

证券代码：000651

证券简称：格力电器

珠海格力电器股份有限公司
投资者关系活动记录表

编号：2022-001

投资者关系活动类别	<input type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input checked="" type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 路演活动 <input type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 其他（请文字说明其他活动内容）
活动参与人员	线上参与公司 2021 年度网上业绩说明会的投资者 董事长、总裁 董明珠女士 董事、副总裁、董事会秘书 邓晓博先生 财务负责人 廖建雄先生 独立董事 王晓华先生
时间	2022 年 5 月 31 日
地点	深交所互动易（ http://irm.cninfo.com.cn ） 价值在线（ https://eseb.cn/U0Ik1GJ5GE ）
形式	线上会议
交流内容及具体问答	<p>Q1：2021 年受外部环境的变化、大宗原材料价格高涨等影响，空调行业受到了一定的冲击，请阐述对整个空调行业的展望。</p> <p>董总：行业是没有倒闭的，只有企业倒闭。</p> <p>公司对空调行业还是非常看好，虽然房地产市场下行一定程度上影响了空调市场，但是公司这两年通过渠道变革，渠道经销商从以往投入大量资金囤货，到现在变化为按需囤货，同时公司生产产品更贴近消费者需求，这种模式使公司更加有竞争力。</p> <p>同时，公司对空调以旧换新市场还是非常乐观的。目前存量市场约有五亿台使用 10 年以上的格力空调，随着格力的技术</p>

升级，新空调节约的电费足够弥补更换空调的费用。

困难总是有的，但是困难面前能坚守下去，就是赢家。

Q2：公司调低第一期员工持股计划业绩指标的原因是什么？实施第二期员工持股计划的出发点是什么？

董总：公司原计划一次性执行完员工持股计划，但由于购买价格较高，员工在参与时存在自筹借钱的情况，因此后来分成两期执行，所以可以说第二期员工持股计划延后了。今年确实大环境摆在这，且公司 2022 年的考核目标，实际上是与 2021 年和 2023 年连贯起来的，这样无形中就在一期二期合二为一了。为了保证每个员工在公司发展过程中既是贡献者，也是受益者，第一期员工持股计划业绩指标进行了下调，但是公司并没有因为指标的改变而懈怠，公司依然追求着最高的目标。

结合当下的外部环境，为了激励员工、形成员工与企业共发展机制，公司推出第二期员工持股计划。公司并不是希望员工通过低买高卖的形式在股权激励中获取利益，而是希望激励员工创造更多的财富，让公司分红更多，让员工和股东在分红上一起受益。

Q3：公司目前渠道改革和新零售体系的进展情况？

董总：改革首先就是革自己的命，因为只有革自己的命，才能找到短板，才能发展的更好。

公司自 1995 年起进行营销模式变革，出台激励方针、销售政策来拉动市场，在 1997 年错综复杂的背景下创造了格力营销模式并沿用几十年。随着互联网时代到来，面临渠道的营销模式从线下走向线上的巨大挑战，公司带领庞大的营销队伍改革前行。在疫情来临以后，公司加速发展线上模式，并通过直播体会市场，带领经销商改变认知。目前经销商已逐步转变为既要开实体店又要能做直播，把线上线下服务做得更好，如线上

通道帮助线下门店缩短了产品配送时间、减少压货数量。这也给消费者带来更大的便利。

线上销售最大的挑战是货不对板，品质不一样，价格就不一样。公司成本是比别人高的，一方面公司使用的铜、钢板、电容零部件等原材料成本高；一方面产品设计要保证风量、节能、舒适等要求，公司不会基于眼下的利益盲目的降低材料质量，偷工减料，弄虚作假或者贴牌生产。

公司通过线上让更多人了解格力空调以及电器产品，目前线上销售的生活电器得到了认可，包括除湿机、风扇等。以前公司的口号是“好空调格力造”，今天变成“好电器格力造”。

Q4：格力空调在国内市场占有率多年以来保持领先，原因是什么，未来如何进一步突破？

董总：格力市场做得好，是诚信。公司把质量作为生命去看待，在 2006 年推出的 6 年免费包修政策，推动了行业的质量提升。随着技术升级，公司又率先推出 10 年免费包修承诺，这是对自我的挑战，也是对消费者的进一步保证。公司将继续通过技术升级、优化结构设计来创造更好的效益。

