



美的集團股份有限公司

Midea Group Co., Ltd.

(於中華人民共和國註冊成立的股份有限公司)

股份代號：0300

*Light Always
Finds Its Way*

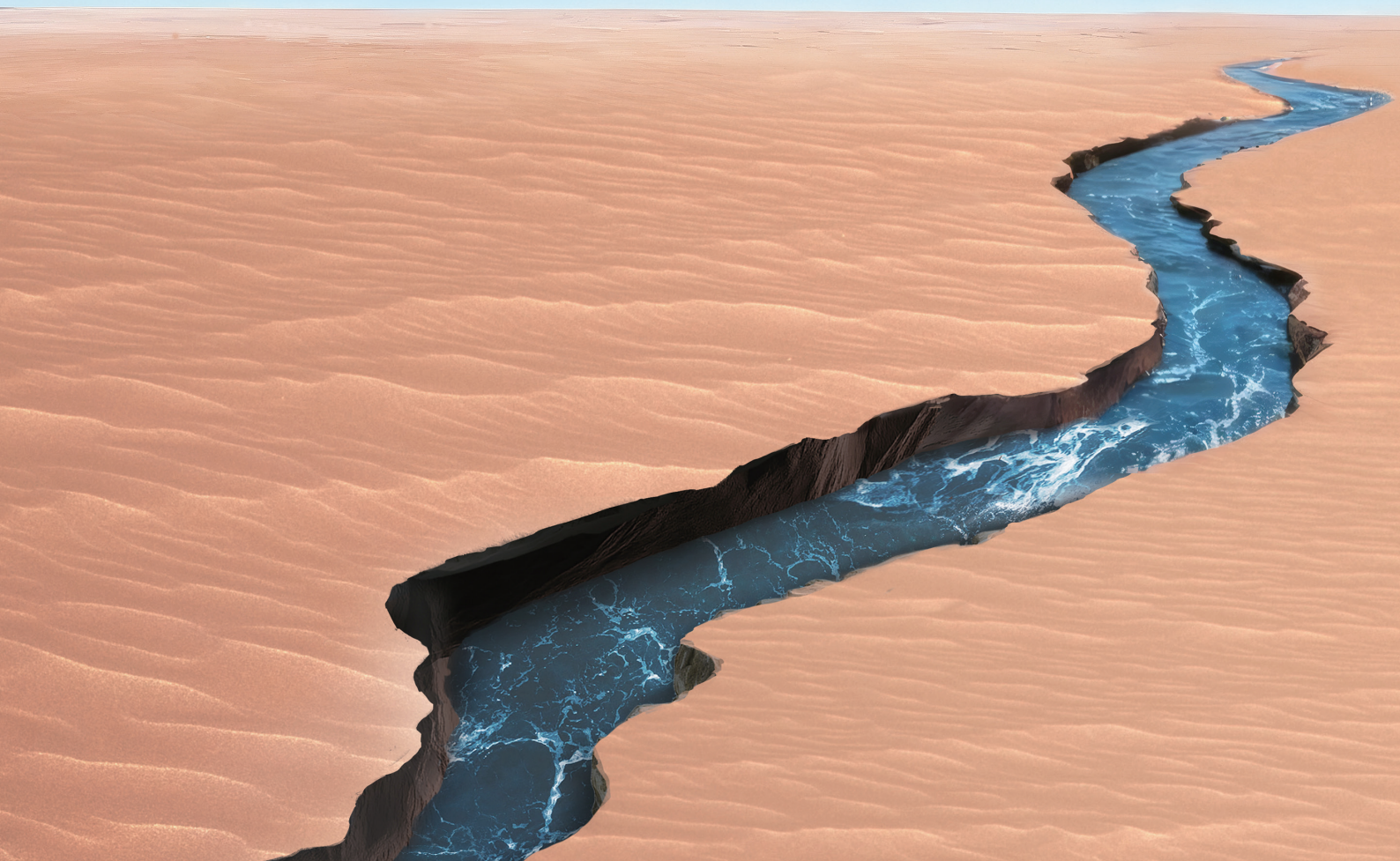
我們總有道路

2026

中期報告

目錄

釋義	2
業務概覽	6
公司資料	10
管理層討論與分析	12
財務回顧	80
董事會報告	92
股份變動及股東情況	117
中期財務資料的審閱報告	123
中期簡明合併損益表	124
中期簡明合併綜合收益表	125
中期簡明合併財務狀況表	126
中期簡明合併權益變動表	129
中期簡明合併現金流量表	131
中期財務資料附註	133



釋義

在本報告中，除非文意另有所指，下列詞語或詞組具有如下含義：

釋義項	釋義內容
「A股」	指 每股面值人民幣1.00元的內資股於，深交所上市並以人民幣買賣
「安得智聯」	指 安得智聯供應鏈科技股份有限公司，一間於2011年2月24日在中國成立的本公司的子公司
「《公司章程》」	指 經不時修訂的《美的集團股份有限公司章程》
「聯繫人」	指 具有《香港上市規則》賦予的涵義
「董事會」	指 本公司董事會
「巴西雷亞爾」	指 巴西雷亞爾，巴西法定貨幣
「《企業管治守則》」	指 《香港上市規則》附錄C1《企業管治守則》
「中國」	指 中華人民共和國
「科陸電子」	指 深圳市科陸電子科技股份有限公司，於1996年8月12日在中國成立並由我們在2023年收購，其股份已於深圳證券交易所上市（股份代號：002121）
「守則條文」	指 《企業管治守則》第二部分之守則條文
「《公司法》」	指 《中華人民共和國公司法》
「公司」、「本公司」或「我們」	指 美的集團股份有限公司，一間於2000年4月7日在中國成立的公司。其A股於深圳證券交易所上市（股份代號：000333），其H股於香港聯交所主板上市（股份代號：0300）

釋義項	釋義內容
「中國證監會」	指 中國證券監督管理委員會
「董事」	指 本公司董事
「境內」、「國內」或「內地」	指 中國大陸（僅就本報告而言，不包括香港、澳門和台灣地區）
「H股」	指 每股面值人民幣1.00元的外資股，於香港聯交所上市並以港元買賣
「合康新能」	指 北京合康新能科技股份有限公司，於2003年6月11日在中國成立並由我們在2020年收購，其股份已於深圳證券交易所上市（股份代號：300048）
「香港」	指 中國香港特別行政區
「港元」	指 港元，香港法定貨幣
「《香港上市規則》」	指 《香港聯合交易所有限公司證券上市規則》
「香港聯交所」	指 香港聯合交易所有限公司
「庫卡中國」	指 庫卡集團位於中國的子公司
「庫卡集團」、「庫卡」	指 KUKA Aktiengesellschaft，一家根據德意志聯邦共和國法律註冊成立的股份公司，亦為我們的子公司之一
「最後實際可行日期」	指 2026年8月18日，即就本中期報告刊發前為確定其中所載若干數據的最後實際可行日期

釋義項	釋義內容
「小天鵝」	指 無錫小天鵝股份有限公司，一間於1993年11月29日在中國成立的公司，我們在2008年對其及其子公司進行了收購
「美的」、「美的集團」、「集團」、「本集團」	指 指本公司及併表範圍內的子公司（附屬公司）
「美的控股」	指 美的控股有限公司，一間於2002年8月5日在中國成立的公司，為本公司的最大股東組別成員
「《標準守則》」	指 《香港上市規則》附錄C3《上市發行人董事進行證券交易的標準守則》
「美居」	指 供消費者管理我們的智能家電並享受額外的福利及服務的應用程序和小程序
「報告期」或「本報告期」	指 2026年1月1日至2026年6月30日
「人民幣」	指 人民幣，中國內地法定貨幣
「《證券法》」	指 《中華人民共和國證券法》
「《證券及期貨條例》」	指 指香港法例第571章《證券及期貨條例》
「股份」	指 指本公司股本中每股面值為人民幣1.00元的普通股，包括A股和H股
「股東」	指 本公司股份持有人
「主要股東」	指 具有《香港上市規則》賦予的涵義
「深交所」	指 深圳證券交易所

釋義項	釋義內容
「庫存股份」	指 具有《香港上市規則》賦予的涵義
「華凌」	指 廣州華凌製冷設備有限公司，一間於2010年6月13日在中國成立的本公司的子公司
「萬東醫療」	指 北京萬東醫療科技股份有限公司，於1997年5月12日在中國成立並由我們在2021年收購，其股份於上海證券交易所上市（股票代號：600055）
「菱王」	指 菱王電梯有限公司，於2002年2月8日在中國成立，我們在2020年對其及其子公司進行了收購
「同比」	指 與上年同期比較
「%」	指 百分比

業務概覽

一、主要產品與業務概述

美的是一家覆蓋智能家居、工業技術、樓宇科技、機器人與自動化、新能源、健康醫療、智慧物流等業務的全球領先的科技集團，已建立ToC與ToB並重發展的業務矩陣，既可為消費者提供各類智能家居的產品與服務，也可為企業客戶提供多元化的商業及工業解決方案。

美的智能家居業務主要覆蓋智慧家電、智慧家居及周邊相關產業和生態鏈，圍繞面向終端用戶的智能化場景搭建、用戶運營和數據價值發掘，致力於為終端用戶提供最佳體驗的全屋智能家居及服務。

美的工業技術業務聚焦暖通家電、數據中心／儲能熱管理、新能源汽車、機器人核心部件領域，擁有美芝、威靈、美仁等品牌，產品覆蓋壓縮機、閥、電機／風機、水泵／氟泵、芯片、新能源汽車部件、機器人部件等，致力於用領先的科技、品質和服務為客戶提供綠色、高效、智慧的產品與技術解決方案。

美的樓宇科技業務以iBUILDING美的樓宇數字化服務平台為核心，業務覆蓋暖通、電梯、能源、樓宇控制等，產品包括多聯機組、大型冷水機組、單元機、機房空調、扶梯、直梯、貨梯等以及樓宇自控軟件和建築弱電集成解決方案，利用「樓宇設備設施+數字化技術+產業生態佈局」，打通建築的交通流、信息流、體驗流、能源流，以數字化和低碳化技術為樓宇賦能，共建可持續的智慧空間。

美的機器人與自動化業務聚焦提供全球領先的智能高效自動化解決方案，可適用於汽車（包括新能源汽車與鋰電）、電子、金屬、塑料、消費品、食品、電子商務、零售和醫療等多個行業，產品覆蓋工業機器人、移動機器人等，包括系統集成、機器人、瑞仕格物流、瑞仕格醫療以及數字化部門等業務板塊。

美的能源業務聚焦「源、網、荷、儲、熱」全鏈路能源生態，為客戶提供低碳、高效、智能的全鏈路能源解決方案，旗下合康新能聚焦綠能解決方案、戶用儲能及光伏逆變器、高壓變頻器三大主業；科陸電子則聚焦智能電網和新型電化學儲能兩大板塊。

美的醫療致力於在健康醫療領域成為全球領先的醫療影像設備及解決方案供應商，包括萬東醫療及銳珂醫療 (Carestream Health, Inc.) 美國以外部分業務，為客戶提供覆蓋X-ray、CT、MR、DSA等各類產品及解決方案。

安得智聯作為美的集團智慧物流板塊，致力於為客戶提供端到端數智化供應鏈解決方案，對外輸出獨特的「1+3」供應鏈物流模型，將「端到端物流能力」與「生產物流」、「一盤貨統倉統配」、「最後一公里送裝一體」相結合，為客戶提供全鏈路、一體化的專業供應鏈服務。

美的堅守「科技盡善，生活盡美」的企業願景，將「聯動人與萬物，啟迪美的世界」作為使命，秉持「敢知未來——志存高遠、客戶至上、變革創新、包容共協、務實奮進」的價值觀，恪守「高質量發展與卓越運營」的經營管理規範，整合全球資源，推動技術創新，每年為全球超過5億用戶及各領域的重要客戶與戰略合作夥伴提供滿意的產品和服務，致力創造美好生活。面對數字互聯網時代對產品和服務的更高要求，美的持續推動「科技領先、用戶直達、數智驅動、全球突破」四大戰略主軸，打造新時代的美的。其中，通過構建研發規模優勢，加大對核心、前沿技術的佈局和投入，實現科技領先；通過與用戶直接聯繫互動，重塑產品服務及業務模式，實現用戶直達；通過全面數字化全面智能化，內部提升效率和外部緊抓用戶，實現數智驅動；通過在重點區域尋求市場、渠道和商業模式等維度突破，服務全球用戶，實現全球突破。

美的是一家全球運營的公司，業務與客戶遍及全球。迄今，美的在全球擁有超過600家子公司、41個研發中心和68個主要製造基地，員工超過19萬人，業務遍及200多個國家和地區。在海外設有29個研發中心和45個主要製造基地，遍佈二十多個國家和地區。

二、行業地位

2026年7月，《財富》世界500強榜單正式揭曉，美的集團位列第231位，較去年上升15位，連續十一年入選，並在同期發佈的2026年《財富》中國500強榜單中也升至第57位；2026年6月，《福布斯》雜誌發佈全球上市公司2000強排行榜，美的集團位居全球第190位，領先全球同行業其他品牌；據英國品牌評估機構Brand Finance發佈的「2026年度全球品牌價值500強」榜單和「2026全球最有價值的100大科技品牌」榜單，美的分別提升43位和7位，並排名第228位和第39位。

2026年5月，在全球突破戰略的牽引下，憑藉在海外市場的全價值鏈佈局、數字化營銷創新及本土化服務體系建設，美的成功入選「2026福布斯中國DTC跨境影響力品牌」，標誌着美的從「製造出海」向「品牌出海」的戰略躍遷獲得權威認可，更印證了其在全球市場從產品出海向品牌出海升級的堅實步伐；美的還榮獲加拿大領先家居家電零售商The Brick頒發的「年度家電品類最佳供應商（Vendor of the Year – Appliance Category）」獎項，並成為本屆家電品類中唯一獲此殊榮的品牌。2026年6月，美的通過整合72個數字化與人工智能解決方案、13個智能體以及25個應用場景，在泰國發佈美的的出海合夥人計劃，旨在為中國製造企業海外建廠提供數字化、自動化、物流、能源等相關服務，可覆蓋海外建廠的多個流程，涉及新能源、光伏、汽車電子等行業的海外建廠項目。

2026年4月，在廈門WRCAC世界紀錄認證官方展廳，美的冰箱憑藉自主研發的全淨PST+智能淨化技術，成功榮獲「有效淨化冰箱空氣有害物質種類最多的淨化科技」世界紀錄認證，該技術將催化領域前沿的SAC（單原子）催化技術首次應用於冰箱產品，可實現3分鐘急速淨味、90秒去除空氣浮游菌，高效淨除200餘種有害物質；同年7月，美的集團參與完成的《面向多場景的食品微波加工關鍵技術及應用》項目獲評2025年度國家科技進步獎二等獎，經權威鑑定達到國際領先水平，推動產品定位從單一複熱設備向微蒸烤炸燉全能的營養烹飪裝備迭代升級；在意大利米蘭的MCE 2026展會，美的展示其最新可持續暖通解決方案，其中H-Pack室內混動熱泵、V9 R32多聯機、Nature Plus R290熱泵、Mars Large R290熱泵以及Arctic S4 R454C熱泵等多款產品榮獲MCE卓越獎(MCE Excellence Award)。

2026年5月，根據國家市場監督管理總局開展產品碳足跡標識認證試點有關部署，美的成功獲得國內首批產品碳足跡標識認證證書，成為家電行業唯一獲此國家級碳標識認證的企業；美的還主導編製家電行業首個產品碳足跡國家標準《溫室氣體產品碳足跡量化方法與要求房間空調器》(GB/T 46027-2025)，美的通過持續技術創新有效降低產品碳足跡，2025年房間空調器單位產品使用階段碳足跡同比降低8.59%、累計銷售R290環保製冷劑空調產品超1,000萬台套、製冷劑替代實現溫室氣體減排約521萬噸二氧化碳當量。2026年1月，美的廚熱蕪湖工廠入選世界經濟論壇(WEF)供應鏈韌性燈塔工廠，成為美的集團第八座燈塔工廠，同時也是全球首座全流程AI賦能熱水器工廠。截至2026年6月，美的集團已擁有39家國家級綠色工廠、13家綠色供應鏈工廠、10家5G工廠、3家卓越級智能工廠以及8家世界級燈塔工廠，充分展現出美的在全球製造行業領先的智能製造能力和數字化水平。

此外，美的獲取標普、惠譽、穆迪三大國際信用評級，評級結果在全球同行業以及國內民營企業中均處於領先地位。

公司資料

董事會

方洪波先生（執行董事、董事長兼總裁）
王建國先生（執行董事兼執行總裁）
顧炎民博士（執行董事兼副總裁）
管金偉先生（執行董事兼副總裁）
張添博士（執行董事兼職工代表董事）
趙軍先生（非執行董事）
許定波博士（首席獨立非執行董事）
肖耿博士（獨立非執行董事）
劉俏博士（獨立非執行董事）
張姪博士（獨立非執行董事）
（於2026年6月5日獲委任）
邱鋰力博士（獨立非執行董事）
（於2026年6月5日辭任）

董事會下設專門委員會

審計委員會

許定波博士（主席）
肖耿博士
劉俏博士
張姪博士
（於2026年6月5日獲委任）
邱鋰力博士
（於2026年6月5日辭任）

薪酬與考核委員會

肖耿博士（主席）
許定波博士
劉俏博士
張姪博士
（於2026年6月5日獲委任）
邱鋰力博士
（於2026年6月5日辭任）

提名委員會

劉俏博士（主席）
許定波博士
肖耿博士
張姪博士
（於2026年6月5日獲委任）
邱鋰力博士
（於2026年6月5日辭任）

戰略發展委員會

方洪波先生(主席)
許定波博士
肖耿博士
劉俏博士
張婭博士
(於2026年6月5日獲委任)
邱鈺力博士
(於2026年6月5日辭任)

聯席公司秘書

高書女士
黎少娟女士

授權代表

方洪波先生
黎少娟女士

核數師

羅兵咸永道會計師事務所
執業會計師
註冊公眾利益實體核數師

中國內地的註冊辦事處及總部

中國
廣東省佛山市
順德區
北滘鎮美的大道6號
美的總部大廈

香港主要營業地點

香港銅鑼灣
希慎道33號
利園一期19樓1918室

公司網站

www.midea.com.cn

公司電話

+86 757 2260 7708
+86 757 2663 7438

H股股份過戶登記處

香港中央證券登記有限公司
香港
灣仔
皇后大道東183號
合和中心
17樓1712-1716號舖

股份代號

深圳證券交易所000333.SZ
香港聯合交易所有限公司0300.HK

管理層討論與分析

一、報告期內公司所處行業情況

(一) 家用電器行業

2026年上半年，地緣政治衝突不斷、原材料成本持續走高、貿易保護主義抬頭，海關總署數據顯示，2026年上半年中國家用電器出口規模仍達到3,609.6億元，同比增長2.4%；儘管國內以舊換新政策仍舊持續，但國內家電市場已開始「免疫」，需求端承壓顯著，奧維雲網(AVC)推總數據顯示，2026年上半年國內家電零售市場規模為4,250億元，同比下滑9.9%。各主要品類的零售額均呈現下降趨勢，其中空調和廚衛大電的下滑幅度最大。

從上半年國內家電市場表現看，一是「人」消費慾望不足，首先是消費分化導致的慾望分化，包括同一類人的消費分化、同一個人的消費分化、實物與服務的消費分化；其次，信息過載導致消費決策複雜；最後，以往的競價營銷導致消費信任缺失。二是「貨」增長源自細分，在存量大背景下，雖然大部分品類都在下降，但總存在一些細分增長機會，奧維雲網監測數據顯示，2026年上半年，多筒分區洗衣機分別在線上和線下市場的零售額同比提升88%、87%，咖啡機分別在線上和線下市場的零售額同比提升6%、65%，在「618」期間含製冰功能的冰箱零售額佔比攀升至20%以上。

家用空調市場：

根據奧維雲網推總數據，2026年上半年國內空調市場零售額1,221億元，同比下降15.9%，但奧維雲網預測下半年行業零售額降幅有望邊際收窄。在產品端，呈現出「綠色節能、舒適風感、健康空氣、智能交互」四大趨勢，在綠色節能維度，上半年全渠道高性能參數產品銷量結構佔比持續提升，其中APF>5.3掛機在線上和線下市場的銷量佔比分別提升至58%、49%，APF>4.5櫃機在線上和線下市場的銷量佔比分別提升至74%、50%；在舒適風感維度，在機械導板和微孔散流技術的基礎上，毫米波雷達與AI人感技術推動送風從「固定方向」進化為「因人而異」，上半年舒適風櫃機空調在線上和線下市場的銷量佔比分別提升至37.4%、27.8%；在健康空氣維度，空調正向「溫濕風淨鮮」全維度空氣質量管家躍遷，如鴻蒙智選美的智能空調以「萬象空氣架構」實現五大功能集成，上半年淨化功能掛機空調在線上和線下市場的銷量佔比分別提升至5.2%、10.8%；在智能交互維度，櫃機智能化提速，AI人感與語音控制成線下重要賣點，上半年語音櫃機空調在線下市場的銷量佔比上漲至6.4%。

洗烘市場：

根據奧維雲網推總數據，2026年上半年國內洗衣機市場零售額365億元，同比下降4.5%；干衣機市場零售額44.6億元，同比下降19.3%。從產品端來看，剛需屬性突出的波輪品類逆勢復甦，奧維雲網監測數據顯示，2026年上半年波輪產品在線上和線下的銷量同比增長分別為1.7%、2.3%；消費者內外衣分區、母嬰隔離洗護需求持續釋放，分區洗護產品形態革新成為結構性增量；熱泵洗烘拉動細分市場份額、實現產品結構向上突破，奧維雲網監測數據顯示，熱泵洗烘一體機的市場銷量佔比從2025年初的0.1%增長至1.4%。從容積維度看，擴容需求仍在持續釋放，奧維雲網監測數據顯示，2026年上半年12KG大容量產品銷量佔比增長至22.5%。因剛性洗護需求支撐及低基數效應，奧維雲網預測2026年下半年洗護行業整體持平微減。

冰箱市場：

根據奧維雲網推總數據，2026年上半年國內冰箱市場零售額624億元，同比下降7.2%。在能效端，因2026年6月實施新版冰箱能效國標，大幅抬升整機能耗准入門檻，倒逼全渠道高能效產品份額持續攀升，一級能效冰箱產品在2026年5月的銷量滲透率提升至84%，同時能效升級也提高了行業頭部品牌份額集中度。在功能端，製冰、養鮮、AI模塊化成為升級主線，其中基礎出冰向極速製冰、可拆卸儲冰結構、抗菌自清潔等複合型潔淨功能升級，保鮮除菌則轉向全場景食材分區養鮮、AI智能食材精細化管理，成為現階段高端機型價值溢價的重要支撐。

廚衛大電市場：

根據奧維雲網推總數據，2026年上半年國內廚衛大電市場整體零售額696億元，同比下滑10.7%，其中，洗碗機零售額62億元，同比微增0.6%，烘乾、健康、智能等功能疊加驅動產品迭代；嵌入式微蒸烤零售額35億元，同比下降11.2%；煙機和燃氣灶的零售額分別為148億元、79億元，分別同比下降11.5%、15.1%；電熱水器與燃氣熱水器的零售額分別為104億元、119億元，分別同比下降2.0%、8.9%。另外，末端淨水（含淨水器、淨飲機、飲水機）市場零售額194億元，同比增長2%。

小家電及清潔電器市場：

根據奧維雲網推總數據，2026上半年國內廚房小家電整體零售額303億元，同比下降4.8%，其中電蒸鍋、咖啡機、空氣炸鍋、台式單烤箱等健康相關、情緒小電、西式烹飪的品類規模持續走高，而傳統品類表現欠佳；在產品結構端，全品類高端價格段份額在上半年普遍走高，其中電飯煲千元以上價格段份額達到18.7%、電壓力鍋600元以上價格段份額達到20.0%。根據奧維雲網推總數據，2026年上半年國內清潔電器行業量增額降，零售額227億元、同比下降0.7%；銷量1,731萬台，同比增長3.7%。在三大核心主品類中，掃地機器人零售額98.1億元，同比下滑4.0%，均價基本持平；洗地機零售額81.8億元，小幅增長1.5%，均價同比下跌11.3%；吸塵器承壓最為明顯，零售額23.9億元，同比下降14.4%，均價小幅回落。

(二) 機器人與自動化行業

根據MIR睿工業報告，2026年上半年，中國工業機器人銷量超過18.8萬台，同比增長超過15%，MIR睿工業預計2026年全年中國工業機器人銷量將繼續維持兩位數增長。在行業端，除光伏行業外其他下游行業均實現正增長，其中電子半導體、鋰電、汽車電子、汽車零部件高於市場平均增速。在電子行業，因智能手機新技術迭代催生大量產線新建與改造需求，同時工業機器人在AI服務器整機組裝及零部件（如光模塊、散熱模塊、PCB、內存）等細分領域中的應用增多，有效助力市場增長；在汽車行業，國內車企投資旺盛，機器人導入需求較大，同時汽車零部件及電子新技術迭代加速，高端車型部件（激光雷達、多聯屏、HUD）向中低端車型滲透，均帶來新的自動化投資；在鋰電行業，因消費級電池需求大幅增長、AIDC配儲政策拉動儲能電池需求、動力電池海內外投資增多、以及二／三輪電動車新國標實施導致電動車電池換代加速，持續拉動需求增長。

在產品端，受益於電子及鋰電行業景氣度較好，智能手機新品及AI產業投資旺盛，SCARA機器人2026年上半年國內出貨量同比增長超過17%；因在消費電子及AIDC領域滲透率快速提升和適用於液晶、半導體、食品飲料、醫療、PCB行業的潔淨款機型推出，20kg以下負載段六軸機器人2026年上半年國內出貨量同比增長超過14%；受益於汽車、儲能電池、AI基建等市場需求增長，20kg以上負載段六軸機器人2026年上半年國內出貨量同比增長達到7%，其中300kg以上大負載六軸機器人出貨量同比增速超過12%，這也是當前競爭格局下庫卡最具優勢的領域之一；Cobots協作機器人在金屬、AI服務器、汽車等行業滲透率加速提升，同時部分廠商佈局AI服務器、低空飛行器、生物製藥等新興行業，2026年上半年國內出貨量同比增長突破40%；Delta機器人2026年上半年國內出貨量同比增長約5%，主要系食品、醫藥、日化等傳統行業需求穩定，同時持續拓展應用在新能源、電子、汽車零部件等增量市場。

(三) 樓宇科技行業

樓宇科技行業聚焦樓宇建築的產品、服務及相關產業，以建築數字化平台為核心，打通建築的交通流、信息流、體驗流、能源流，為用戶提供智能可持續的樓宇建築整體解決方案。智能建築生態主要包括暖通空調、電梯、樓宇建築智能化(樓控)和綜合能源管理等多方面業務，場景覆蓋工業(含數據中心和儲能)、醫院、基建、園區、商業、酒店、學校等。

從行業競爭格局來看，國內暖通、電梯及樓控的競爭格局都比較相似並具有兩大特徵，一是外資與合資品牌佔比高，二是市場集中度較低，根據產業在線數據顯示，2026年上半年，中央空調行業主流外資品牌佔比接近30%，且在全市場僅有包括美的在內的三家廠商份額超過10%，長尾效應依舊比較明顯；根據《中國電梯行業商務年鑑》的數據顯示，電梯市場的外資與合資品牌依然佔比較高，而頭部國產品牌的收入規模和市場份額佔比較低；樓控市場也是基本由霍尼韋爾、西門子、江森自控、施耐德等國外品牌主導。從市場規模和發展前景來看，根據產業在線數據顯示，2026年上半年中國中央空調內外銷市場總規模為684.3億元，同比下降1.7%，其中國內銷售為532.8億元，同比下降5.7%；中央空調應用領域主要分為住宅、商業、工業、公共建築等，按業務類型分，ToB業務銷售佔比在70%以上，從產業發展來看，中央空調非住宅部分周期性要小於住宅部分，與基建投資更相關，政府公建、交通運輸、數據中心、文教娛樂、醫療等下游細分領域成長潛力較大，長期保持較高增長的確定性強；根據國家統計局數據顯示，2026年上半年國內電梯、自動扶梯及升降機的產量為65.3萬台，同比增長3.2%，行業呈現邊際修復；從主要廠商的經營數據來看，如結合單台電梯設備出廠均價與維保業務綜合考慮，單台電梯對應的產值在20萬元左右，國內電梯設備對應的年市場規模已逼近3,000億元，老舊小區加裝及更新電梯需求穩步提升，另外2026年起實施《大規模設備更新和消費品以舊換新政策》，明確將住宅老舊電梯更新、老舊小區加裝電梯納入政策支持範圍，住建部、市

場監管總局還於2026年1月印發《住宅老舊電梯更新可複製政策機制清單》，有望推動行業規模進一步擴張。根據億歐智庫數據顯示，樓宇建築智能化目前市場規模相對較小，如果中央空調、電梯這種設備型業務是樓宇建築中的「器官」，那麼樓控則是樓宇建築中的「神經系統」，通過連接控制各類設備，實現樓宇建築的高效低碳運行，樓控決定着樓宇建築整體解決方案能力的高低。整體來看，樓宇科技行業僅國內產業規模就已超過4,000億元，同時隨着國務院印發《推動大規模設備更新和消費品以舊換新行動方案》的政策持續推進，產業需求亦有較強支撐。

樓宇科技行業迎來新的機遇，分別是「碳達峰與碳中和」、「AI算力與數智化」以及「國產替代」。隨着「雙碳」戰略目標確立，一系列相關政策陸續出台，推動健全建築能耗管理體系，提升建築能耗監測能力、建築節能管理能力、建築能效水平，推進超低能耗、近零能耗、低碳建築規模化發展。2026年4月，中共中央辦公廳、國務院辦公廳印發《關於更高水平更高質量做好節能降碳工作的意見》，要求進一步推動超低能耗建築規模化發展和既有建築節能降碳改造，並推進公共機構建築供熱、製冷等設施設備節能降碳改造，為暖通行業提供結構性機遇。自2025年以來，因AI算力催生的高密度散熱需求，數據中心空調在政策與市場的雙重驅動下，展現了強大的增長活力，產業在線數據顯示，2025年中國數據中心空調行業內銷規模近200億元，增速高達22.4%，2026年上半年隨着AI加速發展和算力需求爆發，市場體量進一步擴大，成為帶動中央空調市場規模的有力引擎。在數字經濟趨勢下，發展程度滯後且作為「智慧城市」關鍵一環的樓宇建築，數智化需求也會大幅提升；同時，隨着技術的不斷進步，將從暖通、電梯等系統級控制邁向樓宇建築級控制，一是從「控制」到「服務」帶來的空間擴張，二是與先發優勢的國外企業差距收窄，更積極明確的信號是數智化當前正在推動電梯產業轉型升級。中央空調的國產替代先後經歷「單元機→多聯機→大型水機組」三個過程，2026年上半年主流國產品牌整體份額已超45%，其中壁壘相對較高的大型水機，份額也在持續取得突破，中央空調全面進入國產替代階段，未來上升空間較大；電梯國產替代進程較慢，但隨着地產紅利逐漸減弱、維保模式產生變化以及物聯網技術應用，市場格局優化有望提速。

二、主營業務分析

2026年上半年，儘管「以舊換新」補貼政策依然持續，但因刺激效應遞減和高基數影響，國內家電市場需求端顯著承壓，海外市場則受地緣政治衝突持續發酵、匯率波動和貿易保護主義的影響，海外經營持續面臨挑戰，同時銅、塑料等原材料的價格也進一步上漲。美的集團通過堅定貫徹「圍繞核心增長」的年度經營思路，持續聚焦核心業務和產品，海外OBM業務發展成效顯著，集團整體的收入利潤規模穩健增長。2026年上半年，公司營業總收入2,610.5億元，同比增長3.5%，實現歸母淨利潤264.5億元，同比增長1.7%。其中，2026年上半年分業務板塊營業收入數據及同比變化如下：

單位：千元	智能家居	樓宇科技	機器人與 自動化	工業技術	其他業務
營業收入	174,340,606	21,625,109	16,620,817	13,137,739	15,282,454
同比變化	4.27%	10.84%	10.27%	-12.72%	2.55%

（一）智能家居業務

1、中國區

美的集團在國內市場穩步推進落實「數一」戰略，在新型電商渠道，持續加大品牌、品類和新能力佈局，深化興趣與社交電商全鏈路經營；在傳統電商渠道，持續提升數字化運營能力，驅動效率突破和份額獲取。2026年上半年，美的系產品在包括京東、天貓、抖音、拼多多等國內主流線上平台的家電銷售額繼續位居行業第一，並在「618」大促期間的全網總銷售額蟬聯行業第一；在KA、經銷商、電商下沉等國內主要線下渠道的家電銷售額亦位列行業第一。

(1) 堅定DTC變革引領新增長，聚焦零售能力構建，推進數字化業務模式創新，實現運營效率與用戶體驗雙升級

通過政策零售化實現零售驅動，拉通全價值鏈聚焦零售與用戶服務，簡化數字化工具應用，降低客戶使用成本；推進產銷計劃智能化變革，發育AI智能預測與執行能力，提升以零售實銷為中心的智能補貨能力，持續優化國內市場全渠道庫存周轉，2026年上半年日均自有庫存同比降低16%；雲倉賦能體系進一步完善，截至2026年6月末，雲倉的線下渠道覆蓋率提升至94%以上，有效覆蓋所有旗艦店與專賣店客戶。

圍繞三大核心零售能力打造線下渠道差異化競爭力，樹立競爭護城河。一是流量獲取與轉化，推動商機運營體系高效落地，精準挖掘和輸送潛在客群，實現多平台引流到店，2026年上半年獲取超百萬條客資，轉化成交額突破40億元；二是構建非標設計交付能力，打通從商機到服務、設計、施工、驗收全流程，構建線下門店服務專業性，持續提升終端成交率與客單價，用戶客單價提升15%；三是提升全屋智能套系化能力，升級門店展陳套系化、場景化、智能化，圍繞全屋智能、用戶體驗分層佈局，已累計完成1,700家門店智能化改造，為用戶提供專業、全面的智能化服務。

渠道變革聚焦AI全面轉型，在線上渠道深度應用AI內容生成、AI精準營銷、AI客服、AI數字人直播等新能力，進一步探索全鏈路AI應用模式，建立先發優勢；同時在系統數字化和供應鏈「一盤貨」基礎上，積極開拓即時零售和新零售等新型「到店+到家」業務場景，為消費者打造「線上購物+線下體驗」的全場景服務閉環，提升運營效率，拓展新增長。

在用戶運營方面，2026年上半年，美的持續深化全鏈路用戶運營體系。美的小程序全面升級數字化與AI能力，新增小美AI、家電智控、品牌專屬內容等模塊，構建集「品牌、購物、服務、智控、會員、活動」於一體的一站式個性化服務體驗。截至2026年6月底，小程序用戶規模超過

9,000萬，日均訪問量(PV)突破500萬；美的美居平台註冊用戶規模突破1.4億，月度活躍用戶超過2,400萬。美的持續迭代會員權益體系，深化「寵粉」策略，新增「全屋守護，過保無憂」權益，有效解決家電過保維修難題，同步優化各項權益價值；重點構建以門店為核心的數字化、體系化零售用戶運營能力，通過美的企業微信系統性沉澱用戶資產，打造覆蓋售前、售中、售後多場景的精準觸達體系，賦能門店高效識別與商機轉化，驅動用戶價值與口碑的雙重提升。

在用戶服務方面，以用戶體驗為核心，以AI技術驅動服務模式升級。構建以服務運力大模型為基石的智能服務網絡，以保障高效迅捷的服務響應；將AI能力融入售後服務全流程，系統性支持服務夥伴效率提升與工程師智能診斷；打造行業領先的全屋智能服務能力，實現全屋智能產品的一站式交付；全面部署客服機器人的端到端貫通應用，上線授權智能體輔助一線人員快速決策，鼓勵工程師主動為用戶解決問題，重塑用戶服務旅程，提供貼心服務體驗。

