

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

投资者关系活动类别	☒ 特定对象调研 ☐ 分析师会议 ☐ 媒体采访 ☐ 业绩说明会 ☐ 新闻发布会 ☐ 路演活动 ☒ 现场参观 ☐ 其他（请文字说明其他活动内容）
参与单位名称及人员姓名	雪球调研团
时间	2025 年 7 月 21 日
地点	1. 参观公司总部科技展厅、珠海格力绿控科技有限公司、珠海格力电子元器件有限公司 2. 公司总部五楼会议室交流
上市公司接待人员姓名	市场总监朱磊、董事会秘书章周虎、客户服务中心主任助理何艺林
投资者关系活动主要内容介绍	1. 公司未来的分红政策？ 公司在品牌、技术、质量、渠道、人才、管理等方面优势显著，经营效率、效益持续提升，现金流充裕，为持续、稳定的高额分红创造了坚实的基础。2020-2024 年累计现金分红 411.25 亿元，累计分红率超过 60%，符合公司发布的三年股东回报规划。 未来，公司将结合战略规划与市场环境，通过稳健经营和持续技术创新保持高质量发展，在确保正常经营和长远发展的前提下，合理制定利润分配政策，努力实现现金分红的稳定性、持续性和可预期性。 2. 董明珠健康家的建设进展及冰洗、小家电销售占比情况如何？ “董明珠健康家”是公司基于家电行业趋势、自身渠道体系及多元化战略推出的全新渠道战略品牌，核心目标是通过场景化体验、数据可视化、智能交互三大手段，集中展示冰箱、洗衣机、净

	水器等全屋健康家电，为消费者提供一站式健康家居解决方案，助力公司从空调向全品类家电品牌拓展，推动多元化战略落地。 在建设进展方面，2025 年 3 月启动全国门店升级计划以来，已完成超 600 家门店升级，且正陆续在各城市推进旗舰店的建设与筹建，境外已在香港开设旗舰店，为海外市场拓展奠定基础。按照规划，2025 年计划完成 3000 家门店改造，进一步强化全品类产品的线下展示与销售能力。 在销售表现方面，依托“董明珠健康家”的渠道支撑，线下门店非空调品类销售增势明显，过去 3-4 个月同比增长超过 20%，其中冰箱、洗衣机、电风扇等品类销售增长尤为突出。随着渠道变革的不断深化和创新产品的持续推出，公司生活电器业务业绩贡献有望持续提升。 3. 冰洗及生活电器业务近期发展情况？ 2025 年，公司加快冰洗及生活电器的产品研发和品类扩张。借助格力在压缩机等领域的核心技术，进一步强化冰箱保鲜优势（如超深冷冻和超鲜嫩冻的技术突破），围绕“董明珠健康家”场景生态中的品类需求，自建电商平台并借助第三方内容电商平台（如抖音、小红书、视频号等）强化消费者心智，逐步实现市场突破。通过荔枝冰箱等爆款产品的引流，618 期间格力冰箱在知乎、抖音等线上平台的热度成功进入前十。 4. 公司海外业务的增长主要依赖哪些驱动力？这些驱动力是否可支撑未来持续增长？ 公司海外业务的增长依托于“自主品牌出海”战略下的多维能力建设，具备系统性支撑。经过 30 多年坚守和努力，格力构建了独特的全球化运营体系。通过自主创新、自建渠道、自主品牌、本地化及多元化布局，公司自主品牌产品收入占出口总额近 70%，领先行业，彰显了格力品牌的全球影响力。根据欧睿国际数据，2024 年格力分体式空调零售量位居全球第一。 自主创新方面，针对全球极限天气市场和节能环保要求，格力推出超高温制冷（68℃）和超低温制热（-40℃）空调，采用自主
--	---

