

证券代码：688036

证券简称：传音控股

深圳传音控股股份有限公司 投资者关系活动记录表

编号：2020-014

投资者关系 活动类别	<input checked="" type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input checked="" type="checkbox"/> 现场参观 <input checked="" type="checkbox"/> 其他 电话会议、网络会议、券商策略会 <input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 业绩说明会 <input checked="" type="checkbox"/> 路演活动 <input type="checkbox"/> 一对一沟通
参与单位及 人员	239 家机构 457 人次（详见附件《与会人员清单》）
时间	2021 年 3 月 3 日、3 月 4 日、3 月 9 日、3 月 10 日、3 月 11 日、3 月 15 日、3 月 17 日、3 月 18 日、3 月 23 日、3 月 24 日
地点	公司会议室、产品展厅、电话会议、网络会议、广州、上海、武汉、杭州
接待人员	传音控股 董事长、总经理 竺兆江 传音控股 董事、副总经理 张祺 传音控股 副总经理 杨宏 传音控股 副总经理 雷伟国 传音控股 财务负责人 肖永辉 传音控股 董事会秘书 曾春 传音控股 投资者关系高级经理 梓轩 传音控股 投资者关系主管 江凤玲
投资者关系 活动主要内 容介绍	公司就渠道模式和优势、企业文化、非洲创业历史、2020 年营 业情况、新业务进展、品牌定位、供应商合作、非洲手机竞争情况、 生态拓展、保持竞争力等方面做了介绍。

互动问答：

1、公司的渠道模式和优势在哪里？

回答：公司的销售模式以经销为主，逐步建立和完善了一套覆盖面广、渗透力强、稳定性高的营销渠道网络，为巩固和提升非洲、南亚、东南亚、中东和南美等新兴市场的市场占有率奠定了坚实的基础。公司产品已进入全球 70 多个国家和地区，已形成覆盖非洲、南亚、东南亚、中东和南美等全球主要新兴市场的销售网络。在建立覆盖广泛的一级经销渠道的同时，致力于加强与一级经销商下游分销商甚至终端零售渠道的合作。对于重点市场及重点经销商客户，公司坚持渠道下沉策略，配备销售专员与经销商、分销商和零售商保持长期稳定的日常沟通，以及时获取一手市场反馈和需求信息，与渠道商共同成长，使得产品竞争力和市场占有率不断提升。

2、能否跟我们分享一下，公司的企业文化是怎样的？

回答：公司董事会从 2019 年第四季度开始，发起关于企业文化的研讨，梳理和明确公司进入新阶段后的使命、愿景和价值观。这是公司上市后开启新征程的第一项目。2020 年是新阶段企业文化落地的第一年。在新的征程中，公司的使命是“让尽可能多的人尽早享受科技和创新带来的美好生活”；公司的愿景是“成为新兴市场消费者最喜爱的智能终端产品和移动互联服务提供商”。将“用户”、“尊重”、“开放”、“创新”、“共享”、“底线”，确立为公司的核心价值观；公司的梦想聚焦在全球新兴市场，以广大发展中国家的消费者为中心，在全球数字化和信息化时代，让尽可能多的人尽早享受到科技和创新带来的美好生活，让新兴市场人们的生活因为传音而有所不同。

3、非洲市场非常分散，由 50 多个国家组成，公司最早进入非洲市场是从哪些国家或者地区先开始的？

回答：公司进入非洲之前对当地市场进行了充分的考察，一开

始登陆的是东非。因为手机是跟人口直接相关，东非的一些国家和地区人口基数相对较大，所以我们从东非的一些国家开始做起，然后扩展至中非、西非的国家和地区，并进一步拓展北非和南非的市场。自进入非洲市场之初，创始团队就怀着做品牌的理念和初心，在充分了解和尊重当地需求的基础上，传音一直专注于本地化的创新。例如，针对非洲消费者的市场需求，公司取得了切合当地市场的研发成果，研制了深肤色摄像技术、夜间拍照捕捉技术和暗处人脸识别解锁功能等个性化应用技术；针对非洲国家局部地区经常停电、早晚温差大、使用者手部汗液多等问题，公司还针对性地研制了低成本高压快充技术、超长待机、环境温度检测的电流控制技术和防汗液 USB 端口等；针对非洲消费者的娱乐方式，研制了适合非洲音乐的低音设计和喇叭设计，适合非洲人的收音机功能设计，并在音乐、游戏、短视频、内容聚合等领域开发了契合非洲用户偏好的移动互联网应用。我们真心希望我们的产品能被消费者喜爱，我们的品牌能够被消费者认可。

