展有限公司	境内非国有法人	1.66	56,224,825				
全国社保基金五零一组合	国有法人	1.46	49,500,000				
全国社保基金一零四组合	国有法人	1.22	41,199,770				
国元证券股份有限公司	国有法人	1.11	37,601,030				
中国平安人寿保险股份有限公司	境内非国有法人	1.10	37,286,994				
易方达深证 100 交易型开放式指数证券投资基金	境内非国有法人	0.80	27,240,879				
广发大盘成长混合型证券投资基金	境内非国有法人	0.80	27,000,000				
上述股东关联关系或一致行动的说明	宁波开联实业发展有限公司为美的集团股份有限公司一致行动人，公司未知其他流通股股东间是否存在关联关系，也未知其他流通股股东是否属于《上市公司持股变动信息披露管理办法》中规定的一致行动人。						

(3) 以方框图形式披露公司与实际控制人之间的产权及控制关系



3、管理层讨论与分析

2012 年，面对整个行业的增速下滑与内外部环境的深刻变化，公司围绕“产品领先、效率驱动、全球经营”三大战略主轴，回归经营本质，以持续提升增长质量目标，清晰业务结构，聚焦产品品类，优化组织运行机制，提升业务管理与资产营运效率，加大科技创新与投入，提升产品力与品质管控水平，稳步推动国际化进程，保证了公司面对环境变化的稳步发展与盈利能力的提升，夯实了公司面向未来竞争的可持续发展能力。2012 年，公司实现营业收入 680.71 亿元，其中空调及其零部件实现收入 514.64 亿元，洗衣机及其零部件实现收入 62.14 亿元，冰箱及零部件实现收入 59.51 亿元，2012 年，公司实现归属于母公司股东的净利润 34.77 亿元，同比减少 6.25%，主要因产品结构升级、成本管控、原料成本稳定等因素影响，2012 年公司整体毛利率为 22.81%，同比上升 4.03 个百分点。2012 年，在中国 500 强企业排名中，美的位列第 79 名，中国民营 500 强，美的位列第 6 名，2012 年中国最有价值品牌榜单，美的品牌价值超过 611 亿元，稳居品牌榜第五。在 2012 中国家用电器行业峰会暨广东家电商会上，公司荣获“2011-2012 年度最具影响力品牌”奖项。

2012 年，公司开展的主要工作如下：

（1）加大技术投入，完善研发体系，推动产品力提升

——家用空调领域

公司已形成基础技术、应用技术、产品开发三级研发体系，加强了对节能、智能、环保、外观材料等方向的基础技术、核心技术和前瞻性技术的研究与储备，公司成立了院士工作站，加大研发成果转化和面向市场的产品开发力度，推动空调行业的技术进步与成果应用。2012 年公司参与起草制定或修订了《家用电器消费者群体测试指南》和《家用和类似用途电器的安全热泵、空调器和除湿机的特殊要求》两项国家标准及《转速可控型房间空气调节器能源效率标识计量检测规范》一项行业标准，美的“平行流换热器关键技术研究及在空调器中的应用”项目荣获“中国家电科技进步奖”一等奖，美的空调双贯流 KF 柜机荣获国家知识产权局中国第七届外观设计专利大赛“最佳创意设计奖”。中国标准化研究院能效标识管理中心公布的“2012 年度中国节能产品企业领袖榜”，美的成为上榜“房间空气调节器”和“转速可控型房间空气调节器”两大类产品“节能产品排行榜”数量最多的空调厂商。

作为变频空调行业领导者，凭借变频核心技术和独有的产业链优势，美的空调率先启动全直流升级战略，引领变频普及向纵深发展，2012 年，美的全直流变频空调首家获得中国质量认证中心“空调长效节能评定”，被列入国家质检总局重大课题。国家信息中心数据统计表明，美的为“2012 冷年全直流变频空调销量冠军”，海外市场方面，美的全直流变频空调出口日本已超过 200 万套，其中一款海外高端分体机 Premie，获 2012 年国际权威工业设计日本优良产品设计奖（“G-Mark”大奖），同时载入 2012 Good Design Award 年鉴。在 2012 年（第五届）中国空调产业年会上，美的荣获“2012 年变频创新先锋品牌”、“2012 年产品创新领先品牌”、“2012 年变频突破最具贡献奖”和“变频普及贡献奖”四项大奖。2013 年冷年，美的全直流变频空调全面实现突破创新，其中，“新节能”系列空调，以 0.1W 超低耗电待机、0.1HZ 超低频率运行、±0.1 度恒温精控三大核心技术，实现了“一晚 1 度电”的超级节能效果，成为中国空调业技术创新标杆，其所采用的 ECO 节能关键技术研究及应用项目被中国轻工业联合会“院士领衔”的权威专