在智能化方面，以「1+1+1」戰略為核心，全面升級基於AI的家庭智能能力。通過多品牌協同、多入口共存、多感知並行佈局家庭內全用戶需求。美的美居APP借助小美AI的持續進化，顯著提升用戶體驗：通過一句話多意圖理解及模糊指令識別的能力，覆蓋生活、智控、服務、售後、知識問答等家庭使用全旅程；升級場景大師功能，大幅簡化用戶創建智能場景流程，構建基於全屋智能的用戶全生活場景平台；持續打造「家電全面智能化+高頻智能家居產品」的產品矩陣，通過超過1.4億台的全屋聯網設備，聚焦全品類深度聯動，通過家電、移動終端、中控屏、APP等提供覆蓋全空間的語音交互場景；同時全面升級線下門店智能場景體驗模式，將設計工具「美宅大師」與AI功能融合，快速輸出方案，提供全鏈路一站式服務；持續深化AI技術應用，基於自研及外部第三方大模型、高階推理、持續記憶等底層技術，構建首個落地家電行業的AI智能體MevoX，打造具備強認知能力的家庭深度智能體，在空氣、用水、烹飪等六大系統中形成家庭多元主動智能應用能力，已服務超過1.5億用戶。

此外，美的持續深化「人車家開放互聯生態」戰略，加速跨終端、跨場景的深度融合與標準引領，聯合比亞迪、華為、長安、吉利、奇瑞等生態夥伴構建車家互聯標準體系，深度參與制定工信部強制性國家標準制《智能家居互聯互通》，協同中國家用電器協會與中國通信標準化協會聯合組建的智能家居互聯互通聯合工作組(CHEAA/CCSA JWG1)立項5項車家互聯標準，已累計主導或參與80餘項國家標準及43項國際標準；在底層系統與生態建設方面，基於開源鴻蒙底座，聯合華為、中科院軟件所等打造家電行業鴻蒙操作系統，推動產業開放協同；同時與微信、千問等頭部平台深度合作，加速AI應用在人車家全場景落地創新，為用戶打造無縫流轉、主動響應的智慧生活新體驗。

(2) 雙高端品牌戰略

2026年上半年，美的持續推動「COLMO+東芝」雙高端品牌戰略。COLMO品牌以AI科技家電為核心定位，推進套系家電與全屋智能深度融合，為用戶提供全圖景高端智慧生活解決方案。2026年上半年，在產品端，持續完善「COLMO新象鈦鉑銀空間」套系廚房與智能場景，實現套系全場景語音深度智控，提升AI管家系統全空間主動智能服務能力。在品牌端，2026年3月重磅發佈「COLMO管家，未來到家」全新概念，重塑全屋智能認知；為深化場景落地，COLMO攜手多名全網知名頭部達人共創「COLMO未來家系列」，該系列內容登上小紅書、抖音、微博等多平台熱搜榜單；COLMO全屋智能全網曝光量超25億次，在小紅書、抖音的搜索量同比增長超過20%。在渠道端，堅持獨立品牌陣地建設，截至2026年6月，COLMO品牌店已覆蓋全國約280座城市，並通過渠道短鏈變革和簡化層級，持續提升全鏈路零售效率。在服務端，截至2026年6月，COLMO註冊會員已接近700萬人，全面升級服務體系，發佈COLMO管家服務，通過「1V1專屬管家、高端專職工程師」雙核服務模式，以「省心、放心、貼心」為核心，圍繞家電全生命周期的探索陪伴式服務，重新定義高端家電服務標準。

東芝品牌持續夯實「藝術品家電」的定位，以傳承百年的匠心品質，成為國內高端消費群體的新選擇。2026年上半年，在產品端，東芝發佈居心地2.0套系家電，以空間利用與收納藝術、極致細節體驗、自然本真美學，滿足生活藝術家對「品質家電」的需要。在品牌端，東芝在小紅書、抖音等平台持續深耕優質內容，上半年總曝光量接近6億次，小紅書核心品類綜合搜索排名位列合資品牌第一；開展近200場「東芝生活藝術節」線下圈層活動，觸達品質生活人群。在渠道端，在國內已與超過300家運營商合作，累計建立超過670家東芝品牌店和超過1,300家東芝品牌廳，推動最新的終端標準化體系落地，並完成零售體系搭建。在用戶端，通過抖音、小紅書、美团、高德地圖等多流量平台運營，實現線上引流成交額超1億元，新增會員超250萬人。

2、海外OBM業務

產品與市場突破

圍繞OBM優先戰略，美的持續推進本地化，以深入的市場和用戶洞察驅動產品創新，賦能本地業務拓展，2026年上半年OBM業務收入已達到智能家居業務海外收入的50%以上。根據內部及外部機構統計顯示，2026年上半年美的系自有品牌的多個家電品類在多個海外市場區域均取得市場突破。

隨着美的和TEKA的全價值鏈整合，深入構建「In Europe, for Europe」的本土化戰略，在歐洲形成圍繞銷售、研發、設計的閉環組織，提供更貼近用戶和市場需求的產品，2026年上半年TEKA品牌收入規模同比增長超過20%；通過精準洞察當地「安裝難」的痛點，美的通過本地化產品創新成功打破市場壁壘，耗時三年打磨出完美契合歐洲市場需求的定制化產品PortaSplit移動分體空調，該產品在2026年上半年的銷量和銷額同比增長均突破200%，在歐洲成為現象級爆款並成功破圈。

在亞太區域，2026年上半年，美的系的冰箱與微波爐產品在東南亞五國（泰國、越南、馬來西亞、新加坡、印度尼西亞）的合計零售額市場佔比均位列行業第一；東芝牌Topload洗衣機產品也在東南亞五國的合計零售額市場佔比位居行業第一。東芝白電持續推進「日本No.1」戰略，2026年上半年東芝白電在日本銷售收入同比增長超過10%，並在冰箱、洗衣機、空調、微波爐、電飯煲及吸塵器六大核心品類的合計零售額市場佔比保持在16%以上，東芝微波爐則連續四年保持日本市場份額第一，持續鞏固競爭優勢；東芝白電持續以用戶為中心堅持產品創新，以售後服務為抓手不斷提升用戶滿意度。

在美洲區域，2026年上半年OBM業務進一步突破，通過全新大家電及廚房套系產品覆蓋，實現核心零售客戶全面進駐，其中美國市場OBM業務收入同比增長24%，美的全自動咖啡機全新登陸美國市場，憑藉卓越表現贏得廣泛關注。2026年上半年，在美國市場，美的系家用空調整體機和TMF雙門冰箱的銷量份額分別達46%和14.7%；在巴西市場，美的系家用空調的銷量份額繼續保持行業第一，美的牌冰箱和滾筒洗衣機銷量份額分別為13%和23%，均位居行業前三；在智利市場，美的牌冰箱銷量份額突破26%並位列行業榜首，美的牌大烤箱和洗衣機銷量份額分別突破22%和21%，均位居行業第二。

在中東非區域，2026年上半年美的系洗碗機在沙特的銷量和銷售額均穩居行業第一，美的系微波爐與大烤箱雙品類2026年1-3月的銷量在哈薩克斯坦成為行業第一；新品方面，圍繞本地化需求持續推進新品上市，陸續發佈上市Midea Mega及Toshiba Lava系列燃氣烤箱、東芝Japandi和Samurai套系，以及Teka Infinity和Van Gogh系列產品等。

美的持續深耕海外智能家居市場，通過AIoT技術全面賦能能源、服務、烹飪、控制等場景，以AI Assistant為核心能力貫穿AI ECOMASTER智慧能源方案與AI Diag智能服務方案，全面提升用戶體驗。截至2026年6月底，美的智能家居應用海外累計註冊用戶超過1,500萬，月度平均活躍用戶數量同比增長超過80%。

海外供應鏈

2026年上半年，持續深化海外供應鏈與製造佈局，聚焦本地化交付能力建設、產能結構優化、倉網資源整合及物流體系融合。一是持續推進海外本地化交付核心能力建設，構建集中心倉儲、堆場周轉、本地拖車報關運營及產業配套於一體的全鏈條交付體系，實現供應鏈運營的集約化與高效化，重點推進籌建泰國、埃及、印尼、巴西、越南五大海外供應鏈交付中心，覆蓋東南亞、中東非、拉美等區域。二是通過新建投產、產能擴建及資源整合等方式，持續優化全球產能結構，提升各區域屬地化生產與市場響應能力，在東南亞加快泰國家用空調工廠擴產，同步優化印尼、越南製造產能，聯動交付中心實現生產與物流高效協同；在中東非完成沙特家用空調工廠、埃及冰箱及微烤工廠建設投產，有效補強區域核心品類產能供給能力；在美洲啟動建設墨西哥洗衣機工廠，實現海外產能佈局突破；在歐洲，有序推進TEKA工廠整合，優化家電產能佈局。三是持續推進全球倉網資源整合與運營提效，持續優化歐洲、亞太區域倉網體系，並以泰國為試點，推進從採購、海運、生產、成品倉儲、經銷配送及逆向物流的全鏈路端到端整合優化，探索創新模式的提效降本空間；應用「AI+運籌算法模型推進TEKA與美的倉網資源整合，提升履約能力。四是整合海外物流業務並取得階段性進展，加快搭建標準化與數字化運營體系，在2026年4月完成西班牙TEKA物流業務融合，同步推進作業流程標準梳理與標準化運營體系建立。

品牌渠道端

美的強化海外自有品牌建設，加速推進自有品牌全球突破步伐，推動品牌、產品、服務並駕齊驅，在前端市場深化用戶觸達渠道，擴展基於產品的品牌宣傳，強化基於跨品類全屋家電的品牌認知；自2026/2027賽季起，美的與巴塞羅那足球俱樂部正式開啟五年戰略合作，美的品牌首次亮相球隊比賽球衣及訓練服袖標，並通過對亞足聯、非洲足聯、南美足聯等區域性頭部體育組織及賽事贊助，在不同市場區域有效觸達全球數億球迷及潛在家電消費者，持續提升品牌價值和擴大品牌影響力；通過OBM專項基金投入，在全球從線下終端零售體驗、專業渠道拓展、社交媒體矩陣管理體系建立及品牌標識賣點推廣等多維度強化自有品牌影響力；並建立包含近200個賬號的社媒矩陣，完善多品牌矩陣，對內容規劃、視覺呈現、購物體驗全面升級；2026年上半年，在海外市場系統推進「美的」主品牌視覺形象煥新，全面升級品牌內容、廣告，官網及產品包裝箱等核心觸點，統一品牌識別全鏈路；迭代東芝品牌海外終端門店形象，提升高端場景認知。

加快拓展和完善海外渠道佈局，持續更新國家渠道地圖與關鍵客戶清單，與美洲、亞太、歐洲、中東非等區域重點客戶不斷深化協同；持續推動終端網點建設和專業渠道突破，在商品進駐、產品升級、終端建設、營銷推廣、用戶服務、系統對接等全方位開展與渠道客戶的合作，升級改善渠道結構；賦能前端導購，結合消費者洞察和產品核心賣點，為導購提供更生動形象、貼近本地消費市場需求的話術指引；利用數字化工具賦能海外終端零售，2026年上半年完成超9萬次數字化客戶／門店拜訪；借助數字化工具促進流量獲取、轉化提升以及用戶沉澱等；利用新媒體內容營銷強化產品與用戶互動，優化在各觸點投放內容的質量與效率。

用戶服務與售後保障

深耕海外售後服務體系建設，持續夯實備件交付、客戶聯絡、服務網絡、服務數字化、服務技術工程五大核心能力。依託數字化、智能化技術賦能服務全鏈路，升級全球服務運營模式，着力打造標準化、智能化、高競爭力的海外服務保障體系，助力海外業務高質量發展。

持續優化全球備件供應鏈體系，構建四級備件供應網絡，推進倉網向海外製造基地前移，提升備件響應效率與供給穩定性。目前泰國、越南、巴西基地倉已投入運營，歐洲、埃及基地倉預計將於2026年下半年啟用。同時，公司推動備件服務模式革新，建立智能備件預測系統，由被動供貨轉向主動預判備貨，2026年上半年已完成7家海外分公司試點部署。

客戶聯絡服務完成雲化升級，智能化與合規服務能力大幅提升，基於Amazon Connect雲端全渠道聯絡系統及本地化適配方案，完成全球呼叫中心數字化迭代，實現用戶服務全流程標準化閉環管理。通過雲化升級有效降低運營成本並提升服務質量，依託雲端安全體系滿足各國數據合規要求，保障用戶信息安全。目前數字化呼叫系統已覆蓋23個國家和地區，逐步落地AIGC智能語音機器人，實現智能識別、多渠道接入，2026年上半年，智能客服、自助服務及自動化流程已承擔25%的客戶服務量，有效降低人工服務成本並提升服務效率。

推進服務數字化建設，提升運營管控效能，通過數字化3.0項目迭代推廣海外核心售後服務iService系統，規範全球服務網點與工程師主數據管理，實現服務資源精準匹配、工單高效流轉。截至2026年6月，iService系統已覆蓋22家海外分公司，搭建全域聯動的數字化服務運營體系。

持續擴容全球服務網絡，採用直營、獨家服務中心及專屬工程師等多元模式，拓寬海外服務覆蓋範圍，同時通過體系化賦能第三方合作服務商，全面提升終端工單處理效率與履約能力，2026年上半年，公司新增35個直營及獨家服務中心，進一步強化海外本地化服務交付能力。

完善全球新品服務保障體系，2026年上半年新品導入(NPI)服務準備標準化流程已覆蓋22家海外分公司及多個核心製造基地，統一新品服務標準以保障新品上市服務質量與用戶體驗一致性。在東南亞市場，美的推出小家電「365天以換代修」創新服務，優化退換機服務流程，推動售後服務從基礎保障型向品質體驗型升級，提升客戶滿意度與品牌信任。

3、 產品創新

美的堅定落實科技領先戰略，穩步加大研發投入，紮實推進「三個一代」落地，通過差異化創新推動產品結構升級，支撐國內高端品牌突破和海外OBM優先戰略，全面提升全球市場競爭力。

(1) 家用空調

2026年上半年，美的空調在國內外市場雙線發力，以技術創新驅動產品矩陣全面升級。面向海外市場，美的推出H-PACK無外機混動熱泵產品，針對歐洲聯排別墅及公寓缺乏室外機位的安裝痛點，首創無外機室內整體式混動熱泵系統，採用R290環保冷媒，可與用戶現有壁掛爐無縫混動運行，通過快接箱實現水路快速連接，安裝工時較傳統熱泵縮減50%以上；系統能夠根據電價波動動態調整混動採暖策略，精準運行最優費用模式；產品採用模塊化易維修架構，並搭載Smart All Easy服務系統，全面支持遠程監控、故障診斷及快速響應，顯著提升售後服務效率，進一步強化在歐洲市場的核心競爭力。2026年2月，在2026美國國際建築商大會（International Builders' Show, IBS），美的EVOX G³熱泵產品作為唯一入選的暖通空調解決方案，被選用於美國住宅建築商協會（National Association of Home Builders, NAHB）官方示範住宅改造項目「新美式住宅翻新項目」（The New American Remodel® 2026）中，更斬獲行業獎項Spark Award。

面向國內市場，美的推出真暖MAX空氣源熱泵中央空調，圍繞低溫強熱、節能省電、智能省心、便捷安裝四大核心需求全面升級；行業首創連續噴氣增焓與分相增焓協同的雙增焓製熱科技，實現-42℃穩定運行、-30℃製熱量不衰減且出水溫度最高達52℃，實現強效製熱；產品冷暖雙指標均超一級能效標準，對比上一代機型大幅省電28%，並支持光伏直供自發自用，助力節能零碳運行；標配4G模塊並搭配十年免費流量，解決偏遠地區聯網痛點，依託暖管家2.0實現遠程運維與主動服務，用戶可通過美居APP實時調控，支持子女遠程為父母調試設備，兼顧科技便捷與人文關懷；免水箱設計輕鬆上樓快速安裝，支持16機並聯覆蓋3,000 m²大型建築採暖需求。全球首台鴻蒙智選美的智能空調2026年5月上市發佈，推動智慧家居從「單品智能」向「全場景生態智能」跨越，為新質生產力在家電製造業落地樹立標桿，鴻蒙智選美的空氣機Pro聚焦健康空氣場景，行業內創新提出「新風雙37標準」，在37dB安靜環境下，新風量仍可達37m³/h，產品內置傳感器以控制CO₂濃度，實現安靜高效新風；還搭載行業首創的「萬象空氣架構」，一台設備實現冷暖、新風、淨化、除菌、控濕五大功能。針對傳統空調冷風直吹、送風不均、需要頻繁手動調節等痛點，鴻蒙智選美的全面風Pro則進一步強化AI感知與舒適送風體驗，創新性融入「AI人感知」技術，精準感知人體位置與活動狀態，智能實現「風避人吹」、「風隨人動」等個性化送風體驗。

(2) 洗烘與冰箱產品

洗烘產品：

聚焦「分區洗護、健康電催化、緩釋去污、高效換熱、清潔洗淨、智能傳感」六大方向進行技術攻關，美的全面構建全球洗護行業核心競爭力。面向國內市場，美的加大純平大容量產品佈局，並堅持快烘靜音的烘乾技術主線，推出行業首款超薄純平全嵌850mm標準高度的小天鵝熱泵洗烘一體機K200，採用標準洗衣機尺寸，可微縫嵌入常規櫃體，無需改造即可「原地煥新」；搭載新一代熱泵低溫柔烘技術，配合全變頻系統，精準控溫控濕實現節能護衣；配置大排量壓縮機，雙冷勁熱前出風，43分鐘洗淨烘透三件襯衫；還具備風道自清潔、多重濾網、蒸發器活水沖刷等功能，能有效防止毛屑、髒污在機器內部堆積；同時具備新風護理功能，首創專利刮刮淨毛屑濾盒，抽拉即淨，實現柔、快、透、靜、淨的全能洗烘護體驗。在分區洗護領域，美的持續迭代，推出迷你小烏梅二代產品，該產品具備行業首創迷你尺寸下的最大容量，左、右雙筒都配置成2kg洗滌1kg烘乾，體積不變容量翻倍；純平百搭設計，超薄支架組合堆疊設計，便於安裝在不同場景；左右雙筒同洗同脫同烘，實現專筒專洗的健康洗烘體驗；還首創高壓霧化勻冷冷凝技術，實現行業最快59分鐘的7條內褲速洗烘，且具備風道自清潔、霧化噴淋活水降塵功能，系統毛絮排出量高達99%；搭載六維判干NTC智能感知，精準控溫衣干即停，還具備首創分區雙筒三自投、藍氧祛味護色功能。

冰箱產品：

冰箱持續圍繞以用戶為中心，聚焦「智能、家居化、保鮮、基礎性能」技術佈局，構建智能健康家電核心競爭力，持續推出差異化引領產品。2026年上半年，美的冰箱創造性提出全食材原鮮品牌定位，並成為行業唯一的「中國航天事業合作夥伴」，2026年7月，美的冰箱自主研發的「全食材原鮮關鍵技術」正式通過中國輕工業聯合會組織的專家鑑定，獲評「國際領先」水平。美的確立「全食材原鮮」的技術思路，即通過系統研究各類食材的生物學特性，為每一類匹配最適宜的存儲微環境，再轉化為微晶一周鮮、全淨PST+智能淨化7.0、低氧窖藏PRO、頂配雙系統等技術成果。基於以上技術，美的冰箱於2026年推出小熊墩墩、熊墩墩－山海、小冰狗、可愛多、美享家等系列新品，目前熊敦敦系列產品累計銷售已突破30萬台，小冰狗系列產品則斬獲京東行業銷量、銷售額、流量曝光排名的榜首。

面向北美市場，結合當地市場的生活方式和用戶需求，美的品牌Chill Master冰水系列產品搭載AutoFill Pitcher和Dual Icemaker功能，並採用超薄泡層等技術實現行業內同規格內部容積最大，精準解決用戶痛點，在2026年一季度進入北美主流渠道並穩定增長，實現市場突破。

(3) 廚房電器和其他家電產品

全屋用水：

面向國內全屋用水場景，COLMO新象燃氣熱水器JSLQ27-X20，創新無冷凝排水管設計，通過使用一級能效無冷凝平台技術，產品熱效率高達107.2%，大幅節省燃氣費用；母嬰級全維精鋼水箱設計和瀑布洗技術，呵護肌膚健康，雙衛同洗水量提升超過180%，水壓提升超130%，熱水等待時長縮短超過50%，澎湃水量打造沉浸式沐浴體驗。美的極致製冰台式淨飲機3707通過佈局高性能製冰系統和活水製冰技術，實現製冰性能提升50%，冰塊高透耐化，單冰重量提升30%；台式化設計完美適配用戶餐邊安裝場景。

煙灶：

聚焦廚房環境舒適性持續提升，美的AK11小西梅油煙機採用隱藏式全自動蒸汽洗技術，智能識別風機油污情況，高溫蒸汽沖刷內部風機，洗淨率達99%，除菌率達99.99%；搭載「MAX雙風道+頂側雙吸」技術，油煙潔淨率達99.1%，構建行業一級淨煙標準；纖薄機身齊平櫥櫃設計完美詮釋家裝美學，創新AI煙感智控技術，智能適配風量風壓全程精準調控，真正實現烹飪全程無手動。美的AK11小西梅燃氣灶首創「雙灶全隱防干燒技術」，解決傳統接觸式探頭易頂鍋、不適配的痛點；智能溫控系統實時監測鍋底溫度，自動識別異常高溫並智能熄火，避免誤報誤判，實現十年長效安全防護；新一級能效標準設計及雙邊烹飪時長預設功能，實現5.2KW猛火和72%高熱效率，定時自動熄火，節能省氣烹飪更高效；玻璃面板台嵌兩用設計，易清潔且開孔尺寸可調，滿足多樣化家裝需求。

微烤產品：

美的嵌入式微蒸烤一體機知味感2.0系列產品深度洞察並精準滿足中國家庭對高品質蒸制烹飪的需求，通過佈局多級自研核心蒸制技術，系統性解決蒸汽弱、沸騰慢、積水多、多層蒸制易夾生及溫控不均等行業痛點，為用戶帶來全方位升級的高效鎖鮮蒸烹飪體驗，通過創新自研的2,600W鼎沸瞬透蒸汽技術和偏心螺旋迪恩渦換熱盤管，確保大功率蒸汽能夠持續穩定輸出；通過四段分區溫控出汽管路，實現對烹飪腔體的分區精準控溫和均衡出汽，單位時間出蒸汽量達到98.59L/min，烹飪時腔體內蒸汽含量高達78.8%，食物蒸制耗時顯著縮短，大幅提升蒸烹飪效率和食材鎖鮮口感；其核心單品美的知味感GR6S二代微蒸烤一體機上市僅兩個月，便登頂天貓新品榜TOP1。

廚房小電：

面向用戶烹飪需求，美的大鴨梨系列電壓力鍋採用行業首創磁懸浮精控沸騰技術，烹飪過程無極變壓，實現260次壓力加減、130次沸騰翻滾，煲湯濃度提升超過50%、蛋白質提升超50%、香味提升48%，徹底解決電壓力鍋「高效卻風味不足」痛點；仿明火多段烹飪曲線，通過「112kPa高壓促溶出—90kPa低壓持續沸騰增濃增香」多段壓力烹飪，配合磁懸浮精準變壓，25分鐘一鍵煲好營養濃香湯；行業唯一濃香濾油技術，專用濾油釜配合濾油程序，濾油率超過92%。聚焦臥室安睡場景，推出幸運草安睡風扇系列，採用幸運草仿生風葉設計，首創渦環結構帶來極致柔風體驗的同時減小葉尖顫動，尖銳高頻聲減少53%；行業首創網罩扇葉一體拆裝及磁吸式扇葉結構，解決拆裝清洗難題；並獲得風扇行業首批由中國質量認證中心(CQC)推出的家用電器低噪音產品認證。

（二）商業及工業解決方案

1、工業技術業務

美的工業技術聚焦暖通家電、數據中心／儲能熱管理、新能源汽車、機器人核心部件領域，致力於用領先的科技、品質、服務，為客戶提供綠色、高效、智慧的產品與技術解決方案，圍繞着堅實的根技術，不斷拓展技術矩陣，如熱管理技術、電機與驅動控制技術、機電一體化與高精密零件製造技術、摩擦磨損技術等，形成完整產業鏈佈局和產品矩陣，並積極推進全球化戰略落地，實現海外市場顯著突破。

(1) 暖通家電與數儲熱管理部件

持續深耕暖通家電部件領域，並向數據中心／儲能熱管理部件領域擴展，不斷鞏固行業領先地位。產業在線數據顯示，2026年上半年，美芝家用空調壓縮機全球市場銷量份額繼續穩居第一，渦旋壓縮機國內市場份額超過15%；美芝冰箱壓縮機全球市場銷量份額位居行業前列；威靈家用空調電機與洗衣機電機全球銷量份額也保持行業第一。

此外，持續深化佈局芯片產品技術，美仁已有4款芯片和1款芯片的單型號累計出貨量分別突破千萬級和億級，上半年出貨量同比提升超過50%，其中面向外部客戶出貨量同比提升超100%，市場覆蓋率進一步提升。基於在暖通家電領域的研發積淀與豐富項目經驗，美的工業技術全面佈局數據中心及儲能的熱管理核心零部件，覆蓋風機、水泵、渦旋壓縮機、轉子壓縮機、氟泵及電子膨脹閥等核心產品，已與多家行業頭部企業建立深度合作，相關業務收入同比增長達66%。

美的工業技術在全球範圍內持續投入，服務全球暖通家電客戶，堅定突破海外重點市場：泰國高端智能製造基地項目廠房即將建設完成；持續投入印度製造基地，空調壓縮機年產能突破500萬台、電機年產能突破100萬；江蘇淮安的空調電機生產線正式投產，規劃年產能將達2,000萬台；巴西電機工廠產能持續爬坡，已為10餘家客戶量產多款電機產品，預計年產能可達300萬台。

2026年上半年，美的工業技術發佈多款產品與解決方案，贏得全球客戶廣泛信賴與市場高度認可，包括美芝高效雙級變容渦旋壓縮機、美芝新一代變頻高效30HP渦旋壓縮機、美芝搭載超寬頻靜音化技術並採用15槽10極電機平台的熱泵採暖壓縮機；美芝低高度高效變頻A系列、超大冷量高效A系列、小冷高效變頻T系列、極致經濟高效變頻A2系列冰箱壓縮機；應用於滾筒洗衣機領域的威靈新一代平台電機、威靈薄型化靜音風管機電機，威靈高效高控制精度ECM電機等。針對儲能／電池熱管理領域，還發佈了適用儲能液冷場景的美芝渦旋壓縮機、適用儲能液冷／風冷場景的美芝轉子壓縮機、電子膨脹閥、以及威靈EC/AC風機和直流屏蔽泵等核心產品。

美的工業技術的研發成果屢獲行業殊榮，其中美芝與中國科學院寧波材料技術與工程研究所（寧波材料所）聯合申報的「高強韌超低摩擦碳基防護材料與關鍵裝備及產業化」項目榮獲「浙江省科技進步一等獎」；美的主導研發的「房間空調器全頻域高效靜音壓縮機產品關鍵技術及產業化」、「R290單缸壓縮機關鍵技術及產業化」、「高能效低噪聲家電永磁電機系統關鍵技術及應用」項目被評定為「國際領先」水平；美芝靜音寬域轉子壓縮機、美芝高效變頻冰箱壓縮機、威靈超高效靜音高可靠性電子換向電機榮獲艾普蘭獎核芯獎；廣東威靈電機製造有限公司憑藉「超大規模高性能電驅動系統及其精益智能製造關鍵技術研究與產業化」項目榮獲2025年度廣東省科學技術獎二等獎；美芝冰箱壓縮機智能工廠入選安徽省2026年度先進級智能工廠。

2026年上半年新增專利申請超430件，累計授權發明超9,700件；新增參與編製4項國家標準，包括《滾動轉子式製冷劑壓縮機》、《小功率電動機第23部分：可靠性評價方法》等。2026年4月，成功承辦國際標準化組織製冷空調技術委員會製冷壓縮機測試與評定分技術委員會(ISO/TC 86/SC 4)第15次全體會議，同時，美的工業技術事業部總裁邱向偉當選ISO/TC 86/SC 4主席，美芝與威靈成為主席單位，將為完善壓縮機國際標準體系，助力全球產業可持續發展貢獻力量。此外，2026年6月，廣東美芝製冷設備有限公司榮任中國家用電器協會第三屆空調專業委員會副主任委員單位。

(2) 新能源汽車部件

在新能源汽車部件領域，美的工業技術旗下的威靈汽車部件公司在2026年上半年保持高質量增長，銷售收入同比增長超90%，並首次實現半年度盈利。在市場端，客戶群體覆蓋新勢力車企和傳統主流車企，熱管理等主流產品定點項目持續增加，其中2026年上半年新增國內外車企的壓縮機定點項目總產值預計將超過50億元。在產品端，新能源汽車熱管理領域新品「威靈集成電加熱二合一壓縮機」首創20項以上專利技術，在首創的環形加熱技術作用下，加熱器效率達到99%以上，有效助力新能源汽車的整車減重、續航增加、車內空間表現、NVH靜謐性提升以及系統高度集成。在製造端，墨西哥海外基地產能持續爬坡，為歐洲、北美客戶批量供貨；為某新能源汽車客戶打造的數字化、柔性化、低故障率的定子生產線已經通過審核，年產能可達20萬套；此外，安慶威靈汽車部件有限公司「新能源汽車核心零部件智能工廠」分別入選工業和信息化部發佈的《2025年5G工廠典型應用實踐》名錄和安徽省工業和信息化廳《安徽省2026年度先進級智能工廠名單》。

(3) 機器人部件

在機器人部件領域，美的工業技術持續深耕協作賽道，同時積極開拓人形機器人市場，進一步提升交付質量，縮短交付周期，完善產品佈局。2026年上半年，精密減速機出貨量達2.6萬台，重載伺服電機出貨達5.8萬台，同比提升顯著。佈局順德新製造基地，項目規劃將分為兩期建設，預計未來減速機年產能將新增30萬台，以滿足工業及人形機器人需求。持續加大對人形機器人關節模組研發投入，發佈全新輕量化諧波關節模組，可應用於人形／半人形機器人，完善高端執行部件產品矩陣，提升供應鏈協同，實現機器人核心零部件自主可控。

2、樓宇科技業務

美的樓宇科技作為樓宇建築智慧生態集成方案服務商，業務範疇涵蓋暖通空調、電梯業務、樓宇智能化和能源管理，借助iBUILDING數字化平台，打通樓宇建築的軟硬件設備和系統，提供數智建築全棧解決方案。AI算力基建擴張，讓數據中心配套市場迎來爆發；雙碳政策持續落地，工業綠色改造需求持續走高；城市更新持續推進，老舊樓宇節能升級打開廣闊存量市場。為緊抓時代發展風口，美的樓宇科技持續深耕產品創新、加速核心技術迭代，全力攻堅大工業、數據中心高增長賽道，同步革新商業模式與綜合服務方案，實現業務規模與行業地位雙重突破。產業在線數據顯示，2026年上半年，美的中央空調國內市場銷售額佔比超過22%，持續位居行業第一，在整體承壓的市場中進一步鞏固領先地位；在細分領域中，美的商用多聯機逆勢增長，國內市場銷售額佔比超過29%，繼續穩居行業第一；美的離心機國內市場銷售額佔比超過16%，亦位居行業第一，其中美的磁懸浮離心機國內市場銷售額佔比高達29.7%，規模同比增速超過30%，並排名行業第一。國內暖通後市場業務規模同比增長35%，以全週期專業服務為抓手，持續釋放存量市場價值潛力；直簽業務同比增長48%，直營服務體系建設落地成效顯著。電梯業務通過多品牌差異化佈局，在別墅私宅、城市更新、工業基建三大核心賽道均實現關鍵突破，2026年上半年，菱王電梯整體發運量同比增長30%以上，貨梯發運突破6,000台，載貨電梯市場佔有率連續多年位居行業前列；東芝電梯整體發運量同比增長達到85%，其中舊改發運量同比增長高達240%。

(1) 戰略業務突破

2026年上半年，美的樓宇科技數據中心業務從市場拓展、產品設計、產能佈局均實現全面突破。通過獲取運營商項目訂單、發佈全棧自研的液冷方案、啟動建設智能製造基地，已佈局覆蓋節能方案設計、核心設備研發、全棧系統交付的完整產業閉環。

在生產製造端，美的樓宇科技在佛山順德正式啟動液冷智造基地建設，項目總投資超過10億元，旨在推動風冷磁懸浮、CDU、儲能溫控等數據中心與儲能行業的核心產品規模化生產，提升研發、製造與交付能力，預計於2027年投產，將為AI數據中心綠色可持續發展注入核心動能；同時，還建成行業領先的搭載1,500kW電加熱假負載液冷CDU綜合測試平台，可完成CDU單體性能檢測與二次側環網群控功能驗證。

在產品技術端，美的樓宇科技打造覆蓋冷源、CDU、液冷末端及數字化運維的全棧液冷技術矩陣，提出「風液同源」融合架構，實現機房風冷與液冷的靈活協同。依託全球製造網絡、預制化交付能力及iBUILDING平台數字化全生命週期服務，為客戶提供高效、可靠、持續的數據中心溫控解決方案：一是全球首發磁懸浮補冷型CDU，集成磁懸浮冷源與冷卻分配單元，佔地減少70%以上，顯著降低交付週期與運行成本，該產品已在馬來西亞某超大規模數據中心項目中實現批量應用；二是推出新一代風冷磁懸浮離心機組，面向海外缺水、高溫等複雜環境，在高溫工況下仍可保持高能效，具備穩定可靠、性能衰減低等優勢，提高自然冷源利用率和顯著降低PUE，助力實現「讓每一度電，產生更多Token」。

在儲能液冷領域，美的樓宇科技的53kW和70kW等液冷產品在儲能行業全球頭部客戶實現突破及投產，憑藉-40~55℃的寬應用範圍、防護等級IP67、耐鹽霧等級C5、UL/CE認證等產品優勢，有效支撐5MWh-6MWh大型儲能系統在全球範圍內的廣泛應用；同時，針對下一代大型儲能產品的需求，適用於6MWh以上大型儲能的平台產品、兼容PCS液冷的雙回路多模式新品計劃於2026年下半年推出，進一步夯實產品領先地位，美的儲能液冷機組累計裝配的儲能設備裝機量預計在2026年底將突破100GWh。

在市場拓展端，美的樓宇科技已與中國電信、中國移動、中國聯通三大運營商在數據中心領域建立深度合作，長期為其提供冷水機組、機房空調等數據中心溫控解決方案，並在2026年上半年中標超過2億元的2026年中國聯通通信機房空調集採項目；同時還獲得2026-2028年中國移動新一輪低壓冷水機組集採項目中的70%份額。2026年6月，美的與阿里巴巴簽署戰略合作協議，共同聚焦AIDC液冷溫控技術突破和打造AI時代的綠色算力底座，同時還進入某互聯網頭部企業液冷供應商白名單。價值兌現方面，美的樓宇科技已服務和參與多家頭部企業和政府機構的數據中心項目，其中針對江蘇有線數據中心「自用+租賃」雙軌運營模式，美的為其提供一期不停機在線擴容、二期新建數據中心的整體解決方案，通過中溫水設計、自然冷源利用與AI調試優化實現機房能效達9.0，並依託iBUILDING平台全季候自動切換運行策略，提供高可靠、高能效的冷源方案，預估PUE值可實現低於1.25；美的參與的新疆克拉瑪依數據中心項目作為國家級雲計算應用示範基地，按國際T4及國標A級標準建設，可靠性要求達99.99%以上，榮獲工信部2025年度國家綠色數據中心典型案例；美的為蕪湖某T3級數據中心提供液冷解決方案，助力液冷機房年均PUE低至1.1；在韓國「國家鐵路IT中心」數據中心項目中，美的以高效磁懸浮離心機方案攻克高密度機房散熱難題，成功獲得海外關鍵基礎設施訂單。

