美的集团财务综合分析报告

**摘要**

美的集团在中国家用电器行业内处于第一的位置，本篇分析报告对其公司结构、核心竞争力和财务状况进行分析，发现其能够成为行业巨头的原因所在，同时分析可能存在的不足之处，提出改进建议。

1. **公司的基本信息**
2. 、公司的发展沿革

美的集团股份有限公司及其子公司主要业务为家用电器、电机及其零部件的生产及销售，以及物流配送；其他业务包括家电原材料销售、批发及加工业务，以及从事吸收存款、同业拆借、消费信贷、买方信贷及融资租赁等金融业务。

　　美的集团由广东美的集团股份有限公司工会委员会发起设立，于2000年4月7日在佛山市顺德区市场安全监管局登记注册，注册地和总部位于广东省佛山市；于2011年12月31日整体变更为股份有限公司；于2013年7月29日经核准，吸收合并原于深圳证券交易所上市的广东美的电器股份有限公司；于2013年9月18日美的集团股票在深圳证券交易所挂牌交易。

　　于2017年6月30日，美的集团注册资本为6,519,637,198元，股份总数6,519,637,198股。其中有限售条件的流通A股211,676,460股，无限售条件的流通A股6,307,960,738股。

　　于2018年12月31日，美的集团注册资本为6,663,030,506元，股本为6,663,030,506元，股份总数6,663,030,506股。其中有限售条件的流通A股147,174,760股，无限售条件的流通A股6,515,855,746股。

　　于2019年12月31日，美的集团股本为6,971,899,574元，股份总数6,971,899,574股。其中有限售条件的流通A股165,402,513股，无限售条件的流通A股6,806,497,061股。本年股本增加主要因换股吸收合并无锡小天鹅股份有限公司。

　　于2020年6月30日，美的集团股本为7,009,745,930元，股份总数7,009,745,930股。其中有限售条件的流通A股151,821,131股，无限售条件的流通A股6,857,924,799股。

　　于2021年6月30日，美的集团股本为7,048,148,178元，股份总数7,048,148,178股。其中有限售条件的流通A股160,823,545股，无限售条件的流通A股6,887,324,633股。

于 2021年 12月 31日，美的集团股本为 6,986,563,844元，股份总数6,986,563,844股。其中有限售条件的流通A股156,538,881股，无限售条件的流通A股6,830,024,963股。

（2）、公司设立或发展中的核心关键人物以及其主要经营理念

何享健作为美的集团创始人，2000年4月起，担任美的公司控股股东董事长及总经理，后为董事局主席。2012年8月25日下午，美的集团在深交所发布公告称，何享健将卸任美的集团董事长，现任美的电器董事长方洪波接任集团董事长一职。何享健仍旧继续担任美的集团控股股东。2018年10月，何享健被中央统战部、全国工商联推荐宣传为改革开放40年百名杰出民营企业家。目前何享健仍持有美的集团股份有限公司29.82%股份比例，持有美的控股有限公司94.55%股份比例。

在企业战略方面，何享健咬定家电这一领域，坚持走相关多元化、绝不盲目多元化之路。何享健表示，“美的成功的一点，就在于至今经营理念把握得清晰，从不乱搞多元化。一来自古搞多元化企业的，成功案例不多。二来美的暂时还不具备搞多元化的能力，第三，美的从上世纪90年代以来，我们明确集中资源做专业化的白色家电市场。这是我们做强的关键因素。”

在产品战略方面，何享健的理念是要做就要做到前三名，才能保证市场占有率，才能使企业盈利。这一理念贯彻了美的集团产品业务发展的始终。

何享健始终秉承“唯一的不变就是变”的创新变革理念，敢闯敢试，勇于挑战，大力推行企业内部股份制改革，使美的成为我国第一家由乡镇企业改组而成的上市公司。积极实行股东、董事会、经营团队分设的经营模式，开创了民营企业股权改制、股权激励、职业经理人和现代化企业改革等先河。带领美的集团从一个街办塑料生产组，发展壮大为海内外拥有15万名员工、近200家子公司、60多个海外分支机构、市值近3000亿元的科技集团，进入世界500强。创立慈善基金，投入10余亿元，开展扶贫、救灾、养老、教育等公益慈善事业。