家组一致鉴定为“国际领先”水平。此外，美的全直流变频空调的明星产品包括国内能效最高的喜马拉雅系列、室内挂机厚度仅 15 厘米的超薄系列变频空调分别荣获“节能之星”和“变频之星”称号。

——中央空调领域

美的是国内规模最大、产品线最宽、产品系列最齐全的中央空调生产厂家之一，拥有多联机、冷水机、单元机、空气能热水机、轻型商用空调、恒温恒湿精密空调、基站空调等数千款产品。美的拥有国内最先进的并获 CNAS 认证的实验室群，主要产品通过了 CCC、CRAA、自主创新产品认证、UL、ETL、CE、CB、AHRI、EUROVENT 等多项产品认证，取得了超过 300 项的授权专利，产品技术业内领先。美的中央空调产品广泛应用在各重大项目上，已相继服务于上海世博园、广州亚运会 26 所场馆、深圳大学生运动会运动员村、西安园艺博览会场馆、首都国际机场新航站楼、海外中标印尼雅加达国际机场、印度 IT 企业 KPIT 工业园等，深受社会各界好评。2012 年，美的开利拉美合资公司中标成为 2014 年巴西世界杯及奥运会主会场 MARACANA 体育场的制冷工程服务商，再次体现了美的中央空调在国际市场上的强大实力。在轨道交通方面，美的中央空调相继服务于武广高铁、西安地铁、京沪高铁、沪宁高铁、沪杭城际客专、广珠城际等一系列的大型线路，多年来为轨道交通各线路提供了各种解决方案，完美解决车站及营运建筑的环境问题，被授予“轨道交通企业家创新特别荣誉奖”。

美的新一代全直流变速多联机，全部采用大排量高效率直流变频压缩机，结合最新的 180 正弦直流变速技术、领先的无极矢量变速驱动技术、R410A 环保冷媒技术、完全满足 RoHS 指令等多种变频技术于一体，综合能效系数达 5.8，比国家一级能效标准高出 63.4%。美的中央空调入选“2012 节能中国十大贡献单位”，是暖通行业唯一获此殊荣的企业，成为业内绿色节能发展的模范企业。目前公司已与和记黄埔、万科、恒大、雅居乐、碧桂园、招商地产、东方银座等 30 多家地产巨头结成战略合作伙伴，在博鳌论坛再次获得“2012 年度中国房地产最佳采购商合作伙伴大奖”、“2012 年中国房地产最具信赖中央空调品牌供应商大奖”，在 21 世纪房地产论坛上，再次获得“2012 年度中国房地产最具信赖中央空调品牌供应商大奖”，连续三年获得“年度房地产最佳供应商”称号，在第三届暖通品牌节上，荣获“2012 暖通品牌最佳用户满意奖”。

——冰箱领域

美的冰箱拥有完整的冰箱产业链，引入韩国技术专家团队，产品通过美国 UL 安全认证、欧洲节能之星认证、TUV 质量认证等多项国际权威认证，和多个国际知名企业达成深度战略合作，产品远销美、英、德、法等 100 多个国家和地区。美的冰箱以“大空间、双制冷、高保湿”三大核心技术，推动国内冰箱市场的高端化升级趋势，实现了市场消费从“冷冻冷藏”向“保湿增鲜”的需求升级。2012 年美的强势推出的凡帝罗意式三门冰箱，作为多门冰箱的代表性产品，以其方便、超大空间和节能锁冷等三大主要优势树立了新的产品标杆，通过采用自主专利的“多路回风系统”，解决了行业内“单循环（一个蒸发器）风冷冰箱在潮湿环境下普遍存在的“回风导致蒸发器易集霜，堵塞风道，无法实现正常冷气循环”的问题，显著改善回风结构，化霜时间更短，冰箱能耗更低。此外，在变频冰箱的变频控制基础应用上，美的实现了全方面对设定温度、箱体温度、环境温度等进行精确监控，每个温区都有独立的送风回风控制系统，实现冷藏、变温、冷冻室温度各自独立可控，完美地实现了冷藏、保鲜、冰温和软冻的功能。