圍繞AIDC液冷生態建設，美的與新加坡國立大學共建聯合創新平台，還通過參加2026年中國製冷展、美國華盛頓數據中心展(DCW)、泰國曼谷DITGC2026論壇、印尼DCD Connect APAC 2026以及在馬來西亞舉辦「Feel the Future」發佈會等活動集中展示數據中心液冷解決方案及發展戰略。

(2) 市場渠道拓展

2026年上半年，面向國內市場，美的樓宇科技依託行業領先的產品技術積累、多元服務商業模式與數智化綜合管控能力，已在醫療公建、數據中心、新能源製造、輕工紡織、生物醫藥、城市示範建築等落地一批標桿項目，以差異化方案匹配不同行業節能降碳需求，形成覆蓋設備、系統、運營、投融資的全鏈條落地能力。

在公共醫療領域，荊州第一人民醫院落地EMC能源託管項目，客戶零資金投入即可完成製冷機房升級、光伏鋪設、AI智能巡檢一體化綜合改造，項目暖通系統節能率突破45%，整體綜合節能率超過15%，以輕資產模式破解醫療機構改造資金難題。

在新能源領域，採用BOT合作模式，為海四達鈉星內江鈉離子電芯基地打造大型產業綜合能源站，配套7,600RT高效製冷機房、一級能效空壓站與制氮機組，較原方案整體綜合能效提升25%，預計每年降本340萬元、減少碳排放650噸，合作期限長達十年，為大型動力電池工廠綠色配套樹立範本。

在輕工領域，實現磁懸浮的跨賽道客戶突破，為金帆紡織提供8公斤級磁懸浮離心空壓機，全系列取得ISO8573-1 Class0最高等級無油認證，將磁懸浮高效節能技術從製冷延伸至工業壓縮空氣場景，僅單台設備即可撬動全年節能超30萬元，助力廠區節能率超過15%。

在生物醫藥領域，針對高溫工藝需求，自研工業高溫熱泵餘熱回收技術落地浙江醫藥項目，以電氣化餘熱替代傳統鍋爐實現工藝端深度脫碳，單套系統穩定產出145℃綠色蒸汽，每小時供汽6蒸噸，單日降本近2萬元，年度減少碳排放達4,200噸。

在城市低碳建築領域，為中國結構第一高樓——天津117大廈打造高效製冷機房，提供高可靠、高能效的製冷保障；為深圳建科大樓搭載MDV9會算賬的多聯機打造鴻蒙之城標桿全生命週期低碳方案，實現光伏就地消納率超97%，將傳統暖通設備升級為建築分佈式能源網絡核心樞紐，探索城市存量建築光儲熱一體化新路徑；與亞朵集團簽署戰略合作協議，在其旗下超200家門店落地部署i管家雲端智慧管理平台，接入暖通類設備超2萬套，聚焦暖通系統預測性節能與故障主動預警核心場景，助力中小商業建築實現低碳高效運營。

菱王電梯中標國家級高速鐵路幹線西成鐵路直扶梯複合項目，針對軌道交通大客流、高負荷工況定制適配方案，產品安全性能與智能運維能力得到充分驗證；東芝電梯在公共建設領域表現亮眼，相繼斬獲華中科技大學同濟醫學院附屬同濟醫院向陽樓、瀋陽軌道交通6號線、北京「3個100」兩項重點工程，以及草業國家技術創新中心等國家級項目，在醫療、軌交、市政及科研等多元領域持續發力。

面向海外市場，2025年美的將意大利Clivet空調業務與新收購的ARBONIA Climate完成合併，成立MBT Climate，並以MBT Climate作為多品牌統一整合運營平台，持續釋放併購整合協同價值，夯實歐洲智慧樓宇市場的綜合競爭優勢。作為室內環境系統領域的專家，MBT Climate專注於研發與生產相關產品，為住宅、商業及工業建築提供全方位的產品與系統解決方案。依託美的研發底座和歐洲本地市場洞察與渠道服務體系，MBT Climate統籌旗下核心品牌協同運營，深度匹配歐洲能源轉型發展需求，同步推出面向算力場景的數據中心液冷一體化解決方案。

2026年上半年，美的樓宇科技在美國國際空調、供熱及製冷設備展(AHR)、意大利米蘭國際供暖、空調、製冷、再生能源及智能家居衛浴展(MCE)、荷蘭國際安裝工業貿易展(VSK)、澳大利亞墨爾本國際空調製冷及樓宇自控展(ARBS)、泰國NOVA國際綠色建築博覽會(The NOVA)、英國國際暖通安裝及家居舒適系統展(Installer SHOW)等多個全球行業展會亮相，持續展示創新成果與提升品牌知名度。在戰略合作方面，通過與UL Solutions簽署戰略合作諒解備忘錄，圍繞數據中心相關產品與系統標準的檢測認證以及市場洞察與行業知識共享開展探索合作；通過與新加坡吉寶簽署戰略合作協議，共同開發面向亞洲市場的AI驅動、節能高效的模塊化製冷解決方案，可部署並擴展至數據中心、先進製造與工業園區、醫療與教育園區、航空樞紐等多個行業。

美的樓宇科技獲得覆蓋亞太、歐洲、美洲、非洲等地區多個海外項目，涉及數據中心、醫療、工業製造、商業綜合體、軌道交通等多個領域，其中印度Agratas鋰電池工廠項目總製冷量達到20,000RT，標誌着美的在印度新能源工業市場實現質的突破，助力深耕南亞市場；葡萄牙Iplaz注塑工廠項目是首個歐盟CE認證磁懸浮離心機樣板工程，強勢突破歐洲高端工業製冷市場。此外，美的樓宇科技還持續推進冷水機組產品在北美、歐洲等海外市場佈局，進一步提升在全球工業製冷和數據中心溫控領域的品牌影響力與市場競爭力。

(3) 技術研究與產品創新

美的樓宇科技持續加大研發投入並取得顯著成果，2026年上半年，美的樓宇科技牽頭申報的「高能效超靜音柔性R290熱泵技術與系統」項目，經鑑定達到國際領先水平；在水機領域，自主研發的「超大壓比三級壓縮機磁懸浮技術」可實現最高壓縮比11.5，達到行業領先水平。同時，美的樓宇科技不斷提升實驗室驗證能力，熱泵實驗室測試能力最高可達10.5MW。

在產品創新方面，磁懸浮空壓機ACMD300-8D補全8KG級產品矩陣，以四級壓縮、大流量、磁懸浮技術實現對傳統齒輪傳動空壓機的國產替代突破；90℃雙機串聯高溫離心熱泵產品採用R515B新型環保冷媒，四級壓縮最高可實現壓比10，還具備85℃大溫升和6MW單機大容量等特點。

以會「算賬」的MDV9多聯機為核心的新一代旗艦產品，跳出傳統暖通設備單純溫控的功能局限，精準切入建築能耗精細化管理、分佈式光伏高效消納兩大前沿賽道，依託全直流架構實現光伏綠電直連、就地消納；通過全系列標配的CPA認證計量電表和i管家能耗管理平台，閉環樓宇用能數據，助力客戶實現能耗量化監測、柔性負荷調度與綠電最大化自發自用，將暖通設備升級為建築低碳能源網絡核心節點。從米蘭MCE展的全球首發，到橫跨英、法、西及巴爾干的多國巡展，V9多聯機憑藉R32環保冷媒及三重安全技術，迅速成為美的深耕歐洲綠色建築的標桿之作。

面向歐洲市場全新升級R290天然冷媒空氣源熱泵，可適配歐盟F-Gas新規及2027年冷媒升級標準，為歐洲家庭帶來合規可靠、靜音舒適、高效節能的綠色採暖解決方案；通過優化完成R290丙烷冷媒特性整機系統，機組搭載專屬定制變頻壓縮機與全新換熱結構，精準匹配天然冷媒運行工況；升級電控密閉防護結構與實時冷媒洩漏監測配置，符合歐盟安全標準，保障天然低碳冷媒安全與規模化民用需求；機組搭載多重降噪優化方案，可實現全天候平穩低噪運行；機組依託成熟的全直流變頻架構，優化低溫運行邏輯，匹配歐洲嚴寒氣候，達到歐洲最高能效等級；依託R290冷媒的超低碳特性，產品全生命週期碳足跡大幅降低。

菱王電梯在智能化領域完成以智能化算法推動整梯舒適感實現質的飛躍，經現場驗證，電梯若出現系統振動頻率導致異常振動、噪音，算法會追加額外力矩抑制波形進行控制，消除異常並保證電梯舒適平穩運行；自2025年12月菱王全球首台50噸超大載重貨梯產品下線後，持續深耕貨梯領域的研發；2026年3月正式發佈「美的」品牌家用電梯，作為行業首款主動智能電梯，亦是行業唯一實現「人車梯家」全生態互聯的電梯產品，深度融入全屋智能生態。目前已完成美的牌家用電梯平台的整梯開發與產品上線。東芝電梯通過對電梯控制系統安全總線及安全IO技術預研，實現安全事件預警及診斷定位，並對別墅電梯在售機型調試痛點迭代升級；東芝電梯還在多合一電源產品化、消防梯、家用梯超小龍門架等產品維度拓展。

(4) 產能佈局

美的樓宇科技持續深化全球化產能佈局，進一步夯實全球化交付能力。美的樓宇科技目前已在全球建立16個產品製造基地和7個創新研發中心，其中9個製造基地和4個研發中心均位於海外。歐洲地區的捷克新產線計劃於2026年8月投產，2027年將實現批量生產，滿足本土化政策要求；依託本地化運營能力，泰國羅勇工廠實現穩定產出，主要面向北美市場提供屋頂機、風管機和燃氣爐等暖通產品，年產能可達60萬台，進一步強化對北美地區的供應鏈支撐；為輻射中東區域市場、提升本地市場競爭力，建設運營沙特與阿爾及利亞合資工廠。

基於水機業務的持續增長及未來業務空間需求，水機重慶基地通過產能擴充佈局已構建行業內單基地規模最大的水機壓縮機和整機產能，其中，水機壓縮機產能提至8,000台／年，離心機整機產能提至5,000台／年，數據中心磁懸浮水機產能提至2,000台／年，數據中心風冷磁懸浮產能提至1,000台／年，儲能空調產能提至20,000台／年。

菱王電梯已佈局國內五大製造發運基地，年規劃產能突破8萬台；聚焦精益生產、智能化工廠升級，擁有行業首家具備原材料、半成品、成品立庫的電梯工廠，實現物流場內全自動化。

(5) 行業榮譽

2026年上半年，美的樓宇科技獲得兩項省級科技進步獎，其中美的樓宇科技的「大規模樓宇群高效用能系統關鍵技術及應用」項目獲得2025年度廣東省科技進步一等獎；新增專利申請超過220項，並斬獲第十一屆廣東省專利獎銀獎3項、傑出發明人獎1項；累計參與標準超460項，上半年發佈12項標準，包括GB/T 18837-2026《多聯式空調（熱泵）機組》、GB/T 27941-2026《多聯式空調（熱泵）機組應用設計與安裝要求》、GB/T 47175-2026《人—系統交互工效學人—智能系統交互設計指南》等國家標準。

在產品端，美的磁懸浮補冷型CDU在2026中國智算產業生態年會上獲得2026年度AI基礎設施創新獎；歐洲ATW熱泵M thermal Nature、Mars等系列產品斬獲歐洲MCE Excellence Awards 2026獎項，助力歐洲減碳；全新變頻商用屋頂機ProFit系列榮獲Intertek高溫製冷卓越性能TICK MARK認證，產品在極端高溫環境下的製冷穩定性、能效表現均達國際領先水平，可適配酷熱地區項目的舒適供給需求；美的北美V8系列多聯獲得Intertek頒發的行業首張A2L冷媒大充注量ETL證書，突破低GWP製冷劑應用瓶頸，為深耕北美市場提供產品支撐；美的V9 R32多聯機成為首個通過TÜV南德可燃冷媒多聯機三重安全防護測試評估的產品，樹立A2L冷媒商用安全新標桿；M thermal Nature與X-Change Dynamic Eco兩款產品雙雙斬獲2026德國iF設計獎；「磁懸浮離心式熱源塔熱泵系統及風水耦合雙級熱泵系統」獲得湖南省節能研究與綜合利用協會評選的2025年能源與資源綜合利用科技獎一等獎。MDV9系列多聯式空調（熱泵）機組通過國家級製冷檢測機構合肥通用機電產品檢測院的漠河（極寒）自然環境實證測試認證。

3、 機器人與自動化業務

美的旗下庫卡是全球知名的機器人製造商，依靠業界領先的運動算法，可確保機器人產品在全生命週期內的優越運動性能，其成熟的設計理念也不斷催生出新款產品引領市場。2026年上半年，庫卡集團的收入同比增長超過10%，在中國的業務表現尤為突出，同期庫卡中國的收入貢獻佔比超過30%。此外，庫卡也積極協助美的集團提升智能製造水平，截至2026年6月，美的機器人使用密度已超過750台／萬人，並將在未來進一步加大投入以提升智能製造能力。

(1) 產品創新

目前，庫卡產品矩陣已經覆蓋20多個行業領域，從機器人本體到軟件生態，從重載到輕載，從通用場景到專業行業方案，實現全品類、全場景佈局，同時也展現出對新興能源賽道的深度開拓能力。2026年上半年，庫卡持續迭代創新，在核心技術研發與新品開發維度實現多項成果。在重載產品領域，庫卡發佈了第二代KR TITAN ultra重載機器人，可長距離搬運高達1,500kg的負載，採用輕量化設計，可應用於在汽車生產、電池製造、光伏組件搬運等不同領域。

在中低負載產品領域，庫卡新一代KR CYBERTECH系列機器人新增25kg和35kg負載型號，進一步擴充中負載機器人的產品矩陣，擁有完全的安裝靈活性，配備更高剛性和更優精度的全新機械手臂，提供卓越的多功能性，支持人工智能，並滿足IP67標準防護等級。庫卡KR AGILUS ultra系列產品填補低負載產品空白，兼具更高的負載能力（最高達16kg）、更快的運動速度和更佳的精度，適用於電子、汽車和通用工業等領域，憑藉其緊湊的六軸設計和整機IP67標準認證，尤其適合在先進封裝環境中的應用以及與注塑機的配合卸料應用。同時KR AGILUS、KR SCARA、KR IONTEC等中低負載機器人全面上新潔淨室版本，有效滿足消費電子、生物醫藥、半導體等行業對潔淨環境的嚴苛需求。

在移動機器人領域，庫卡潛伏式叉車KMP 1000i-PT omniMove產品以最窄1,250mm通道的極致通過性、SLAM激光與QR碼複合導航下的末端精度，可達 $\pm 5\text{mm}$ 及 $\pm 0.5^\circ$ 的精準定位；對國標、美標、歐標、亞太標準及非標托盤可全面兼容，通過「雙激光雷達+360°觸邊+3D相機」構築的頂級安全防護保障運行安全。庫卡還在interpack 2026首發新型KMF 1500P-CB移動式叉車，其提升高度可達3米，最大負載為1,500kg，安全可靠性能經國際認證，可通過KUKA.AMR OS軟件和KUKA.AMR Fleet車隊管理器控制，易於設置部署。

在控制領域，新款輕量控制櫃KR C5 compact-2上市，專為緊湊空間、靈活拓展及高可靠性設計，在保持強大性能的同時縮減體積與重量，方便客戶靈活部署。

在醫療自動化領域，庫卡旗下瑞仕格醫療圍繞藥房自動化與物流自動化並行發展，在第27屆全國醫院建設大會暨國際醫院建設、裝備及管理展覽會(CHCC2026)上發佈UniSmart智慧藥房系統，打通從發藥到補藥的全棧流程；還推出TranspoNet串聯式氣動、TransLogic並聯式氣動及TransConv箱式物流等產品，覆蓋從站點收發到全域調度的全場景需求，與庫卡協同開發的TransMov智能物流導航機器人，以移動機器人為底座實現自主導航與靈活轉運，全面構建從藥房內部到全院物資運輸的自動化閉環能力。

此外，庫卡持續深耕細分行業賽道，在2026年國際電子電路展(CPCA)中展示PCB智能製造全棧式解決方案，體現其面向電子製造領域的深度集成能力。在2026歐洲國際太陽能展(Intersolar Europe)上，庫卡發佈儲能PACK自動化安裝解決方案，該方案能有效適應儲能電池集成中的柔性生產需求，此外其新能源光伏移動安裝解決方案也落地「一帶一路」國家。

(2) AI與數字化

作為全球領先的工業機器人領導者，庫卡始終站在中國智能製造走向世界的前沿。在NVIDIA GTC 2026，庫卡與英偉達展示了三年同行成果，庫卡還首次發佈面向「Physical AI」時代的全新的自動化管理軟件平台KUKA AMP，標誌着庫卡推動工業自動化進入「自動化2.0」新階段，借助KUKA AMP新型開放軟件平台可橋接傳統的確定性自動化（如基於規則的預編程系統）與基於意圖的自動化，從概念到部署的路徑正變得更快、更精確、更高效且更自主。庫卡與機器人創新企業梅卡曼德(Mech-Mind)憑藉深度融合的AI視覺抓取方案共同入選世界經濟論壇(WEF)發佈「AI應用之星」(MINDS)計劃第三批全球名單。

在數字化方面，庫卡推出行業領先的工業3D仿真軟件Visual Components，為客戶提供從產線規劃、工藝驗證到虛擬調試的全鏈路數字化能力，打通從方案構想到產線實景的最後一公里；庫卡機器人操作系統升級至iiQKA.OS2 9.2版本，iiQKA.mx Automation則為產線構建「統一大腦」，大幅提升多設備協同控制的效率與靈活性。

(3) 市場拓展

面向海外市場，庫卡為歐洲領先電視製造商TPV Displays Polska的生產車間提供一支由22台自主移動機器人AMR組成的車隊，通過將電視面板和組件從倉庫運送到十條裝配線，可持續優化路線，確保連續、自動化的物料流，並將物料流和倉儲集成在一個系統中，既能提高裝配線供料效率，還將員工從繁重的體力任務中解放出來，而且可隨時監控整個機器人車隊狀態，並通過收集數據和分析流程，持續改進運營效率。Anton Paar公司通過將庫卡KR AGILUS機器人與自動化的HTR 7000流變儀配合用於實驗室測試，可實現樣品處理和測量設備清潔以及在測試完成後樣品處置等工作，保障樣品測試工作流程穩定且連續的自動化，同時配備KR AGILUS的此類測試設備還應用於化妝品行業和啤酒行業。庫卡旗下瑞仕格成功交付新西蘭首個零售業AutoStore自動化倉儲與揀貨系統，該系統位於奧克蘭宜家(IKEA)Sylvia Park門店，有效提升門店自動化訂單履約能力，首次將高密度機器人倉儲和揀選技術引入新西蘭的實體零售環境，以支持不斷增長的電子商務需求，每小時可揀選多達200件商品，達到傳統人工揀選效率的十倍。

面向國內市場，庫卡在2026年上半年持續助力產線實現智能化、高端化與高效化的全面升級。面向新能源汽車行業，庫卡向零跑汽車完成工業機器人的批量交付，並同步為廣汽埃安提供移動機器人解決方案，有效支撐客戶在柔性生產與物流自動化方面的快速迭代需求；在智慧物流與系統集成領域，瑞仕格打造了新能源汽車行業迄今為止最大規模的自動化倉儲項目，以高效、智能的倉儲物流解決方案幫助客戶應對因產能快速擴張帶來的供應鏈管理挑戰，成為物流自動化標桿案例；穿梭車新品MegaStore則成功為客戶提供高密度、高可靠性的自動化存儲解決方案，有效提升倉儲作業效率與食品安全保障水平。

(4) 庫卡中國

2026年上半年，根據MIR睿工業統計，庫卡工業機器人在國內市場出貨量超過18,000台，同比增長超過19%，國內市場銷量份額達到9.7%，升至行業第二位；在重載機器人領域具有顯著優勢，庫卡300kg以上負載機器人國內市場銷量份額突破50%，廣泛應用於汽車部件、儲能電池、船舶以及航空航天等高附加值場景。2026年上半年，庫卡還先後亮相央視春晚、央視非遺晚會、元宵晚會的幕後與台前，以極致穩定的現場表現，展示了庫卡工業機器人的高可靠性與精準控制能力。

在供應鏈本地化方面，2026上半年，由庫卡牽頭完成的「高功率密度、高動態、高可靠重載機器人伺服電機關鍵技術及應用」項目榮獲2025年度廣東省科學技術獎的科技進步獎二等獎，通過結構與工藝優化，顯著提高轉矩與功率密度，並搭建綠色製造工藝，經第三方檢測，相較海外同類產品，功率密度提升25%，體積、重量降低20%，成功實現重載機器人關節驅動電機國產化。

在產能佈局方面，2026年4月庫卡華東智能製造中心正式落戶昆山，有效支撐庫卡提升本土交付效率和縮短響應周期，昆山基地將使庫卡在國內製造體系從單一工廠升級為區域協同的系統優勢，將進一步擴大工業機器人智能製造產能，並新設輕載、柔性機器人生產線，為後續大規模定制化生產和快速供應鏈反應奠定堅實基礎。

在人才培養方面，佛山企業博士後工作站在庫卡機器人佛山基地正式完成掛牌，標誌着庫卡在高端技術人才培養與產學研融合方面邁出了堅實一步，為長期創新提供了持續的人才動力。庫卡於2026年1月成功舉辦「首屆庫卡技能大師賽」，搭建起行業技術交流與人才競技的全新平台。

4、美的能源業務

面對可再生能源行業的快速增長，美的新能源致力於成為行業領先的數字能源解決方案供應商。從大型電站到家庭屋頂，從核心部件到智能運營，美的正以「全場景、全鏈路、全價值」的綜合能源實力，驅動千行百業綠色升級，Energy Links All——美的能鏈萬物，共築低碳可持續未來。

(1) 產品創新與解決方案升級

2026年6月，美的能源旗下科陸電子、合康新能等單位聯合參展第十九屆國際太陽能光伏與智慧能源大會(SNEC 2026)，圍繞大型地面能源、工商業能源、家庭能源等場景，打造全棧式產品與服務。

面向大型地面能源，科陸電子的Aqua-C3.0 Ultra和Aqua-C3.0大儲系列產品，其中Aqua-C3.0 Ultra大儲系統通過10尺+輕量化設計，整機嚴控在39噸以內，有效降低項目綜合建設成本，系統搭載587Ah大電芯，在緊湊化空間佈局下實現5.1MWh+單艙超大系統容量，能量密度實現跨越式提升。

面向工商業能源，美的以「源－網－荷－儲－碳」一體化理念，打造從能源生產、智能配網、柔性負荷、多元儲調到碳資產運營的全鏈路解決方案。合康新能以工商業光伏解決方案為基礎，推出Midea EaaS能源即服務模式，降低企業前期能源設備投入門檻，幫助用能企業解決能碳管理問題；科陸電子為客戶提供「2+6+N」全鏈路櫃式儲能解決方案，直擊綠電消納難、配電網壓力大、用能成本高等三大痛點，並展示了電芯級聯工商儲、Aqua-E工商業光儲一體機、Aqua-E 522工商儲、三相智能物聯電能表等產品，助力客戶降本增效、穩定用能。

面向家庭能源，通過AI智慧能源管家服務全球用戶，合康新能攜美的、HICONICS雙品牌戶用儲能產品矩陣整裝亮相，集中展示可實現儲能與熱泵之間的聯動「光儲熱柔」技術及新一代美墅產品，有效提升家庭能源自給率，降低綜合用能成本。美墅戶儲一體機集成PCS與電池，支持200% DC/AC容配比；美墅•聚能鼎戶儲分體機適配160V-750V主流高壓電池，最大可擴展至504kWh。兩個系列產品均採用DCDC電池，實現新舊電池混用、靈活擴容。依託「光儲熱柔」技術以及新一代產品，合康戶儲已在歐洲、澳洲規模化交付，並組建本地化服務團隊。在戶用分佈式光伏領域，面對136號文件帶來的從「規模紅利」向「運營紅利」切換，合康新能發佈分佈式光伏發售一體模式，打通「發電+售電+交易」全鏈條。

(2) 市場渠道拓展

美的能源持續推進市場拓展，旗下合康新能在戶用光伏業務領域，積極拓展戰略夥伴，持續提升訂單增量，堅持「戰略商做強、網絡商做多」策略，目前渠道客戶突破2,000家，同時順應電力市場政策趨勢，已在多個省份完成2026-2027年度機制電價競價，有效保障分佈式光伏電站資產收益；在戶用儲能領域持續佈局全球市場，通過深耕歐洲、澳洲市場推進戶用儲能一體機產品批量交付和本地化運營，並在東盟、南亞、中東非等區域全面銷售新一代戶用儲能一體機、分體機及DCDC電池等各類產品，此外光伏逆變器也已完成產品測試，逐步投入市場，且多個功率段產品已進入頭部資方白名單；在高壓變頻器領域，合康自研HC2000W四象限水冷高壓變頻解決方案取得標桿項目重大突破，中標全球首座實現第四代核電技術商業化運行的球床模塊式高溫氣冷堆核電站項目，同時緊抓國產替代發展窗口，依託第五代產品技術優勢與全生命周期服務能力，為客戶提供從診斷到替換的完整方案，以更高能效、更低成本、更優服務精準替代存量市場中的存量設備，2026年上半年存量改造業務收入增長顯著。

面向國內市場，科陸電子緊抓行業市場化轉型機遇，深度挖掘電力市場需求，穩步推進大型儲能項目的開發與落地；以標準化工商業儲能產品為載體，配套零碳園區、虛擬電廠及綜合能源管理等服務，優先佈局電力市場化成熟、峰谷價差顯著的區域，穩步拓展終端客戶群體。面向海外市場，科陸電子聚焦北美、歐洲、中東及拉美等核心市場，重點開拓新能源配套儲能、獨立儲能電站、電網調節及電力市場交易等項目；立足歐洲、亞太及東南亞工商業儲能市場，依託區域峰谷價差、需量管理、光儲融合及園區能源管理等剛需場景拓展客戶與合作渠道。持續夯實市場服務與交付保障能力，不斷加強本地化，優化供應鏈協同模式與項目全流程管控機制，穩步提升訂單交付穩定性與客戶綜合服務能力。2026年上半年，公司再次榮膺「深圳知名品牌」稱號，並獲得「灣區知名品牌」稱號。2026年5月，彭博新能源財經(BNEF)2026 Q2全球一級儲能廠商Tier 1榜單發佈，科陸電子憑藉硬核技術與高效交付的綜合實力，連續9個季度蟬聯該榜單，持續贏得國際權威機構的高度認可。

(3) 製造佈局

合康新能的北京製造基地2026年上半年順利完成高壓變頻器核電專用櫃型和小型化櫃型的產品批量出貨，補齊高端細分市場交付能力；同時推進產線智能化升級，啟動櫃體總裝工序自動化專項研究，推進無人化、智能化升級。逐步提升安慶製造基地產能，可生產合康自主研發的4+2平台逆變器及配套電池包新品，精準匹配當下新能源市場剛需；同時啟動2+2新一代儲能機、電池包新品的小批量試產，為後續新能源市場訂單爆發式增長築牢根基。聚焦戶用儲能產品測試痛點，完成自動化測試關鍵技術，實現核心零部件自動化測試平台自研突破，有效降低測試成本、提升測試精度與效率。科陸電子已實現宜春製造基地年產能達15GWh，並完成印度尼西亞儲能生產基地前期籌備工作，推動「國內+海外」雙產能格局逐步成型，為海外大規模項目交付提供堅實保障，提升國際貿易抗風險能力。

5、 智慧物流業務

美的集團旗下的安得智聯致力於提供端到端一體化、數智化供應鏈物流解決方案，深化「1+3」供應鏈物流服務模型，助力企業提高供應鏈效率、降低運營成本、實現業務模式演變與生態系統支持。

面向國內，安得智聯深耕供應鏈服務領域，以客戶為導向，提供從產前物流及成品儲存、成品配送到最後一公里送裝一體的供應鏈全鏈路服務，協助企業推動渠道變革與供應鏈效率優化；堅持以供應鏈創新支持新增長，助力客戶優化供應鏈轉型和拓展多品類經營佈局，為分銷商及零售商提供從上架推薦到倉儲及履約的端到端解決方案，實現高質量增長及可持續性發展。

面向海外，安得智聯將國內智造沉澱多年的供應鏈韌性、數智化技術、全鏈路物流解決方案、本土化運營經驗形成一套服務體系，並完整輸出到海外，為更多的中國製造企業鋪設「出海底盤」。目前安得智聯已成功為奧馬電器在泰國的冷櫃製造工廠定制化開發並交付跨境物流解決方案，有效助力客戶控制物流成本。2026年6月，安得智聯參與發佈美的集團「智能體工廠出海解決方案」，提供全鏈路跨境建廠物流、KD（散件）一體化物流、跨境循環包裝等三大核心服務，解決製造業出海的痛點。

在數字化領域，安得智聯持續加大數字化投入，有力支撐「1+3」供應鏈物流服務模型高效落地。數字化平台已服務數千家企業客戶，通過科學的倉網規劃與商品佈局優化，助力客戶降低物流成本、提速庫存周轉及精簡全渠道庫存；通過AI技術嵌入訂單管理、倉儲運營、運輸調度及送裝一體等全鏈條，提升運作效率和服務質量。為泛行業、全場景多元客戶提供定制化解決方案，賦能客戶數字化轉型升級。

在生產物流領域，在產品端持續沉澱九大核心應用場景，並拓展海外倉配等產品建設；在數字化應用端，通過生產物流系統PLS、運輸管理系統TMS、倉庫管理系統WMS、協同管理平台CMP等數字化系統的優化升級，並引入流程自動化RPA等AI工具，持續支撐業務增長和降本提效；在運營端，打造「運+包+倉配」三位一體化場景，全場景數字化運營，實現運包一體、無人配送；截至2026年6月，首批工業物流機器人已在美的順德小家電工廠部署投用，在海外市場聚焦泰國、越南、印尼、埃及，構建從建廠物流到海外工廠生產物流及成品端到端供應鏈服務。

在幹線領域，錨定線路制運營模式，高效聚合全域貨源流量，精塑線路成本結構優化能力；推進全面線上化、SaaS化，實現運營系統的數字化閉環管理；將優化車輛運營效率作為戰略優先，基於線路場景深度洞察，融合市場信號與制度約束，達成運力供給結構的高效精準配置。

在倉儲領域，以倉網優化、精益管理與智能化升級為方向，全面推進倉儲運營體系的數字化高效轉型。通過實施線上線下庫存一體化融合、B/C一體化分撥、逆向物流全鏈路構建、庫存精細化管理等關鍵舉措，並依託全場景線上化平台與精益運營體系，提升倉儲運營效率、服務品質與成本管控水平。在技術賦能方面，積極引入AI工具、智能立體倉儲設備及AGV分揀機器人等，有效推動倉儲作業的自動化與智能化。同時，持續推進生產、業務與管理流程的在線化協同及IoT智慧園區應用，構建統一數字化服務平台，實現從基地倉到區域倉的數字化運營覆蓋，為客戶提供全場景、全鏈路的倉儲運營解決方案。

在城配領域，圍繞「倉網規劃、流量整合、線路運營、運力變革」推進運營變革，提升數字化運營能力與直控直配能力，訂單履約全程可視；全面應用算法自動排車，實現排車無人化及訂單自動分配，從而提高裝載率、優化配送路徑及改善成本。

在末端服務領域，針對小B客戶搭建企業版客戶售後工作台，支持線上註冊、自主下單、批量下單及錢包充值功能，提升客戶訂單管理效率；通過AI智能預約系統，訂單受理後自動匹配並鎖定最優上門時段，依託算法派單引擎精準調度送裝工程師，在履約環節通過智能路徑規劃工具動態優化工程師行程，保障服務高效交付；在安裝完工環節，引入AI工具實現精準驗收，在售後階段搭載AI智能客服系統，實現7×24小時高效響應。截至2025年底，安得智聯國內運輸網絡可調度車輛超50萬台，涵蓋超73萬條成熟運輸線路，服務覆蓋全國約2,800個區／縣和39,000餘個鄉鎮；依託超過3,700個活躍服務網點和逾73,000名送裝服務團隊成員，可實現全國鄉鎮全覆蓋，有效保障配送安裝服務高效落地。

三、核心競爭力分析

(一) 智能家居業務和商業及工業解決方案的全球領先科技公司

美的作為智能家居業務和商業及工業解決方案領域的全球領先科技公司，為200多個國家和地區的客戶提供服務，並在多個方面取得市場領先地位，包括各類家電及其核心部件、商用暖通、機器人與自動化等。美的集團在2026年上半年收入達人民幣2,610.5億元，並連續十一年躋身《財富》世界500強榜單，彰顯其在全球的領導力及卓越表現。美的堅持不懈的鞏固在全球家電行業的市場領導地位，根據歐睿(Euromonitor)統計數據顯示，按2025年各品牌全球智能家電銷售量(自有品牌製造商)計，美的智能家電銷量位居全球第一，全球範圍內已實現超過1.4億智能家電聯網，超過1.5億智能用戶接入。目前，美的擁有面向高端市場、大眾市場及年輕群體市場的廣泛品牌矩陣，並可提供各類智能家電產品。2026年上半年，美的集團在國內市場繼續推進落實「數一」戰略，美的系產品在包括京東、天貓、抖音、拼多多等國內主流線上平台的家電銷售額繼續位居行業第一，並在KA、經銷商、電商下沉等國內主要線下渠道的家電銷售額亦位列行業第一。

同時，美的也是一家頗具規模的商業及工業解決方案供應商，在多個領域取得市場領先地位，產業在線數據顯示，2026年上半年，美的家用空調壓縮機、家用空調電機、洗衣機電機的全球市場銷量份額均穩居行業第一，冰箱壓縮機的全球市場銷量份額亦位居行業前列。產業在線數據顯示，2026年上半年，美的中央空調國內市場銷售額佔比超過22%，繼續保持行業第一；美的商用多聯機的國內市場銷售額佔比超過29%，繼續穩居行業第一；美的離心機組國內市場銷售額佔比超過16%，位居行業第一；此外，菱王電梯憑藉其領先的專業技術實力及品牌口碑，載貨電梯市場佔有率連續多年位居行業前列。美的旗下的庫卡集團是全球「四大」工業機器人公司之一，2026年上半年，根據MIR睿工業統計，庫卡工業機器人在國內市場出貨量超過18,000台，國內市場銷量份額達到9.7%，升至行業第二位；並在重載機器人領域具有顯著優勢，庫卡300kg以上負載機器人國內市場銷量份額突破50%，廣泛應用於汽車部件、儲能電池、船舶以及航空航天等高附加值場景。

(二) 全面且不斷深化的全球化佈局

面向國內市場，經過多年發展與佈局，美的已形成了業態佈局完整、地域覆蓋廣闊的渠道網絡，可快速滿足線上與線下不同用戶的家電購買需求。美的圍繞用戶需求角度不斷完善線下業態佈局，形成綜合家電賣場、自有專賣體系、傳統零售商以及電商下沉加盟店的全業態網絡佈局，覆蓋從一線城市到鄉鎮的各級市場，同時還能夠為企業客戶提供專業場景化解決方案；美的獨有的數萬家網點的專賣體系，如前裝店、旗艦店、專業店、多品店等可滿足用戶從新裝到更新的不同需求，並持續為零售門店提供行業領先的數字化平台服務，同時着力拓展建設COLMO和東芝的高端品牌門店；圍繞「智能套系運營」和「全屋整裝解決方案」，深度拓展與家裝、家居、建材、設計等渠道的合作，積極爭取前置流量。通過以專賣體系門店為核心，形成覆蓋全級別市場的「美雲銷+」生態體系，構建面向全市場具有核心競爭力的專賣體系業務，堅定服務、運營與全品零售等能力提升與轉型。此外，美的還在拼多多、抖音、快手、小紅書等線上新渠道加速發展，並結合會員運營、產品套系化與智能化驅動新的銷售與用戶增長。截至2026年6月，美的美居平台用戶規模突破1.4億，月度活躍用戶超過2,400萬。