美的集团作为民营企业，在领导权过度继承方面，面临着家族化和公众化两个选择，领导权的平稳传承很大程度影响着企业的未来发展。在面对这个问题时，何享健做得很好，钟振楠（2020）认为，美的集团通过完善公司治理，构建职业经理人培养体系和实施有效的激励措施较好的做到了对继任者的激励与监督，协调了前后任领导人之间的利益，使得何享健家族享有企业收益权和重大事项的决策权，方洪波全面领导企业经营的模式得以平稳运行。

（3）、公司的治理结构

1、所有权和经营权分离

美的集团授予专业的职业经理人以公司的运营决策权，形成更符合现代企业经营管理的理念，使企业的运作更加符合市场规则。

1. 董事会相对独立

何享健卸任董事长之后，美的建立了股东、董事会和管理层的分立治理机制，从而使得公司的治理结构进一步完善。美的集团基本上形成了以董事会为核心，所有利益分配聚焦在集团层面的公司治理结构。

1. 股权结构

美的集团引入了战略投资者，使得原本由何享健家族持有的大量股份分散，使大股东之间可以相互制衡。目前美的控股有限公司持有股份占总股本30.99%。

1. **公司所在行业以及行业发展概况**
2. 、公司所在行业

美的集团所在行业为：家用电器行业。

1. 、行业发展相关的统计数据

数据显示，2020年我国家电市场零售额规模达到8333亿元，在疫情冲击之下显示出较强的韧性；电商渠道对家电零售的贡献率首次超过50%，网络零售对家电消费的促进作用进一步提升；高端产品、生活家电大幅增长，有效促进了消费升级和产业转型。2021年中国家电市场零售额出现回暖，零售额达7603亿元，但相较2019年仍下降7.4%。

2021年家电线下市场高端产品占比持续提升，前四品类为冰箱、彩电、清洁电器、洗衣机，高端产品占比分别为60.7%、59.7%、55.9%、55.5%。

2021年，中国家电产业生产规模持续稳居世界首位。其中，空调、冰箱、洗衣机的出口量较去年同期均有所上升，彩电出口量较同期略有下降。数据显示，2021年中国家电进口数量达3477万台，同比增长1.9%；进口金额达30.74亿美元，同比增长1.9%。家电出口数量达387341万台，同比增长10.1%；出口金额达987.22亿美元，同比增长22.3%。

1. 、行业趋势预测

1、健康化

随着消费者更深层次的需求被释放，健康概念是消费者最为关注，也是厂商推广中力度最大的一类产品。目前在白电市场上，冰箱的除菌概念、分类存贮;洗衣机的双桶分类洗、高温杀菌;空调的自清洁等与健康高度相关的产品将受到更多消费者的青睐。

2、个性化

在家电消费市场上，消费者对产品的功能性和个性化等需求大大提高，未来智能家电产品的研发生产方向将从单一实用主义逐渐向个性化、可定制化发展，使得其成为带有消费者个性的家居用品，而非简单的家电产品。另外，随着互联网技术的发展，家电产品在更多地嵌入具有互联网功能的模块，实现WIFI联网控制等智能化功能的同时实现家电的个性化，满足不同人群的消费需求。

3、市场需求不断扩大

随着人们生活水平的不断提高，家电智能化的发展，未来智能家电市场将不断加速发展，市场需求持续扩大。特别是近年来随着农村市场的开拓，家电下乡等影响下，农村智能家电市场规模也随之不断扩大。未来几年农村智能家电市场仍有扩大的空间。

4、行业格局进一步优化

当前随着中国消费者收入水平的提升，消费能力逐步提高，消费者的品牌意识越来越强，对于产品质量和品质的要求也在逐步提升。未来智能家电产品结构必将发生变化，高端产品的占比将会逐步提升，品牌集中度也将得到提高，龙头企业的优势将会进一步扩大。