	压缩机技术，解决了中东高温制冷及欧美市场能效与低温制热难以兼顾的行业难题。 渠道建设方面，公司采用“品牌授权+区域代理”模式，已在全球建立近 500 家自主品牌代理商网络，后续将继续加大自主品牌推广和服务网点建设。 本土化布局方面，公司计划试点建设海外区域销售公司，逐步完善海外智能制造基地布局，形成产销研一体化的国际化生产基地。 自主品牌推广方面，以 GREE、TOSOT、KINGHOME 三大品牌梯队出海，自主品牌在中东地区、东欧多国、巴西、印尼、加拿大等市场占比均超 20%。 多元化布局方面，海外市场已从单一空调扩展至冰箱、洗衣机、环境电器等，推动格力从专业空调制造商向综合型工业企业集团转型。 5. 渠道改革进展情况如何？ 近年来，公司通过大力推进渠道变革，实现了销售渠道的扁平化和数字化升级，将传统多层级渠道精简为 1-2 级，缩短了渠道链路，显著提升了市场响应效率与渠道掌控力，优化了价值分配，实现了价值链整体效能提升，为提升公司经营业绩提供了有力支撑。 6. 如何看待空调行业特性？ 空调行业作为成熟的家电细分领域，其特性深刻影响着市场格局与企业的战略选择。空调行业的特性决定了企业需在技术研发、质量管控、产业链整合、服务体系及抗周期能力上持续深耕，才能在激烈竞争中保持优势。 耐用品属性：空调属于典型的耐用品，使用寿命长，消费者购买时对可靠性、安全性要求极高，且对售后安装、维修等服务依赖性强，要求企业必须建立成熟的线下服务队伍。 季节性与周期性：空调需求受气候和房地产周期影响显著，呈现明显的季节性波动；同时叠加消费需求和政策导向，行业整体呈现“平稳增长与阶段性调整”交替的周期性特征。
--	---

	产业链协同性：上游依赖压缩机、电机、换热器等核心部件供应的稳定可控；中游为整机组装，考验制造效率与品控能力；下游覆盖家用、商用、工业等多场景，需求差异化明显。具备核心部件自研自制能力、全产业链整合能力的企业，能更好地控制成本、保障供应链稳定，并快速响应不同市场需求。 价值竞争明显：行业进入存量竞争阶段后，技术差异、品牌力、产品力、服务体系成为关键壁垒。格力凭借“掌握核心科技”的技术标签、十年免费包修的质量承诺以及渠道改革带来的效率优势，在激烈的行业竞争中实现了领先行业的盈利能力。 7. 格力钛与公司其他业务有何协同效应？ 目前格力钛业务主要涵盖新能源商用车、专用车、储能及电池业务，在钛酸锂领域具备技术优势。格力钛研发的钛酸锂电池系列产品，具有长寿命、高安全、耐宽温、大倍率、快充放等特征，被广泛应用于新能源汽车以及工商业园区、通讯基站、电网调频、轨道交通、船舶岸电、家庭住宅等储能领域，尤其在高寒、高海拔等极端工况下以及对安全性要求较高的应用场景下具有独特优势。格力钛新能源汽车已在北京、天津、成都、南京、洛阳、西安、武汉、长沙、青岛、杭州、哈尔滨、海口、珠海等全国 240 多个城市运营。公司充分发挥与格力钛的协同效应，推动汽车空调、汽车电机、汽车电控、电子元器件等工业制品以及工业机器人等智能装备在汽车行业的应用，促进公司工业制品业务转型升级和市场推广。 8. 公司十年免费包修政策实施情况及影响？ 公司自 2021 年起在行业内率先推出内销家用空调“十年免费包修”政策，彰显了格力基于技术创新和质量保证的品牌自信、持续引领行业服务标准的领跑实力，以及助力中国制造高质量发展的责任担当。 全链路品控体系：从供应商准入到原材料入厂（设立行业唯一的筛选分厂）、从核心部件自研自制（如压缩机、电机）到生产环节的严格把控，公司构建了覆盖全产业链的质量管控体系，确保产品超低故障率，为长期包修提供了硬件支撑。
--	--

	持续自主技术创新：依托完善的研发体系和“不设上限”的研发投入、近 13 万项专利和 48 项国际领先技术，公司在产品可靠性、稳定性、耐用性上持续突破，为“十年免费包修”政策落地提供坚实的技术支撑。 消费者层面：大幅延长了售后保障周期，超越行业常规的包修期限，切实降低了消费者的使用顾虑与长期维护成本，增强了品牌信任度。 行业层面：推动空调行业竞争向“价值战”转变，倒逼行业重视质量与服务升级，而非单纯依靠低价抢占市场，引领了行业健康发展方向。 品牌层面：进一步巩固了公司“质量为先”的品牌标签，强化了高端、可靠的认知，为品牌力支撑下的多元化拓展奠定了用户基础。
附件清单 (如有)	
日期	2025 年 7 月 21 日