面向海外市場，美的已構建全球研發、製造及銷售網絡，具備全球化發展能力，在海外11個國家設有29個海外研發中心，整合全球研發資源，形成優勢互補的全球化技術研發能力；在全球的68個主要生產基地中有45個位於海外，實現全球生產和交付，把握海外市場的成長機會；美的海外銷售額佔公司總銷售額40%以上，產品已出口至全球超過200個國家及地區，在許多海外市場已建立線上、線下銷售網絡，擁有約5,500個售後服務網點；不斷深化數字銷售平台在海外市場的應用，超過25,000家海外零售商已加入海外銷售平台；截至2026年6月，美的有近5萬名海外員工。美的還通過戰略收購和合資合作不斷深化和拓展全球業務佈局。美的海外自有品牌(OBM)業務增長迅速，2026年上半年OBM業務收入已達到智能家居業務海外收入的50%以上，主要以東芝、美的及Comfee品牌為主，OBM產品在眾多海外市場已展現出較強的競爭力。截至2026年6月，美的智能家居應用的海外累計註冊用戶數超過1,500萬，平均月度活躍用戶數量同比增長超過80%。

(三) 商業及工業解決方案業務推動持續增長

美的已建立規模快速增長的商業及工業解決方案業務，商業及工業解決方案業務2025年收入規模突破1,200億元，在總收入佔比從2020年的18.5%提升至2025年的26.8%，商業及工業解決方案已成為美的業務持續增長的主要引擎之一。

美的擁有多元化的商業及工業解決方案業務，為眾多行業的客戶提供集成解決方案。在橫向擴展方面，持續豐富產品品類和擴大規模以及增加效率優勢；在縱向擴展方面，不斷開發迭代壓縮機、電機以及其他工業核心部件並通過收購進入前沿科技領域，如工業機器人、綠色能源等，並通過橫縱擴展創造產業協同效應，為商業及工業解決方案業務的持續增長構築堅固基石和注入強勁勢能。

機器人產業：

由美的藍橙實驗室（高端重載機器人全國重點實驗室）聯合庫卡機器人（廣東）有限公司、廣東極亞精機科技有限公司等單位研發的「350-1,200kg高性能重載機器人正向設計及應用」項目，通過中國機械工業聯合會組織的專家鑑定達到國際先進水平，標誌着重載機器人從硬件到軟件邁向全面自主。該項目實現三大核心技術突破，首次將典型工況等設計工具融入正向流程，建立多層級故障樹模型，實現10萬小時平均無故障時間(MTBF)高可靠性指標；創新質量再分配拓撲優化方法，通過動力學迭代優化提升整機性能；突破多因素剛柔耦合建模技術，實現動態特性高精度仿真與控制優化。依託自主研發的核心部件及軟件系統，項目成功推出350E、550E等4款重載機器人新品，已批量應用於新能源、航空等高端製造領域，構建起自主化產品體系。

美的持續佈局人形機器人技術，推進「美羅」和「美拉」兩款人形機器人的產品化工作，並結合美的智能體工廠實踐，深入探索人形機器人在工業場景中的應用。「美羅」是工業場景的全能選手，截至2026年6月「美羅」已在多工廠、多場景中推進應用，在洗衣機荊州工廠、無錫工廠及高端園區等鈹金場景中，「美羅」基於一體化控制及柔性抓取技術，實現從物料識別、路徑規劃、精準抓取到工位上料的智能自主閉環，解決傳統產線中物料從線邊到設備工位之間需人工銜接的「物流最後1米」，成為黑燈工廠實現「全無人場景」的關鍵一環；在智能物流和工廠運維場景，「美羅」在蕪湖廚熱工廠開展標箱轉運與碼垛探索，在順德樓宇工廠推進掃碼、鹵檢等任務應用，並具備視覺巡檢能力，可圍繞設備狀態、工藝質量和現場異常開展智能識別與反饋。「美羅」通過與物流AGV、工廠IoT及智能體工廠大腦協同聯動，推動工廠物流與生產運維從局部自動化向全流程智能化、柔性化和無人化升級。

超人形機器人「美羅U」已正式上崗洗衣機高端園區，累計工作超過2個月，完成螺釘鎖附超10萬顆。基於原生智能體工廠大腦，「美羅U」將具身智能與工位智能體、工藝智能體、轉產智能體、品質智能體、設備智能體等融合為一體，實現從產品識別、參數下發及調整、標準切換到品質檢驗的智能自主閉環。產線換型實現「零切換」，設備佔用空間減少超過50%。

面向家庭與商業場景，美的研發的第二代高性能雙足全人形機器人「美拉X2」，整機重量小於40kg，目前已具備擬人行走、上下樓梯、跑步、跳舞等全地形、多樣化運動能力。自研的具身大小腦模型EAGLES-X，在操作能力、運動能力以及開放式場景的複雜推理能力方面，已達到或超過國際先進水平。通過自研的視覺－語言－動作(VLA)模型EAGLES-EA與行為基礎模型EAGLES-BF，「美拉X2」具備全身自主移動操作能力，在疊毛巾、餐桌收納、整理沙發等開放式家庭任務場景中達到95%以上的成功率，標誌着人形機器人邁入實用階段。此外，美的自研的大範圍語義拓撲導航系統結合具身智能體系統，可實現在開放式門店場景的導覽、導購等任務，為商業化應用奠定基礎。

健康醫療產業：

2026年上半年，美的醫療持續推進研發、製造、市場和服務等方面的系統性協同整合，堅定落實「三個一代」研發體系，並在產品開發與技術研究領域取得顯著進展。

面向「開發一代」，持續優化產品矩陣，在國內市場陸續發佈取得國家藥品監督管理局(NMPA)醫療器械註冊的新品，其中，新一代大孔徑3.0T磁共振成像系統i_Sight 3.0T搭載80/220極限梯度配合精準螺旋採集，實現超高清、超精準成像，全新智能UI搭載WDL2.0平台，全面提升成像流程，進一步豐富高端磁共振產品線；全球首款稀土懸吊DSA Genesis X5作為高端介入診療用血管造影X射線機，首次將稀土IGZO材料應用於DSA平板探測器，在大幅降低射線劑量與造影劑用量的同時，實現微細血管高清成像，配合自由懸吊結構，可覆蓋全科室介入手術場景，突破傳統非晶硅探測器成像性能接近物理極限的技術瓶頸，實現「高清低劑量」成像；TurboTom9 PRO超寬全景動態CT搭載172.8mm業界超寬全景探測器，實現全器官冗餘覆蓋，0.25s/r高轉速配合運動校正算法，支持自由呼吸成像，作為國產超高端CT產品成功入選2026北京市首台(套)重大技術裝備目錄，助力切入三甲醫院高端心腦血管、重症急診賽道。面向海外市場，美的醫療發佈兩款DR產品，其中，新一代高端Lux HD 35/43探測器集成百微成像、智能降噪及自動曝光控制核心技術，性能領跑高端平板探測領域；DRX-Evolution Plus搭載首創弧形軌道系統，系全球首款配置該結構的高端懸吊固定式DR，拓展多元臨床應用場景。在AI應用領域，2026年3月，美的醫療旗下的萬東醫療承擔的北京市科委「AI+健康協同創新培育項目」順利完成結題驗收，依託該項目完成了基於人工智能技術的超導磁共振產品智能化升級，進一步提升了公司磁共振產品在智能掃描和智能成像等方面的技術能力。美的醫療還於2026年4月在中國國際醫療器械博覽會(CMEF)上發佈業界首個DR全流程智能體，實現DR從掃描到診斷的全鏈條智能化，同時發佈聚焦於阿爾茲海默症(AD)早篩的磁共振AI智能體，實現基於中國人腦數據的AD智能早篩。

面向「儲備一代」，目前正在有序推進大孔徑1.5T無液氦磁共振成像系統研發及產業化工作，持續開展產品性能驗證和臨床應用完善，促進產品迭代；面向「研究一代」，圍繞高端磁共振核心技術和臨床應用持續開展技術創新，推進智能工作流、一站式智能心臟成像、快速成像及分子代謝成像等關鍵技術研發，並推動無液氦磁共振、非接觸式生理門控和智能心血管成像等技術融合，進一步提升磁共振檢查的智能化、便捷化水平，拓展心血管磁共振的臨床應用場景。

在對外合作方面，2026年5月，由萬東醫療牽頭，聯合中科磁控、首都醫科大學附屬北京友誼醫院、中國醫學科學院北京協和醫院、首都醫科大學附屬北京天壇醫院共同組建的「先進超導磁共振和計算機斷層掃描醫療裝備創新轉化北京市重點實驗室」正式獲得北京市科委、中關村管委會批准認定，實驗室聚焦高端醫學影像裝備領域的無液氦大孔徑超導磁共振、超寬體超高速的兩大前沿賽道，打通「研發－臨床驗證－產業化」轉化鏈路，為持續技術迭代提供重點科研平台支撐，加速高端醫學影像裝備自主創新與臨床產業化，推動國產高端影像設備技術突破。

（四）全球領先的研發能力以實現可持續創新

美的擁有領先的研發能力，持續堅持投入大量資源進行研發，重點圍繞新能源、具身智能、醫療健康、人工智能等前沿領域開展研究，通過科技領先以獲得未來產業發展的戰略主動。2021至2025年的研發投入合計超過700億元，2026年上半年研發投入為85億元。截至2026年6月，在全球擁有研發人員超過2.3萬名，佔非生產人員比例超過50%。

1、研發體系

美的持續完善研發體系，構建以中央研究院和各事業部研發單位及團隊為核心的協同架構。通過深入研究技術、用戶需求和市場趨勢，形成「三個一代」的研發模式：中央研究院專注前沿技術、基礎技術及共性技術佈局，事業部聚焦產品技術開發，全面打造全球領先的研發能力，實現「四級研發體系」的高效協同與有機運行，保障研究成果有效轉化為經營結果。為落地科技領先戰略，堅持提升人才密度與厚度，依託海外研發中心的本地優勢，引入各技術領域的頂尖領軍人才和高端人才，構築全球化人才高地，為技術創新和產業發展提供強有力支撐。

2、研發成果

深入實踐「三個一代」研發模式，推動技術戰略與中長期產品規劃深度融合，實現技術與產品雙輪驅動，助力產業高質量發展。2026年上半年，美的新增3項省部級科技一等獎和9項國際領先成果鑑定，累計已獲得4項國家科技獎、540項省部級科技獎、460多項國際領先／先進成果鑑定。在工業設計方面，推動產品創新、OBM業務、全球化突破，在2026年上半年共獲得78項工業設計榮譽，其中德國紅點獎31項、德國iF設計獎25項、美國IDEA設計獎22項。為有力支撐科技領先戰略，美的通過構建「集團－事業部」兩級標準化管理體系，實施「標準創新+產品創新」雙驅動模式，將創新成果轉化為先進標準，全面提升技術影響力與國際競爭力。2026年上半年，美的新增參與制定或修訂技術標準115項，其中國際標準3項，國家標準74項，行業與團體標準38項。美的持續優化創新成果轉化和專利保護佈局，2026年上半年新增全球授權專利量超過5,000件，其中海外授權專利量超過1,000件；截至2026年6月，美的全球專利申請量超過17萬件，發明專利授權維持量超過3萬件。美的持續推進專利質量提升及專利運營工作，在第二十六屆中國專利獎評審中獲得中國專利優秀獎5項，在歷屆中國專利獎評選中累計獲獎數超過140項，其中金獎6項、銀獎14項。

3、對外合作

美的聚焦技術創新、用戶創新、設計創新、產品創新、開放式創新五大核心體系建設，持續完善先行研究體系以支撐中長期技術的儲備佈局，為產品技術長期領先築牢堅實根基；同時深化全球研發佈局，打造開放創新生態平台，聯動大型企業、科技公司、高校、科研院所等多方優質資源，搭建全球化創新網絡、拓展多元化技術生態合作觸點。與此同時，美的堅持構建科學家體系，成立8個院士工作站（室），引入19位戰略合作院士，推動超過220項合作項目，覆蓋綠色、節能、健康、智能化、機器人及自動化等技術領域。

（五）數智驅動支撐企業的全價值鏈卓越運營

美的圍繞「數智驅動」戰略，全面擁抱數字化和智能化技術。2026年上半年，美的在數字化基礎上持續深化AIGC在全價值鏈各環節的應用與升級，全面推進AI從「效率工具」向「端到端流程主體」的戰略轉型，重點圍繞智慧家居、智能製造、智慧辦公、行業賦能四大核心場景，打造「家庭大腦」與「工廠大腦」，以AI驅動全價值鏈智能化平台化運營，構築企業在智能時代的核心競爭力。

1、AIGC融合應用

2026年上半年，美的在全面深化AIGC在全價值鏈各經營環節的融合應用，員工自主搭建累計突破2萬個智能體，上半年提效超過900萬小時，降本超過4.5億元。發佈美擎AIGC 3.1智能體方案，全面升級企業級AIGC平台能力，對外輸出工業AIGC解決方案，賦能合作夥伴與行業生態；發佈全屋智能「三個一」戰略，以一個家庭大腦、一套連接標準、一站式智能體驗，重塑全屋智能用戶體驗，加速向智慧生活全場景生態演進；發佈小美員工AI助手（基於OpenClaw自研），打造員工個人智能工作夥伴，並向智能終端形態延伸，構建覆蓋辦公、研發、服務等多場景的AI助手生態；啟動AI端到端變革戰略項目，聚焦訂單管家、供方引入、物料管控、Go-To-Market(GTM)營銷、新物料、端到端物流六大業務場景，推動AI從輔助工具向流程主體升級。

建設AI能力底座，建立全員開放的統一AI超級入口「小美」，集成六大能力模塊，實現企業AI能力的統一註冊、鑑權、治理與跨領域調度，覆蓋各業務領域；統一智能體平台支撐數百款工具與技能廣場，沙箱隔離機制保障代碼運行與風險操作的業務安全；同步深化員工AI技能體系化建設，超過13,000人完成智能體認證，推進AI 500人才計劃，推動全員AI能力從認知普及邁向業務賦能與實戰落地。持續築牢技術底座與數字化基建，形成覆蓋全流程的智能體交付新範式，自研決策科學算法破解核心技術瓶頸，「求解器+動態引擎+建模」模式推廣至5大核心場景；多業務領域智能體場景與技能規模快速擴張，具身智能應用場景持續落地，完成「感知－決策－執行」全鏈路閉環；不斷完善AI全維度安全治理體系與前沿技術佈局，構建業內領先的全棧數字化技術能力與多元人才梯隊，為全球供應鏈與製造體系的持續進化、行業數智轉型提供堅實支撐。

在家電智能化方面，依託語言大模型、多模態推理、全域感知等底層技術，持續迭代Smart Home Agent，全屋智能場景覆蓋空氣、用水、烹飪、安防等多領域；發佈搭載私有化部署大模型的智能家電新品，以多模型融合架構重塑人機交互體驗，打造AI管家服務能力，構築全場景智慧生活；同時通過AIGC提升美擎平台智能化能力並對外輸出，參與智能家居大模型等國家標準制定，聯合頭部企業共建AI創新生態，強化「知識+AI」治理體系與訓推引擎能力，以全鏈路數智化革新鞏固全球行業領先地位。

2、內銷領域

利用AIGC持續賦能「DTC數字化模式創新」，在智能產銷方面，圍繞國內一盤貨，基於美雲銷系統，建設端到端的AI產銷智能體和智能補貨系統，提供AI工具模型和系統支持，通過智能預測－排產－分貨－補貨，助力實現內銷庫存下降與效率提升；建成基於雲倉數據本體與Data Agent驅動的共享決策閉環，庫存周轉效率提升4.4%，實現SKU庫存共享自動化託管，標誌着AI驅動的供銷協同從技術驗證進入規模化擴展階段。

在智能客服方面，依託自研超擬人TTS（文本轉語音）、上下文感知ASR（自動語音識別）及客服智能體，全面升級美的智能客服體驗，無需繁瑣的場景預配置，即可實現對話過程自然流暢與邏輯連貫，並支持用戶在報裝、報修、諮詢等多業務場景切換，顯著提升服務效率與用戶體驗；面向售後服務網點建立智能派工、AI預約回訪、智能跟單預警等能力，大幅提升服務網點履約效率，月均識別超過400萬預警服務工單，實現工單服務從「事後發現」轉向「事前預警干預」。

在產品數字化方面，圍繞產品立項到成功上市的全鏈路數字化建設，串聯研發、營銷兩大體系，通過AI智能體賦能「產品策劃－內容運營－設計作圖－產品培訓」等領域，確保新產品按計劃進入市場。

在用戶商機方面，構建AI客資智能體，精準區分用戶意向等級，綜合門店商機運營指標重構商機智能分配規則；落地AI標準化跟進策略、智能話術，打通企業微信、美雲銷用戶標籤數據，統一全域用戶畫像；精細化深耕「美粉」群體，新增用戶同比大幅增長，通過對2,600多萬條用戶聲音AI打標，用戶體驗問題閉環效率提升54%。

在商戶賦能方面，圍繞商戶全生命周期管理，推動業務經驗在線化，提升商戶數字化參與度與經營效率；通過商戶線上社區全面覆蓋全國商戶，問題回覆率達100%；簡化美雲銷APP流程，實現「人不見人」解決商戶問題；通過商機運營串接商戶運營全流程，強化商戶的非標品服務能力與設計能力，從單品銷售轉向全屋改造。

3、外銷領域

以智能化驅動「數字化3.0」項目向縱深推進，通過價值鏈端到端全景分析，以AI賦能貫穿全價值鏈，實現海外數字化能力躍升，支撐全球突破戰略。

通過Midea Club系統助力全球專業渠道突破，對OBM渠道進行賦能，該系統已上線22個國家，覆蓋美洲、歐洲、亞洲、非洲等市場，全球錄單量突破130萬套，覆蓋海外渠道安裝商及安裝工超過9萬人，通過AI技術實現安裝審單效率提升83%，在部分國家已實現安裝單即時結算與實時到賬；結合安裝商分類分級、政策精細化管理以及數字化工具賦能，分級匹配資源，提升終端銷售轉化率。

搭建一體化全球關務合規管理平台，全面賦能跨境業務全鏈路通關管控，強化中越泰基地海關政策動態研判與產地合規落地，引入AI單證識別、智能歸類算法與AI報關自動化技術，實現全流程關務數字化與智能化升級。

自研AI Load Planner Agent實現智能裝載規劃，支持從報價到出貨的全鏈路裝載規劃與履約，綜合提效達60%以上，覆蓋試點單位95%外銷業務人員。

持續推進海外智能倉配系統全球化落地，先後在越南、德國等實施TMS、WMS及BMS系統，倉儲作業效率提升35%，物流綜合成本同比下降8%，全鏈路數據透明化率達98%；同步搭建全球物流控制塔，異常預警準確率達92%，風險響應時效縮短至30分鐘以內，在途異常處置效率提升60%。

以AI驅動構建海外用戶端到端的智能化服務體系，通過客服Agent機器人，支持多語言語音與文本的靈活交互，覆蓋多場景客戶溝通與服務請求處理，構建7×24全面服務能力，以智能化驅動降本提效，以透明化提升用戶體驗，讓海外服務可感、可查、可控。

在數據國際化方面，構建Global Insight全球經營監控分析平台，實現海外業務核心場景中的Data Agent輔助經營洞察，已覆蓋超過80個海外公司；並在TEKA部分業務單元及海外工廠開展試點，完成數據接入與歐洲門戶搭建。

4、研發領域

圍繞「科技領先」與「全球突破」戰略，持續推進「三個一代」研發體系落地與深化。

在企劃端，構建從用戶需求、產品概念、產品定義到產品包裝完整的AI企劃平台，打造ToC爆品創新Agent、ToB競爭分析Agent，精準洞察用戶需求，助力研發提效70%，同步打造集團首個研發數據產品iCenter，以構建統一、標準化的研發數據資產體系。

在研究端，通過研究資源在線化，優化研發體系資源配置，聚焦核心技術突破及差異化產品投入，推動引領研究項目全面覆蓋關鍵瓶頸技術與核心技術領域。

在產品端，通過以用戶為中心的平台化產品開發，加強研產銷協同，實現平台產品開發「一個流」變革，支撐平台模塊參數化變革及SKU數量精簡、打造差異化爆品，提升平台模塊化成熟度，推動平台效率提升15%。

在AI應用端，推動研發領域生成式AI從局部探索向全面變革轉型，以AI深度嵌入研發業務流程、推動端到端流程變革，實現關鍵場景的AI人機協同和重複場景的AI替代，單場景流程提效30%-60%。

5、 供應鏈領域

持續深化全球協同佈局與全鏈路數智化升級，海內外雙線運營效能實現進階突破。

在海外，以訂單端到端知識本體為底座，構建KD全鏈路AI風險預警能力，輔助KD全鏈路降本超過1億元，KD周期同比改善10%，同時以Data Agent為AI能力支撐，提升供應鏈運營效率。

在國內，持續提升區域供應鏈韌性與協同效率，搭建國內集成化計劃調度中心，打通業務系統與Agent智能工作流，構建人機協同調度決策體系，實現全渠道庫存周轉改善10%，總部一體化排產效率大幅提升，計劃智能體賦能產品事業部，OEM平台降本超過千萬元，AI賦能供方引入等端到端項目，效率提升65%。

6、 製造領域

利用數字化技術，美的致力於打造高品質、柔性化、綠色高效生產工廠，並有八家工廠獲評世界經濟論壇「燈塔工廠」。推進海外數字化3.0戰略，全球工廠數字化覆蓋與迭代升級持續提速，通過Factory Agent向智能工廠升級，已在泰國、埃及等地的5家新工廠上線數字化套餐，升級23家現有工廠的數字化套餐，並打造海外首家智能體工廠－美的泰國空調工廠；通過匈牙利庫卡聯合項目沉澱形成可複用、可迭代的ToB業務歐洲製造數字化模板，在無錫雙高端智能體工廠落地物流、品質、計劃等多領域的自主分析與決策閉環場景，黑燈工廠車間擴容至14家。

在品質端，構建全鏈路數智化管控體系，通過品質智能體覆蓋全業務環節以實現品質全閉環管理，落地智能失效分析、製程智能監控、售後一致性稽查等場景，助力品質管控與風險防控雙提升。

Factory Agent 2.0與工廠大腦建設取得階段性突破，初步構建起以工廠大腦為核心、多智能體與機器人深度融合的工廠智能生態，將數據運營、計劃、物流、品質等多場景實現端到端自主協同閉環，管理層級AI助手全面提效賦能，試點工廠場景數量增長超過2倍，智能觸點提升15倍，Token日消耗數提升7倍，運營效率提升31%；發佈智能體工廠出海方案，將國內成熟的Factory Agent經驗體系化輸出至全球製造基地，加速智能製造能力的全球複製與本土化適配；深化美言垂域大模型與行業大模型協同，14個核心智能體場景持續擴大覆蓋供應鏈、生產、品質等關鍵環節，融入人形機器人、AI眼鏡等更多智能終端，以秒級響應替代傳統人工小時級任務，核心場景平均提效超30%、排產響應速度提升50%；重點打造無錫雙高端新工廠，創新前店後廠模式，建設智能體原生態工廠1.0，雙高端工廠AI累計節省工時超100萬小時，KD齊套風險預警輔助周期縮短20%。

7、ToB業務領域

聚焦工業機器人業務，推動全價值鏈端到端業務變革，助力實現國內市場有效商機轉化提升，訂單履約周期降低30%，成品庫存周轉率提升25%；挖掘ToB業務新增長曲線，推動ToB售後業務全價值鏈變革，針對暖通設備、工業機器人業務制定差異化的服務增長策略，統一規劃與建設ToB售後平台，預計可實現ToB售後服務響應效率提升50%；加速ToB業務全球突破，助力泰國、印度海外工廠數字化建設；建立ToB項目型業務數字化模板，助力ToB業務向提供解決方案轉型；深化營銷數據應用，聚焦ToB業務全球化，搭建AI經營分析與渠道拓展能力，挖掘2萬多條商機線索和3萬多家潛在客戶、覆蓋200多個空白市場、達成上百個渠道增收機會，助力從「產品出海」向「能力出海」升級。

8、數據業務

美的已建成全球四大數據中心，形成全球統一的數據資產體系，數據總量突破54PB，數據資產總量超過17PB，數據服務日均調用超1,300萬次，2026年上半年累計調用超60億次。

全面升級Data Agent，引入前沿技術，深化「AI問數、AI分析、AI策略」三大核心能力，覆蓋內銷、外銷、供應鏈等8個業務領域50多個應用場景，面向ToC業務賦能4萬多家門店實現AI解讀，面向ToB業務通過AI市場情報挖掘助力海外客戶增長，2026年上半年Data Agent累計提效貢獻超過6,000萬元。

持續推進業財融合的數字管理體系建設，搭建全鏈路財務數據資產平台，通過大數據經營分析與智能預警體系，實現對全價值鏈盈利、成本管控及經營風險的監測與閉環管理，有效支撐敏捷經營決策，持續提升整體運營效率；同時圍繞組織人才，搭建人力資源Data Agent，實現「問數、分析、預測、建議」的人力資源智能體系。

(六) 先進的公司治理和價值觀

先進的治理機制、與時俱進的價值觀和理念以及管理層的心智成長，是美的持久發展的基石。美的的公司治理強調「責、權、利」的共擔和高度一致，着力建立美的內部企業家群體，充分激發企業家精神。美的長期致力於為員工、客戶、股東及社會創造最大價值，為表彰員工的貢獻和認可員工的業績，建立以股票激勵為主的多層次長期激勵機制，截至2026年6月，面向不同層級的管理團隊和骨幹員工，已推出九期股票期權激勵計劃、七期限制性股票激勵計劃、十七期持股計劃以及兩期H股股份獎勵計劃，穩固了公司高層、核心骨幹與公司全體股東利益一致的有效機制；美的致力於為客戶提供最佳體驗，努力深入了解客戶的需求和偏好，並據此優化產品開發和業務模式，多年以來美的的產品組合不斷增加豐富以滿足客戶的不同需求；股東的信任和支持對美的的發展至關重要，美的致力於為股東創造價值並與之分享公司發展的成就，自2013年上市以來，累計派現金額超過1,600億元，在穩定分紅派現的同時，公司持續推出實施了一系列股份回購的方案，2026年上半年公司再次推出A股股份回購計劃，報告期內股份回購總金額超過69億元，美的集團歷史累計股份回購已超過450億元，根據廣發證券研究報告顯示，截至2026年6月末，美的集團成為A股歷史上累計回購金額最高的公司；美的高度重視對環境和社會的責任，致力於追求可持續發展，成功入選標普全球(S&P Global)發佈的《全球可持續發展年鑑》(Sustainability Yearbook 2026)，根據公開信息顯示¹，美的還連續兩年在國際知名機構的ESG評級中獲得A。

1 信息來源：<https://finance.sina.com.cn/stock/aassist/esgpj/2026-07-02/doc-inifkcsa0463287.shtml>

四、公司未來發展的展望

(一) 公司發展戰略

美的堅持「科技領先、用戶直達、數智驅動、全球突破」的四大戰略主軸，聚焦全面智能化和全面數字化，以四大戰略主軸為支柱推進和實現ToC與ToB並重發展，通過多元產業形成周期互補，通過ToC領域產品力與核心技術的提升，帶動盈利能力改善，為ToB業務的轉型提供戰略支撐；不斷夯實和完善全球化能力，努力從中國本土化企業向全球化企業轉型發展；在保持效率優勢的同時，實現創新驅動並構築產品優勢、技術優勢。公司治理機制的先進性、價值理念的與時俱進和管理層的心智成長是美的堅定生長的基石，持續完善責、權、利清晰的公司治理機制，明確分權和授權，不斷健全代理人機制，優化激勵與約束制度，激發企業家精神與組織活力，建立扁平化敏捷型組織與優化流程；堅持長期主義和利他主義的價值理念，貫徹落實以員工、用戶、客戶、以及合作夥伴為中心，提升企業EHS治理和ESG評級；推進管理層在心智、思維、認知等維度實現全方位成長，改善人才結構，構建包容共協的多元化團隊，打造簡單、直接、扁平、平等的文化氛圍；不斷完善集團一致性管理，以實現經營的一致性、文化的一致性、價值理念的一致性，保障企業經營的持續穩定發展。

(二) 2026年下半年重點工作

2026年下半年，美的將基於以科技領先為核心的四大戰略主軸，堅定落實以下經營思路：

1、 圍繞核心增長

聚焦於增長的轉型，戰略路徑要清晰，執行要堅決，圍繞核心業務、核心市場、核心能力實現增長。白色家電和暖通空調作為美的核心業務，是現金流和盈利的核心來源，必須實現核心業務增長；構建堅實的技術體系和基礎，同時深耕海外市場，力爭做到全球第一。堅定佈局機器人和新能源業務等次核心業務。ToC業務是當下生存發展的護城河，而ToB業務則是穿越周期的未來保障。以變革創新驅動ToC業務增長，為ToB業務發展提供支撐，實現產業升級，使ToC和ToB業務形成「增長接力」。

2、 更加勇敢堅定的推進全球突破

大膽創新OBM業務機制體制，做好充分授權和資源支持，實現真正的本地化運營。一是充分授權本地團隊進行產品與營銷決策，二是確保責權利清晰和明確最終責任主體，三是確保運營管理的一致性，四是要堅持團隊人員的本地化。

3、 在國內市場敢於破局和改變

國內市場已經是高度成熟的存量市場，要通過雲倉、雲信用、配送到家等服務讓零售商輕裝上陣、穩定盈利，同時大膽變革內銷體系，破局的關鍵在於管理者必須下沉到每一個終端網點去抓零售落地。

4、 推動ToB產業把握機遇、積極增長

美的ToB業務佈局符合下一個工業時代的產業趨勢，要搶佔先機、抓住機會、積極增長，佈局下一代工業業務，要堅定投入機器人、新能源、數據中心液冷、工業核心部件等ToB領域並實現突破。

5、 落實「三個一代」，加大研發投入

科技領先是美的最核心的戰略，在「黑海」的激烈競爭中唯有創新才能重新增長，PortaSplit移動分體空調在歐洲的「火爆」就是證明，要圍繞「三個一代」研發體系紮實佈局，進一步加大研發投入並鼓勵創新突破。

6、 效率優勢是美的生存和發展的根本

雖然效率提升聚焦的是短期問題，但解決短期問題是實現長期發展的必經之路，只有通過效率提升，建立成本優勢和優化盈利能力，才有資源投入未來，才能支撐ToB產業發展，因此需要堅定不移的緊抓效率和成本。

(三) 公司面臨的風險和應對措施

(1) 宏觀經濟波動風險

公司銷售的消費電器、暖通空調及工業機器人等產品，其市場需求受經濟形勢和宏觀調控的影響較大，如果全球經濟出現重大波動，國內外宏觀經濟或消費需求增長出現放緩趨勢，則公司所處的相關市場增長也將隨之減速，從而對於美的產品銷售造成影響。

(2) 生產要素價格波動風險

美的集團消費電器及核心部件產品的主要原材料為各種等級的銅材、鋼材、塑料和鋁材等，且家電製造屬於勞動密集型行業，若原材料價格出現較大增長，或因宏觀經濟環境變化和政策調整使得勞動力、水、電、土地等生產要素成本出現較大波動，而精益生產與效率提升帶來的成本下降及終端產品的整體銷售價格不能夠完全消化成本波動影響，將會對公司的經營業績產生一定影響。

(3) 全球資產配置與海外市場拓展風險

國際化與全球運營是公司的長期戰略目標，公司已在全球多個國家建立合資生產製造基地，公司的海外佈局與新產業拓展日益深入，但全球資產配置可能面臨着資源整合與協同效應不達預期的風險，海外市場拓展可能面臨當地政治經濟局勢是否穩定、法律體系和監管制度是否發生重大變化、生產成本是否大幅上升等無法預期的風險。

(4) 匯率波動造成的匯兌損失風險

隨着公司海外佈局的深入，公司海外收入已佔公司整體收入的40%以上，若匯率大幅波動，不僅可能對公司產品的海外業務帶來不利影響，同時可能造成公司匯兌損失，增加財務成本。

(5) 貿易摩擦和關稅壁壘帶來市場風險

由於「逆全球化」思潮再次興起和貿易保護主義日趨嚴重，在2026年中國的出口面臨着更多不確定及不穩定的因素。部分核心市場的貿易壁壘和摩擦，影響短期出口業務和中長期市場規劃和投入。貿易中的政治和合規風險加劇，主要表現為各種強制的安全認證、國際標準要求、產品質量及其管理體系的認證要求、節能要求及日趨嚴格的環保要求與廢舊家電的回收等要求，及某些國家、地區實施反傾銷和加徵關稅等措施引起的貿易摩擦，加重了企業的經營成本，對企業的市場規劃和業務拓展帶來新的挑戰。

面對複雜多變的內外部環境和風險，公司將嚴格按照《公司法》、《證券法》和中國證監會、深交所及香港聯交所等有關法律法規的要求，不斷完善公司法人治理結構，提高公司規範運作水平，強化內部控制體系，有效預防和控制各類風險，確保公司持續、穩定、健康發展。

財務回顧

下表載列本公司截至2026年及2025年6月30日止六個月中期簡明合併損益表絕對金額：

	截至6月30日止六個月	
	2026年 人民幣百萬元 (未經審計)	2025年 人民幣百萬元 (未經審計)
收入	261,052	252,331
營業成本	(195,766)	(188,058)
毛利	65,286	64,273
銷售及營銷開支	(21,546)	(23,053)
一般及行政開支	(7,999)	(7,590)
研發開支	(8,467)	(8,767)
金融資產及合同資產減值損失淨額	(634)	(356)
其他收入	4,699	5,420
其他收益淨額	405	2,439
營業利潤	31,744	32,366
財務收入	609	451
財務費用	(953)	(1,943)
財務費用淨額	(344)	(1,492)
應佔聯營及合營企業利潤淨額	510	469
聯營公司投資減值準備	(65)	—
除所得稅前利潤	31,845	31,343
所得稅開支	(5,262)	(4,696)
本期利潤	26,583	26,647
歸屬於：		
本公司擁有人	26,446	26,014

收入

下表載列本公司截至2026年及2025年6月30日止六個月按業務劃分的收入的絕對金額和佔收入的百分比：

	截至6月30日止六個月				變動 %
	2026年		2025年		
	人民幣百萬元 (未經審計)	佔收入比重	人民幣百萬元 (未經審計)	佔收入比重	
智能家居業務	174,341	66.8%	167,201	66.3%	4.3%
工業技術	13,138	5.0%	15,053	6.0%	-12.7%
樓宇科技	21,625	8.3%	19,511	7.7%	10.8%
機器人與自動化	16,621	6.4%	15,073	6.0%	10.3%
其他業務	15,282	5.8%	14,901	5.9%	2.5%
商業及工業解決方案	66,666	25.5%	64,538	25.6%	3.3%
其他	20,045	7.7%	20,592	8.1%	-2.7%
總計	261,052	100.0%	252,331	100.0%	3.5%

2026年上半年本公司實現收入2,611億元，同比增長3.5%，其中智能家居業務實現收入1,743億元，同比增長4.3%；商業及工業解決方案實現收入667億元，同比增長3.3%；銷售原材料和其他業務實現收入200億元，同比下降2.7%。