1. **公司的主营业务内容以及发展**
2. 、公司的主营业务的内容

美的是一家覆盖智能家居事业群、工业技术事业群、楼宇科技事业部、机器人与自动化事业部和数字化创新业务五大业务板块的全球化科技集团。其中，智能家居事业群，作为智慧家电、智慧家居及周边相关产业和生态链的经营主体，承担面向终端用户的智能化场景搭建，用户运营和数据价值发掘，致力于为终端用户提供最佳体验的全屋智能家居及服务；工业技术事业群，具备专业化研发、生产、销售压缩机、电机、芯片、变频器、伺服系统和散热模块等高精密核心部件产品的能力，拥有美芝、威灵、美仁、东芝、合康、日业、高创和东菱等多个品牌，产品广泛应用于家用电器、3C产品、新能源汽车和工业自动化等领域；楼宇科技事业部为负责楼宇产品、服务及相关产业的经营主体；机器人与自动化事业部，主要围绕未来工厂相关领域，提供包括工业机器人、物流自动化系统及传输系统解决方案，以及面向医疗、娱乐、新消费领域的相关解决方案等；数字化创新业务主要包括以智能供应链、工业互联网等在美的集团商业模式变革中孵化出的新型业务，可为企业数字化转型提供软件服务、无人零售解决方案和生产性服务等，还包括从事影像类医疗器械产品和相关服务的万东医疗。

截至2022年初，美的已有四家工厂获得世界经济论坛“灯塔工厂”荣誉，分别覆盖空调、微波炉、冰箱和洗衣机等品类生产线，充分展现美的在全球制造行业领先的智能制造和数字化水平。

1. 、公司的主营业务在行业的地位

美的主营业务在行业排名第一。

2021年，美的营业总收入为3434亿，行业内第二的格力空调营业总收入为1897亿。美的净利润为285.7亿，格力净利润为230.6亿。美的的研发费用为120亿，是格力的两倍。虽然暂时没有突破性的研究进展，但在高达两倍的研发投入之下，美的与格力的技术差距大概率将随着时间扩大，有助于美的进一步巩固其在行业内的霸主地位。目前美的集团以中央研究院为核心，完善事业部四级研发体系，关注先行研究体系构建，布局中长期技术储备。

（3）、公司的核心竞争力

美的集团的核心竞争力是其拥有的核心零部件的技术，以及美的拥有的市场占有率和家喻户晓的知名度。相较于其最大竞争对手格力，美的集团的公司治理结构，也是其较大优势所在。

美的掌握了压缩机、电机等核心零部件环节，分别由美芝公司和威灵电机公司来承接，经过2015年7月的组织架构调整，目前整合为美的部品事业部。

美芝公司创建于1995年，在国内有四大制造基地，是一家专业化研发、生产、销售空调用旋转式压缩机、往复球承式冰箱压缩机的大型中日合资企业，由美的集团控股、日本东芝开利株式会社参股组建而成。

根据产业在线数据，2018冷年转子压缩机产量2.12亿台，销量2.11亿台，其中美芝总产能7500万台，销量接近7000万台，内销市场份额达到34.6%，较第二名凌达市场份额高7.6%，处于绝对领先地位。

美芝压缩机不仅用于美的内部空调生产，还外销给其他空调企业，如奥克斯与美芝签订了压缩机《五年战略合作协议》，2017年奥克斯65%的压缩机来自美芝。

威灵电机公司创建于1992年，前身是美的空调公司的电机车间，后引进日本芝浦公司技术开始生产空调塑封电机，后又引进意大利梅若尼公司技术生产滚筒洗衣机的串机电机。

目前威灵电机在国内拥有广东顺德、安徽芜湖、江苏淮安、江苏常州四大电机制造基地、六个工厂，分别辐射华南（及出口）和华东区域，已成为全球最大的空调电机、洗衣机电机制造商。