4、看到 2020 年度业绩快报，公司 2020 年营业收入同比增长超过 48%，主要原因是？

回答：根据公司 2020 年度业绩快报，2020 年度，公司实现营业收入 377.64 亿元，较上年同期增长 48.99%；归属于母公司所有者的扣除非经常性损益的净利润 23.37 亿元，较上年同期增长 50.47%。2020 年公司营业收入保持较好增长势头的原因是：2020 年度，公司在科技创新创造价值的基础上，密切跟踪市场需求变化情况，前瞻性进行产品规划和研发，凭借符合当地需求的本地化创新，进一步提高了手机用户的终端体验，提升了手机产品竞争力。同时，公司持续加大非洲以外市场的开拓及品牌宣传推广力度，在非洲市场继续保持稳定增长的基础上，非洲以外市场销售收入同比增速较高。

5、看到公司也在积极布局配件、家电和移动互联网领域，这方

面有什么新进展吗？

回答：（1）家电、配件业务：2019 年开始，传音家电业务开启了多品牌、多模式的发展之路，进行差异化运营：Syinix 定位中高端家电品牌；itel 定位入门级家电品牌；Infinix 主打智能电视业务，为年轻用户提供“时尚科技”的智能家居体验。配件业务发展态势良好，初步完成了多品牌布局，覆盖不同消费群体，在大力发展线下业务的同时，亦积极拓展线上业务。2020 年，公司数码配件、家用电器继续多品牌发展策略，市场需求逐步提升。

（2）OS 系统与自研 APP：传音旗下手机品牌搭载了基于 Android 系统平台二次开发、深度定制的智能终端操作系统。目前，传音 OS 已成为非洲等全球主要新兴市场的主流操作系统之一。围绕传音 OS，我们开发了应用商店、游戏中心、广告分发平台以及手机管家等工具类应用程序。

（3）移动互联网业务方面，随着公司生产的智能手机出货量持续增长，传音 OS 系统用户数量不断提升。基于用户流量和数据资源的移动互联网平台，是公司发展非洲移动互联网产品的核心基础。公司与网易、腾讯、阅文集团等多家国内领先的互联网公司，在音乐、游戏、短视频、内容聚合及其他应用领域进行出海战略合作，积极开发和孵化移动互联网产品。

6、公司在品牌建设方面有什么样的定位和投入？

回答：对于手机行业而言，品牌是综合实力的体现。品牌的树立需要企业在技术研发、产品性能、销售网络、专业服务、企业文化等多方面长期不懈的努力，是手机行业的重要壁垒。对于新进入者而言，树立公司品牌不仅需要较长时间，且需要较高成本。公司多年来扎根于非洲市场，凭借优异的产品性能和本地化的技术创新，在非洲市场获得了高于其他手机厂商的市场占有率和广泛的品牌影响，在业界被称为“非洲手机之王”。公司针对不同的细分消费人群，建立了能够满足不同阶层消费者需求的多层次品牌以及产品序

列，积累了庞大且忠实的用户基础。多品牌战略覆盖了非洲不同的消费群，对进入非洲的单一品牌而言，形成了坚固的竞争壁垒。公司创立了 TECNO、itel、Infinix 三大手机品牌，同时创办数码配件品牌 Oraimo，售后服务品牌 Caricare 和家用电器品牌 Syinix 等，并自主研发了 HiOS、itelOS 和 XOS 等智能终端操作系统及独立的应用软件平台。立足于非洲本土化的创新和专注于用户体验的产品定位，是公司的竞争优势之一。