分業務來看，智慧家居業務實現收入1,743億元，同比增長4.3%，2026年上半年本公司(1)堅定落實科技領先戰略，持續加大研發投入，紮實推進「三個一代」落地，助力海外OBM優先戰略和高端產品創新，全面提升全球市場競爭力；(2)面向國內市場，堅定DTC變革引領新增長，聚焦零售能力，圍繞三大核心零售能力打造線下渠道差異化競爭力，推進數字化業務模式創新，渠道變革聚焦AI全面轉型，實現運營效率與用戶體驗雙升級；(3)圍繞OBM優先戰略，持續推進本地化，以深入的市場和用戶洞察驅動產品創新，賦能本地業務拓展，不斷完善海外製造、研發、品牌、渠道以及服務體系建設。

工業技術業務實現收入131億元，同比下降12.7%，主要由於下游國內家電行業，尤其是國內家用空調行業規模下滑所致。

樓宇科技業務實現收入216億元，同比增長10.8%，2026年上半年本公司(1)面向國內市場，樓宇科技已在醫療公建、數據中心、新能源製造、輕工紡織、生物醫藥、城市示範建築等落地一批標桿項目，以差異化方案匹配不同行業節能降碳需求；(2)面向海外市場，以MBT Climate作為多品牌統一整合運營平台，持續釋放併購整合協同價值，夯實在歐洲智慧樓宇市場的綜合競爭優勢，為住宅、商業及工業建築提供全方位的產品與系統解決方案，深度匹配歐洲能源轉型發展需求；及(3)持續推動產品技術創新，對外發佈多款新品及解決方案，覆蓋暖通空調、數智電梯等，還包括冷源、CDU、液冷末端及數字化運維的全棧液冷技術矩陣。

機器人與自動化業務實現收入166億元，同比增長10.3%，2026年上半年本公司(1)，庫卡中國收入增長迅速，在庫卡集團的收入貢獻佔比超過30%，根據MIR睿工業統計，庫卡工業機器人國內市場銷量份額達到9.7%，升至行業第二位；(2)，庫卡持續迭代創新，在核心技術研發與新品開發維度實現多項成果，從機器人本體到軟件生態，從重載到輕載，從通用場景到專業行業方案，實現全品類、全場景佈局，對新興能源賽道具有深度開拓能力。

從區域貢獻來看，截至2026年6月30日止六個月，中國內地實現收入1,479億元，同比增長1.9%；其他國家或地區實現收入1,131億元，同比增長5.5%。

	截至6月30日止六個月				
	2026年		2025年		變動
	金額	佔收入	金額	佔收入	
	人民幣百萬元 (未經審計)	總額比重	人民幣百萬元 (未經審計)	總額比重	
中國內地	147,925	56.7%	145,139	57.5%	1.9%
其他國家或地區	113,127	43.3%	107,192	42.5%	5.5%
總計	261,052	100.0%	252,331	100.0%	3.5%

毛利及毛利率

下表載列本公司截至2026年及2025年6月30日止六個月按業務劃分的毛利絕對金額和毛利率：

	截至6月30日止六個月			
	2026年		2025年	
	毛利 人民幣百萬元 (未經審計)	毛利率	毛利 人民幣百萬元 (未經審計)	毛利率
智能家居業務	48,727	27.9%	47,679	28.5%
工業技術	1,938	14.8%	2,541	16.9%
樓宇科技	6,404	29.6%	5,723	29.3%
機器人與自動化	3,474	20.9%	3,431	22.8%
其他業務	2,074	13.6%	2,019	13.6%
商業及工業解決方案	13,890	20.8%	13,714	21.2%
其他	2,669	13.3%	2,880	14.0%
總計	65,286	25.0%	64,273	25.5%

2026年上半年本公司毛利率25.0%，同比下降0.5%，主要由於家電業務板塊國內需求下行導致行業產品均價走低，大宗原材料價格因海外地緣衝突和貿易政策影響提高，同時疊加上半年人民幣匯率走高，公司採取了一系列降本增效、匯率對沖和優化產品結構等各類舉措應對上述不利影響。

銷售及營銷開支

2026年上半年本公司銷售及營銷開支215億元，銷售及營銷開支費用率8.3%，同比降低0.9%，主要由於公司秉持「以簡化促增長」經營思路，深化DTC改革縮短流通鏈路，精簡SKU降低營銷複雜性，公司圍繞「數智驅動」戰略，通過數字化營銷能力升級和渠道效率優化，降低了國內銷售及營銷開支費用率。

一般及行政開支

2026年上半年本公司一般及行政開支80億元，一般及行政開支費用率3.1%，同比提高0.1%，主要由於集團持續加大數字化基礎設施和智能化建設投入，IT系統運維與建設增加所致。

研發開支

2026年上半年本公司研發開支85億元，研發開支費用率3.2%，同比降低0.3%，主要由於公司主動推進研發資源配置的結構性優化，集中優勢資源聚焦核心業務與前沿技術領域所致。

其他收入

本公司其他收入由2025年上半年的54億元下降至2026年上半年的47億元，主要由於存款利率較上年同期下行，存量資金及理財配置的利息回報相應減少所致。

其他收益淨額

本公司其他收益由2025上半年的收益24億元下降至2026年上半年的收益4億元，主要由於公司及若干子公司持有外幣貨幣性項目因匯率波動帶來的匯率淨虧損增加，部分被金融工具收益的增加抵消所致。

財務費用淨額

本公司財務費用淨額由2025年上半年的15億元減至2026年上半年的3億元，主要由於本公司及若干子公司持有的外幣借款因匯率波動引起的匯兌虧損減少所致。

本期利潤

本公司本期利潤266億，與2025年上半年的266億元持平，利潤率由2025年上半年的10.6%下降至2026年上半年的10.2%，整體保持穩健，主要由於公司持續深化效率驅動戰略，通過數字化轉型提升運營效率、優化產品結構提升附加值等多項舉措積極應對外部環境的不利影響，展現良好的經營韌性和盈利穩定性。

財務狀況

下表載列本公司2026年6月30日及2025年12月31日中期簡明合併財務狀況表的絕對金額：

	2026年 6月30日 人民幣百萬元 (未經審計)	2025年 12月31日 人民幣百萬元
非流動資產總額	206,002	192,129
流動資產總額	437,100	416,663
資產總額	643,102	608,792
非流動負債總額	35,618	28,984
流動負債總額	381,691	343,384
負債總額	417,309	372,368
本公司擁有人應佔權益	212,861	223,221
淨資產	225,793	236,424

本公司非流動資產總額由2025年12月31日的1,921億元增至2026年6月30日的2,060億元，主要由於以攤銷成本計量的其他金融資產增加，部分對無形資產的減少抵消所致。

本公司流動資產總額由2025年12月31日的4,167億元增至2026年6月30日的4,371億元，主要由於貿易應收款項及應收票據增加，部分被存貨和以公允價值計量且其變動計入其他綜合收益的貿易應收款項及應收票據減少抵消所致。

本公司非流動負債總額由2025年12月31日的290億元增至2026年6月30日的356億元，主要由於長期借款增加所致。

本公司流動負債總額由2025年12月31日的3,434億元增至2026年6月30日的3,817億元，主要由於貿易應付款項及應付票據及短期借款的增加所致。

本公司淨資產由2025年12月31日的2,364億元減至2026年6月30日的2,258億元，主要由於庫存股增加和利潤分配，大於淨利潤的貢獻所致。

現金流

下表載列本公司截至2026年及2025年6月30日止六個月中期簡明合併現金流量表的絕對金額：

	截至6月30日止六個月	
	2026年	2025年
	人民幣百萬元	人民幣百萬元
	(未經審計)	(未經審計)
經營活動產生的現金淨額	37,552	37,281
投資活動(使用)/產生的現金淨額	(15,872)	7,550
融資活動使用的現金淨額	(15,156)	(19,113)
現金及現金等價物增加淨額	6,524	25,718
年初現金及現金等價物	68,509	55,119
現金及現金等價物的匯兌(虧損)/收益	(418)	829
年末現金及現金等價物	74,615	81,666

2026年上半年本公司經營活動產生的現金淨額為376億元，經營活動產生的現金淨額與除所得稅前利潤318億元之間的差額，主要由於(1)若干調整項，68億元金融工具收益淨額和32億元利息收入的調減，部分被50億元非流動資產的折舊及攤銷抵銷；(2)運營資金變動，主要包括貿易應付款項及應付票據增加272億，存貨減少91億，部分被貿易應收款項及應收票據增加186億抵銷所致。

2026上半年本公司投資活動使用的現金淨額為159億元，主要由於購買金融資產支付現金淨額191億元(購買金融資產支付款項減去處置金融資產所得款項)，購買物業、廠房及設備、無形資產和其他非流動資產支付款項26億，部分被已收利息及其他收到41億元抵消所致。

2026上半年本公司融資活動使用的現金淨額為152億元，主要由於向股東派發股息259億元，回購股份的款項和退還已失效限制性股票的行權對價70億元及償還借款435億元，部分被借款所得款項616億元抵銷所致。

流動資金及財務資源

本公司保持充足的現金及現金等價物來維持資金的靈活性，公司的現金及現金等價物主要包括銀行存款、手頭現金、初始期限在三個月內的短期銀行存款，現金及現金等價物主要以人民幣及多幣種（包括美元、歐元、港元等）計值，下表載列本公司2026年6月30日及2025年12月31日現金及現金等價物的絕對金額：

	2026年 6月30日 人民幣百萬元 (未經審計)	2025年 12月31日 人民幣百萬元
銀行及手頭現金	73,379	67,487
初始期限在三個月內的短期銀行存款	641	699
其他存放金融機構的存款	594	323
總計	74,614	68,509

本公司現金及現金等價物由2025年12月31日的685億元增至2026年6月30日的746億元，主要由於公司調整貨幣資金結構，銀行及手頭現金增加所致。

本公司根據市場利率及資金運營計劃進行融資，公司的銀行貸款及債券來自中國內地、外資商業銀行及金融機構等，借款主要以人民幣及多幣種（包括美元、歐元、港元等）計值，下表載列本公司2026年6月30日及2025年12月31日銀行貸款及債券的絕對金額：

	2026年 6月30日 人民幣百萬元 (未經審計)	2025年 12月31日 人民幣百萬元
銀行貸款	15,417	12,659
債券	6,666	3,195
非流動小計	22,083	15,854
銀行貸款	47,880	48,331
債券	10,364	—
流動小計	58,244	48,331
總計	80,327	64,185

本公司非流動借款由2025年12月31日的159億元增至2026年6月30日的221億元，主要由於長期借款增加及發行七年期的可轉換公司債券所致。

本公司的流動借款由2025年12月31日的483億元增至2026年6月30日的582億元，主要由於美元債券重分類至流動借款及發行的一年期可轉換公司債券增加所致。

本公司預計未來為公司運營提供資金可獲的融資不會發生重大變動。

本公司保持穩健的資本比率以支持業務，通過資產負債比率管理資產結構，下表載列本公司2026年6月30日及2025年12月31日資產\負債總額的絕對金額及資產負債率：

	2026年 6月30日 (未經審計)	2025年 12月31日
資產總額(人民幣百萬元)	643,102	608,792
負債總額(人民幣百萬元)	417,309	372,368
資產負債率	64.9%	61.2%

本公司資產負債率(定義為負債總額佔資產總額的比例)由2025年12月31日的61.2%增至2026年6月30日的64.9%，主要由於公司報告期內貿易應付款項及應付票據及借款增加導致負債增加所致。

本公司保持健康的現金流水平，截至2026年6月30日，本公司資產總額中貨幣性資產佔比超過50%。考慮到本公司可動用的財務資源，包括現金及現金等價物、可動用的銀行融資、經營活動產生的現金流量，本公司擁有至少12個月的充足運營資金。

資本開支

本公司的資本開支包括房屋及建築物、海外土地、機器設備、運輸工具、電子設備及其他、在建工程、租賃資產改良及土地使用權。2026年上半年本公司資本開支(不含企業合併)為44億元，主要用於全球生產基地及研發中心建設、智能製造能力重構等。

或有負債

截至2026年6月30日，除中期財務資料附註38所披露信息外，本公司並無其他重大或有負債。

資本承諾

截至2026年6月30日，本公司已訂約但未撥備的資本承諾為人民幣82億元（2025年12月31日：39億元），主要由於上半年增加了34億元已訂約但未撥備的投資承諾所致。

資產押記

截至2026年6月30日，本公司用用於質押或抵押開立銀行承兌匯票及取得銀行借款的抵押物賬面淨值為人民幣261億元，主要為固定收益金融產品、貿易應收款項及應收票據及部分物業、廠房及設備、租賃土地及土地使用權。

資產負債表外安排

截至2026年6月30日，本公司無重大的資產負債表外安排。

重大投資

截至2026年6月30日，本集團並無持有任何重大投資（包括於報告期末佔本集團資產總值5%或以上的被投資公司投資）。

附屬公司、聯營公司及合營公司的重大收購及出售

於報告期內，本集團並無進行任何附屬公司、聯營公司及合營公司的重大收購或出售。

重大投資或購入資本資產的未來計劃

截至最後實際可行日期，本集團並無重大投資或購入資本資產的未來計劃。

外匯風險

本公司業務遍及全球，須承受多種外幣敞口所產生的外匯風險。未來商業交易或已確認資產及負債以我們的子公司各自的功能性貨幣以外的貨幣計值，則產生外匯風險。

公司採用自然對沖方式進行貨幣結算，例如使用若干衍生工具（主要包括遠期、期權及期貨合約），簽署遠期外匯對沖合同，並控制外幣資產和負債的規模，以最大限度地降低外匯風險和減少匯率波動對經營業績的影響。

募集資金用途

報告期內，本公司無A股募集資金使用情況。

報告期內，本公司H股募集資金使用情況如下：

經中國證監會於2024年7月23日簽發的國合函[2024]1518號文《關於美的集團股份有限公司境外發行上市備案通知書》核准，本公司於2024年9月17日發行H股股票並在香港聯交所主板掛牌上市，香港公開發售及國際配售合計發行每股面值人民幣1.00元的H股565,955,300股，每股發行價格54.80港元。其後，本公司於2024年9月25日超額配售發行每股面值人民幣1.00元的H股84,893,200股，每股發行價格54.80港元。本公司本次發行H股合計650,848,500股，募集資金總額35,666百萬港元（約人民幣32,399百萬元），扣除因發行新股直接產生的發行費用後淨額約為人民幣32,146百萬元（每股可得淨額約為人民幣49.39元）。

根據本公司H股招股章程，本次發行H股所募集資金淨額的約20%用於全球研發工作，約35%用於智能製造體系及供應鏈管理升級的持續投入，約35%用於完善全球分銷渠道和銷售網絡以及提高自有品牌的海外銷售，約10%用於營運資金及一般公司用途。於H股招股章程中披露的募集資金用途並無變化。

截至2026年6月30日，本次發行H股所募集資金使用情況的詳情載列如下：

項目	計劃使用的 所得款項淨額	截至2026年 1月1日 未使用淨額	於報告期內 已使用淨額	截至2026年 6月30日餘額	使用未動用所 得款項淨額的 預期時間 ^(註)
(i) 全球研發投入	約20% (人民幣6,429.2百萬元)	0	不適用	不適用	不適用
(ii) 智能製造體系及供應鏈管理的升級	約35% (人民幣11,251.1百萬元)	人民幣 3,806.2百萬元	人民幣 2,243.8百萬元	人民幣 1,562.4百萬元	2027年 12月31日前
(iii) 完善全球分銷渠道和銷售網絡，以及提 高自有品牌的海外銷售	約35% (人民幣11,251.1百萬元)	0	不適用	不適用	不適用
(iv) 運營資金及一般公司用途	約10% (人民幣3,214.6百萬元)	0	不適用	不適用	不適用
總計	人民幣32,146.0百萬元	人民幣 3,806.2百萬元	人民幣 2,243.8百萬元	人民幣 1,562.4百萬元	不適用

董事會報告

本董事會報告中所提及的本中期報告相關章節內容為本董事會報告的一部分。

主要業務

美的是一家覆蓋智能家居、工業技術、樓宇科技、機器人與自動化、新能源、健康醫療、智慧物流等業務的全球領先的科技集團，已建立ToC與ToB並重發展的業務矩陣，既可為消費者提供各類智能家居的產品與服務，也可為企業客戶提供多元化的商業及工業解決方案。本集團主要業務性質於報告期內並無重大變動。

有關該等活動之進一步論述與分析，包括有關本集團面對主要風險及不明朗因素之論述以及本集團業務未來可能發展之揭示，載於本中期報告之「管理層討論與分析」。

股息

本公司股東於2026年6月5日的年度股東會上，批准就截至2025年12月31日止年度派發末期股息每10股人民幣38元（以人民幣支付予本公司A股股東及以港元支付予H股股東；以港元支付的股息實際金額根據2026年6月5日（即年度股東會日期）前五個營業日中國人民銀行公佈的人民幣兌港元平均基準匯率（即人民幣0.870094元兌1.00港元）兌換為港元，即每10股H股的股息為43.6734港元（含稅）），本公司已於2026年7月10日派發予2026年6月26日名列本公司H股股東名冊的H股股東。

董事會建議以現金派發截至2026年6月30日止六個月的中期股息（「中期股息」），為每10股派發人民幣5元。有關本公司擬派付的中期股息因此而承擔的款額總額約為人民幣3,724百萬元。中期股息分派建議須待本公司股東於本公司即將召開的2026年第一次臨時股東會批准通過，H股股息將以港幣支付。截至最後實際可行日期，本公司所持有的A股庫存股份數量為176,864,878股。本公司的庫存股份將不會有權享有中期股息的分派。預期股息將於本公司2026年第一次臨時股東會後兩個月內派發。

報告期內，概無有關股東已放棄或同意放棄任何股息的安排。

發行股本證券

報告期內，公司A股股票期權激勵計劃之激勵對象自主行權且完成登記增加的A股股本合計16,293,561股。

於2026年5月6日(交易時段後)，本公司根據發行境內外債務融資工具一般性授權及發行股份一般性授權，通過本公司全資境外子公司美的投資發展有限公司(英文名：Midea Investment Development Company Limited，以下簡稱「美的投資發展」)在境外市場發行於2027年到期的86.24億港元及於2033年到期的86.24億港元零息有擔保可轉換為公司H股的公司債券(以下簡稱「本次發行可轉債」)，本公司為美的投資發展本次發行可轉債提供擔保。本次發行可轉債已於2026年5月13日完成。有關本次發行可轉債之詳情請參閱本公司日期為2026年5月7日、2026年5月13日及2026年7月8日的公告以及本中期報告「H股可換股債券的資料」一節。

除上文所披露者外，本公司於報告期內並無發行股本證券(包括可轉換為股本證券的證券)或出售庫存股份以換取現金。

購買、贖回或出售本公司上市證券

回購A股

15-30億A股回購方案

本公司於2025年4月8日召開第五屆董事會第七次會議審議通過了《關於以集中競價方式回購公司A股股份的方案》，同意公司以集中競價交易方式回購公司部分已發行的A股股份，用於實施股權激勵計劃及／或員工持股計劃，回購價格為不超過人民幣100元／股，回購金額為不超過30億元且不低於15億元，實施期限為自董事會審議通過回購股份方案之日起12個月內(「15-30億A股回購方案」)。

報告期內，本公司根據上述回購方案已於深交所集中競價交易方式回購部分已在境內發行的A股股份，該等交易的情況概要如下：

月份	回購A股數量(股)	每股價格		總代價(人民幣元， 不含交易 成本)
		最高 (人民幣元／股)	最低 (人民幣元／股)	
2026年1月	6,379,097	76.99	75.02	487,687,880
2026年3月	13,456,183	76.75	72.3	1,002,398,857
總計	19,835,280	—	—	1,490,086,737

截至2026年6月30日，本公司已於深交所回購該15-30億A股回購方案項下的19,835,280股A股普通股，該15-30億A股回購方案已實施完畢，該等股份現由本公司持作庫存A股。

65-130億A股回購方案

本公司於2026年3月30日召開第五屆董事會第十三次會議審議通過了《關於以集中競價方式回購公司A股股份的方案》，同意公司以集中競價交易方式回購公司部分已發行的A股股份，用於實施股權激勵計劃及／或員工持股計劃，回購價格為不超過人民幣100元／股，回購金額為不超過130億元且不低於65億元，實施期限為自董事會審議通過回購股份方案之日起12個月內。後於2026年4月29日召開第五屆董事會第十四次會議審議通過了《關於變更以集中競價方式回購公司A股股份方案的議案》，同意將該回購方案之回購股份用途從「用於實施股權激勵計劃及／或員工持股計劃」變更為「用於依法註銷減少註冊資本」。該回購方案變更事項已經2026年6月5日召開的2025年度股東會審議通過（「65-130億A股回購方案」）。

報告期內，本公司根據上述回購方案已於深交所集中競價交易方式回購部分已在境內發行的A股股份，該等交易的情況概要如下：

月份	回購A股數量(股)	每股價格		總代價(人民幣元， 不含交易 成本)
		最高 (人民幣元／股)	最低 (人民幣元／股)	
2026年3月	1,305,100	77.19	76.2	100,026,011
2026年4月	14,435,229	82.12	75.58	1,126,150,903
2026年5月	27,238,862	83.3	78.62	2,195,635,949
2026年6月	25,699,840	85.84	75.31	2,054,345,216
總計	68,679,031	—	—	5,476,158,079

截至2026年6月30日，本公司已於深交所回購該65-130億A股回購方案項下的68,679,031股A股普通股，該等股份現由本公司持作庫存A股。

截至報告期末，本公司回購專用證券賬戶所持有的A股普通股(庫存股)數量為149,091,572股。該等庫存股之用途為依法註銷減少註冊資本及實施公司股票期權激勵計劃及／或持股計劃。報告期內，本公司未在场內出售庫存股份。

除上文所披露者外，本公司及其任何附屬公司於報告期內並無購買、贖回或出售本公司任何上市證券(包括庫存股份)。

H股可換股債券的資料

本公司的全資附屬公司美的投資發展於2026年5月13日發行於2027年到期的8,624,000,000港元零息有擔保可換股債券（「2027年債券」）及於2033年到期的8,624,000,000港元零息有擔保可換股債券（「2033年債券」），連同2027年債券統稱「H股可換股債券」。H股可換股債券以記名形式發行，指定面值為每份2,000,000港元及其超出該金額的1,000,000港元整數倍。發行價為H股可換股債券本金額的100.00%。2027年債券可於2027年債券條款及條件所載的情況下，按初始轉換價每股H股96.82港元（可予調整）轉換為本公司面值每股人民幣1.00元的繳足普通H股。2033年債券可於2033年債券條款及條件所載的情況下，按初始轉換價每股H股115.76港元（可予調整）轉換為本公司面值每股人民幣1.00元的繳足普通H股。H股可換股債券發行予不少於六名獨立承配人，該等承配人為獨立個人、公司及／或機構投資者。於簽署有關H股可換股債券的認購協議（H股可換股債券的條款據此釐定）之日（即2026年5月6日），每股H股的收市價為87.70港元。H股可換股債券自2026年5月13日起於維也納證券交易所運營的維也納多邊交易設施(MTF)上市。

董事會認為，發行H股可換股債券將提升本公司的流動資金，降低其融資成本並提供額外營運資金，同時亦有望擴大其股東基礎並使其多元化。

由於本公司執行派發2025年末期股息，2027年債券的轉換價由初始轉換價每股H股96.82港元調整為經調整轉換價每股H股91.82港元，而2033年債券的轉換價則由初始轉換價每股H股115.76港元調整為經調整轉換價每股H股109.78港元（合稱「經調整轉換價」）。

轉換H股可換股債券的攤薄影響

於2026年6月30日，並無H股可換股債券獲贖回或轉換。假設按經調整轉換價悉數轉換H股可換股債券，據此可予轉換及發行的H股數目將約為172,480,006股H股，相當於於2026年6月30日的已發行H股數目約26.50%及已發行股份數目約2.27%。這亦相當於按經調整轉換價悉數轉換H股可換股債券而發行H股後，經擴大已發行H股數目約20.95%及經擴大已發行股份數目約2.22%。

下表載列於2026年6月30日對本公司已發行股份數目及本公司主要股東各自持股量的攤薄影響：

股東	股份類別	於2026年6月30日		假設按經調整轉換價 悉數轉換H股可換股債券	
		股份數目	佔本公司 已發行股本 概約百分比	股份數目	佔本公司 已發行股本 概約百分比
美的控股	A股	2,169,178,713	28.49%	2,169,178,713	27.86%
何享健先生(附註1)	A股	31,909,643	0.42%	31,909,643	0.41%
其他A股持有人	A股	4,761,502,051	62.54%	4,761,502,051	61.16%
H股持有人	H股	650,848,500	8.55%	650,848,500	8.36%
H股可換股債券持有人	H股	—	—	172,480,006	2.22%
總計		7,613,438,907	100.00%	7,785,918,913	100.00%

附註：

- 於2026年6月30日，何先生實益持有31,909,643股A股，並擁有美的控股約94.55%權益，因此被視為於美的控股持有的所有A股中擁有權益。

於報告期內，假設於報告期末按經調整轉換價悉數轉換H股可換股債券，則每股盈利將產生潛在攤薄影響，使每股基本盈利由3.52減至每股攤薄盈利3.51。

由於2027年債券為按本金額100%發行並按本金金額贖回的零息債券，因此，在2027年債券存續期內的任何時間，持有人無論選擇轉換2027年債券或將其贖回將獲得同等經濟回報的H股股價，等於經調整轉換價每股H股91.82港元（該轉換價僅為模擬價格，並不構成實際轉換價的價值）。

基於未轉換2033年債券的隱含內部回報率，假設未轉換2033年債券的轉換價為經調整轉換價每股H股109.78港元（該換股價僅為模擬價格，並不構成實際換股價的價值），對2033年債券持有人而言，無論是轉換或贖回2033年債券會令其在財務上同樣有利的H股股價分析載列如下：

日期	股價（港元）
2029年5月13日	每股H股116.53
2031年5月13日	每股H股121.26
2033年5月13日	每股H股126.19

經考慮本集團的財務及流動資金狀況，董事會預期本公司將能夠於H股可換股債券到期時履行其贖回義務。

所得款項淨額用途的資料

發行H股可換股債券的所得款項淨額（經扣除應付費用、佣金及開支後）約為17,174百萬港元。發行H股可換股債券所得款項淨額的約60%用於國際擴張及提升海外流動性，而餘下約40%則用於一般企業用途。發行H股可換股債券籌集的所得款項淨額的用途詳情載列如下：

所得款項淨額的擬定用途	扣除發行開支 後的所得 款項淨額金額	於報告期內 動用的所得 款項淨額金額	於報告期末 的未動用所得 款項淨額金額	悉數動用 未動用所得 款項淨額的 預期時間表
			百萬港元	
國際擴張及提升海外流動性	10,304.4	81.4	10,223.0	2032年 12月31日前
一般企業用途	6,869.6	5,077.6	1,792.0	2030年 12月31日前

於本報告日期，董事會確認，發行H股可換股債券籌集的所得款項淨額已按照本公司先前披露的擬定用途動用。悉數動用未動用所得款項淨額的預期時間表乃基於本集團對未來市況的最佳估計作出，可能因應市況的現時及未來發展而作出變動。

報告期後事項

除上述股息分派，自報告期末至本報告日期，本公司並無其他重大期後事項。

企業管治常規

董事會致力達致高水平的企業管治標準。除本報告所披露者外，本公司於報告期內一直遵守《企業管治守則》第二部分所載的所有適用守則條文。

董事及行政總裁

根據《企業管治守則》的守則條文第C.2.1條，於香港聯交所上市的公司應遵守但可以選擇偏離有關董事長與行政總裁的職責應有區分且不應由一人同時兼任的規定。我們並無分立的董事長及行政總裁，方洪波先生現時履行上述兩項職務。董事會認為，以同一人兼任董事長及行政總裁，有利於確保本集團內的貫徹領導，並能為本集團提供更有效力和效率的整體戰略規劃。董事會認為，現有安排的權力及授權平衡不會受到損害，而該架構將使本公司能夠迅速有效地作出及實施決策。董事會將繼續檢討，並在考慮本集團整體情況後於適當時機，將本公司董事長與行政總裁之職務分開。

董事及行政總裁資料變更

茲提述本公司日期為2026年4月29日及2026年6月5日的公告。經年度股東會批准，張婭博士（「張博士」）獲委任為本公司為第五屆董事會獨立非執行董事，於2026年6月5日起生效，任期至第五屆董事會任期屆滿之日止。同時，張博士已獲委任為本公司董事會審計委員會成員、薪酬與考核委員會成員、提名委員會成員及戰略發展委員會成員，各任期與其擔任第五屆董事會獨立非執行董事的任期一致。自同日起，邱鋰力博士不再擔任本公司第五屆董事會獨立非執行董事、董事會審計委員會成員、薪酬與考核委員會成員、提名委員會成員及戰略發展委員會成員職務。

根據公開資料及肖耿博士（「肖博士」）的確認，肖博士自2026年6月26日起不再擔任青島啤酒股份有限公司（港交所：00168；上交所：600600）獨立非執行董事職務。

除上文所披露者外，於報告期內及截至本報告日期，並無遵照《香港上市規則》第13.51B(1)條須予披露的董事及行政總裁資料的重大變動。

修訂《公司章程》

茲提述本公司於2026年4月29日及2026年6月5日的公告，股東已於2026年6月5日舉行的本公司年度股東會上批准修訂《公司章程》。

董事遵守進行證券交易的標準守則

本公司已採納《香港上市規則》附錄C3所載的《標準守則》。經向全體董事作出具體查詢後，董事均確認彼等於報告期內已遵守《標準守則》。

審計委員會

我們已根據《香港上市規則》第3.21條及《企業管治守則》成立審計委員會，審計委員會由四名獨立非執行董事組成。

審計委員會已經與本公司管理層檢討本集團所採納的會計準則及慣例，並討論有關審計、風險管理、內部監控及財務報告事項（包括本集團截至2026年6月30日止六個月未經審計的中期財務資料和2026中期報告）。

本公司核數師羅兵咸永道會計師事務所已根據《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」進行審閱本集團截至2026年6月30日止六個月的中期財務資料。

與僱員之關係及薪酬政策

截至2026年6月30日，本集團之僱員總數為198,050人。

董事、高級管理人員的薪酬由董事會薪酬與考核委員會提出，經董事會批准，股東會審議後實施。

員工的薪酬依據本公司薪酬制度按時發放，本公司根據崗位價值、個人績效表現核定員工的固定工資，根據本公司及個人業績核定員工的績效獎金，薪酬分配向戰略性人才傾斜，確保核心人才收入水平的市場競爭力。員工薪酬政策會根據地域差異、人才供給情況、員工流失情況、行業環境變化程度及企業支付能力作動態調整。

本公司致力於營造鼓勵終身學習的企業文化，建立完善的人才培養體系，助力員工發掘自身潛能，提升員工專業技能和綜合技能。本公司的專業在線學習平台美課(M-Learning)通過獨特的課程和實用的培訓，為全體員工的成長賦能。同時建設線下三級賦能體系，聯動集團－單位－部門，全面發展員工在各階段所需的崗位知識與技能，兼顧個人發展與企業需求，支撐全體美的員工學習成長。

股份計劃

本公司現有四種股份計劃，即A股股票期權激勵計劃（「股票期權激勵計劃」）、A股限制性股票激勵計劃（「限制性股票激勵計劃」）（合稱「股權激勵計劃」）、A股持股計劃（「持股計劃」）以及H股股份獎勵計劃。

（一）股票期權激勵計劃

報告期內，本公司存續的股票期權激勵計劃包括第八期股票期權激勵計劃及第九期股票期權激勵計劃。鑒於本公司H股上市後不會再根據上述股票期權激勵計劃授出期權，故該等股票期權激勵計劃的條款不受《香港上市規則》第17章規限。

1、目的

股票期權激勵計劃旨在完善本集團的企業管治架構及激勵機制，激勵本集團的管理層及主要員工實現本集團的可持續健康發展，使股東利益與本集團和員工的利益保持一致，以實現本集團的長期目標。

2、參與者

股票期權激勵計劃的參與者包括本集團研發、生產及質量控制部門的關鍵技術人員及中層管理人員、海外人員、年輕管理層及技術人才。激勵對象範圍不包括獨立董事及單獨或合計持有本公司5%以上股份的股東或實際控制人及其配偶、父母、子女。

3、可授出期權數量上限

股票期權激勵計劃授出的期權涉及的股份為本公司向選定參與者發行的A股。所授出的每分期權代表於行使期內按行權價格購買一股A股股份的權利。根據各股票期權激勵計劃，授出期權可予發行的A股數量上限及佔本公司截至最後實際可行日期已發行股份（不包括庫存股份）的百分率如下：

股票期權激勵計劃	授出期權可予發行的 A股數量上限及佔本公司 截至最後實際可行日期 已發行股份（不包括 庫存股份）的百分率
第八期股票期權激勵計劃	82,480,000(1.11%)
第九期股票期權激勵計劃	109,074,000(1.46%)

截至最後實際可行日期，根據各股票期權激勵計劃可予發行的A股數量及佔本公司已發行股份（不包括庫存股份）的百分率如下：

股票期權激勵計劃	截至最後實際可行日期 可予發行的A股數量及 佔本公司已發行股份 （不包括庫存股份）的百分率
第八期股票期權激勵計劃	0(0%)
第九期股票期權激勵計劃	13,513,746(0.18%)

4、 參與者可獲授權益上限

任何一名激勵對象通過全部在有效期內的股票期權激勵計劃獲授的本公司股票累計未超過本公司股本總額的1%。

5、 歸屬及行權安排

第八期及第九期股票期權激勵計劃之歸屬及行權安排均為自授出日期起計滿24個月後的首個交易日起至授出日期起計滿60個月的最後交易日止的三個行權期各期間，可分批行權30%或40%。

6、 獲授期權的代價

股票期權激勵計劃項下授出的期權並無支付／需支付任何代價。

7、 行權價格的確定

第八期及第九期股票期權激勵計劃項下授出期權的行權價格為下列價格之較高者：(1)計劃草案公佈前一個交易日的公司股票交易均價；及(2)計劃草案公佈前20個交易日的公司股票交易均價（以較高者為準）。

已授出期權的行權價格將於若干事件發生時作出調整，包括派息、資本公積金轉增股本、派發股票紅利、股份拆細或縮股、增發股票等。

8、報告期內期權行使的變動情況及計劃有效期

參與人姓名和類別	2026年1月1日 ⁽³⁾					2026年6月30日 ⁽¹⁾⁽³⁾		有關股份在	授予日期	計劃有效期
	尚未行使的		報告期內 行使(份)	報告期內 註銷(份)	報告期內 失效(份)	尚未行使的		緊接行權		
	期權數量 (份)	行權價格 (元／股) ⁽²⁾				期權數量 (份)	行權價格 (元／股) ⁽²⁾	日期前的 加權平均 收市價 (元／股)		
董事										
張添－第八期股票期權 激勵計劃	6,000	70.29	6,000	0	0	0	不適用	75.21	2021.6.4	2021.6.4-2026.6.3
張添－第九期股票期權 激勵計劃	9,000	45.16	0	0	0	9,000	45.16	不適用	2022.6.8	2022.6.8-2027.6.7
其他僱員										
第八期股票期權 激勵計劃	9,077,814	70.29	8,892,014	0	185,800	0	不適用	87.99	2021.6.4	2021.6.4-2026.6.3
第九期股票期權 激勵計劃	39,589,498	45.16	7,395,547	0	3,500	32,190,451	45.16	87.69	2022.6.8	2022.6.8-2027.6.7

註：

- (1) 報告期內，本公司概無根據任何股票期權激勵計劃授出期權。
- (2) 根據股票期權激勵計劃關於已授出期權之行權價格調整的規定及本公司相關公告，自2026年7月1日起第九期股票期權激勵計劃的行權價格因本公司實施2025年度A股利潤分配由45.16元/股調整為41.44元/股。
- (3) 第八期及第九期股票期權激勵計劃之歸屬及行權安排均為自授出日期起計滿24個月後的首個交易日起至授出日期起計滿60個月的最後交易日止的三個行權期各期間，可分批行權30%或40%。