威灵电机年产能超过2.2亿台。主要客户包括较多全球知名的家电制造商，如惠而浦、伊莱克斯、海信、奥克斯等。在空调电机领域，威灵与凯邦这两大自供巨头的产量合计占比已经超过50%，产业大格局非常稳定。

以空调为例，空调的核心零部件是压缩机、热交换器（蒸发器、冷凝器）、膨胀阀等。以奥克斯公布的空调成本数据估算，压缩机、电机、铜材、铝箔、钣材、ABS塑料合计占据空调总营业成本的60%以上，其中压缩机和电机的成本占比达到32%。美的掌握空调产业链上游最大的压缩机和电机生产线，不仅降低了自身空调的生产成本，同时对整个空调产业链都有很强的话语权。

同时，美的通过广告营销，并且自身实力过硬，已经成为中国家喻户晓的家电品牌，目前已经牢牢占住行业第一的宝座。加上美的拥有的合理的治理结构，使得投资者更愿意投资美的。将方洪波领导的美的，与董明珠领导的格力进行对比，二者有一个显著的不同：方洪波领导下的美的集团，大多数投资是有逻辑可循的，而董明珠领导的格力电器，投资决策往往取决于董明珠的个人决断。

核心零部件的技术加上合理的公司治理结构，奠定了美的在中国家电行业的霸主地位。

**4、公司综合财务分析**

（1）、公司最近一年的财务分析及主要财务特性

①公司的资产结构分析

股东权益比率：34.75%

该项指标反映所有者提供的资本在总资产中的比重，反映企业基本财务结构是否稳定。美的集团股东权益比率适中，具有良好的抵御外部冲击的能力。

资产负债比率：65.25%

该指标数值处于40%-60%之间较为合适，美的集团略高于60%，说明美的集团扩展经营的能力较强，股东权益的运用越充分，但债务太多，会影响债务的偿还能力。

资本负债比率：187.74%

它比资产负债率这一指标更能准确地揭示企业的偿债能力状况，因为公司只能通过增加资本的途径来降低负债率。资本负债率为200%为一般的警戒线，若超过则应该格外关注。美的集团的资本负债率低于200%，较为良好。

长期负债比率：5.09%

长期负债比率是长期负债与资产总额的比率，从总体上判断企业债务状况的一个指标。长期负债比率20%以下较为安全，美的集团远低于20%。因此在经济衰退时，美的集团面对的额外风险非常小。

股东权益与固定资产比率：588.67%

股东权益与固定资产比率也是衡量公司财务结构稳定性的一个指标。反映购买固定资产所需要的资金有多大比例是来自于所有者资本。

②公司的现金流量分析

经营活动产生的现金净流量：350.92亿

经营活动产生的现金净流量，是企业经营活动的现金流入减去现金流出的余额。美的集团经营活动产生现金净流量为正，说明企业经营活动的现金流充足，自身的造血功能比较强，可以形成自身的现金循环与周转。

投资活动产生的现金净流量：136.00亿

投资活动产生的现金净流量，是企业投资活动的现金流入减去现金流出的余额。美的集团投资活动产生的现金净流量为正，说明企业前期投资的项目比较成功且有了产出，陆续收回了现金，抵减了当期投出的现金。如子公司分红收回的投资等。

筹资活动产生的现金净流量：-312.05亿

筹资活动产生的现金净流量，是企业筹资活动的现金流入减去现金流出的余额。美的集团筹资活动产生的现金净流量为负，说明企业偿还银行贷款或借款，以及支付银行贷款利息的金额大于当期借入的现金总额。

③公司的盈利能力分析

总资产净利润率：7.75%

总资产净利润率反映了企业总资产的利用效率，表示企业每单位资产能获得净利润的数量，这一比率越高，说明企业全部资产的盈利能力越强。美的集团总资产净利润率稍低，表明资产的利用效率不高，说明公司在增加收入资金使用等方面的表现不尽如人意。