凭借行业领先的节能技术和产品，美的冰箱持续引领冰箱行业绿色低碳消费趋势，并一举荣获 2012

年冰箱峰会“节能标杆奖”，成为中国冰箱行业节能减排的典范。美的环保节能型风冷无霜对开门冰箱列入 2012 年度国家火炬计划产业化示范项目，美的冰箱工业设计中心设计的高端对开门冰箱荣获 2012 德国“iF 产品设计大奖”，并入选 2012 设计年鉴。在第五届中国冰箱产业年会上，美的冰箱一举荣获“2012 节能技术领先品牌”、“2012 保鲜技术领先品牌”和“市场最具竞争力品牌”等大奖。美的凡帝罗意式三门冰箱 BCD-320WGPM 凭借其首创的隐形变温室、特有的 LED 光合保鲜灯以及多维精确控温等多项领先设计荣获“艾普兰产品奖”。在“2011-2012 年中国冰箱市场高峰论坛”，美的冰箱及小天鹅冰箱荣获 2011-2012 年度冰箱行业节能“标杆”奖与行业品质“标杆”奖。

——洗衣机领域

公司旗下小天鹅拥有国家级企业技术中心与国家认定实验室，2010 年亚洲首家一次性通过德国 VDE 实验室认证，2011 年通过了 UL 北美安全认证，成为全国首家通过该项认证的洗衣机企业。2012 年，小天鹅公司加大产品力提升，完成滚筒、全自动、双桶及干衣机新产品开发 300 多款，产品覆盖高中低各个层次，同时，进一步完善了专利体系架构，2012 年全年共申请专利数 200 多项，其中国际发明专利 2 项，实现国际发明专利零的突破。

小天鹅以“科技创新”为导向，推出了全球首台物联网洗衣机、自动投放洗涤剂洗衣机和填补全球空白的热泵干衣机，其中自动投放技术获国家知识产权局颁发的 2012 年最佳自主创新奖、中国家电研究院颁发的技术创新奖，热泵式干衣机通过中国轻工业联合会新产品技术鉴定。小天鹅洗衣机将智能投放技术与衣物重量、衣物面料、温度环境自动感知技术相结合，全新开发了国内首创、国际领先的自动投放洗涤剂洗衣机，在有效解决因洗涤剂过度使用造成衣物损伤的同时，减少了污水排放，更将洗衣机的智能化升级到一个全新标准，在“2012 年中国消费电子电器市场中期盘点”会上，小天鹅洗衣机荣获“2012 上半年度中国洗衣机市场优秀表现品牌”，小天鹅新一代水魔方洗衣机荣获“2012 上半年度中国洗衣机市场优秀表现产品”，小天鹅生产的美的品牌 8 系列全自动洗衣机、凡帝罗滚筒洗衣机获得“2012 年中国设计红星奖”，小天鹅比佛利滚筒洗衣机荣获“2012 年中国设计红星奖金奖”。

(2) 加强品质管控，持续品质改善

成立品质管理部门，推动品质管理体系一体化运作，持续开展品质管控体系的诊断与评价，搭建品质基础信息平台，规范、完善制造端、市场端、危机事件的质量风险监控，对重大质量责任单单追溯，完成了“产品关键质量特性 IT 管控系统”的建立及 IT 化管理试运行；强化品质刚性，加强品质监督管控，设置品质红线，从具体的技术指标上加强过程质量监控，确保产品出厂质量，实现制造端品质监控透明化、规范化；完善新产品全流程管理，从企划源头进行品质管控，从体系流程进行系统控制，加强供应商管理，实施供应商认可计划，推行引入及淘汰机制，加大物料筛选力度，坚持来料品质控制，进货关键物料全封闭全检，成品常规抽检与库存加检控制，产品售后维修率有较明显的改善；在核心技术领域加大对外合资合作，借鉴吸收优秀的品质管理体系及加大专家人才的引进力度；推行产品精细化管理，从产品外观精细度、产品可靠性、客户体验等多维度进行评价、改善，不断提升客户满意度。