7、当初为什么初创团队会想到去非洲，而不是别的市场？

回答：（1）理性层面：传音洞察到非洲市场的潜力巨大：创立之初，中国的手机行业发展已经很完善，手机渗透率也比较高。但是在非洲，根据 GSMA 数据，当时手机的渗透率才 10-20%。此外，非洲是全球人口结构最年轻的大陆，年龄中位数只有 19 岁。而且，非洲人口众多，是全球最后一个“十亿级蓝海市场”，有广阔的发展前景。

（2）感性层面：早期，传音的初创团队聚集了一群有想法、有追求的年轻人，抱着一起做一件有价值且有意义的事的想法，开始了创业之路。当时，非洲市场上多是国际品牌，但他们的产品是针对全球市场推出的，没有很好地满足非洲本地消费者的需求，这也为我们在非洲打造优质品牌提供了机会。

（3）传音的初心：从根本上而言，我们认为手机这种大大改变了人类生活方式的产品，应该被非洲广大的普通消费者所拥有，帮助他们实现与世界的连接。传音希望为非洲本地消费者提供优质产品和服务，让尽可能多的人尽早享受科技和创新带来的美好生活。

8、传音是如何与供应商等合作伙伴建立长期稳健的合作关系？

回答：传音和主要供应商一直保持长期合作的策略。在传音，我们经常讲的一句话“Together we can”。事实上，传音发展至今离不开我们众多的合作伙伴和供应商的支持。我们一起把握行业趋势

和市场变化，共同顺应消费需求的变化，及时调整发展战略，坚持品质先行，不断创造更多价值。另一点是相互的尊重与支持，让我们与合作伙伴、供应商构建了更为紧密的联系。比如在疫情初期，国内外防疫物资紧缺的情况下，我们为合作伙伴、供应商提供急需的防疫物资，帮助他们恢复安全生产，共渡难关。

我们还在采购环节与供应商建立了稳定友好的合作关系，围绕供应链管理打造传音的核心竞争优势。同时，传音作为中国民营企业出海的代表，我们在海外多个国家设立自有工厂，也推动了国内手机零部件供应商共同出海。

9、传音在非洲取得了非常好的成绩，竞争壁垒坚固。第一的领先优势明显，请问传音是怎么做到的？

回答：传音自成立以来一直坚持 Glocal 的发展理念，即全球化思维，本地化创新（Think Globally, Act Locally）。通过对当地市场和行业趋势的洞察，传音在产品、渠道、业务模式等方面，进行针对当地需求的本地化创新，逐步获得用户青睐。

（1）重视市场研究：创立之初，我们就成立了相关洞察市场需求部门。进入任何市场之前，我们先进行充分的调研准备，了解本地市场和当地用户，了解和发现他们的使用习惯和痛点。

（2）以本地用户为中心，进行本地化创新：传音国内的研发中心及非洲本地的产品经理之间保持密切联系，时刻关注本地消费需求的变化。我们用全球化技术和解决方案，通过研发创新、产品升级，来满足本地消费者不断变化的需求。

（3）坚持长期主义，打造优质品牌：我们一直强调要做“长跑型选手”，要关注长远的发展，不要为了短期利益而出卖未来。在知名泛非商业杂志《African Business》发布的“2019/2020 年度最受非洲消费者喜爱的品牌”百强榜上，传音旗下三大手机品牌 TECNO、itel 及 Infinix 分别位列第 5、21 及 27 名；其中，TECNO 连续多年位居入选的中国品牌之首。这是非洲市场和消费者对我们最好的认

可。

(4) 坚守“质量底线”：在传音，我们内部有一个要求“每卖出一部手机，要有一个正向口碑”；为了让消费者放心，传音建立了售后品牌 Caricare。我们的产品销售到哪里，售后网点就争取同步建到哪里。目前，Caricare 已经成为非洲最主要的电子类及家电类产品服务方案解决商之一。