(二) 限制性股票激勵計劃

報告期內，本公司存續的限制性股票激勵計劃包括2022年限制性股票激勵計劃及2023年限制性股票激勵計劃。鑒於本公司H股上市後不會再根據上述限制性股票激勵計劃授出限制性股票，故該等限制性股票激勵計劃的條款不受《香港上市規則》第17章之條文的規限。

1、目的

限制性股票激勵計劃旨在完善本集團的企業管治架構及激勵機制，激勵本集團的管理層及主要員工實現本集團的可持續健康發展，使股東利益與本集團和員工的利益保持一致，以實現本集團的長期目標。

2、參與者

限制性股票激勵計劃的參與者包括公司核心研發人才及對本公司或部門經營業績承擔主要責任的核心人員。激勵對象範圍不包括獨立董事及單獨或合計持有本公司5%以上股份的股東或實際控制人及其配偶、父母、子女。

3、股票來源及數量上限

本公司2022、2023年限制性股票激勵計劃所涉及的股份為本公司從二級市場上購買的A股。根據各限制性股票激勵計劃，可授出的限制性股票數量上限及佔本公司截至最後實際可行日期已發行股份（不包括庫存股份）的百分率如下：

限制性股票激勵計劃	可授出的限制性股票 數量上限及佔本公司 截至最後實際可行日期 已發行股份（不包括 庫存股份）的百分率
2022年限制性股票激勵計劃	12,630,000(0.17%)
2023年限制性股票激勵計劃	18,375,000(0.25%)

截至最後實際可行日期，各限制性股票激勵計劃已授予的發行在外的限制性股票數量及佔本公司已發行股份（不包括庫存股份）的百分率如下：

限制性股票激勵計劃	截至最後實際可行日期 發行在外的限制性股票 數量及佔本公司已發行股份 (不包括庫存股份)的百分率
2022年限制性股票激勵計劃	301,633(0.004%)
2023年限制性股票激勵計劃	374,450(0.01%)

4、參與者可獲授權益上限

任何一名激勵對象通過全部在有效期內的限制性股票激勵計劃獲授的本公司股票累計未超過本公司股本總額的1%。

5、限售及歸屬安排

限制性股票激勵計劃自授出限制性股票完成之日起生效，直至授出的限制性股票不再受限制或已被回購及註銷之日止，惟該計劃的期限不得超過48個月或60個月（視乎情況而定）。限制性股票設有12個月或24個月的限售期，限售期自激勵對象獲授限制性股票之日起算。於限售期內，限制性股票不得轉讓、用於擔保或償還債務。且僅於達成計劃規定的條件後，限制性股票方可解除限售。限制性股票的歸屬安排如下：

- (a) 2022年限制性股票激勵計劃：自授出日期起計滿24個月後的首個交易日起至授出日期起計滿60個月的最後交易日止的三個解除限售期各期間，可分批解除限售30%或40%；及
- (b) 2023年限制性股票激勵計劃：自授出日期起計滿12個月後的首個交易日起至授出日期起計滿48個月的最後交易日止的三個解除限售期各期間，可分批解除限售30%或40%。

6、 獲授限制性股票的代價

於獲授限制性股票時，激勵對象須按照授予價格將認購限制性股票的資金繳付於公司指定賬戶，並經註冊會計師驗資確認；否則視為激勵對象放棄認購獲授的限制性股票。

限制性股票激勵計劃項下的限制性股票於解鎖時，參與者並無支付／需支付任何代價。

7、 授予價格的確定

限制性股票的授予價格不得低於股票票面金額，且原則上不得低於該計劃規定的下列價格：

2022年及2023年限制性股票激勵計劃：(1)計劃草案公佈前一個交易日的公司股票交易均價的50%；及(2)計劃草案公佈前20個交易日的公司股票交易均價的50%（以較高者為準）。

若在計劃草案公告當日至激勵對象完成限制性股票授予登記期間，公司發生派息、資本公積金轉增股本、派發股票紅利、股份拆細或縮股、增發股票等事件，則限制性股票的授予價格將作相應調整。

8、報告期內限制性股票數量的變動情況及計劃有效期

參與人姓名和類別 ⁽¹⁾⁽²⁾	2026年 1月1日		報告期內 註銷(股)	2026年 6月30日		有關股份在 緊接歸屬 日期前的加權 平均收市價		授予日期	計劃有效期
	限制性股票 數量(股) ⁽³⁾⁽⁴⁾	報告期內 歸屬(股) ⁽³⁾		限制性股票 數量(股) ⁽³⁾⁽⁵⁾	授予價格 (元/股)	(元/股)			
非董事僱員									
2022年限制性股票激勵計劃	3,217,000	0	0	3,217,000	26.47	不適用	2022.6.8	2022.6.8-2027.6.7	
2023年限制性股票激勵計劃	4,770,375	0	0	4,770,375	25.89	不適用	2023.6.20	2023.6.20-2027.6.19	

註：

- (1) 2021年限制性股票激勵計劃項下的限制性股票已於2025年全部解鎖或註銷，報告期內並無該限制性股票激勵計劃項下存續的限制性股票，亦無任何變動情況。
- (2) 概無根據2022年和2023年限制性股票激勵計劃向董事授出限制性股票。
- (3) 限制性股票的歸屬安排如下：
 - (a) 2022年限制性股票激勵計劃：自授出日期起計滿24個月後的首個交易日起至授出日期起計滿60個月的最後交易日止的三個解除限售期各期間，可分批解除限售30%或40%；及
 - (b) 2023年限制性股票激勵計劃：自授出日期起計滿12個月後的首個交易日起至授出日期起計滿48個月的最後交易日止的三個解除限售期各期間，可分批解除限售30%或40%。
- (4) 限制性股票激勵計劃項下的限制性股票於解鎖時，參與者並無支付／需支付任何代價。限制性股票激勵計劃並不涉及已授出股份失效的情形。
- (5) 報告期內，本公司概無根據任何限制性股票激勵計劃授出限制性股票。

(三) 持股計劃

報告期內，本公司存續的持股計劃包括2023年持股計劃、2024年持股計劃、2025年持股計劃及2026年持股計劃（統稱「持股計劃」）。鑒於持股計劃不涉及本公司發行新股票，故持股計劃的條款不受《香港上市規則》第17章規限。

1、目的

持股計劃旨在持續提升公司治理水平，完善公司治理機制，提升公司整體價值；構建內部企業家群體，進一步釋放核心管理層的自驅力和創造力，吸引、激勵、留用對公司未來發展有重要影響的核心管理及核心技術人員；堅定「合夥人」理念，確保核心管理團隊與公司成長價值的深度綁定，激發其使命感及責任感；建立和完善勞動者與所有者的利益共享機制，實現公司、股東、員工利益的一致；堅持和完善面向未來的全面薪酬結構，倡導以價值為導向的績效文化，有利於實現公司核心管理團隊的長期激勵與約束，確保公司發展戰略和經營目標的實現。

2、參與者

持股計劃的參與者包括計劃中載列的本公司核心管理及核心技術人員、高級管理人員。

3、持股計劃可持有A股數量上限

各持股計劃下可持有的A股數量上限及佔本公司截至最後實際可行日期已發行股份（不包括庫存股份）的百分率如下：

持股計劃	可持有A股數量上限及 佔本公司截至最後實際 可行日期已發行股份 (不包括庫存股份)的百分率
2023年持股計劃	9,946,276(0.13%)
2024年持股計劃	20,106,662(0.27%)
2025年持股計劃	17,361,485(0.23%)
2026年持股計劃	15,772,385(0.21%)

截至最後實際可行日期，各持股計劃下持有的A股數量及佔本公司已發行股份（不包括庫存股份）的百分率如下：

持股計劃	截至最後實際可行日期 持有A股數量及佔本公司 已發行股份（不包括 庫存股份）的百分率
2023年持股計劃	1,926,276(0.03%)
2024年持股計劃	17,440,962(0.23%)
2025年持股計劃	17,361,485(0.23%)
2026年持股計劃	0(0%)

4、參與者可獲授權益上限

持股計劃任一參與者所獲股份權益對應的股票總數累計未超過公司股本總額的1%。

5、限售及歸屬安排

持股計劃持有的A股自完成從本公司回購專用證券賬戶受讓回購標的股票的公告日期起設立12個月（2023年持股計劃）或24個月（2024年持股計劃、2025年持股計劃及2026年持股計劃）的限售期。

前述限售期屆滿後，視乎業績目標達成情況及個人考核情況，參與者享有的持股計劃持有的相應部分A股（連同股息）將按40%、30%及30%的比例分三批歸屬，且歸屬A股將由計劃管理委員會售出及所得款項將按比例分配予參與者。

6、獲授權益的代價

持股計劃的參與者無需就持股計劃的授出權益或歸屬權益支付任何代價。持股計劃的資金來源為公司計提的持股計劃專項基金和高層部分績效獎金。不存在公司向參與者提供財務資助或為其貸款提供擔保的情況，也不涉及槓桿資金；不存在第三方為員工參加持股計劃提供獎勵、補貼、兜底等安排。

7、 報告期內持股計劃所持A股的變動情況及計劃有效期

持股計劃名稱 ⁽¹⁾	參與人員姓名和類別 ⁽²⁾	2026年				2026年	有關股份		
		1月1日 持有A股 數量 (股) ⁽³⁾⁽⁴⁾	報告期內 授予 (股) ⁽³⁾⁽⁴⁾	報告期內 歸屬(股) ⁽⁴⁾	報告期內 失效(股)	6月30日 持有A股 數量 (股) ⁽³⁾⁽⁴⁾⁽⁵⁾	在緊接歸屬 日期前的 加權平均 收市價 (元/股)	授予日期	計劃有效期
2023年持股計劃	董事－方洪波	287,904	0	287,904	0	0	78.00	2023.7.25	2023.7.25- 2027.7.24
	董事－王建國	57,053	0	0	57,053	0	78.00		
	董事－顧炎民	42,261	0	35,922	6,339	0	78.00		
	董事－管金偉	66,034	0	0	66,034	0	78.00		
	非董事僱員	1,974,216	0	1,658,160	316,056	0	78.00		
2024年持股計劃	董事－方洪波	1,848,609	0	739,443	0	1,109,166	78.00	2024.6.25	2024.6.25- 2029.6.24
	董事－王建國	234,595	0	93,838	0	140,757	78.00		
	董事－顧炎民	172,037	0	60,056	8,758	103,223	78.00		
	董事－管金偉	367,532	0	147,012	0	220,520	78.00		
	董事－張添	18,000	0	7,200	0	10,800	78.00		
	非董事僱員	15,554,052	0	5,573,911	1,703,343	8,276,798	78.00		
2025年持股計劃	董事－方洪波	1,336,899	0	0	0	1,336,899	不適用	2025.9.10	2025.9.10- 2030.9.9
	董事－王建國	234,772	0	0	0	234,772	不適用		
	董事－顧炎民	91,300	0	0	0	91,300	不適用		
	董事－管金偉	254,337	0	0	0	254,337	不適用		
	非董事僱員	15,273,312	0	0	0	15,273,312	不適用		
2026年持股計劃 ⁽⁶⁾	董事－方洪波	0	0	0	0	0	不適用	未授予	不適用
	董事－王建國	0	0	0	0	0	不適用		
	董事－顧炎民	0	0	0	0	0	不適用		
	董事－管金偉	0	0	0	0	0	不適用		
	非董事僱員	0	0	0	0	0	不適用		

註：

- (1) 第五期事業合夥人持股計劃及第八期全球合夥人持股計劃項下的A股股票已於2025年全部歸屬或失效，報告期內並無該等持股計劃項下存續的A股股票，亦無任何變動情況。
- (2) 於持股計劃授出或歸屬權益時，持股計劃的參與者均無需支付任何代價。
- (3) 持股計劃的限售及歸屬安排如下：持股計劃自完成從本公司回購專用證券賬戶受讓回購標的股票的公告日期起設立12個月（2023年持股計劃）或24個月（2024年持股計劃、2025年持股計劃及2026年持股計劃）的限售期。前述限售期屆滿後，視乎業績目標達成情況及個人考核情況，參與者享有的持股計劃持有的相應部分A股（連同股息）將按40%、30%及30%的比例分三批歸屬，且歸屬A股將由計劃管理委員會售出及所得款項將按比例分配予參與者。
- (4) 持股計劃不涉及對持有A股予以註銷的情形。
- (5) 2026年持股計劃下的公司業績考核指標為歸屬考核期內2026年和2027年加權平均淨資產收益率不低於18%，2028年和2029年加權平均淨資產收益率不低於17.5%（上述指標包含截至目前已披露的資本運作事項的影響，不包含考核年度發生的併購及資本運作事項對考核指標的影響），並依據歸屬考核期持有人所在單位以及個人的考核結果確定其對應歸屬的標的股票額度。持有人所在單位的考核指標為責任制指標與長期戰略指標相結合。

若該期持股計劃下公司在歸屬考核期各期業績考核指標達成且持有人在歸屬考核期內個人績效考核結果在B級及以上，所在單位層面歸屬考核期年度綜合考評為「優秀」的，則持有人方可享有該期持股計劃項下按照上述規則歸屬到其名下全部的標的股票權益；若所在單位層面歸屬考核期年度綜合考評為「良好」的，持有人方可享有該期持股計劃項下歸屬到其名下的標的股票權益中的90%，另外10%標的股票權益由公司享有；若所在單位層面歸屬考核期年度綜合考評為「合格」的，持有人方可享有該期持股計劃項下歸屬到其名下的標的股票權益中的80%，另外20%標的股票權益由公司享有；若所在單位層面歸屬考核期年度綜合考評為「較差」的，持有人不再享受該期持股計劃項下歸屬到其名下的標的股票權益。

若持有人在歸屬考核期內個人績效考核結果未達B級，則該持有人不再享受該期持股計劃項下歸屬到其名下的標的股票權益。

若公司在歸屬考核期各期業績考核指標均未達成，則該期持股計劃項下標的股票權益均全部歸屬於公司享有，所有持有人不再享受該期持股計劃項下的標的股票權益。

報告期內，2026年持股計劃尚未授出任何股份（即該計劃尚未從本公司回購專用證券賬戶受讓任何回購標的股票），該計劃有效期為經本公司股東會審議通過該計劃且本公司公告標的股票過戶至該持股計劃名下之日起五年。

截至2026年1月1日，於持股計劃項下可授出的A股數量為0；截至2026年6月30日，於持股計劃項下可授出的A股數量為15,772,385股。

(四) H股股份獎勵計劃

本公司於2025年5月30日採納H股股份獎勵計劃（「(H股)股份獎勵計劃」）。(H股)股份獎勵計劃的條款受《香港上市規則》第17章規限。

1、 目的

(H股)股份獎勵計劃旨在(1)進一步激發關鍵人才的自我驅動力及創造力，持續提升本公司管治水平及吸引、激發和挽留對本公司未來發展具有重大影響的核心人才；及(2)在本公司內部激發使命感與責任感，倡導以創造價值為導向的績效文化，建立和完善員工與所有者之間的利益共享機制，使本公司、股東及僱員的利益保持一致，並確保實現本公司發展策略及業務目標。

2、 參與者

(H股)股份獎勵計劃的參與者包括身為本集團僱員或董事（包括執行董事及非執行董事）的任何個人（「參與者」）。

3、 可授出H股股份數量上限

(H股)股份獎勵計劃下涉及的股份為本公司向選定參與者授出的(1)本公司配發和發行的新H股和(2)本公司回購並持有的H股。該計劃下可予授出的H股數量上限為10,000,000股，佔本公司截至最後實際可行日期已發行股份（不包括庫存股份）的0.13%。截至2026年1月1日可授出的H股數量為8,756,900股，佔本公司截至最後實際可行日期已發行股份（不包括庫存股份）的0.12%。截至2026年6月30日及最後實際可行日期可授出的H股數量均為8,112,468股，佔本公司截至最後實際可行日期已發行股份（不包括庫存股份）的0.11%。

4、 參與者可獲授權益上限

任何一名參與者通過全部在有效期內的股份激勵計劃獲授的本公司股份累計未超過本公司股本總額的1%。

5、 鎖定及歸屬安排

(H股)股份獎勵計劃已授出獎勵股份的鎖定及歸屬安排如下：獎勵股份的鎖定期為授予日期後24個月，鎖定期滿後的三年分三次歸屬，歸屬比例分別為40%、30%、30%。

6、 獲授權益的代價

(H股)股份獎勵計劃的參與者無需就(H股)股份獎勵計劃的授出權益或歸屬權益支付任何代價。

7、(H股)股份獎勵計劃的期限

(H股)股份獎勵計劃將自2025年5月30日起直至滿第十個週年日或(H股)股份獎勵計劃終止之較早日期止期間生效及有效(「期限」)，此後將不再提呈發售或授予任何H股獎勵，惟(H股)股份獎勵計劃的條文將在所有其他方面仍具十足效力及作用，且此期限內授予之H股獎勵將依照其授予條款於期限結束後持續有效。

8、報告期內(H股)股份獎勵計劃的變動情況及計劃有效期

參與人姓名和類別 ⁽¹⁾	2026年 1月1日		報告期內 歸屬(股) ⁽³⁾⁽⁵⁾	報告期內 失效(股) ⁽⁴⁾	2026年 6月30日		有關股份在 緊接歸屬日期 前的加權平均 收市價		授予日期	計劃有效期
	獎勵股份 數量(股)	報告期內 授予(股) ⁽²⁾			獎勵股份 數量(股)	(港元／股)				
非董事僱員	1,243,100	644,432 ⁽⁶⁾	0	267,300	1,620,232	不適用	2025.6.12/2026.6.18	2025.5.30-2035.5.29		

註：

- (1) 報告期內，概無根據(H股)股份獎勵計劃向董事、最高行政人員或主要股東又或其各自的聯繫人授出獎勵股份。
- (2) 於(H股)股份獎勵計劃授出或歸屬權益時，(H股)股份獎勵計劃的參與者均無需支付任何代價。
- (3) (H股)股份獎勵計劃已授出獎勵股份的鎖定及歸屬安排如下：獎勵股份的鎖定期為授予日期後24個月，鎖定期滿後的三年分三次歸屬，歸屬比例分別為40%、30%、30%。
- (4) (H股)股份獎勵計劃不涉及對持有H股予以註銷的情形。
- (5) 2026年授予的股份獎勵設置本集團、承授人所在單位、承授人個人層面業績三個層次的考核目標。

所在單位層面的指標：按責任制及戰略指標的綜合達成考評等級確定解鎖比例：考評等級為優秀，100%歸屬；考評等級為良好，90%歸屬；考評等級為合格，80%歸屬；考評等級為較差，取消歸屬。

2028年第一次歸屬40%：第一個歸屬期考核2026-2027年業績。集團層面：考核2026-2027年度的加權平均淨資產收益率(ROE)(不低於18%)；單位層面：考核2026-2027責任制指標及長期戰略指標；個人層面：2027年B級及以上。

2029年第二次歸屬30%：第二個歸屬期考核2028年業績。集團層面：2028年度的ROE(不低於17.5%)；單位層面：考核2028年責任制指標及長期戰略指標；個人層面：2028年B級及以上。

2030年第三次歸屬30%：第三個歸屬期考核2029年業績。集團層面：2029年度的ROE(不低於17.5%)；單位層面：考核2029年責任制指標及長期戰略指標；個人層面：2029年B級及以上。

ROE指標包含截至目前已披露的資本運作事項的影響，不包含考核年度發生的併購及資本運作事項對考核指標的影響。若考核期內任一項業績未達成或部分達成的，取消當期應歸屬的全部份額或部分份額。

- (6) 於2026年6月18日，本公司根據(H股)股份獎勵計劃向33名本公司僱員授予合共644,432股獎勵股份。緊接(H股)股份獎勵計劃授出日期之前的H股收市價為84.20港元／股。獎勵股份在授出日期的公平價值為人民幣47,172,000元，所採納的會計政策與載列於本公司2025年報之合併財務報表附註50.23一致。

截至2026年6月30日，根據本公司所有股份計劃授出的期權及獎勵可能發行的股份數量佔截至2026年6月30日已發行普通股(不包括庫存股份)加權平均股份數量的0.43%。

股份變動及股東情況

主要股東及其他人士於股份及相關股份擁有的權益及淡倉

截至2026年6月30日，根據本公司所知，下列人士於本公司的股份或相關股份中擁有根據《證券及期貨條例》第XV部第2及第3分部須向本公司及香港聯交所披露或根據《證券及期貨條例》第336條本公司須存置的登記冊所記錄的權益或淡倉，或直接或間接擁有本公司面值5%或以上任何類別股本：

股東姓名／名稱	權益性質	股份類別	直接或間接持有的股份數量／ 所持股份性質	佔股份 有關類別 的百分比 ^(a)	佔已發行股本 總額的百分比 ^(a)
美的控股	實益擁有人	A股	2,169,178,713 (好倉)	31.15%	28.49%
何享健 ⁽¹⁾	受控法團權益	A股	2,169,178,713 (好倉)	31.15%	28.49%
	實益擁有人	A股	31,909,643 (好倉)	0.46%	0.42%
HHLR Advisors, Ltd.	投資經理	H股	136,245,025 (好倉)	20.93%	1.79%
HACF, L.P.	實益擁有人	H股	88,665,100 (好倉)	13.62%	1.16%
	受控法團權益	H股	28,245,100 (好倉)	4.34%	0.37%
JPMorgan Chase & Co. ⁽²⁾	實益擁有人	H股	30,114,002 (好倉)	4.63%	0.40%
			28,789,849 (淡倉)	4.42%	0.38%
	投資經理	H股	21,942,183 (好倉)	3.37%	0.29%
			2,596,900 (淡倉)	0.40%	0.03%
	持有股份的保證權益的人	H股	24,229,251 (好倉)	3.72%	0.32%
	核准借出代理人	H股	14,489,859 (好倉)	2.23%	0.19%

股東姓名／名稱	權益性質	股份類別	直接或間接持有的股份數量／ 所持股份性質	佔股份 有關類別 的百分比 ^(a)	佔已發行股本 總額的百分比 ^(a)
中國國際金融(國際)有限公司 (China International Capital Corporation (International) Limited)	受控法團權益	H股	59,788,729 (好倉)	9.19%	0.79%
			85,534,400 (淡倉)	13.14%	1.12%
中國國際金融香港證券有限公司 (China International Capital Corporation Hong Kong Securities Limited)	承銷商	H股	59,147,529 (好倉)	9.09%	0.78%
			84,893,200 (淡倉)	13.04%	1.12%
滙豐控股有限公司 HSBC Holdings plc ⁽³⁾	受控法團權益	H股	22,918,352 (好倉)	3.52%	0.30%
			8,359,218 (淡倉)	1.28%	0.11%
	保管人(獲豁免保管人權益除外)	H股	39,721,679 (好倉)	6.10%	0.52%
			17,393,379 (淡倉)	2.67%	0.23%
	持有股份的保證權益的人	H股	250,353 (好倉)	0.04%	0.00%
			250,353 (淡倉)	0.04%	0.00%
BNP PARIBAS SA ⁽⁴⁾	受控法團權益	H股	40,832,213 (好倉)	6.27%	0.54%
			16,574,077 (淡倉)	2.55%	0.22%
中國遠洋海運集團有限公司 (China COSCO SHIPPING Corporation Limited) ⁽⁵⁾	受控法團權益	H股	40,008,200 (好倉)	6.15%	0.53%
中國遠洋運輸有限公司 (China Ocean Shipping Company Limited) ⁽⁵⁾	受控法團權益	H股	40,008,200 (好倉)	6.15%	0.53%
中遠海運控股股份有限公司 (COSCO SHIPPING Holdings Co., Ltd.) ⁽⁵⁾	受控法團權益	H股	40,008,200 (好倉)	6.15%	0.53%
中遠海運控股(香港)有限公司 (COSCO SHIPPING Holdings (Hong Kong) Limited) ⁽⁵⁾	實益擁有人	H股	40,008,200 (好倉)	6.15%	0.53%

股東姓名／名稱	權益性質	股份類別	直接或間接持有的股份數量／ 所持股份性質	佔股份 有關類別 的百分比 ⁽⁹⁾	佔已發行股本 總額的百分比 ⁽⁹⁾
The Goldman Sachs Group, Inc. ⁽⁶⁾	受控法團權益	H股	39,481,508 (好倉)	6.07%	0.52%
			32,113,457 (淡倉)	4.93%	0.42%
BlackRock, Inc. ⁽⁷⁾	受控法團權益	H股	32,959,183 (好倉)	5.06%	0.43%
			7,475,800 (淡倉)	1.15%	0.10%
UBS Group AG ⁽⁸⁾	受控法團權益	H股	32,846,773 (好倉)	5.05%	0.43%
			16,964,425 (淡倉)	2.61%	0.22%

註：

- (1) 何先生擁有美的控股約94.55%的權益，被視作在美的控股持有的所有A股中擁有權益。
- (2) JPMorgan Chase & Co.通過受其控制的一系列法團於本公司90,775,295股H股好倉（其中24,229,251股為持有股份的保證權益，14,489,859股為以核准借出代理人身份持有之可供借出股份）以及31,386,749股H股淡倉中擁有相關權益。
- (3) 滙豐控股有限公司通過受其控制的一系列法團於本公司62,890,384股H股好倉（其中39,721,679股為保管人權益，250,353股為持有股份的保證權益）以及26,002,950股H股淡倉（其中17,393,379股為保管人權益，250,353股為持有股份的保證權益）中擁有相關權益。
- (4) BNP PARIBAS SA通過受其控制的一系列法團於本公司40,832,213股H股好倉以及16,574,077股H股淡倉中擁有相關權益。
- (5) 根據《證券及期貨條例》，中國遠洋運輸有限公司、中遠海運控股股份有限公司及中國遠洋海運集團有限公司各自均被視為於中遠海運控股（香港）有限公司所持股份中擁有權益。
- (6) The Goldman Sachs Group, Inc.通過受其控制的一系列法團於本公司39,481,508股H股好倉以及32,113,457股H股淡倉中擁有相關權益。
- (7) BlackRock, Inc.通過受其控制的一系列法團於本公司32,959,183股H股好倉以及7,475,800股H股淡倉中擁有相關權益。
- (8) UBS Group AG通過受其控制的一系列法團於本公司32,846,773股H股好倉以及16,964,425股H股淡倉中擁有相關權益。
- (9) 於2026年6月30日，本公司共有7,613,438,907股已發行股份，包括6,962,590,407股A股股份及650,848,500股H股股份（包括庫存股份）。以上計算乃基於截至2026年6月30日的已發行股份總數及相關股份類別總數（包括庫存股份）。

除上文所披露者外，於2026年6月30日，本公司並不知悉任何其他人士（本公司董事及最高行政人員除外）於本公司股份或相關股份中擁有根據《證券及期貨條例》第336條規定須記錄於登記冊內之權益或淡倉。

董事及最高行政人員於本公司及相聯法團的股份、相關股份或債券之權益及淡倉

截至2026年6月30日，根據本公司所知，董事及最高行政人員於本公司或其相聯法團（定義見《證券及期貨條例》第XV部）之股本及相關股份中，擁有記錄於本公司根據《證券及期貨條例》第352條規定須存置之登記冊中之權益及淡倉，或根據《證券及期貨條例》第XV部第7及8分部或根據《標準守則》須知會本公司及香港聯交所之權益及淡倉如下：

(1) 於本公司股份之權益及淡倉

姓名	職位	權益性質	股份類別	直接或間接 持有的股份／ 相關股份數量／ 所持股份性質 ⁽⁷⁾	佔股份有關 類別的百分比 ⁽⁸⁾	佔已發行股本 總額的百分比 ⁽⁹⁾
方洪波先生	執行董事、董事長兼總裁	實益擁有人	A股	119,436,557 ⁽¹⁾ (好倉)	1.7154%	1.5688%
王建國先生	執行董事兼副總裁	實益擁有人	A股	375,529 ⁽²⁾ (好倉)	0.0054%	0.0049%
顧炎民博士	執行董事兼副總裁	實益擁有人	A股	194,523 ⁽³⁾ (好倉)	0.0028%	0.0026%
管金偉先生	執行董事兼副總裁	實益擁有人及 配偶權益	A股	1,013,357 ⁽⁴⁾ (好倉)	0.0146%	0.0133%
張添博士	執行董事兼職工代表董事	實益擁有人	A股	32,550 ⁽⁵⁾ (好倉)	0.0005%	0.0004%

註：

- (1) 該等權益包括由方洪波先生實益擁有的(i)116,990,492股A股及(ii)持股計劃下產生的2,446,065股A股權益。
- (2) 該等權益包括由王建國先生實益擁有的持股計劃下產生的375,529股A股權益。
- (3) 該等權益包括由顧炎民博士實益擁有的持股計劃下產生的194,523股A股權益。
- (4) 該等權益包括由管金偉先生實益擁有的(i)538,500股A股及(ii)持股計劃下產生的474,857股A股權益。管先生的配偶持有的3,500股A股，則管先生被視為於其配偶持有的A股中擁有權益。
- (5) 該等權益包括由張添博士實益擁有的(i)12,750股A股，(ii)股票期權激勵計劃下授予的期權獲行使後可能發行的9,000股A股及(iii)持股計劃下產生的10,800股A股權益。
- (6) 於2026年6月30日，本公司共有7,613,438,907股已發行股份，包括6,962,590,407股A股股份及650,848,500股H股股份（包括庫存股份）。以上計算乃基於截至2026年6月30日的已發行股份總數及相關股份類別總數（包括庫存股份）。
- (7) 上表披露的權益包括實物結算的股票期權激勵計劃及現金結算的持股計劃所產生的相關股份權益。請注意，該等計劃及安排下的權益性質各不相同，視乎計劃及安排的特點而定；然而，為求透明度及一致性，該等權益的披露均以統一方式處理。

(二) 於本公司相聯法團之權益

姓名	職位	權益性質	本集團成員公司	直接或間接持有的股份數量	持股佔比
方洪波先生 ⁽¹⁾	執行董事、董事長兼總裁	於受控法團的權益	美雲智數科技有限公司	2,000,000 (好倉)	0.75%
方洪波先生 ⁽²⁾	執行董事、董事長兼總裁	於受控法團的權益	安得智聯供應鏈科技股份有限公司	17,658,000 (好倉)	2.37%
方洪波先生 ⁽³⁾	執行董事、董事長兼總裁	於受控法團的權益	廣東美的智能科技產業投資基金管理中心(有限合夥)	112,000,000 (好倉)	5.38%

註：

- (1) 寧波美越創業投資合夥企業(有限合夥)擁有美雲智數科技有限公司0.75%的權益，方洪波先生持有寧波美越創業投資合夥企業(有限合夥)39.76%的權益。因此，方先生被視為於員工持股平台寧波美越創業投資合夥企業(有限合夥)持有的股份中擁有權益。
- (2) 寧波美越創業投資合夥企業(有限合夥)持有安得智聯供應鏈科技股份有限公司2.37%的權益，方洪波先生持有寧波美越創業投資合夥企業(有限合夥)39.76%的權益。因此，方先生被視為於員工持股平台寧波美越創業投資合夥企業(有限合夥)持有的股份中擁有權益。
- (3) 寧波美善創業投資合夥企業(有限合夥)及美善(廣東)股權投資合夥企業(有限合夥)分別持有廣東美的智能科技產業投資基金管理中心(有限合夥)2.98%及2.40%的權益。方洪波先生分別持有寧波美善創業投資合夥企業(有限合夥)及美善(廣東)股權投資合夥企業(有限合夥)80.65%及99.98%的權益。因此，方先生被視為於寧波美善創業投資合夥企業(有限合夥)及美善(廣東)股權投資合夥企業(有限合夥)持有的股份中擁有權益。

除上文所披露者外，於2026年6月30日，概無董事及最高行政人員於本公司或其相聯法團(定義見《證券及期貨條例》第XV部)之股份或相關股份中，擁有記錄於本公司根據《證券及期貨條例》第352條規定須存置之登記冊中之任何權益或淡倉，或根據《證券及期貨條例》第XV部第7及8分部或根據《標準守則》須知會本公司及香港聯交所之任何權益或淡倉。

致美的集團股份有限公司董事會
(於中華人民共和國註冊成立的有限公司)

引言

本核數師(以下簡稱「我們」)已審閱列載於第124至180頁的中期財務資料，此中期財務資料包括美的集團股份有限公司(以下簡稱「貴公司」)及其子公司(以下統稱「貴集團」)於二零二六年六月三十日的中期簡明合併財務狀況表與截至該日止六個月期間的中期簡明合併損益表、中期簡明合併綜合收益表、中期簡明合併權益變動表和中期簡明合併現金流量表，以及選定的解釋附註。香港聯合交易所有限公司證券上市規則規定，就中期財務資料擬備的報告必須符合以上規則的有關條文以及國際會計準則第34號「中期財務報告」。貴公司董事須負責根據國際會計準則第34號「中期財務報告」擬備及列報該等中期財務資料。我們的責任是根據我們的審閱對該等中期財務資料作出結論，並僅按照我們協定的業務約定條款向閣下(作為整體)報告我們的結論，除此之外本報告別無其他目的。我們不會就本報告的內容向任何其他人士負上或承擔任何責任。

審閱範圍

我們已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。審閱中期財務資料包括主要向負責財務和會計事務的人員作出查詢，及應用分析性和其他審閱程序。審閱的範圍遠較根據《國際審計準則》進行審計的範圍為小，故不能令我們可保證我們將知悉在審計中可能被發現的所有重大事項。因此，我們不會發表審計意見。

結論

按照我們的審閱，我們並無發現任何事項，令我們相信貴集團的中期財務資料未有在各重大方面根據國際會計準則第34號「中期財務報告」擬備。

羅兵咸永道會計師事務所
執業會計師

香港，2026年8月28日

中期簡明合併損益表

截至2026年6月30日止六個月

	附註	未經審計 截至6月30日止六個月	
		2026年 人民幣千元	2025年 人民幣千元
收入	4	261,052,379	252,331,494
營業成本	7	(195,765,908)	(188,058,289)
毛利		65,286,471	64,273,205
銷售及營銷開支	7	(21,545,703)	(23,052,554)
一般及行政開支	7	(7,999,203)	(7,590,066)
研發開支	7	(8,467,401)	(8,766,551)
金融資產及合同資產減值損失淨額		(634,473)	(356,526)
其他收入	5	4,699,033	5,419,453
其他收益淨額	6	404,900	2,439,079
營業利潤		31,743,624	32,366,040
財務收入	8	609,173	451,023
財務費用	8	(952,684)	(1,942,892)
財務費用淨額		(343,511)	(1,491,869)
應佔聯營及合營企業利潤淨額	18	510,025	469,118
聯營企業投資減值準備	18	(65,582)	—
除所得稅前利潤		31,844,556	31,343,289
所得稅開支	9	(5,261,682)	(4,695,935)
本期利潤		26,582,874	26,647,354
歸屬於：			
本公司擁有人		26,446,037	26,013,690
非控股權益		136,837	633,664
		26,582,874	26,647,354
本公司擁有人應佔利潤每股收益：	11		
— 基本（人民幣元／股）		3.52	3.41
— 攤薄（人民幣元／股）		3.50	3.41

上述簡明合併損益表應與後附附註一併閱讀。

中期簡明合併綜合收益表

截至2026年6月30日止六個月

	未經審計	
	截至6月30日止六個月	
	2026年 人民幣千元	2025年 人民幣千元
本期利潤	26,582,874	26,647,354
其他綜合(虧損)/收益：		
可能重分類至損益之項目，扣除稅項		
— 其後將根據權益法轉入損益的其他綜合收益/(虧損)，扣除稅項	21,775	(38,872)
— 現金流量套期儲備，扣除稅項	(759,696)	(120,616)
— 外幣報表折算差額	(3,304,465)	515,470
— 其他，扣除稅項	—	(43,454)
將不會重新分類至損益之項目，扣除稅項		
— 設定受益計劃重新計量之變動，扣除稅項	31,983	22,288
— 其他權益工具投資公允價值變動，扣除稅項	—	(10)
本期其他綜合(虧損)/收益，扣除稅項	(4,010,403)	334,806
歸屬於：		
本公司擁有人	(3,971,724)	196,963
非控股權益	(38,679)	137,843
本期綜合收益總額	22,572,471	26,982,160
歸屬於：		
本公司擁有人	22,474,313	26,210,653
非控股權益	98,158	771,507
	22,572,471	26,982,160