(3) 优化组织运行机制，提升营运效率

公司将冰洗业务从区域销售公司独立出来，回归产品事业部，推动产研销一体化管理与专业化运作，扁平组织机构，优化渠道结构，推行大代理制，确保代理规模，提升运营效率；全面导入产品生命周期管

理，聚焦核心产品，减少开发项目，提高产品企划的命中率，产品型号明显减少；强化营销端对市场需求的预测，提升销售计划的准确性，促进产销衔接，逐步推动以销定产的均衡式生产计划模式；加快库存消化，整体库存规模有效改善，库存结构全面优化，库存量控制与订单制运作进一步推进；开展精益制造，推行自动化与少人化运作，通过工艺技术提升、物流模式改善，多基地协调平台搭建等多方面措施提升效率；优化资源结构，加强资源协同与资源风险管控，推动精细化经营监控与分析体系的建设，提升资产营运效率。

（4）加强风险管控，推动资产盘活

全面深化内部控制规范工作，在去年内控试点的基础上，从流程优化、制度完善、人员调整、方法提升等方面进行整改，加强了公司重要业务事项和高风险领域的管理要求，为公司健康、可持续发展提供更有效的内部控制支持；加强资金运营及资金管理协同，加强在途资金管理，强化财务分析预测和预警，建立常态的经营预警机制，全面动态监控库存、应收、资金等风险；进一步推动了资产盘活、资源调配，全面清理公司部分闲置资产和物业、果断处置和变现，同时，公司积极利用生产基地所在地的“退城进园”、“三旧改造”等政策，协同地方政府按照“公开出让、收益支持”的模式去推动资产盘活，本公司下属中国雪柜实业有限公司旧厂区所属地块预计能按相关政策获得相应补偿。另外，公司下属小天鹅面对行业环境与市场变化，及时调整投资策略，停止天津基地扩产项目，并由天津空港经济区土管局退还了已缴纳的土地出让金。

（5）优化国际管控平台，扎实推进国际化

完善海外管控体系建设和合规管理，以国际事业部为海外拓展及合资公司和自有品牌的管理平台，OEM 业务调整至产品事业部，实行一体化管理运作；加强与知名跨国公司的经验交流与学习培训，规范海外公司运作机制，持续完善海外合资公司监控体系的建设，梳理关键业务流程，规范制度体系，加强双向信息流通，并通过 IT 固化管理流程；扎实推进国际化，有序推进合理的全球分支机构布局和区域制造布局，设立印度合资公司，启动埃及公司股权增持，全面完成巴西合资公司收购整合；继续加强与海外大客户的协同运作，积累丰富海外营运经验，逐步增强自控品牌及直营渠道在海外业务中的比重，提升公司产品在国际市场的价值与竞争力。

（6）启动整体上市，规范治理架构，提升整体规模与竞争实力

为保障公司长期稳定发展，规范治理架构，提升协同效应，公司适时启动了美的集团的整体上市项目，拟通过整体上市，整合美的集团的大家电、小家电、机电及物流等产业资源，做精做强主业，巩固公司行业地位和综合竞争实力，整体上市完成后，公司预计将成为中国制造销售规模最大，品类最多的家电上市企业，美的一体化的产业链协同运作能力与资源共享能力将大幅提升，同时，整体上市将有效减少上市主体的关联交易，避免潜在的同业竞争，公司治理架构进一步完善，上市主体的独立性进一步增强，为公司长期稳定发展奠定了坚实基础。

主营业务构成情况

单位：千元

	营业收入	营业成本	毛利率(%)	营业收入比上年同期增减(%)	营业成本比上年同期增减(%)	毛利率比上年同期增减(%)
分行业						
空调及零部件	51,464,085.60	39,002,559.00	24.21%	-19.32%	-23.06%	3.68%
冰箱及零部件	5,950,630.13	4,925,833.19	17.22%	-47.83%	-46.40%	-2.20%
洗衣机及零部件	6,214,268.07	4,730,805.74	23.87%	-36.33%	-41.37%	6.55%
分产品						
空调及零部件	51,964,948.46	39,503,421.86	23.98%	-18.54%	-22.07%	3.44%
冰箱及零部件	5,950,630.13	4,925,833.19	17.22%	-47.83%	-46.40%	-2.20%
洗衣机及零部件	6,214,268.07	4,730,805.74	23.87%	-36.33%	-41.37%	6.55%
分地区						
国内	36,130,234.75	26,592,355.10	26.40%	-38.79%	-41.06%	2.83%
国外	27,498,749.05	22,066,842.83	19.75%	6.04%	-3.35%	7.80%