10、看到公司也在积极布局配件、家电和移动互联网领域，作为一个手机起家的企业，传音如何突围拓展自己的生态？

回答：(1) 传音通过多品牌策略为非洲消费者提供了多样的优质产品。我们亲身经历了非洲从 2G 时代开始，向 3G、4G 时代过渡，以及未来向 5G 时代迈进。现在，我们也在见证非洲移动互联网的快速发展。可以说，传音帮助非洲消费者享受到科技发展的魅力，推进了非洲国家的数字化进程。

(2) OS 系统与自研 APP：传音旗下手机品牌搭载了基于 Android 系统平台二次开发、深度定制的智能终端操作系统。目前，传音 OS 已成为非洲等全球主要新兴市场的主流操作系统之一。围绕传音 OS，我们开发了应用商店、游戏中心、广告分发平台以及手机管家等工具类应用程序。

(3) 合作开发与孵化：我们和网易、腾讯、阅文等多家国内领先的互联网公司，在音乐、游戏、短视频、内容聚合及其他应用领域进行出海战略合作，积极开发和孵化移动互联网产品。

11、随着新兴市场的经济发展的消费能力提升，公司如何保持较强的竞争力？

回答：公司会持续在品牌、产品、渠道、研发、售后服务体系等方面构筑我们的竞争壁垒。公司在产品、研发方面更加专注于解决新兴市场消费者的深度需求，类似深肤色美颜，类似流量资费高的情况下流量怎么做存储和分配，这些差异点是我们持续去深挖的

	<p>价值点，我们相信对新兴市场消费者的专注，也会是公司实现产品价值升级的一个重要原因。</p> <p>目前公司在大部分新兴市场国家市场的渠道和营销方面，大方向上本着“Together we can”的一贯原则，希望同本地合作伙伴建立长久的共赢关系。公司实行多品牌策略，不同品牌能够满足不同消费者的需求，多品牌策略有利于公司快速的拓展和提升业务。</p>
附件清单 (如有)	附件一《与会人员清单》

附件一《与会人员清单》

公司名称	姓名
东方证券	蒯剑、孙婉莹、朱凌昊
国泰投信	郑昭羲
广辉投资	黄铃茹
九泰基金	黄皓、方向
涌容资产	周丹
中国人寿养老保险	石坚、于蕾、静毅男、罗悦、 杨宜洋、郭祥、王晓娟、赵华荣
泰康资产	周昊、王琦、鲍亮、徐星月、何典鸿
广发证券	郇正林、彭哲远、刘夕黎、彭雾
安信证券	马良、薛辉蓉
中融基金	杨鑫桐、甘传琦、田刚
长盛基金	汤其勇
华泰保兴基金	符昌铨、黄俊卿
前海人寿保险	梁廷、刘扬
海富通基金	杨宁嘉、王经纬、胡耀文
淳厚基金	吴若宗
财通证券	黎来论
银河基金	左磊、祝建辉
博时基金	赵易、邓云程、陈鹏扬、柏正奇、李昂
前海联合基金	王静、胡毅发
国泰基金	谷超、于腾达、徐毅梁、赵大震、申坤、智健、张阳
国海证券	刘煜
富国基金	林庆、许炎、孙权
国金证券	樊志远、刘妍雪、彭寒梅、韩子铭

彤源投资	薛凌云、陈晓蕾、管华雨
中邮创业基金	王瑶、周喆、周楠、吴尚
浦银安盛基金	褚艳辉
华商基金	童立、邱凯
敦和资产	章宏帆、周瑞剑
华安基金	翁启森、饶晓鹏、曾广钧、王春、 蒋璆、刘文靓、吴运阳
盘京投资	王莉
睿远基金	金宇、杨维舟
工银瑞信	任燕婷
华夏基金	徐恒、钟帅、宋伯龙、顾鑫峰、张千洋、张皓智
银华基金	刘文魁
泰达宏利基金	崔梦阳、孙硕
汇添富基金	温宇峰、马翔、赵鹏程、沈若雨、李灵毓
光大保德信基金	魏晓雪、董伟炜
中欧基金	罗佳明、方申申
展博投资	郭天戈
熙山资本	余继刚
交银施罗德基金	王崇、郭斐、芮晨、高扬、米茂硕、王艺伟
源乘投资	胡亚男
永赢基金	于畅、任桀、胡翔宇
泰信基金	吴秉涛
建信基金	姜锋
中银基金	王伟、欧阳力君、张响东、黄珺、钱亚风云
易方达基金	萧楠、陈皓、郑希、刘健维、王元春、 包正钰、何信、倪春尧
长江证券	蒲东君、赵炯、王泽罡、高扬、刘俊
贝莱德资产	唐华、邹江渝
中信资本	周伟锋、黄培锐
天风证券	许俊峰
好奇资产	朱登科
兴全基金	陈宇、陈聪
长信基金	吴晖、孙玥、陆晓锋
东吴基金	丁戈、江耀堃
国投瑞银基金	江山、周思捷、周奇贤
鹏扬基金	王杨
光大证券	曾炳祥、尚青、应超
深圳博普科技	何瑞琳
嘉实基金	孟晓
新华基金	陈磊
才华资本	赵汉霆