上述簡明合併綜合收益表應與後附附註一併閱讀。

中期簡明合併財務狀況表

於2026年6月30日

		未經審計 於6月30日 2026年 人民幣千元	經審計 於12月31日 2025年 人民幣千元
	附註		
資產			
非流動資產			
物業、廠房及設備	12	48,210,920	48,931,256
使用權資產	13	11,200,294	11,551,982
投資性房地產		1,079,766	1,142,213
無形資產	14	43,735,811	47,493,900
遞延所得稅資產		16,961,714	15,118,022
預付款項、其他應收款項及其他資產	15	3,431,411	3,390,345
於聯營及合營企業之投資	18	4,628,234	4,775,044
應收貸款	17	448,686	622,248
衍生金融工具	21	—	348,834
以攤銷成本計量的其他金融資產	19	69,005,745	54,288,425
以公允價值計量且其變動計入其他綜合收益的其他金融資產	20	29,672	29,901
以公允價值計量且其變動計入當期損益的其他金融資產	20	7,269,509	4,437,255
非流動資產總額		206,001,762	192,129,425
流動資產			
存貨	22	55,440,969	64,628,834
合同資產	23	6,124,720	4,268,501
以攤銷成本計量的貿易應收款項及應收票據	24	68,189,144	45,696,860
以公允價值計量且其變動計入其他綜合收益的貿易應收款項及應收票據	16	7,659,731	14,935,344
預付款項、其他應收款項及其他資產	15	27,820,417	29,636,592
應收貸款	17	14,480,660	11,779,217
衍生金融工具	21	4,849,088	2,969,464
以攤銷成本計量的其他金融資產	19	158,736,824	156,789,662
以公允價值計量且其變動計入當期損益的其他金融資產	20	3,155,691	710,717
定期存款和受限制現金	25	16,028,539	16,738,480
現金及現金等價物	25	74,614,244	68,508,670
流動資產總額		437,100,027	416,662,341
資產總額		643,101,789	608,791,766

	附註	未經審計 於6月30日 2026年 人民幣千元	經審計 於12月31日 2025年 人民幣千元
負債			
非流動負債			
借款	26	22,083,057	15,853,617
租賃負債	13	1,919,149	1,901,053
遞延所得稅負債		6,370,402	5,891,940
其他應付款項及應計費用	29	2,358,899	2,606,947
遞延收益	31	2,883,271	2,638,278
衍生金融工具	21	3,332	92,008
非流動負債總額		35,618,110	28,983,843
流動負債			
貿易應付款項及應付票據	27	157,035,826	130,802,372
合同負債	28	45,458,117	46,993,060
借款	26	58,244,206	48,331,021
租賃負債	13	1,393,097	1,395,306
吸收存款		101,708	134,110
衍生金融工具	21	1,129,661	872,439
以公允價值計量且其變動計入當期損益的其他金融負債	30	565,372	706,439
即期所得稅負債		4,902,995	4,485,221
其他應付款項及應計費用	29	112,859,756	109,663,732
流動負債總額		381,690,738	343,383,700
負債總額		417,308,848	372,367,543

中期簡明合併財務狀況表

於2026年6月30日

	附註	未經審計 於6月30日 2026年 人民幣千元	經審計 於12月31日 2025年 人民幣千元
權益			
股本	32	7,613,439	7,597,145
庫存股	33	(15,117,924)	(8,151,117)
儲備	35	55,224,676	56,547,492
保留溢利	34	165,140,864	167,227,785
本公司擁有人應佔權益		212,861,055	223,221,305
非控股權益		12,931,886	13,202,918
權益總額		225,792,941	236,424,223
權益及負債總額		643,101,789	608,791,766

上述中期簡明合併財務狀況表應與後附附註一併閱讀。

第124至180頁的合併財務報表已由董事會於2026年8月28日批核，並代表董事會簽署。

方洪波
主席

王建國
董事

中期簡明合併權益變動表

截至2026年6月30日止六個月

	未經審計						
	本公司擁有人應佔權益					非控股權益 人民幣千元	權益總額 人民幣千元
	股本 人民幣千元 (附註32)	庫存股 人民幣千元 (附註33)	儲備 人民幣千元 (附註35)	保留溢利 人民幣千元 (附註34)	總計 人民幣千元		
於2026年1月1日之餘額	7,597,145	(8,151,117)	56,547,492	167,227,785	223,221,305	13,202,918	236,424,223
綜合收益：							
本期利潤	-	-	-	26,446,037	26,446,037	136,837	26,582,874
其他綜合虧損	-	-	(3,971,724)	-	(3,971,724)	(38,679)	(4,010,403)
綜合收益總額	-	-	(3,971,724)	26,446,037	22,474,313	98,158	22,572,471
與擁有人進行的交易							
注資(附註32、附註35)	16,294	-	943,130	-	959,424	30,230	989,654
以股份為基礎的薪酬費用	-	-	466,319	-	466,319	18,854	485,173
劃撥至一般儲備	-	-	148,231	(148,231)	-	-	-
轉回一般儲備	-	-	(4,572)	4,572	-	-	-
股息	-	-	-	(28,389,299)	(28,389,299)	(490,025)	(28,879,324)
劃撥至專項儲備	-	-	1,239	-	1,239	3,634	4,873
使用專項儲備	-	-	(1,173)	-	(1,173)	(3,427)	(4,600)
其他股份計劃的行使或失效(購回及註銷) (附註33、附註35)	-	-	19,110	-	19,110	-	19,110
回購股份(附註33)	-	(6,966,807)	-	-	(6,966,807)	-	(6,966,807)
已發行可轉換債券之權益部分	-	-	1,079,497	-	1,079,497	-	1,079,497
其他	-	-	(2,873)	-	(2,873)	71,544	68,671
於2026年6月30日之餘額	7,613,439	(15,117,924)	55,224,676	165,140,864	212,861,055	12,931,886	225,792,941

中期簡明合併權益變動表

截至2026年6月30日止六個月

	未經審計						
	本公司擁有人應佔權益					非控股權益 人民幣千元	權益總額 人民幣千元
	股本 人民幣千元 (附註32)	庫存股 人民幣千元 (附註33)	儲備 人民幣千元 (附註35)	保留溢利 人民幣千元 (附註34)	總計 人民幣千元		
於2025年1月1日之餘額	7,655,956	(5,728,446)	61,231,287	153,591,297	216,750,094	10,917,297	227,667,391
綜合收益：							
本期利潤	-	-	-	26,013,690	26,013,690	633,664	26,647,354
其他綜合收益	-	-	196,963	-	196,963	137,843	334,806
綜合收益總額	-	-	196,963	26,013,690	26,210,653	771,507	26,982,160
與擁有人進行的交易							
注資(附註32、附註35)	22,782	-	1,418,868	-	1,441,650	1,914,445	3,356,095
業務合併	-	-	(327,255)	-	(327,255)	475,381	148,126
以股份為基礎的薪酬費用	-	-	539,448	-	539,448	24,403	563,851
劃撥至一般儲備	-	-	209,880	(209,880)	-	-	-
轉回一般儲備	-	-	(3,844)	3,844	-	-	-
註銷股份(附註32、附註33、附註35)	(11,091)	814,851	(803,760)	-	-	-	-
股息	-	-	-	(26,714,435)	(26,714,435)	(126,916)	(26,841,351)
劃撥至專項儲備	-	-	2,133	-	2,133	2,588	4,721
使用專項儲備	-	-	(926)	-	(926)	(2,061)	(2,987)
其他股份計劃的行使或失效(購回及註銷) (附註32、附註33、附註35)	(1,493)	174,503	(112,539)	-	60,471	4,139	64,610
回購股份(附註33)	-	(2,482,781)	-	-	(2,482,781)	-	(2,482,781)
與非控股權益的交易	-	-	628,504	-	628,504	(667,729)	(39,225)
其他	-	-	2,471	-	2,471	-	2,471
於2025年6月30日之餘額	7,666,154	(7,221,873)	62,981,230	152,684,516	216,110,027	13,313,054	229,423,081

上述中期簡明合併權益變動表應與後附附註一併閱讀。

中期簡明合併現金流量表

截至2026年6月30日止六個月

	附註	未經審計 截至6月30日止六個月	
		2026年	2025年
		人民幣千元	人民幣千元
經營活動產生的現金流量			
經營產生的現金	36(a)	42,990,270	42,273,414
已收利息		599,068	395,454
已付所得稅		(6,037,248)	(5,387,853)
經營活動產生的現金淨額		37,552,090	37,281,015
投資活動(使用)/產生的現金流量：			
處置子公司收到的現金，扣除購入的現金		714,767	268,106
收購子公司使用的現金，扣除購入的現金		(13,693)	(5,572,186)
處置於聯營及合營企業之投資收到的現金		350,502	4,000
購買於聯營及合營企業之投資支付款項		(151,004)	(6,178)
處置金融資產收到的現金		34,876,629	70,228,747
購買金融資產支付款項		(54,003,434)	(56,608,969)
處置物業、廠房及設備、無形資產和其他非流動資產收到的現金		265,340	352,065
購買物業、廠房及設備、無形資產和其他非流動資產支付款項		(2,634,210)	(3,145,319)
已收利息及其他		4,149,837	1,828,984
來自聯營及合營企業的股息		572,775	201,146
投資活動(使用)/產生的現金淨額		(15,872,491)	7,550,396

中期簡明合併現金流量表

截至2026年6月30日止六個月

	附註	未經審計 截至6月30日止六個月	
		2026年 人民幣千元	2025年 人民幣千元
融資活動使用的現金流量：			
股份計劃收到的現金		1,401,313	1,511,915
回購股份及退還失效限售股行權價支付款項		(6,966,807)	(2,533,795)
與非控股權益的交易		59,527	1,895,800
借款收到的現金		61,583,218	50,310,188
償還借款		(43,496,611)	(43,618,375)
已付利息		(477,308)	(811,892)
向本公司股東支付的股息		(25,916,074)	(24,443,729)
向子公司非控股權益支付的股息		(497,561)	(140,462)
支付租賃負債		(738,532)	(755,215)
其他		(107,345)	(527,499)
融資活動使用的現金淨額		(15,156,180)	(19,113,064)
現金及現金等價物增加淨額		6,523,419	25,718,347
期初現金及現金等價物		68,508,670	55,118,728
現金及現金等價物的匯兌(虧損)/收益		(417,845)	829,194
期末現金及現金等價物	25	74,614,244	81,666,269

上述中期簡明合併現金流量表應與後附附註一併閱讀。

1. 一般資料

美的集團股份有限公司（以下簡稱「本公司」）由廣東美的集團股份有限公司工會委員會發起設立，於2000年4月7日在中國佛山市順德區市場安全監管局登記註冊，總部位於廣東省佛山市。於2012年8月30日，本公司改制為股份有限公司。於2013年7月29日，本公司獲准併購於深圳證券交易所上市的廣東美的電器股份有限公司。本公司A股已於2013年9月18日在深圳證券交易所掛牌交易。本公司H股已於2024年9月17日在香港聯合交易所有限公司主板掛牌交易。

本公司及其子公司（以下統稱「本集團」）主要從事製造及銷售家用空調、中央空調、供暖及通風系統、廚房家電、冰箱、洗衣機、各類小家電、電梯、高壓變頻器、低壓變頻器、醫療影像產品、機器人與自動化系統業務。本集團還從事其他業務，包括提供智能供應鏈；家電原材料銷售、批發及加工業務；及吸收存款、同業拆借、消費信貸、買方信貸及融資租賃等金融業務。

本合併財務報表以人民幣（「人民幣」）列報，且所有數值已列算至千位數（除非另有說明）。

本中期財務資料已於2026年8月28日經本公司董事會核准發佈，且未經審計。

2. 編製基準及會計政策變動

2.1 編製基準

本中期簡明合併財務資料，包括於2026年6月30日的中期簡明合併財務狀況表，以及截至2026年6月30日止六個月的中期簡明合併損益表、中期簡明合併綜合收益表、中期簡明合併權益變動表、中期簡明合併現金流量表（合稱「中期財務資料」）乃根據國際會計準則理事會（「國際會計準則理事會」）頒佈的國際會計準則第34號「中期財務報告」編製。本中期財務資料應與本集團截至2025年12月31日止年度的年度合併財務報表一併閱讀。該等年度合併財務報表乃根據國際財務報告會計準則編製，相關內容列載於本公司2025年年報（「2025年度財務報表」）。

除下文所述外，本中期財務資料所採用之會計政策及計算方法與2025年度財務報表基本一致。

2. 編製基準及會計政策變動(續)

2.2 會計政策變動

2.2.1 本集團採納的經修訂準則

本集團已於2026年1月1日開始的財政年度採用下列經修訂準則。

國際財務報告會計準則之年度改進 — 第11卷	澄清、簡化、更正及變更，以提高會計準則的一致性
國際財務報告準則第9號及國際財務 報告準則第7號修訂本	對金融工具分類和計量的修訂
國際財務報告準則第9號及國際財務 報告準則第7號修訂本	依賴自然能源生產電力之合同

採納上述經修訂準則不會對本集團的中期財務資料造成重大影響。

2.2.2 本集團尚未採納的新訂、經修訂準則及解釋

已頒佈但尚未生效且未提前採納的新訂、經修訂準則及解釋：

		於以下日期或之後 開始的年度期間生效
國際財務報告準則第18號	財務報表的呈列及披露	2027年1月1日
國際財務報告準則第19號	非公共受託子公司：披露	2027年1月1日
國際會計準則第21號修訂本	換算至惡性通貨膨脹列報貨幣	2027年1月1日
國際財務報告準則第20號	管制資產和管制負債	2029年1月1日
國際財務報告準則第10號及國際會計 準則第28號修訂本	投資者與聯營或合營企業 之間的資產出售或注資	待定
國際財務報告準則第7號、國際財務 報告準則第18號、國際會計準則 第1號、國際會計準則第8號、 國際會計準則第36號及國際會計 準則第37號示例修訂	財務報表不確定性之披露	不適用

2. 編製基準及會計政策變動(續)

2.2 會計政策變動(續)

2.2.2 本集團尚未採納的新訂、經修訂準則及解釋(續)

除下述國際財務報告準則第18號外，上述新訂準則以及經修訂準則預期不會對本集團的中期財務資料、於當前或未來報告期的業績以及可預見未來交易造成重大影響。

國際財務報告準則第18號將取代國際會計準則第1號－財務報表列報，引入的新規定有助於提高同類實體財務業績之可比性，並為使用者提供更具關聯性之資訊與透明度。儘管國際財務報告準則第18號不會影響財務報表項目之確認或計量，但其對列報及披露之影響預期將具廣泛性，特別是與財務業績表及財務報表內管理層界定之業績指標相關之披露。

2.3 關鍵會計估計及判斷

管理層需在編製符合國際會計準則第34號的中期財務資料時作出判斷、估計和假設。這些判斷、估計和假設會影響會計政策的應用及年初截至目前的資產、負債和收入與支出的呈報數額。實際結果可能與此等估計不盡相同。

編製此中期財務資料時，管理層應用本集團會計政策所作的重大判斷和估計不確定性因素的主要來源與2025年度財務報表所採用的相同。

3. 財務風險管理

3.1 財務風險因素

本集團的業務活動使其面臨多種財務風險：市場風險（包括外匯風險、其他價格風險及利率風險）、信貸風險及流動性風險。本集團的整體風險管理計劃針對金融市場的難預測性，並尋求盡量減低對本集團財務表現的潛在不利影響。本集團董事和高級管理層負責實施風險管理。

計入損益的外匯（虧損）／收益淨額總額：

	未經審計	
	截至6月30日止六個月	
	2026年 人民幣千元	2025年 人民幣千元
計入其他收益淨額的外匯（虧損）／收益（附註6）	(5,886,293)	3,588,989
計入財務費用的外幣借款匯兌虧損（附註8）	(89,816)	(825,858)
本期計入除所得稅前利潤的外匯（虧損）／收益淨額總額	(5,976,109)	2,763,131

本中期財務資料未包含2025年度財務報表所要求之全部財務風險管理信息及披露，應與2025年度財務報表一併閱讀。截至2026年6月30日止六個月，重大風險管理政策並無任何重大變更。

3.2 資本管理

本集團資本管理的主要目標是保障本集團持續經營的能力以及保持穩健的資本比率以支持其業務並使股東價值最大化。

本集團根據經濟狀況的變化和相關資產的風險特徵管理並調整其資本結構，並通過調整向股東支付的股息、向股東返還資本或發行新股來維持或調整資本結構。本集團不受制於任何外部強制性資本要求。截至2025年12月31日止年度以及截至2026年6月30日止六個月，本集團資本管理的目標、政策或流程未發生變化。

3. 財務風險管理(續)

3.2 資本管理(續)

本集團根據資產負債比率來監控資本，於2026年6月30日及2025年12月31日的資產負債比率如下：

	於6月30日 2026年	於12月31日 2025年
資產總額(人民幣千元)	643,101,789	608,791,766
負債總額(人民幣千元)	417,308,848	372,367,543
資產負債比率	64.89%	61.17%

3.3 公允價值估計

下表根據評估公允價值的估值技術所運用到的輸入值的層級，分析了本集團於2026年6月30日及2025年12月31日按公允價值入賬的金融工具。這些輸入值按照公允價值層級歸類為如下三層：

- 相同資產或負債在活躍市場的報價(未經調整)(第1層)；
- 除了第1層所包括的報價外，相關資產和負債的可觀察的其他輸入值，包括直接輸入值(即例如價格)或間接輸入值(即源自價格)(第2層)；以及
- 資產和負債並非依據可觀察市場數據的輸入值(即不可觀察輸入值)(第3層)。

3. 財務風險管理(續)

3.3 公允價值估計(續)

(a) 公允價值層級

於2026年6月30日及2025年12月31日，按上述三個層級持續以公允價值計量的金融資產和負債分析如下：

	第1層 人民幣千元	第2層 人民幣千元	第3層 人民幣千元	總計 人民幣千元
於2026年6月30日(未經審計)				
金融資產：				
以公允價值計量且其變動計入其他綜合收益的貿易應收款項及應收票據(附註16)	—	7,659,731	—	7,659,731
衍生金融工具(附註21)	—	4,849,088	—	4,849,088
以公允價值計量且其變動計入當期損益的其他金融資產(附註20(a))	109,899	3,045,792	7,269,509	10,425,200
以公允價值計量且其變動計入其他綜合收益的其他金融資產(附註20(b))	—	—	29,672	29,672
金融資產總計	109,899	15,554,611	7,299,181	22,963,691
金融負債：				
以公允價值計量且其變動計入當期損益的其他金融負債(附註30)	—	—	565,372	565,372
衍生金融工具(附註21)	—	1,132,993	—	1,132,993
金融負債總計	—	1,132,993	565,372	1,698,365
	第1層 人民幣千元	第2層 人民幣千元	第3層 人民幣千元	總計 人民幣千元
於2025年12月31日(經審計)				
金融資產：				
以公允價值計量且其變動計入其他綜合收益的貿易應收款項及應收票據(附註16)	—	14,935,344	—	14,935,344
衍生金融工具(附註21)	—	3,318,298	—	3,318,298
以公允價值計量且其變動計入當期損益的其他金融資產(附註20(a))	496,261	214,456	4,437,255	5,147,972
以公允價值計量且其變動計入其他綜合收益的其他金融資產(附註20(b))	—	—	29,901	29,901
金融資產總計	496,261	18,468,098	4,467,156	23,431,515
金融負債：				
以公允價值計量且其變動計入當期損益的其他金融負債(附註30)	—	—	706,439	706,439
衍生金融工具(附註21)	—	964,447	—	964,447
金融負債總計	—	964,447	706,439	1,670,886

3. 財務風險管理(續)

3.3 公允價值估計(續)

(a) 公允價值層級(續)

轉撥的時間安排於引致轉撥的事項或情況發生變化之日確定。於報告期間，第1層與第2層之間，以及第2層與第3層之間並無轉撥。

(b) 釐定公允價值的估值技術

在活躍市場買賣的金融工具的公允價值以市場報價釐定；未在活躍市場買賣的金融工具的公允價值由本集團利用估值技術釐定。所使用的估值模型主要包括折現現金流量法、市場可比較公司法和淨資產法。估值技術的輸入值主要包括無風險利率、浮動利率、外匯匯率、波動率、目標公司的財務數據和可比公司的市場倍數以及缺乏市場流動性折讓。

處於公允價值計量第2層的資產和負債主要包括以公允價值計量且其變動計入其他綜合收益的貿易應收款項及應收票據、以公允價值計量且其變動計入當期損益的其他金融資產中的結構性存款和以公允價值計量且其變動計入其他綜合收益的其他金融資產中的可轉讓存單，衍生金融工具採用折現現金流量法、市場法和收益法進行評估。

處於公允價值計量第3層的資產和負債主要包括以公允價值計量且其變動計入當期損益的其他金融資產中的非上市證券、以公允價值計量且其變動計入其他綜合收益的其他金融資產以及以公允價值計量且其變動計入當期損益的金融負債。該等資產及負債所使用的估值技術主要包括市場法、淨資產法及一致定價。是否處於公允價值第3層的判斷基礎為不可觀察輸入值對整體公允價值計算的重要性。重大的不可觀察輸入值主要包括目標公司的財務數據、可比公司的市場倍數以及缺乏市場流動性折讓。

本集團在確定第2層及第3層公允價值時，並無改變任何估值技術。

3. 財務風險管理(續)

3.3 公允價值估計(續)

(b) 釐定公允價值的估值技術(續)

下表列示了第3層項目的變化：

第3層公允價值計量調節	未經審計	
	以公允價值計量且其變動計入其他綜合收益和以公允價值計量且其變動計入當期損益的金融資產	
	截至6月30日止六個月	
	2026年 人民幣千元	2025年 人民幣千元
期初餘額	4,467,156	4,434,732
增加	14,776	—
處置／結算	(145,112)	(103,601)
轉撥至第3層(a)	18,078	—
確認為其他綜合收益的公允價值變動	—	(10)
確認為損益的公允價值變動	2,986,167	(367,385)
貨幣折算差額	(41,884)	(17,308)
期末餘額	7,299,181	3,946,428

第3層公允價值計量調節	未經審計	
	以公允價值計量且其變動計入當期損益的其他金融負債	
	截至6月30日止六個月	
	2026年 人民幣千元	2025年 人民幣千元
期初餘額	706,439	873,776
處置／結算	(143,181)	(108,088)
確認為損益的公允價值變動	2,114	(13,489)
期末餘額	565,372	752,199

- (i) 截至2026年6月30日止六個月，部分金融資產已轉撥至公允價值層級分類等級第3層，主要由於處置部分股權導致權益投資喪失重大影響。
- (ii) 截至2026年6月30日止六個月，本集團自身之信貸風險對該等以公允價值計量且其變動計入當期損益的其他金融負債不被視為重要輸入值。

4. 分部信息及收入

(a) 分部及主要業務描述

本集團的首席營運決策者，由行政總裁、財務總監和企業策劃經理組成，從產品和地理角度評估本集團業績，並已確定四個報告業務分部：

- 智能家居業務分部：該業務分部包含製造及銷售包括家用空調、冰箱、洗衣機、廚電等在內的各種家電。
- 樓宇科技分部：該業務分部憑藉我們商用空調、電梯、樓宇能源管理及樓控軟件等產品的組合，包含為基礎設施、公共場所、工業園區、農業設施等提供智能綜合解決方案。
- 工業技術分部：該業務分部包含製造及銷售工業核心部件，包括壓縮機、電機、工業控制系統及新能源汽車零部件。
- 其他分部：該業務分部主要涵蓋工業機器人、加工單元和全自動化系統的一站式自動化解決方案、物流自動化系統、智能供應鏈業務集成解決方案、綠色能源解決方案、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、金融服務以及醫療器械產品及相關服務。

管理層單獨監控本集團各經營分部的業績，以便做出資源分配決策和評估業績。管理層根據可報告分部利得／損失評估分部業績，可報告分部利得／損失為調整後的除稅前利得／損失的計量標準。調整後的除稅前利得／損失與本集團的除稅前利得一致，但金融資產及合同資產減值損失淨額、其他收益（不包含利息收入）、其他損益（不包含外匯收益／虧損淨額）、應佔聯營及合營企業利潤淨額、存貨及其他資產減值撥備和於聯營及合營企業投資減值準備除外。

2025年下半年，本集團根據業務發展及內部組織架構變動，對首席營運決策者用於分部間資源分配及業績考評等的內部報告進行了變更，對報告分部的構成進行調整。因此，對比期間的相關數據也予以重述。

4. 分部信息及收入(續)

(b) 分部信息

本集團在一段時間內或在某一時間點從下列主要產品線中轉移貨物和提供服務以取得收入：

截至2026年6月30日止六個月的分部信息如下：

	未經審計					總計
	智能家居業務	樓宇科技	工業技術	其他分部及 未分配的金額	分部間抵銷	
對外交易收入	190,858,087	20,827,899	16,266,386	33,100,007	-	261,052,379
分部間交易收入	2,297,696	1,372,058	10,877,737	5,016,457	(19,563,948)	-
營業成本及費用	(174,379,133)	(19,036,572)	(25,161,998)	(37,372,120)	19,499,431	(236,450,392)
一營業成本(不包括減值損失、稅項及附加)	(142,116,712)	(15,488,081)	(22,899,715)	(30,566,051)	16,702,836	(194,367,723)
分部利潤	18,776,650	3,163,385	1,982,125	744,344	(64,517)	24,601,987
其他損益						7,242,569
除所得稅前利潤總額						31,844,556
資產總額	470,469,868	51,079,444	64,312,306	421,870,161	(364,629,990)	643,101,789
負債總額	307,718,020	36,598,334	39,483,740	399,730,346	(366,221,592)	417,308,848
於聯營及合營企業之長期股權投資	665,318	29,010	-	3,933,906	-	4,628,234
應佔聯營及合營企業利潤淨額	393,009	800	-	116,216	-	510,025
非流動資產(不包括長期股權投資、金融 資產、商譽和遞延所得稅資產)增加額	3,187,753	435,754	825,268	1,847,998	-	6,296,773
金融資產和合同資產減值損失/(轉回)淨額	424,968	1,981	21,009	251,749	(65,234)	634,473
折舊及攤銷	1,854,822	515,413	594,850	2,042,846	(5,156)	5,002,775

4. 分部信息及收入(續)

(b) 分部信息(續)

截至2025年6月30日止六個月的分部信息如下：

	未經審計					總計
	智能家居業務	樓宇科技	工業技術	其他分部及 未分配的金額	分部間抵銷	
對外交易收入	183,335,095	19,112,027	18,627,886	31,256,486	-	252,331,494
分部間交易收入	1,373,472	1,172,560	13,080,189	5,476,692	(21,102,913)	-
營業成本及費用	(161,858,273)	(17,436,406)	(29,458,460)	(33,380,806)	21,113,293	(221,020,652)
— 營業成本(不包括減值損失、稅項及附加)	(135,025,375)	(14,381,958)	(27,052,671)	(29,079,409)	18,752,265	(186,787,148)
分部利潤	22,850,294	2,848,181	2,249,615	3,352,372	10,380	31,310,842
其他損益						32,447
除所得稅前利潤總額						31,343,289
資產總額	438,854,254	55,804,479	58,317,393	436,946,816	(351,889,433)	638,033,509
負債總額	296,618,133	38,730,589	37,099,555	393,132,905	(356,970,754)	408,610,428
於聯營及合營企業之長期股權投資	1,102,394	33,419	-	4,348,472	-	5,484,285
應佔聯營及合營企業利潤淨額	339,644	5,160	-	124,314	-	469,118
非流動資產(不包括長期股權投資、金融 資產、商譽和遞延所得稅資產)增加額	5,823,479	5,953,953	1,401,790	1,509,461	-	14,688,683
金融資產和合同資產減值損失/(轉回)淨額	225,405	52,861	9,620	161,175	(92,535)	356,526
折舊及攤銷	1,610,402	368,930	492,337	1,799,852	(779)	4,270,742

4. 分部信息及收入(續)

(b) 分部信息(續)

對外交易收入來自智能家居業務、樓宇科技、工業技術及其他業務的銷售。

機器人與自動化系統建置服務、物流服務、基礎設施智能綜合解決方案，以及綠色能源解決方案建置服務所產生之收入，於提供服務之一段時間內確認。

截至2026年及2025年6月30日止六個月，概無單個客戶的收入佔本集團10%或以上的收入。

收入分析如下：

	未經審計	
	截至6月30日止六個月	
	2026年 人民幣千元	2025年 人民幣千元
營業收入	260,042,490	251,123,714
利息收入(a)	1,009,683	1,207,524
手續費及佣金收入	206	256
	261,052,379	252,331,494

(a) 利息收入主要由本集團金融服務業務中發放貸款及墊款和存放同業款項產生。

本公司位於中國內地。下表按客戶所在地列示了本集團的對外交易收入金額：

	未經審計	
	截至6月30日止六個月	
	2026年 人民幣千元	2025年 人民幣千元
中國內地	147,925,351	145,138,862
其他國家或地區	113,127,028	107,192,632
	261,052,379	252,331,494

4. 分部信息及收入(續)

(c) 客戶合同相關資產與負債

與客戶合同相關的資產及負債參見附註23及附註28。

5. 其他收入

	未經審計	
	截至6月30日止六個月	
	2026年 人民幣千元	2025年 人民幣千元
利息收入(a)	3,189,121	3,993,492
政府補助(b)	1,031,492	716,589
增值稅附加扣除(c)	478,420	709,372
	4,699,033	5,419,453

(a) 利息收入

本集團以公允價值計量且其變動計入當期損益的其他金融資產的利息收入計入該等資產的公允價值淨收益／(虧損)，參見下文附註6。以攤銷成本計量的其他金融資產和以公允價值計量且其變動計入其他綜合收益的其他金融資產的利息收入採用實際利率法計算，並作為其他收入計入損益。

(b) 政府補助

政府補助主要為中國地方政府當局提供的激勵，包括各種形式的政府財政激勵和優惠稅待遇，以獎勵本集團對當地經濟發展的支持和貢獻。於2026年6月30日及2025年12月31日，政府補助不存在未履行條件和其他或有事項。

(c) 根據財政部及國家稅務總局於2023年9月發佈的《關於先進製造業企業增值稅加計抵減政策的公告》(公告[2023]第43號)，允許先進製造業企業按當期可抵扣進項稅額加計5%抵減應納增值稅稅額。

6. 其他收益淨額

	未經審計	
	截至6月30日止六個月	
	2026年 人民幣千元	2025年 人民幣千元
金融工具收益／(虧損)淨額(a)	6,798,533	(1,189,078)
外匯(虧損)／收益淨額	(5,886,293)	3,588,989
處置物業、廠房及設備和其他資產的虧損淨額	(178,365)	(20,653)
其他	(328,975)	59,821
	404,900	2,439,079

(a) 金融工具的收益／(虧損)淨額主要包括衍生金融工具、以公允價值計量且其變動計入當期損益的其他金融資產和以公允價值計量且其變動計入當期損益的其他金融負債的收益／(虧損)淨額。

7. 按性質分類的費用

計入營業成本、銷售及營銷開支、一般及行政開支及研發開支內的費用分析如下：

	未經審計	
	截至6月30日止六個月	
	2026年 人民幣千元	2025年 人民幣千元
耗用的原材料和低值易耗品	159,522,859	147,753,594
職工薪酬費用	21,495,908	23,296,165
運輸和保險費用	13,240,647	12,973,550
廣告和推廣費用	10,688,362	13,809,044
安裝和售後費用	6,811,222	6,911,038
折舊及攤銷	5,002,775	4,270,742
其他	17,016,442	18,453,327
	233,778,215	227,467,460

8. 財務費用淨額

	未經審計	
	截至6月30日止六個月	
	2026年 人民幣千元	2025年 人民幣千元
財務收入：		
為現金管理目的而持有的金融資產的利息收入(a)	609,173	394,120
套期儲備成本重分類	—	56,903
	609,173	451,023
財務費用：		
已付／應付的借款利息和財務費用	(785,282)	(1,037,895)
已付／應付的租賃負債利息和財務費用(附註13(b))	(77,586)	(79,139)
外幣借款匯兌虧損淨額	(89,816)	(825,858)
	(952,684)	(1,942,892)
財務費用淨額	(343,511)	(1,491,869)

(a) 利息收入為現金及現金等價物的利息收入，包括銀行餘額和初始期限在3個月內的定期存款。

9. 稅項

(a) 所得稅開支

所得稅開支乃根據管理層對本財政年度所得稅率的最佳估計確認。

本集團截至2026年及2025年6月30日止六個月的所得稅開支組成部分列示如下：

	未經審計 截至6月30日止六個月	
	2026年 人民幣千元	2025年 人民幣千元
當期所得稅	6,499,185	5,832,492
遞延所得稅	(1,237,503)	(1,136,557)
	5,261,682	4,695,935

(i) 中國企業所得稅（「企業所得稅」）

根據有關現行法律、解釋及規則，本集團按於列報期間中國內地經營應課稅利潤的25%繳納企業所得稅。

本公司的部分中國內地子公司獲批成為高新技術企業，截至2026年及2025年6月30日止六個月，該等子公司於報告期間按15%的優惠稅率繳納企業所得稅。

本公司部分子公司有權享有其他稅收減免，主要包括位於中國內地特定地區的部分子公司在滿足當地政府要求及相關優惠政策適用條件後，可享受15%的優惠稅率。

截至2026年及2025年6月30日止六個月，部分中國內地子公司符合中國企業所得稅制度下的小微企業資格，因此此部分子公司享有5%的實質企業所得稅稅率。

除上述所列示公司外，本公司其他於中國內地成立的子公司適用25%的企業所得稅率。

9. 稅項 (續)

(a) 所得稅開支 (續)

(ii) 開曼群島和英屬維爾京群島企業所得稅

根據英屬維爾京群島現行法律，在英屬維爾京群島註冊成立的實體的收入或資本收益無需納稅。

(iii) 香港利得稅

香港利得稅已按照截至2026年及2025年6月30日止六個月估計應課稅利潤以16.5%的稅率計提撥備。

(iv) 其他司法轄區的企業所得稅

位於新加坡、巴西、日本、意大利、德國、以色列、埃及、美國和越南的子公司適用的所得稅稅率分別為17%、34%、34.01%、24%、32%、23%、22.5%、21%和20%。

新加坡經濟發展局授予本公司之子公司美的電器（新加坡）貿易有限責任公司《發展與擴張榮譽證書》（第587號），於截至2025年及2026年6月30日止六個月適用11%的優惠所得稅率。

根據泰國投資委員會的優惠BOI政策，位於泰國的符合條件的子公司在報告期間的歸屬於優惠政策下的BOI業務收入無需納稅。

其他司法轄區（包括新加坡、巴西、日本、意大利、德國、以色列、埃及、美國和越南）產生的利潤所得稅根據報告期間估計應課稅利潤按相關司法轄區的現行稅率計算。

(v) 研發開支加計扣除

按照中華人民共和國國務院發佈的2008年及以後生效的相關法律法規，從事研發活動的企業在確定當年應課稅利潤時，可按照研發開支的150%作為扣稅費用（「加計扣除」）。中國國家稅務總局（「國家稅務總局」）於2021年3月進一步宣佈，從事研發活動的製造型企業自2021年1月1日起，可按研發開支的200%作加計扣除。國家稅務總局於2023年3月進一步宣佈，符合條件的企業，自2023年1月1日起可按研發開支的200%作加計扣除。本集團在確定其報告期間應課稅利潤時，已就本集團實體加計扣除作出最佳估計。

9. 稅項 (續)