国际市场依然还有很大的成长空间。公司出口致力于打造中国制造、中国品牌。在当下国际形势复杂的情况下，公司将谨慎开拓国际市场，继续走全球化市场路线。

另外，公司不仅有空调，也有电器，包括冰箱、洗衣机、生活电器等全系列产品。

Q5：近年来原材料价格大幅上涨，那么公司采取了什么样的应对措施？

董总：公司应对原材料价格上涨的方法是多样的，如通过生产成本、物流成本、管理成本的管控等。最重要的是通过产品技术创新来减缓或者对冲成本上升。

Q6: 相关报道说格力中央空调已中标四川省内江市委党校新校区项目, 请公司领导介绍一下该项目的情况。

答复: 格力中央空调突破重围成功中标四川省内江市委党校新校区项目, 项目建设内容包括: 教学楼、行政办公室、图书馆及信息中心、学员宿舍、学员食堂、文体楼、学术报告厅、地下停车场等。格力中央空调与四川省内江市委党校为双碳目标实现共助力, 将制冷机房打造为机房系统能效 $EER \geq 5.0 (w/w)$ 的高效机房, 方案搭配高效机房智能控制系统, 可根据项目负荷需求自动调节运行策略, 确保制冷机房在不同负载率均运行在高效区间。整个校区采用多种机型、多系统搭配方案, 根据各区域使用场景以及负荷需求进行调节, 实际节能效果更优。

Q7: 请问贵公司是否有电梯专用的空调产品? 特别是对老旧电梯进行空气净化和温度调节的空调产品。

答复: 公司于 2021 年 6 月推出电梯专用空调, 格力电梯空调是专门为电梯配套开发的, 用于写字楼、宾馆及住宅等场所电梯轿厢内温度控制的空调机组。目前, 该系列产品共有 2 个标准型号, 能充分满足不同用户的需求。全系列采用格力成熟空调技术, 运行环境温度范围 $16^{\circ}\text{C} \sim 43^{\circ}\text{C}$, 具有高效节能环保、安装使用便捷的特点, 搭载双轴高效风机、降噪风道设计, 拥有净化除菌、联动定时、空气过滤清洁等功能。

Q8: 公司有研发和生产芯片的计划吗? 现在不仅是新能源车和手机需要用到芯片, 小到像节能灯这样的生活用品都要用芯片, 生活中很多电器里面都装配有芯片的, 感觉芯片很有市场很有发展前途! 希望公司能进军芯片产业并且做大做强。

答复: 格力电器在 2018 年围绕芯片设计设立了珠海零边界

集成电路有限公司。目前，零边界已成功开发工业级 32 位系列 MCU 和格力智慧家庭系列芯片（AIoT SoC）。工业级 32 位系列 MCU 已在家用空调、商用多联机、线控器、遥控器等系列产品上实现批量应用，可广泛应用于消费类电子、可穿戴设备、家居产品、健康医疗配套、商用大型机组、工业传感、高性能电机控制等领域。格力智慧家庭系列芯片（AIoT SoC）已在智能空调、智能家电产品上推广应用，可广泛应用于智能家居、端侧 AIoT、智慧家庭、工业计算、工业自动化等领域。

Q9：格力钛 2022 年在储能方面有什么大的布局吗？

答复：电池储能板块，公司控股子公司格力钛基于目前良好的市场增量预期，将坚持“钛酸锂为主线，磷酸铁锂为辅”的定位方向，首先拓宽钛酸锂的应用场景和市场规模，核心应用场景放在重卡、轨道交通、电网调频、混动客车等领域，国内、国际市场并重。大力拓展储能市场，在环境工况对电池性能有较高要求的区域布局钛酸锂产品，同时在磷酸铁锂产品的开发和销售上也持续发力。

Q10：公司能否加大分红力度？

答复：公司自 1996 年上市至 2021 年分红总金额超千亿元（含 2021 年的年度利润分配预案）。

根据公司未来三年股东回报规划（2022 年-2024 年），公司 2022 年至 2024 年每年进行两次利润分配，即年度利润分配及中期利润分配。在现金流满足正常经营和长期发展的前提下，公司 2022 年至 2024 年每年累计现金分红总额不低于当年净利润的 50%。

Q11：能否介绍一下格力未来对海外版图有什么规划？

答复：公司将进一步加强海外战略规划和全球市场整体布局，

	坚持以自主品牌为中心，进行新发展模式的探索；保持对海外品牌建设的长期投入，将格力制造、技术、文化真正扎根于世界各个角落，实现品牌、文化、管理经验等软实力的输出；做好业务整合、品牌建设、渠道布局及产业链协同，健全海外全价值链高效运作体系。
关于本次活动是否涉及应披露重大信息的说明	本次活动不涉及应披露重大信息
附件清单(如有)	无
日期	2022年6月1日