宁波幻方量化投资	徐贞武
上海鼎锋资产	李梦莹
鹏华基金	聂毅翔、郭盈
太平资产	马姣、毛钺瑞
平安养老保险	蓝逸翔
汇丰晋信基金	侯英杰、李凡
成泉资管	夏正
东北证券	蒋佩炎
万家基金	武玉迪
招商基金	陈西中、张林
上海保银投资	邹舟
惠升基金	彭柏文
长城基金	杨维维、赵波、余欢、储雯玉
平安基金	神爱前、朱春禹、季清斌
兴业基金	徐玉良
知春资本	朱琪祯、王禹媚
农银汇理基金	张燕、徐文卉、梁国柱
鸿汇资管	王召辉
华泰证券	韩颖
上海煜德投资	王秀平
上海崇山投资	邓东升
中泰证券	傅鑫、胡扬
上海天玑投资	杜景涛
上海高毅资产	张继枫
南方基金	郑晓曦、李煜、萧嘉倩、郑诗韵、章晖、朱荃扬
杭州昊晟投资	许嘉诚
财通基金	周博北
天弘基金	申宗航、张弋
新思哲投资	谢鸣远
宁泉上海资管	王修艺
上海汐泰投资	董函
拾贝投资	陈俊
中信建投证券	张咏梅
上海混沌投资	戴惟、孙宁
广东正圆投资	钱雨哲、张荟慧
建信信托	张冲
国金基金	吴志强
上海乾惕投资	常吉
国泰君安证券	孙沙
深圳前海无锋基金	陈诤
天治基金	王漪昆

国联安基金	潘明
上投摩根基金	赵隆隆
汇鑫投资	王莹霞
上海富善投资	陈奕霖
上海向日葵投资	张晓
方正证券	穆婕、焦允楚
大成基金	石国武、戴军、李博、王磊、侯春燕、谢家乐、 李林益、黄万青、杨挺、张烨、齐炜中、 黄海昕、郭玮羚、肖文瀚、李磊
宝盈基金	李进、杨思亮
阳光资产	方圆
中际通资本	高书博
兴亿投资	王飞
兴业证券	郜震霄、刘刚、杨亦
华润元大基金	苏展
华美投资	王书伟
国联资管	陈睿
宁泉投资	王屹嘉
成泉资本	张洛
朱雀基金	何之渊
杭州银行	朱侃霆
永安国富资产	徐笑然
玖鹏资产	窦金虎、薛博宇
融通基金	张鹏
东方基金	许文波
博远基金	张星
国泰元鑫资产	王懿超
奶酪基金	庄宏东
平安资管	刘宁
开源证券	景宗阳
恒健远志投资	张伶俐
景林资产	谢涵韬
智诚海威资产	王凯纳
民生加银基金	朱辰喆
永诚财产保险	吴小佳
源乐晟资产	孙金成、吕小九
百年保险资管	朱荣华
聚鸣投资	陈奇
长江养老保险	张金涛
中信资管	曹苍剑
中庚基金	张传杰