核心竞争力分析

多年发展，公司已成为国内最具规模实力与发展潜力的综合性白电龙头之一，公司的优势及核心竞争力主要体现在以下几个方面：

(1) 技术优势

凭借完善的创新机制和对科研资源的持续、大力投入，公司在空调、冰箱、洗衣机等白电领域已拥有业内领先的技术优势，建立了完善的技术研发体系，获得多项技术殊荣，在家电产品同质化，市场需求区域差异化等形势下，公司不断加大科研投入与支持力度，加大与国内外领先科研机构的技术，引进高端国际化技术人才，加速产品结构优化与新产品开发力度，增加产品附加值，如公司率先研发的全直流变频空调 ECO 节能关键技术，并拥有 10 项国际领先技术，16 项国际先进技术，公司率先推出的“一晚一度电”全直流变频空调、“智能自动投放”洗衣机、洗干一体机等全新创新产品，受到了市场高度认可。

(2) 产业链优势

除公司所控制的与空调配套的空调压缩机为全球第一规模外，依托美的集团行业领先的电机、电控等家电核心部件及物流服务支持，形成了整个美的包括关键部件与整机研发、制造和销售为一体的国内最完整的白色家电产品产业链，美的集团的家用空调电机为全球第一规模，与洗衣机配套的洗涤电机、串激电机为国内第一规模，与冰箱配套的冰箱压缩机为国内第三规模，同时，美的集团物流板块，以其强大的运输、仓储、配送能力为公司的产业发展提供了有力保障。公司正在推动整体上市工作，整体上市后，美的集团的产业链整体协同优势将得到更有效地发挥。

(3) 渠道优势

多年发展与布局，公司已形成了全方位与立体式市场覆盖，在成熟稳定的一二级市场，公司与国美、苏宁等大型家电连锁卖场一直保持着良好的合作关系，在广阔的三四级市场，公司以专卖店、传统渠道及新型渠道为有效补充，目前公司渠道网点已经实现了一、二级市场实现全覆盖，三、四级市场覆盖率达 95% 以上，同时，美的集团与大多数代理商合作多年，培育了良好的品牌忠诚度；在国外，公司已在巴西、阿

根廷、埃及、印度、越南等地建立了合资生产基地， 有利支持公司海外市场拓展。

（4）机制优势

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，公司事业部制运作多年，其充分放权和以业绩为导向的考评、激励机制，成为了公司职业经理人的锻炼与成长平台，长期以来的经营实践，公司已形成了成熟的职业经理人管理体制，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，公司的现代经营管理体制已基本稳定与完善，公司现任管理团队成员均为美的集团内部培养，平均年龄在 40 岁左右，绝大多数管理层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。

公司未来发展的展望

（1）行业竞争格局与发展趋势

虽然家电行业在连续多年的高增长之后出现下滑，但中长期来看，居民收入水平的提升，城镇化进程的加速，消费升级需求，出口环境复苏、新兴市场国家的拓展及我国相对发达国家仍较低的家电保有量水平等支持家电行业增长的因素并未改变，作为拥有 14 亿人口，拥有完整的产业集群与产品配套的家电制造与出口大国，家电行业仍具备不容忽视的长期增长潜力。

在新的竞争条件和竞争方式下，市场集中度的持续提升，将进一步推动行业走向规范竞争，良性发展。龙头企业拥有更强的品牌知名度和美誉度，整个行业的竞争热点已不再是“价格”，而是技术、产业链、服务、渠道等全方位的比拼，同时，家电渠道体系面临深刻变革，网络销售在一二级市场曾快速增长态势。