销售净利率：8.50%

美的集团的销售净利率比较低，同行业中，格力的销售净利率为12.15%，高出美的3.65%，因此美的集团在扩大销售业务的同时，应注意改进经营管理，提高盈利水平。

净资产收益率：22.88%

美的集团净资产收益率处于优秀水平，说明企业所有者权益的盈利能力强。对所有者来说，投资者投入资本盈利能力强。

④公司的运营能力分析

应收账款周转率：14.33

公司的应收账款在流动资产中具有举足轻重的地位。公司的应收账款如能及时收回，公司的资金使用效率便能大幅提高。良好的应收账款周转率在15左右。美的集团常年都处于良好水平，资金能够及时周转。

存货周转率：6.87

存货周转率是企业一定时期销货成本与平均存货余额的比率。用于反映存货的周转速度，即存货的流动性及存货资金占用量是否合理，促使企业在保证生产经营连续性的同时，提高资金的使用效率，增强企业的短期偿债能力。美的集团存货周转率在行业内处于较高水平，高于格力的4.03。短期偿债能力较强。

总资产周转率：0.91

总资产周转率是综合评价企业全部资产的经营质量和利用效率的重要指标。周转率略小于1，美的集团可以通过薄利多销的办法，加速资产的周转，带来利润绝对额的增加。

流动资产周转率：1.39

流动资产周转率是分析流动资产周转情况的一个综合指标，流动资产周转的快，可以节约资金，提高资金的利用效率；是从企业全部资产中流动性最强的流动资产角度对企业资产的利用效率进行分析，以进一步揭示影响企业资产质量的主要因素。美的集团流动资产周转速度较快，资金利用效率在行业内处于优秀水平。

⑤公司的综合能力分析

上述分析的美的集团各项能力在行业内基本处于较高水平，资产结构合理、资金利用效率高、现金流量充足、盈利能力强。但在偿还能力和成长能力方面不容乐观，2021年净资产增长率仅为5.49%，利息支付倍数为-668.73%。在企业未来壮大发展方面，仍面临挑战。

（2）、连续五年的财务趋势分析

①公司的资产结构变化分析

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | 2021年 | 2020年 | 2019年 | 2018年 | 2017年 |
| 资产负债率 | 65.25% | 65.53% | 64.40% | 64.94% | 66.58% |
| 股东权益比率 | 34.75% | 34.47% | 35.60% | 35.06% | 33.42% |
| 股东权益与固定资产比率 | 588.67% | 556.42% | 495.28% | 411.45% | 366.49% |
| 长期负债比率 | 5.09% | 11.88% | 13.68% | 12.17% | 13.30% |

表一

如表一，近五年来美的集团资产负债率和股东权益比率趋于稳定，仅有一个百分点的变化，面对外部冲击时，抵御能力较强。而股东权益与固定资产比率连年较大幅度上升，固定资产几乎没有变化，股东权益近五年大幅度上升，从6,897,670万元提高到13,482,508万元。可见美的集团近五年的发展十分迅速。长期负债比率连年下降，2020到2021年降幅巨大，说明可能于2020年归还一大笔长期负债，使企业的长期偿债能力大幅提高，可以把资金用于增加资产，扩大经营规模。

②公司的现金流量变化分析

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | 2021年 | 2020年 | 2019年 | 2018年 | 2017年 |
| 经营活动现金流净额 | 350.92亿 | 295.57亿 | 385.90亿 | 278.61亿 | 244.42亿 |
| 投资活动现金流净额 | 135.99亿 | -353.1亿 | -231.1亿 | -186.4亿 | -347.4亿 |
| 筹资活动现金流净额 | -312.0亿 | -7.6亿 | -32.7亿 | -133.9亿 | 196.5亿 |

表二

近五年来，美的集团经营活动产生现金净流量均为正，且处于较高水平，波动不规律，说明企业经营活动的现金流充足，自身的造血功能比较强，可以形成自身的现金循环与周转。

美的集团投资活动产生的现金净流量仅在2021年为正，2017-2020年都为负，说明企业在2017-2020年投资的项目陆续有了产出，在2021年收回了部分现金，若保持该趋势，未来短期的投资活动现金流净额也将为正。