中国人民养老保险	李金阳
信达澳银基金	李琳娜
华泰资管	徐紫薇
国金资管	曾萌
常春藤资产	石海慧
广发基金	李治呈
弘毅远方基金	赵阳
中邮基金	吴尚
信诚基金	吴振华
华富基金	王帅
国寿资产	罗悦
平安资产	刘宁
景顺长城基金	张雪薇
财通资管	李晶
国盛证券	钟琳
国海富兰克林基金	张纯
华创证券	葛星甫、游凡
申万宏源证券	杨海燕
新时代证券	邱懿峰
彬元资管	陈海亮、薛栋民
安信基金	沈明辉、孙凌昊
恒生前海基金	祁腾、郑栋
海通证券	李轩
华安财险	费腾
前海国元基金	周奇、段思敏
博鸿投资	张其羽
国信证券	叶子
天虫资本	盛军锋、胡纪相
博盛投资	刘宇
美银证券	Robert Cheng、Kathrine、Bill
凯基证券	余昀澄、Blake、Eva Yan
华兴资本	Jason
Brilliance Capital	唐毅、赵汉霆
Chiral Global	李芳辉
WT Management	叶浩、Tongshu Wang
Wellington Management	Arvind Monie、John Zhang、唐欣
CloudAlpha Capital	Yang Gao、George Xie
Anatole Investment	Wei Luo
Aspex Management	Chun-Yai Wang
Cathay Securities Investment	Ken Tsai
China Asset	Justin Zhang、Bangni Ai

Dantai Capital	Wei Wei
DWS Investment	Alan Lau
Dymon Asia Capital	Yong Wang
Grand Alliance Asset	Annie Su
Greenlane	Steve Zhou
Hel Ved Capital	Charlie Chai、Jocelyn Wang、Khang Ting
Janus Henderson Investors	Lin Shi
Kadensa Capital	Kyle Su
Manulife Investment	Doris Wang
Millennium Capital	Pan Hui、Tianbo Yu
Miura Global	James Pan
Modus Asset	Yeeman Chau
Nan Shan Life Insurance	Jeffery Lee
New Silk Road Investment	Shan Rui Yeo
Nomura Asset	Tee Wee Lim
Optimas Capital	Amy Geng
Pictet Asset	Yunchen Tsai
Point72 Asset	David Jin、Roger Lin、Joe Qin
Polymer Asia Fund	Mark Tang
PV Capital	Ivy Li
Schonfeld Strategic Advisors	Oliver Fei
Seatown Holdings International	Virginia Yiu
Sumitomo Mitsui Trust Bank	Ivy Lee
Templeton Asset	Tony Sun
Tiger Global	Edward Lei
Willing Capital	Devin Hou
Invesco	Dora Tu
Kenrich Investment	Cheryl、Lawrence Li
Baring Asset	Rainy Zhang、Salinas Zhang
Brilliance Asset	Alfred Zhao
China Universal Asset	Lekai Zheng、Xiaoyang Chen、Lingyu Li、Huilian Zheng
Fuh Hwa Investment	Wilson Chai、Ken Yu
Greenwoods Asset	Jojo Hu
Harvest Fund	Lan Liu
Millennium Partners	Henry Wang
Mount Everest Fund	Yuzhu Han
NQ Asset	Longhao Wu
Orchid Public Investment	Roger Chu
Platina Capital	Echo Cui
Polymer Capital	Tiantao Zheng
Purekind Fund	Ruozong Wu

Qian He Capital	Yuwen Che
Shanghai Shengmeng Asset	Huizhen Hu
StillBrook Capital	Krace Zhou
TPG Capital	Liangchen Xue
Yiheng Capital	Kaiyuan Wang
Zhengyuan Investment	Lvjing Dai
Barings Asset	Salinas Zhang
BNP Paribas Asset	Roxy Wong
Himalaya Capital	Jiakun Liu
PAG	Mark Tang
UBS	Jimmy Yu、 Taewoo Lee、 Thompson Wu、 Jimmy Yoon 、 Zoe
Ninety One	Jay Wang
Picea Investment	Fangda Sun
Ten Asset	Martin Chien
Zhonggou Fund	Lu Li