从各子行业的竞争格局来看，空调行业已基本进入寡头竞争，行业前三位占据了市场近七成的份额，国产品牌已成为全球空调行业的领导者，空调较低的保有量水平及可预期的更新需求，将推动行业的稳步增长；冰箱行业，品牌集中度提升的趋势及大的格局没有改变，外资品牌仍占有约二成左右的市场份额，由于冰箱国内市场的普及基本完成，冰箱销售量接近动态平衡，未来支持行业发展的主要因素为更新需求，在家电下乡等政策退出后，行业整合的速度有望加快；洗衣机行业格局基本稳定，国内龙头具有较强的竞争优势，外资品牌占据约三成的市场份额，城镇市场几近饱和，未来主要增长点在于更新需求和城镇化进程。

从产品升级方向来看，空调行业，节能、环保、健康、智能等“绿色”空调成为市场新贵，变频空调有望将成为市场的主导，太阳能、R290 等新能源新冷媒空调也将逐步走向部分消费群体；洗衣机行业，全自动是目前行业主流，滚筒是洗衣机行业未来发展趋势，双桶市场占比将逐渐降低。同时大容量、高科技、高效节能、差异化产品等都将成为洗衣机行业未来的主流产品；冰箱行业，节能、保鲜、抗菌、低噪音、新冷媒技术广泛应用，大容量、多门多温区冰箱、风冷冰箱、变频冰箱等高端大家电将成为更新换代的主力产品。

（2）公司的发展战略

围绕“产品领先、效率驱动、全球经营”三大战略主轴，推动经营质量的持续提升，通过聚焦核心产业，聚焦资源投向，踏实做好产品，以品质提升、结构优化、技术创新，实现产品领先；从要素驱动模式

向效率驱动经营模式转变，打造效率驱动下的新成本竞争优势；内销市场稳定渠道，提升品牌和服务，关注电商，海外成熟市场坚持 OEM 为主，新兴市场尝试本地化运营，健全管控体系，夯实全球运营基础。

（3）2013 年度经营重点

1) 推动经营简单化，专注产品力提升

聚焦核心产品，确保品质提升，进一步精简产品型号，推动产品平台标准化；加强消费者研究和市场洞察能力，精准新产品企划，优化产品结构，保障产品卖点；加大科技投入，创新研发体制，推动基础研究，逐步建立共性基础研究平台；强化品质刚性，完善品质监督与管控体系，加强产品抽查与消费者满意度调查，建立质量责任追溯机制。

2) 投入资源，保障规模与利润的平衡增长

充分发挥事业部的活力，保持美的优势的营销手段和方法，聚焦重点市场，扎实细致梳理三四级终端，推动优势产品占比；保障客户利益，保持营销模式，销售团队和渠道结构的稳定，强化终端建设与推广力度，关注与做好电商项目，打造与提升美的品牌形象；强化全球运营与管控能力，加强关键客户合作，积极推动海外布局与自有品牌的销售，提升外销规模，防范业务风险。

3) 加强经营管控，夯实基础管理，协同资源，创造价值

加强经营管控，优化资产结构，清理闲置资产，控制资产风险；加强基础管理，强化费用控制，提高运营效率和管理效率，建立新的成本优势；强化内部产业链，资金、仓储、物流等资源的协同，促进内部产能利用，创造协同价值；推动“一个美的、一个体系、一个标准”的文化建设，推动美的整体利益的最大化。

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

无

（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

无

（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

1) 新纳入合并范围的公司

2012 年 1 月，本公司控股子公司美的电器（新加坡）贸易有限公司与合作方共同出资设立 PT. Midea Heating Ventilating Air Conditioner Indonesia，注册资本为 10,000,000 千元印尼盾，美的电器（新加坡）贸易有限公司持股 51%。

2012 年 2 月，本公司控股子公司美的电器（荷兰）有限公司出资欧元 0.872 千元，折合人民币 7.28 千元，受让开利有限公司持有的 Carrier Midea India PVT Ltd 60% 股权。

2012 年 3 月，本公司控股子公司佛山市美的的开利制冷设备有限公司出资设立世纪开利家用空调有限公

司，注册资本为美元 600 千元，持股 100%。

2) 不再纳入合并范围的公司

2012 年 5 月，安徽美智空调设备销售有限公司注销。故自 2012 年 6 月起不再将其纳入合并财务报表范围。

(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

不适用