2018-2021年，美的集团筹资活动产生的现金净流量为负，说明企业偿还银行贷款或借款，以及支付银行贷款利息的金额大于当期借入的现金总额。2021年的数值尤为巨大，未来几年需关注筹资活动。

③公司的盈利能力的趋势分析

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | 2021年 | 2020年 | 2019年 | 2018年 | 2017年 |
| 资产报酬率 | 14.43% | 14.51% | 15.79% | 15.81% | 14.57% |
| 净资产收益率 | 5.43% | 22.88% | 19.79% | 13.25% | 5.50% |
| 销售净利率 | 8.50% | 9.68% | 9.09% | 8.34% | 7.73% |

表三

由表三可以看出，2017至2019年，美的集团资产报酬率是逐年递增，然而2019年其比率下降了，这是因为经济环境不景气、其债务资本也随之增加，从而使美的集团的资产报酬率下降。总体趋于稳定，波动非常小，说明美的集团盈利能力比较强。

美的集团的销售净利率从2017年到2020年在不断增加，变动趋势呈上升趋势，说明美的集团在这四年的销售收入稳步上涨，其盈利能力也在增强。销售收入持续增长，增长幅度稳中向好，说明美的集团在资产管理和营销方面，具有比较强的优势，盈利能力持续增强，成本管控能力也在增强。

总体来看，通过以上数据的分析，表明美的集团的盈利能力还是比较理想的。但盈利能力还是会受到外部环境的影响，如何更好利用企业资源和资本，来更好地面对外部因素对企业的影响，企业本身经营管理方面仍需要继续优化。

④公司的运营能力的趋势分析

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | 2021年 | 2020年 | 2019年 | 2018年 | 2017年 |
| 应收账款周转率 | 14.33 | 13.65 | 14.62 | 14.07 | 15.54 |
| 存货周转率 | 6.87 | 6.70 | 6.38 | 6.37 | 8.01 |
| 流动资产周转率 | 1.39 | 1.24 | 1.39 | 1.47 | 1.66 |
| 固定资产周转率 | 15.09 | 12.91 | 12.60 | 11.52 | 11.02 |
| 总资产周转率 | 0.91 | 0.86 | 0.98 | 1.01 | 1.15 |

表四

由表四可以看出，应收账款周转率在2017年至2020年期间，几乎一直在下降，在2017年和2019年特别明显，表明美的集团的应收账款的周转速度变的缓慢了，从而导致营运能力降低。2019年的降低，与疫情的爆发有关，存有大量存货，收入减少。2020-2021年有所上升，表面美的集团对于外部冲击的应对能力比较强。

美的集团的流动资产周转率在2017年至2020年这四年逐渐减小，其幅度并较大，说明美的集团的流动资产利用率有待加强。不过，美的集团的固定资产周转率偏高，且波动相反，连续五年上升，表明美的集团的固定资产利用率提高，是个好的信号。

2017-2020年，美的集团总资产周转率一直在下降，且下降幅度比较大。这说明美的集团的总资产利用效率下降了，并且其生产效率也会降低，这将会使企业的盈利能力变差。

⑤公司的综合能力的趋势分析

美的集团综合能力基本没有太大变化。在2017-2020年，运营能力处于持续下降的趋势，但在2020-2021年基本有所回升，表面企业已经较好地提高了企业的资产利用效率。长期负债水平在2020-2021年大幅度下降，企业的资产结构有所改善，应对外部冲击的能力有所提高，整体处于良好水平。

1. 、公司核心产品的成本、价格、销量的变化对公司业绩的影响

近年来，原材料的成本上升，美的集团在各个品类均进行了价格调整来应对成本上涨带来的压力。此外，公司积极调整产品结构，提升高毛利产品销售占比；提升规模生产效率，供应链降本，消化部分大宗快速上涨的压力；借助工业互联网和数字化建设赋能，在生产经营等价值链各环节的效率提升和费用节省以缓解成本上行压力。