(a) 所得稅開支 (續)

(vi) 預扣稅

按照新企業所得稅法(「新企業所得稅法」)，自2008年1月1日起，中國內地企業向外國投資者分配利潤，於向境外註冊成立的直接控股公司分派利潤時，應根據外國投資者所在國家按10%或稅收協定稅率預扣所得稅。於2026年6月30日及2025年12月31日，本集團已就中國內地子公司在可預見將來的收益預扣稅確認遞延所得稅負債。

於2026年6月30日及2025年12月31日，本集團並無計劃要求部分境外子公司在可預見將來分配其未匯出收益，而是打算保留該等收益以在境外運營和擴展業務。因此，截至各報告期期末，並無計提與該等子公司未匯出收益的預扣稅相關的遞延所得稅負債。

(vii) 經合組織支柱二立法模版

於2021年12月，經濟合作與發展組織(「經合組織」)發佈支柱二立法模版，規定司法轄區可頒佈國內稅法(「支柱二立法」)，採用全球商定的共同方法實施支柱二立法模版。支柱二立法適用於支柱二立法模版範圍內的跨國集團成員公司，而本集團有理由認為本集團也在支柱二立法的適用範圍內。只要根據支柱二立法模板按司法轄區基準釐定的實際稅率低於15%的最低稅率，則對該司法轄區所產生的利潤徵收補足稅。

本集團已根據多個司法轄區引入支柱二立法模板規則檢討公司架構，委聘外部稅務專家協助應用法例、釐定相關影響。

於2026年6月30日，本集團主要在中國內地經營業務，儘管中國尚未實質頒佈或頒佈該法例，但仍可能存在支柱二所得稅風險。本集團應用國際會計準則第12號「確認及披露支柱二立法所得稅的遞延稅項資產及負債資料」的例外情況。

此外，本公司若干子公司位於主要包括中國香港、泰國、新加坡、瑞士、荷蘭、日本、德國及意大利的司法轄區，而在該等司法轄區支柱二立法已頒佈並生效。於該等司法轄區，考慮支柱二立法特定調整項目的影響，截至2026年6月30日止六個月，本集團確認當期所得稅費用人民幣422,964,000元，該金額計入損益表之所得稅費用。本集團在支柱二立法已頒佈但在2026年6月30日之前尚未生效的司法轄區並無當期稅務風險。

10. 股息

截至2025年12月31日止年度之最終股息為每10股人民幣38元(含稅)，此股息已於2026年3月30日經董事會通過決議，並於2026年6月5日經本公司2025年度股東大會批准。截至2026年6月30日止六個月內，已支付股息金額人民幣25,916,074,000元，於期後2026年7月支付人民幣2,473,225,000元。

於2026年8月28日，董事會決議宣派中期股息每10股人民幣5元(含稅)(2025年中期：每10股人民幣5元)，惟須待本公司即將召開之特別股東大會批准。此中期股息並未於本中期財務資料中確認為負債。

11. 每股收益

(a) 基本

基本每股收益(「每股收益」)按歸屬於本公司擁有人應佔利潤除以截至2026年及2025年6月30日止六個月已發行普通股的加權平均數計算，不包括為股份計劃而持有的普通股，因為這些股份在計算每股收益時不被視為已發行。

	未經審計	
	截至6月30日止六個月	
	2026年	2025年
歸屬於本公司擁有人應佔利潤(人民幣千元)	26,446,037	26,013,690
減：預計歸屬的限制性股票應付股息(人民幣千元)	(165,744)	(159,820)
用於計算基本每股收益的歸屬於本公司擁有人應佔利潤(人民幣千元)	26,280,293	25,853,870
已發行普通股加權平均數(千股)	7,470,497	7,581,647
基本每股收益(人民幣元／股)	3.52	3.41

11. 每股收益 (續)

(b) 攤薄

本公司及子公司授予的可轉換債券及股份計劃對每股收益存在潛在攤薄效應。攤薄每股收益假設股份計劃及可轉換債券產生的所有潛在可攤薄普通股被兌換後，根據已發行普通股的加權平均股數計算調整（共同構成計算攤薄每股收益的分母）。

截至2026年及2025年6月30日止六個月，本集團子公司授予的限制性股票激勵計劃及職工持股計劃對本集團攤薄每股收益具有反攤薄效應或攤薄效應不顯著。

	未經審計	
	截至6月30日止六個月	
	2026年	2025年
用於計算攤薄每股收益的歸屬於本公司擁有人的 調整後利潤(人民幣千元)	26,381,974	25,959,578
已發行普通股加權平均數(千股)	7,470,497	7,581,647
股份計劃及可轉換債券產生的潛在股份調整(千股)	69,807	38,991
用於計算攤薄每股收益的普通股加權平均數(千股)	7,540,304	7,620,638
攤薄每股收益(人民幣元/股)	3.50	3.41

12. 物業、廠房及設備

	未經審計 於6月30日 2026年 人民幣千元	經審計 於12月31日 2025年 人民幣千元
房屋及建築物	20,926,448	21,982,813
境外土地	1,872,723	1,843,220
機器設備	17,611,076	17,084,039
運輸工具	711,495	761,353
電子設備及其他	3,199,255	3,311,969
在建工程	2,959,813	3,054,828
租賃資產改良	930,110	893,034
總計	48,210,920	48,931,256

(a) 部分物業、廠房及設備分別於2026年6月30日及2025年12月31日被抵押為本集團的銀行貸款融資及融資租賃的抵押品。

(b) 本集團物業、廠房及設備的折舊確認如下：

	未經審計 截至6月30日止六個月 2026年 人民幣千元	2025年 人民幣千元
營業成本	1,758,324	1,316,541
一般及行政開支	717,141	593,169
研發開支	306,222	387,095
銷售及營銷開支	221,411	168,408
	3,003,098	2,465,213

13. 租賃

本附註提供的租賃信息中本集團為承租人。

(a) 於簡明合併財務狀況表中確認的金額

	未經審計 於6月30日 2026年 人民幣千元	經審計 於12月31日 2025年 人民幣千元
使用權資產		
房屋及建築物	2,764,848	2,667,431
機器設備	56,207	249,610
土地使用權及其他	6,876,247	7,024,892
商標使用權	1,502,992	1,610,049
	11,200,294	11,551,982
租賃負債		
流動	1,393,097	1,395,306
非流動	1,919,149	1,901,053
	3,312,246	3,296,359

部分租賃土地及土地使用權已於2026年6月30日及2025年12月31日抵押為銀行貸款融資之擔保。

13. 租賃(續)

(b) 於簡明合併損益表中確認的金額

簡明合併損益表中與租賃相關的金額如下：

	未經審計	
	截至6月30日止六個月	
	2026年 人民幣千元	2025年 人民幣千元
使用權資產折舊費用		
房屋及建築物	681,040	652,036
機器設備	26,416	66,084
土地使用權及其他	155,379	87,727
商標使用權	24,620	27,781
	887,455	833,628
利息費用(計入財務費用)(附註8)	77,586	79,139
與短期租賃相關的費用(計入商品營業成本和一般及行政開支)	586,316	631,688
與上述未作為短期租賃列示的低價值資產租賃有關的費用		
(計入經營費用和一般及行政開支)	14,067	12,170
與未計入租賃負債的可變租賃付款相關的費用		
(計入經營費用和一般及行政開支)	295,162	222,061

截至2026年及2025年6月30日止六個月，租賃現金流出總額分別約為人民幣1,702,118,000元及人民幣1,682,864,000元。

14. 無形資產

	未經審計 於6月30日 2026年 人民幣千元	經審計 於12月31日 2025年 人民幣千元
商譽	31,576,620	34,256,859
商標權	6,554,961	6,998,188
專利和非專利技術	2,285,951	2,514,562
其他	3,318,279	3,724,291
	43,735,811	47,493,900

(a) 本集團的無形資產攤銷確認如下：

	未經審計 截至6月30日止六個月 2026年 人民幣千元	2025年 人民幣千元
營業成本	583,684	498,560
一般及行政開支	86,793	75,460
研發開支	7,663	5,262
	678,140	579,282

15. 預付款項、其他應收款項和其他資產

	未經審計 於6月30日 2026年 人民幣千元	經審計 於12月31日 2025年 人民幣千元
預付款項及其他資產		
預付款項(a)	5,858,779	4,757,531
可抵扣增值稅	6,708,447	9,039,873
其他	11,904,467	13,188,516
	24,471,693	26,985,920
減：非流動部分	(3,248,399)	(3,250,682)
	21,223,294	23,735,238
其他應收款項及其他資產		
其他應收款項	3,249,750	3,254,887
長期應收款項(b)	437,584	409,635
期貨保證金	3,205,306	2,455,090
	6,892,640	6,119,612
減：減值準備		
— 其他應收款項	(77,129)	(64,296)
— 長期應收款項	(35,376)	(14,299)
	(112,505)	(78,595)
減：非流動部分	(183,012)	(139,663)
	6,597,123	5,901,354
預付款項、其他應收款項及其他資產	27,820,417	29,636,592

(a) 預付款項的非流動部分主要包括預付施工設備。

(b) 長期應收款項主要包括應收融資租賃款項。

16. 以公允價值計量且其變動計入其他綜合收益的貿易應收款項及應收票據

	未經審計 於6月30日 2026年 人民幣千元	經審計 於12月31日 2025年 人民幣千元
以公允價值計量且其變動計入其他綜合收益的 貿易應收款項及應收票據	7,659,731	14,935,344

以公允價值計量且其變動計入其他綜合收益的貿易應收款項及應收票據，主要是為日常資金管理目的而劃轉、貼現和背書的銀行承兌票據，具備終止確認條件。

本集團採用簡化方法就國際財務報告準則第9號規定的預期信貸損失計提撥備。

17. 應收貸款

	未經審計 於6月30日 2026年 人民幣千元	經審計 於12月31日 2025年 人民幣千元
個人應收貸款	668,472	708,140
企業應收貸款	14,574,408	11,960,850
減：減值準備	15,242,880 (313,534)	12,668,990 (267,525)
減：非流動部分	14,929,346 (448,686)	12,401,465 (622,248)
	14,480,660	11,779,217

17. 應收貸款 (續)

按持有的抵押品類型劃分：

	未經審計 於6月30日 2026年 人民幣千元	經審計 於12月31日 2025年 人民幣千元
無抵押貸款	739,296	705,269
擔保貸款	827,481	685,761
質押貸款	13,676,103	11,277,960
	15,242,880	12,668,990

應收貸款的減值損失按照12個月或整個存續期的預期信貸損失計量。在此基礎上，本集團的應收貸款主要集中於第一階段。

18. 對聯營及合營企業的投資

對聯營及合營企業的投資變動情況分析如下：

	未經審計 截至6月30日止六個月 2026年 人民幣千元	2025年 人民幣千元
期初	4,775,044	5,223,478
增加和轉換	371,855	35,304
處置	(374,182)	(4,000)
應佔利潤份額，淨額	510,025	469,118
應佔其他綜合收益／(虧損)份額	21,775	(38,872)
應佔其他股權變動份額	(2,873)	(175)
股息	(580,775)	(205,641)
貨幣折算差額	(27,053)	5,073
	4,693,816	5,484,285
減：減值損失	(65,582)	—
期末	4,628,234	5,484,285

18. 對聯營及合營企業的投資 (續)

本集團對聯營及合營企業的投資主要包括對廣東順德農村商業銀行股份有限公司和開利美的北美公司的投資。

董事認為，截至2026年6月30日，本集團不存在對集團有重大影響的聯營或合營企業。

19. 以攤銷成本計量的其他金融資產

	未經審計 於6月30日 2026年 人民幣千元	經審計 於12月31日 2025年 人民幣千元
固定收益金融產品	227,742,569	211,078,087
減：非流動部分	(69,005,745)	(54,288,425)
	158,736,824	156,789,662

於2026年6月30日及2025年12月31日，本集團的固定收益類金融產品主要包括存放在金融機構的初始期限在一年以上的定期銀行存款、定制型存款和存單，以攤銷成本進行後續計量。

於2026年6月30日及2025年12月31日，若干以攤銷成本計量的其他金融資產被抵押作為應付票據的保證金。

以攤銷成本計量的其他金融資產適用國際財務報告準則第9號的減值評估。於2026年6月30日及2025年12月31日，已識別的減值損失並不重大。

20. 以公允價值計量且其變動計入當期損益的其他金融資產和以公允價值計量且其變動計入其他綜合收益的其他金融資產

(a) 以公允價值計量且其變動計入當期損益的其他金融資產

	未經審計 於6月30日 2026年 人民幣千元	經審計 於12月31日 2025年 人民幣千元
非流動：		
— 股權證券(a)	7,269,509	4,437,255
流動：		
— 結構性存款	3,017,637	150,013
— 上市證券	109,899	496,261
— 其他	28,155	64,443
	3,155,691	710,717
	10,425,200	5,147,972

(a) 股權證券主要包括非上市證券，其公允價值根據不可觀察輸入值使用估值技術計量，因此在公允價值層級中分類為第3層。

(b) 以公允價值計量且其變動計入其他綜合收益的其他金融資產

	未經審計 於6月30日 2026年 人民幣千元	經審計 於12月31日 2025年 人民幣千元
非流動：		
— 股權證券	29,672	29,901

以公允價值計量且其變動計入其他綜合收益的其他金融資產適用國際財務報告準則第9號的減值規定。於2026年6月30日及2025年12月31日，已識別的減值損失並不重大。

21. 衍生金融工具

	未經審計 於6月30日 2026年 人民幣千元	經審計 於12月31日 2025年 人民幣千元
資產：		
－ 交叉貨幣利率互換－持作交易	125,921	358,900
－ 外匯及期貨合同－用於套期(a)	68,655	746,305
－ 其他－持作交易(b)	4,654,512	2,213,093
	4,849,088	3,318,298
減：非流動部分	－	(348,834)
	4,849,088	2,969,464
負債：		
－ 交叉貨幣利率互換－持作交易	3,332	92,008
－ 外匯及期貨合同－用於套期(a)	214,267	21,480
－ 其他－持作交易(b)	915,394	850,959
	1,132,993	964,447
減：非流動部分	(3,332)	(92,008)
	1,129,661	872,439

(a) 外匯及期貨合同主要包括遠期外匯合同、外匯期權及期貨合同。

(b) 其他主要包括外匯遠期、外匯期權、期貨合同及交叉貨幣互換。

22. 存貨

	未經審計 於6月30日 2026年 人民幣千元	經審計 於12月31日 2025年 人民幣千元
產成品	40,856,995	47,835,452
原材料	10,881,124	12,104,641
在產品	3,129,040	4,235,990
委託加工材料	401,623	446,794
合同履行成本	1,186,447	1,105,308
	56,455,229	65,728,185
減：減值損失撥備	(1,014,260)	(1,099,351)
	55,440,969	64,628,834

23. 合同資產

	未經審計 於6月30日 2026年 人民幣千元	經審計 於12月31日 2025年 人民幣千元
合同資產(i)	6,229,781	4,346,255
減：信貸損失撥備	(105,061)	(77,754)
	6,124,720	4,268,501

(i) 合同資產主要與機器人與自動化系統搭建服務有關。

(a) 本集團按照國際財務報告準則第9號採用簡化方法計提預期信貸損失。

24. 以攤銷成本計量的貿易應收款項及應收票據

	未經審計 於6月30日 2026年 人民幣千元	經審計 於12月31日 2025年 人民幣千元
貿易應收款項及應收票據		
— 貿易應收款項	64,042,458	42,169,868
— 應收票據	6,296,132	5,310,603
	70,338,590	47,480,471
減：信貸損失撥備		
— 貿易應收款項	(2,087,632)	(1,719,771)
— 應收票據	(61,814)	(63,840)
	(2,149,446)	(1,783,611)
	68,189,144	45,696,860

- (a) 本集團根據不同的市場和業務情境，針對不同的業務經營情況制定了不同的信貸政策。根據發票日期對貿易應收款項的賬齡分析如下：

	未經審計 於6月30日 2026年 人民幣千元	經審計 於12月31日 2025年 人民幣千元
三個月以內	51,854,953	33,445,481
三至六個月	6,416,241	3,989,458
六個月至一年	3,021,431	2,447,480
一至兩年	1,370,996	937,373
兩年以上	1,378,837	1,350,076
	64,042,458	42,169,868

24. 以攤銷成本計量的貿易應收款項及應收票據(續)

(a) (續)

本集團擁有諸多客戶，因此貿易應收款項的信貨風險並不集中。

若干以攤銷成本計量的貿易應收款項及應收票據已分別於2026年6月30日及2025年12月31日質押用於銀行貸款融資、應收票據貼現及應付票據開具。

(b) 本集團按照國際財務報告準則第9號採用簡化方法計提預期信貸損失。

(c) 貿易應收款項的賬面價值與其公允價值相若。應收款項減值準備的計提及轉回已計入損益表。在撥備賬戶中扣除的數額在預期無法收回時撤銷。

報告日的最大信貸風險敞口為上述各類應收款項的賬面價值。

25. 現金及現金等價物、定期存款及受限制現金

(a) 現金及現金等價物

	未經審計 於6月30日 2026年 人民幣千元	經審計 於12月31日 2025年 人民幣千元
銀行及手頭現金	73,378,712	67,487,046
初始期限在三個月內的短期銀行存款	640,649	699,164
其他存放金融機構的存款	594,883	322,460
	74,614,244	68,508,670

25. 現金及現金等價物、定期存款及受限制現金(續)

(b) 定期存款和受限制現金

	未經審計 於6月30日 2026年 人民幣千元	經審計 於12月31日 2025年 人民幣千元
銀行定期存款(i)	8,496,066	11,942,612
保證金(ii)	5,257,097	3,964,169
中央銀行法定存款準備金	2,172,615	751,376
應收利息	102,761	80,323
	16,028,539	16,738,480

(i) 銀行定期存款是指原始到期日超過三個月且到期期限在一年內的銀行存款。

(ii) 保證金主要包括銀行承兌匯票、保函和信貸證的保證金。

26. 借款

	未經審計 於2026年6月30日			經審計 於2025年12月31日		
	流動 人民幣千元	非流動 人民幣千元	總計 人民幣千元	流動 人民幣千元	非流動 人民幣千元	總計 人民幣千元
抵押 銀行貸款	27,414,080	315,000	27,729,080	19,503,017	146,156	19,649,173
無抵押 銀行貸款	20,465,633	15,102,300	35,567,933	28,828,004	12,512,687	41,340,691
債券	10,364,493	6,665,757	17,030,250	–	3,194,774	3,194,774
無抵押借款總額	30,830,126	21,768,057	52,598,183	28,828,004	15,707,461	44,535,465
借款總額	58,244,206	22,083,057	80,327,263	48,331,021	15,853,617	64,184,638

26. 借款 (續)

- (a) 於2026年6月30日及2025年12月31日，主要的短期借款的年利率區間分別為0.50%至4.55%及0.70%至5.04%。

於2026年6月30日及2025年12月31日，主要的長期借款的年利率區間分別為1.80%至3.65%及1.80%至3.65%。

- (b) 於2026年6月30日及2025年12月31日，本集團借款的償還期如下：

	未經審計 於6月30日 2026年 人民幣千元	經審計 於12月31日 2025年 人民幣千元
一年以內	58,244,206	48,331,021
一至兩年	2,561,401	6,306,803
兩至五年	12,733,900	9,422,026
五年以上	6,787,756	124,788
	80,327,263	64,184,638

- (c) 公允價值

大部分借款的公允價值與其賬面價值沒有重大差異，因為這些借款的利率接近現行市場利率，或借款屬於短期借款。

27. 貿易應付款項及應付票據

	未經審計 於6月30日 2026年 人民幣千元	經審計 於12月31日 2025年 人民幣千元
貿易應付款項及應付票據		
－ 貿易應付款項	109,516,782	103,680,491
－ 應付票據	47,519,044	27,121,881
	157,035,826	130,802,372

於報告期末，根據發票日期對貿易應付款項的賬齡分析如下：

	未經審計 於6月30日 2026年 人民幣千元	經審計 於12月31日 2025年 人民幣千元
三個月以內	85,786,007	93,560,011
三至六個月	18,496,944	5,611,433
六個月至一年	2,808,461	2,211,610
一年以上	2,425,370	2,297,437
	109,516,782	103,680,491

28. 合同負債

	未經審計 於6月30日 2026年 人民幣千元	經審計 於12月31日 2025年 人民幣千元
合同負債		
— 預收貨款及勞務款	41,497,654	43,296,958
— 預收工程款	3,960,463	3,696,102
	45,458,117	46,993,060

- (i) 於2025年12月31日包含在賬面金額中的合同負債超過90%已轉入截至2026年6月30日止六個月的營業收入。

29. 其他應付款項及應計費用

	未經審計 於6月30日 2026年 人民幣千元	經審計 於12月31日 2025年 人民幣千元
應計銷售返利	56,972,705	52,952,866
應計市場推廣及運輸費	11,858,154	9,451,890
薪金、工資及福利	7,676,877	11,022,310
未終止確認且尚未到期的已背書應收票據	3,142,116	2,518,105
其他應付稅款	3,039,740	2,678,872
其他應付款項(a)	6,340,917	4,823,476
其他	26,188,146	28,823,160
	115,218,655	112,270,679
減：非流動部分		
— 薪金、工資及福利	(1,225,911)	(1,376,865)
— 其他	(1,132,988)	(1,230,082)
	112,859,756	109,663,732

- (a) 其他應付款項主要包括限制性股票回購義務、贖回負債及押金。

30. 以公允價值計量且其變動計入當期損益的其他金融負債

	未經審計 於6月30日 2026年 人民幣千元	經審計 於12月31日 2025年 人民幣千元
對基金投資者的負債	565,372	706,439

31. 遞延收益

	未經審計 於6月30日 2026年 人民幣千元	經審計 於12月31日 2025年 人民幣千元
政府補助	2,883,271	2,638,278

32. 股本

	未經審計 截至2026年6月30日止六個月		
	國內上市A股 人民幣千元	境外上市H股 人民幣千元	股份數目 千股
期初	6,946,296	650,849	7,597,145
根據股份計劃發行股份	16,294	—	16,294
期末	6,962,590	650,849	7,613,439

32. 股本 (續)

	未經審計 截至2025年6月30日止六個月		
	國內上市A股 人民幣千元	境外上市H股 人民幣千元	股份數目 千股
期初	7,005,107	650,849	7,655,956
根據股份計劃發行股份	22,782	—	22,782
註銷股份	(11,091)	—	(11,091)
根據股份計劃註銷的庫存股	(1,493)	—	(1,493)
期末	7,015,305	650,849	7,666,154

(a) 股份計劃係指本公司授予的股票期權激勵計劃、限制性股票激勵計劃及職工持股計劃。

33. 庫存股

	未經審計 截至6月30日止六個月	
	2026年 人民幣千元	2025年 人民幣千元
期初	8,151,117	5,728,446
為股份計劃而回購股份	1,490,207	2,482,781
回購股份 (擬註銷)	5,476,600	—
註銷股份	—	(814,851)
轉讓給受讓人或根據股份計劃註銷的庫存股	—	(174,503)
期末	15,117,924	7,221,873

33. 庫存股 (續)

- (i) 於2026年6月30日，本公司庫存股總額約為人民幣15,117,924,000元，主要包括為未來年度擬推出的股份計劃所儲備的庫存股約人民幣5,980,996,000元，以及與尚未達到行權條件的限制性股票激勵計劃和職工持股計劃相關的庫存股約人民幣3,660,328,000元。其餘庫存股來自本公司於截至2026年6月30日止六個月內以總代價人民幣5,476,600,000元回購的68,679,031股普通股。該批回購股份原擬用於股份支付安排，董事會已於2026年4月29日批准將其擬定用途變更為註銷。由於相關註銷手續於2026年6月30日尚未完成，故該部分股份於報告日仍列作庫存股。
- (ii) 於2025年12月31日，庫存股主要包括用於未來年度股份計劃的庫存股約人民幣4,490,789,000元，以及尚未達到行權條件的限制性股票激勵計劃和職工持股計劃約人民幣3,660,328,000元，共計約人民幣8,151,117,000元。

34. 保留溢利

	未經審計	
	截至6月30日止六個月	
	2026年 人民幣千元	2025年 人民幣千元
期初	167,227,785	153,591,297
淨利潤	26,446,037	26,013,690
股息	(28,389,299)	(26,714,435)
劃撥至一般儲備(附註35)	(148,231)	(209,880)
轉回一般儲備(附註35)	4,572	3,844
期末	165,140,864	152,684,516

35. 儲備

截至2026年6月30日止六個月	未經審計								總計 人民幣千元
	股份支付 儲備	股本溢價	法定盈餘 公積金	一般儲備	專項儲備	套期儲備	外幣匯兌	其他儲備	
	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	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	
於2026年1月1日	1,209,662	41,840,397	10,702,928	935,764	26,600	533,820	(1,191,451)	2,489,772	56,547,492
劃撥至一般儲備	-	-	-	148,231	-	-	-	-	148,231
轉回一般儲備	-	-	-	(4,572)	-	-	-	-	(4,572)
劃撥至專項儲備	-	-	-	-	1,239	-	-	-	1,239
使用專項儲備	-	-	-	-	(1,173)	-	-	-	(1,173)
股份支付：									
— 以股份為基礎的薪酬費用	466,319	-	-	-	-	-	-	-	466,319
— 行使股票期權	(267,827)	1,210,957	-	-	-	-	-	-	943,130
— 其他股份計劃的行使或失效	(752)	19,862	-	-	-	-	-	-	19,110
已發行可轉換債券的權益部分	-	-	-	-	-	-	-	1,079,497	1,079,497
應佔聯營及合營企業投資的其他綜合 收益份額和重分類至損益的其他 綜合收益，稅後淨額	-	-	-	-	-	-	-	21,775	21,775
現金流量套期儲備，稅後淨額	-	-	-	-	-	(661,462)	-	-	(661,462)
設定受益計劃重新計量，稅後淨額	-	-	-	-	-	-	-	31,983	31,983
貨幣折算差額	-	-	-	-	-	-	(3,364,020)	-	(3,364,020)
其他	-	-	-	-	-	-	-	(2,873)	(2,873)
於2026年6月30日	1,407,402	43,071,216	10,702,928	1,079,423	26,666	(127,642)	(4,555,471)	3,620,154	55,224,676

35. 儲備 (續)

截至2025年6月30日止六個月	未經審計								總計 人民幣千元
	股份 支付儲備	股本溢價	法定盈餘 公積金	一般儲備	專項儲備	套期儲備	外幣匯兌	其他儲備	
	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	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	
於2025年1月1日	1,644,020	46,347,283	10,702,928	1,107,801	18,275	199,158	(780,683)	1,992,505	61,231,287
劃撥至一般儲備	-	-	-	209,880	-	-	-	-	209,880
轉回一般儲備	-	-	-	(3,844)	-	-	-	-	(3,844)
劃撥至專項儲備	-	-	-	-	2,133	-	-	-	2,133
使用專項儲備	-	-	-	-	(926)	-	-	-	(926)
註銷股份	-	(803,760)	-	-	-	-	-	-	(803,760)
股份支付：									
— 以股份為基礎的薪酬費用	539,448	-	-	-	-	-	-	-	539,448
— 行使股票期權	(342,349)	1,761,217	-	-	-	-	-	-	1,418,868
— 其他股份計劃的行使或失效	-	(112,539)	-	-	-	-	-	-	(112,539)
應佔聯營及合營企業投資的其他綜合 收益份額和重分類至損益的其他									
綜合收益，稅後淨額	-	-	-	-	-	-	-	(38,872)	(38,872)
現金流量套期儲備，稅後淨額	-	-	-	-	-	(128,594)	-	-	(128,594)
套期儲備成本，稅後淨額	-	-	-	-	-	(43,454)	-	-	(43,454)
設定受益計劃重新計量，稅後淨額	-	-	-	-	-	-	-	22,288	22,288
以公允價值計量且其變動計入其他綜合 收益的其他金融資產，稅後淨額									
— 公允價值變動	-	-	-	-	-	-	-	(2)	(2)
貨幣折算差額	-	-	-	-	-	-	385,597	-	385,597
與非控股權益的交易 (附註38)	-	-	-	-	-	-	-	628,504	628,504
企業合併	-	-	-	-	6,899	-	-	(334,154)	(327,255)
其他	-	4,823	-	-	-	-	-	(2,352)	2,471
於2025年6月30日	1,841,119	47,197,024	10,702,928	1,313,837	26,381	27,110	(395,086)	2,267,917	62,981,230

36. 簡明合併現金流量表附註

(a) 除所得稅前利潤調整為經營產生的現金淨額：

	未經審計	
	截至6月30日止六個月	
	2026年 人民幣千元	2025年 人民幣千元
本期除所得稅前利潤	31,844,556	31,343,289
調整項目：		
利息收入(附註5)	(3,189,121)	(3,993,492)
財務費用－淨額(附註8)	343,511	1,491,869
非流動資產折舊及攤銷(附註7)	5,002,775	4,270,742
處置物業、廠房、設備及其他長期資產的虧損淨額(附註6)	178,365	20,653
金融資產及合同資產減值損失淨額	634,473	356,526
對聯營企業投資的減值準備	65,582	—
商譽、存貨及其他資產減值準備	1,559,216	356,196
應佔聯營及合營企業利潤淨額(附註18)	(510,025)	(469,118)
金融工具(收益)／虧損淨額(附註6)	(6,798,533)	1,189,078
外匯及處置其他資產的虧損／(收益)淨額	3,149,823	(825,327)
以股份為基礎的薪酬費用及其他	485,173	559,219
運營資金變動：		
貿易應收款項及應收票據增加	(18,607,363)	(15,558,919)
合同資產增加	(1,806,552)	(167,368)
應收貸款增加	(2,573,890)	(2,506,881)
存貨減少	9,062,647	13,680,715
貿易應付款項及應付票據增加	27,216,548	11,776,607
合同負債減少	(1,524,498)	(10,522,912)
其他應付款項及應計費用增加	552,371	9,966,174
其他資產及負債變動	(2,094,788)	1,306,363
經營產生的現金	42,990,270	42,273,414

37. 關聯方交易

(a) 母公司

公司名稱	類型	註冊成立地	所有權權益	
			於6月30日 2026年	於12月31日 2025年
美的控股有限公司	最終母公司	佛山	28.49%	28.55%

本公司的最終控股公司為美的控股有限公司，最終控制人為何享健先生。

(b) 關聯方名稱及關係

關聯方是指通過擁有對被投資方的權力而有能力控制、共同控制或對另一方施加重大影響的各方；因參與被投資方而承擔可變回報的風險或享有可變回報的權益，並有能力透過其對被投資方的權力影響此等回報。受共同控制或聯合控制的雙方也構成關聯方。關聯方可以是個人或其他主體。

除本報告所披露的內容外，本公司董事認為，以下各方為本集團重要關聯方，截至2026年及2025年6月30日止六個月與本集團存在交易或交易餘額：

關聯方名稱	與本集團的關係
會通新材料股份有限公司及其子公司	由本公司最終控股股東直係親屬控制
美的置業控股有限公司及其子公司	由本公司最終控股股東控制
開利全球企業及其子公司	主要子公司的重要股東的控股公司及其子公司

37. 關聯方交易 (續)

(c) 關聯方交易

除本報告所披露的內容外，截至2026年及2025年6月30日止六個月，本集團與其關聯方之間進行了以下交易。本公司董事認為，關聯方交易均於日常業務過程中按本集團及相關關聯方約定條款進行。

	未經審計	
	截至6月30日止六個月	
	2026年 人民幣千元	2025年 人民幣千元
購買商品及服務：		
由本公司最終控股股東直係親屬控制	794,197	715,077
本集團之聯營及合營企業	2,652,486	595,431
主要子公司的重要股東的控股公司及其子公司	226,368	370,778
由本公司最終控股股東控制	41,526	29,822
	3,714,577	1,711,108
銷售商品及提供服務：		
主要子公司的重要股東的控股公司及其子公司	3,351,522	3,484,900
本集團之聯營及合營企業	1,380,609	753,805
由本公司最終控股股東控制	76,234	64,494
由本公司最終控股股東直係親屬控制	71,751	52,724
	4,880,116	4,355,923
利息收入：		
本集團之聯營及合營企業	100,240	99,786
股息收入：		
本集團之聯營及合營企業 (附註18)	580,775	205,641

37. 關聯方交易 (續)

(d) 與關聯方的餘額

	未經審計 於6月30日 2026年 人民幣千元	經審計 於12月31日 2025年 人民幣千元
現金及現金等價物		
本集團之聯營及合營企業	1,624,354	627,929
以攤銷成本計量的其他金融資產		
本集團之聯營及合營企業	2,644,483	6,294,127
以攤銷成本計量的貿易應收款項及應收票據		
主要子公司的重要股東的控股公司及其子公司	1,365,918	329,555
本集團之聯營及合營企業	423,863	347,652
由本公司最終控股股東控制	42,164	34,767
由本公司最終控股股東直係親屬控制	21,313	5,977
	1,853,258	717,951
貿易應付款項及應付票據		
主要子公司的重要股東的控股公司及其子公司	81,155	151,294
本集團之聯營及合營企業	305,999	260,941
由本公司最終控股股東直係親屬控制	99,912	163,517
由本公司最終控股股東控制	1,796	2,483
	488,862	578,235

37. 關聯方交易 (續)

(d) 與關聯方的餘額 (續)

	未經審計 於6月30日 2026年 人民幣千元	經審計 於12月31日 2025年 人民幣千元
合同負債		
由本公司最終控股股東控制	3,425	3,936
由本公司最終控股股東直係親屬控制	381	7,969
本集團之聯營及合營企業	32,594	40,298
主要子公司的重要股東的控股公司及其子公司	13,537	86,982
	49,937	139,185
其他應付款項及應計費用		
由本公司最終控股股東控制	2,945	5,073
由本公司最終控股股東直係親屬控制	942	1,905
本集團之聯營及合營企業	5,070	5,719
	8,957	12,697
預付款項、其他應收款項及其他資產		
本集團之聯營及合營企業	1,182	2,923
由本公司最終控股股東控制	11,225	2,180
由本公司最終控股股東直係親屬控制	10,272	2,304
主要子公司的重要股東的控股公司及其子公司	213	205
	22,892	7,612

37. 關聯方交易 (續)

(e) 關鍵管理人員薪酬

	未經審計 截至6月30日止六個月	
	2026年 人民幣千元	2025年 人民幣千元
關鍵管理人員薪酬	114,626	124,254

38. 或有負債

於2026年6月30日，本公司擁有51%股權的巴西子公司所涉及的部分稅務糾紛案件的最高潛在虧損金額約5.59億巴西雷亞爾(折合人民幣約7.35億元)，部分案件已延續超過10年。上述金額包括本金、罰款及利息等。根據收購前本公司與巴西子公司原股東(「原股東」)簽訂的協議，原股東已承諾依據上述稅務糾紛案件的裁決結果，對本公司作出賠付。於2026年6月30日，原股東剩餘賠償承擔額最高約1.31億巴西雷亞爾(折合人民幣約1.73億元)。截至本報告日，相關案件仍在審理中。根據與本集團外部法律顧問的諮詢，集團管理層認為敗訴的可能性較低。因此，管理層已基於最佳估計作出適當撥備。

39. 承諾

	未經審計 於6月30日 2026年 人民幣千元	經審計 於12月31日 2025年 人民幣千元
已訂約但未撥備的物業、廠房及設備採購 投資承諾	4,805,381 3,387,443	3,913,097 2,213
	8,192,824	3,915,310

40. 報告期後事項

除本報告其他章節披露的事項外，於2026年6月30日後並無發生可能導致本中期財務資料需作出調整或額外披露的重大事項。

The Midea logo is centered in the image. It features a white circular icon on the left, which contains a stylized, curved line resembling a partial circle or a wave. To the right of this icon, the word "Midea" is written in a clean, white, sans-serif typeface. The entire logo is set against a background of a vast desert landscape with undulating sand dunes under a clear blue sky.

Midea