为了应对成本的提高，美的集团多次提高核心产品空调的价格，2022年半年内已经提价两次。从美的集团2022年第一季度报表与往年第一季度报表对比来看，企业的业绩仍处于平稳上升状态，未受到成本上升的影响。

**5、公司经营发展中存在的主要问题及改进建议**

（1）、公司经营发展中的优势

美的，有完善的职业经理人制度+全面的激励机制+高效的经营效率+明确的产业布局，这些都是影响未来的关键，目前来看，市场低估了美的收购的世界四大机器人公司之一的库卡，未来的潜力会更加巨大。美的作为主要产品品类皆占据领导地位的全球家电行业龙头，可为用户提供覆盖全产品线、全品类的一站式高品质家庭生活服务方案。

面对家电智能化发展趋势，家电产品的兼容、配合及互动变得越发重要，拥有全品类家电产品线的美的在构建统一、兼容的智慧家居平台，向用户提供一体化的家庭解决方案方面已具备领先优势。

美的服务质量继续保持行业领先地位，并在空调、冰箱和洗衣机等产品领域的电商好评率位列全网第一。

美的具备整合全球研发资源，坚持科技领先战略，持续打造产品与技术创新能力。整合海外全球研发资源，形成优势互补的区域性技术研发中心。美的研发人员超过15,000人，外籍资深专家超过500人。在强化全球研发布局的同时，美的着力构建开放式创新生态平台。通过对海外业务持续加大投入，以当地市场用户为中心，强化产品竞争力，自有品牌业务获得持续突破性发展。公司对海外市场的产品特色及需求的深入认知，使公司善于把握全球合资合作的机会，有效推动海外品牌构建与全球区域扩张，稳步提升全球化竞争实力。

1. 、公司经营发展中存在的主要问题

美的集团作为国内家电行业的龙头企业之一，其内部控制制度相对完善，但是在应收账款管理方面仍有不足之处，信用管理制度有效性较差，应收账款融资比重较低。

并且通过近两年疫情影响不难看出，社交距离限制及出行限制等措施会使用户的流动性降低，部分地区生产经营受限、终端零售网点关闭、客户的运营中断以及物流成本提升，这些均会对公司正常运营及市场环境带来不确定性的挑战。

其市场需求受经济形势和宏观调控的影响较大，如果全球经济出现重大波动，国内外宏观经济或消费需求增长出现放缓趋势，则公司所处的相关市场增长也将随之减速，从而对于美的产品销售造成影响。另外，美的集团随着在海外深入布局，产品、工厂、工人等遍布全球，这就受到汇率波动而造成的汇兑损失风险，此外，像贸易摩擦和关税壁垒也会带来一定的风险。

1. 、改进建议

对于应收账款方面存在的问题，可以建立完善的信用管理制度能够帮助企业提前甄别和判断客户的信用情况，在一定程度上规避客户信用风险，从根本上降低应收账款的坏账风险。合理的信用管理制度，能够帮助企业对客户进行分级管理，方便企业清晰明了地掌握企业的信用状态，从而采取合理的应对措施。

建立完善的信用管理制度能够帮助企业提前甄别和判断客户的信用情况，在一定程度上规避客户信用风险，从根本上降低应收账款的坏账风险。合理的信用管理制度，能够帮助企业对客户进行分级管理，方便企业清晰明了地掌握企业的信用状态，从而采取合理的应对措施。

应收账款的处置是企业获取最后利益的有效保障，应收账款融资是后续处置的主要手段之一。从2017年下半年至今，应收账款融资政策和制度纷纷面世，再到开展应收账款融资服务平台战略合作，应收账款融资均受到了明显的关注和支持。应收账款质押、保理以及资产证券化已成为企业提高资产流动性，缩小应收账款规模，因此美的集团应积极尝试多种应收账款融资手段。

参考文献：

[1] 钟振楠.美的集团领导权传承的案例研究[D].2020年第01期.网络出版时间：2019-12-16——2020-01-15