

深圳传音控股股份有限公司

2025 年度“提质增效重回报”行动方案

深圳传音控股股份有限公司（以下简称“公司”）积极响应并贯彻落实关于开展科创板上市公司“提质增效重回报”专项行动的倡议，推动上市公司持续优化经营、规范治理和积极回报投资者，提高上市公司质量，公司制定了 2025 年度“提质增效重回报”行动方案，并对 2024 年的相关情况进行回顾与评估。具体内容如下：

一、2024 年度行动方案执行情况

（一）保持公司在非洲的竞争优势并积极扩展新兴市场，实现业务稳健发展

公司秉承“为全球新兴市场国家提供当地消费者最喜爱的智能终端和移动互联网服务”的经营理念，自设立以来一直致力于为全球新兴市场用户提供优质的以手机为核心的多品牌智能终端，并基于自主研发的智能终端操作系统和流量入口，为用户提供移动互联网服务。

1、推进手机业务稳健拓展，加强中高端产品突破

2024 年，公司一方面持续深耕非洲市场，进一步巩固和强化竞争优势，通过构建体系化能力，推进数字化营销变革，创新渠道模式，加快新形象门店建设，提升公司品牌影响力，增强市场竞争力；另一方面，公司稳步拓展其他新兴市场，采取多品牌协同战略，在追求市场份额增长的同时，确保业务的健康运营。公司坚持以用户价值为导向，聚焦影像、AI、充电以及基础体验等技术领域，打造产品差异化价值点，为用户带来更好的产品体验，进而提升中高端产品的市场竞争力。

根据 IDC 数据统计，2024 年公司非洲智能机市场的占有率超过 40%，非洲排名第一。在南亚市场：巴基斯坦智能机市场占有率超过 40%，排名第一；孟加拉国智能机市场占有率 29.2%，排名第一；印度智能机市场占有率 5.7%，排名第八。

2、推进扩品类业务发展，逐步构建 AIoT 智能生态

2024 年，公司推动扩品类业务向智能化、场景化方向发展，以 AI 技术创新和渠道精细化运营为核心驱动力，探索 AI 等新技术应用，推出 AR 眼镜等创新品类，持续打造 AIoT 全生态智慧互联产品，逐步构建 AIoT 智能生态布局。

3、构建移动互联生态，探索本地化商业模式

2024年，移动互联业务将优化产品设计和功能作为核心，提升产品的用户体验和用户粘性，加快拓展桌面小程序、搜索等新服务场景，满足用户对于产品的多样性需求，整合流量、广告、开发者服务、云管理平台等资源，为新兴市场国家的商业伙伴提供定制化解决方案，推动其数智化转型。

（二）加大研发投入，持续创造用户价值，赋能业务发展

公司坚持市场驱动和用户导向的研发策略，深挖本地化用户场景和技术，在AI领域积极探索大模型新技术和应用，构建领先研发能力，为产品提供有锐度的价值点。

1、研发费用：2024年公司研发费用为25.16亿元，同比增长11.55%；

2、知识产权：2024年公司取得专利申请503件，新增授权专利407件，新增软件著作权219件；

3、产品维度：2024年，公司推进IPD集成产品开发体系迭代，优化IPD流程，提升产品开发效率；

4、技术维度：（1）完善技术管理体系的组织建设和流程设计，构建在影像、游戏、AI、充电、基础体验等技术航道核心能力。（2）在影像技术领域，研发FlashSnap自动抓拍技术、AIGC图像技术、Universal Tone2.0人像技术和AI RAW画质增强技术等AI影像技术，并对全球各区域差异化场景进行个性化定制和场景优化，将新一代AI影像技术更好地服务于不同地区、不同肤色、不同审美的用户影像需求。

（3）在充电技术领域，满足用户全天候、全场景充电需求，开发高功率磁吸充电、智能温控算法、三档充电等技术，优化高温及出行场景体验，持续推进全场景智慧快充技术，发布了隔空充电技术、宽温电池技术等。

（三）夯实公司治理，保障规范运作

2024年度，公司根据中国证监会、上海证券交易所最新发布的相关规则，结合公司实际情况，积极更新和修订了公司治理的相关制度，为企业合规经营筑牢坚实基础，助力公司高质量稳健发展。

公司积极组织董监高参加相关培训，不断提升自律意识，推动公司持续规范运作，包括但不限于：上交所组织的上市公司董事、监事和高管初任培训、董秘后续培训、“上市公司独立董事反舞弊履职要点及建议”专题课程培训；向全体董监高传递监管动态，强化主要股东、董监高等“关键少数”的合规意识，着力提升专业素养和履职能力。

2024 年度，公司积极响应独立董事制度改革，持续为独立董事履职创造有利条件，强化履职支撑，及时向独立董事汇报经营情况和重大事项，邀请独立董事参加业绩说明会等，进一步发挥独立董事在公司治理中的作用。

（四）重视信息披露质量，多种方式加强与投资者交流

2024 年度，公司采用图文、视频等形式，针对定期报告制作了“一图看懂”长图、“年报视频”等类型文件，增强了定期报告的可读性与实用性。为便于国内外投资者更好地理解公司在 ESG 方面的情况，公司发布了中英文版本的 2023 年 ESG 报告。

公司重视与投资者的互动交流，分别召开了 2023 年度暨 2024 年第一季度、2024 年半年度、2024 年第三季度业绩说明会，并参与科创板 2023 年度集体业绩说明会第三期“提质增效重回报”专场，同时通过投资者热线、公司公开邮箱、上证 e 互动平台以及接受现场调研等多渠道，积极回应投资者关切的各类问题，增进投资者对公司的了解和认同，多层次地传递公司的投资价值。

（五）积极分红回报投资者，与全体股东共享经营成果

公司始终坚持可持续发展与股东回报并重的利润分配原则，在保障公司正常运营和持续发展所需资金的前提下，充分考虑股东的投资收益需求，积极制定合理的利润分配方案。公司于 2024 年 6 月发放了 2023 年度现金红利，每股派发现金红利 3.00 元（含税），共计派发现金红利约为 24.20 亿元（含税），本次公司现金分红数额占公司 2023 年年度实现的归属于上市公司股东的净利润比例为 43.70%；于 2024 年 11 月发放了 2024 年半年度现金红利，每股派发现金红利 1.50 元（含税），共计派发现金红利约为 17.11 亿元（含税），本次公司现金分红数额占公司 2024 年半年度实现的归属于上市公司股东的净利润比例为 59.98%。

公司积极响应监管对上市公司常态化分红的要求，对《公司章程》进行了优化与完善，增加了有关中期利润分配的相关条款，更好地落实常态化分红机制，提升对投资者的回报质量。

二、2025 年度行动方案主要措施

（一）深化“手机+扩品类+移动互联”生态战略，实现业务发展

1、稳健推进手机业务增长，强化中高端产品突破

公司将继续打造非洲市场核心竞争力，保持非洲市场竞争优势，2025 年非洲市场

份额目标维持在 40%以上，保持第一。在非洲市场，公司将通过精细化运营与差异化品牌建设，不断夯实自身的竞争根基。一方面，凭借体系化的能力构筑“护城河”，打造面向未来竞争的核心优势；另一方面，加大数字化投入，创新渠道模式，升级零售店形象，持续深化本地化运营。在其他新兴市场，公司采取多品牌协同拓展，重视新兴市场的可持续发展和经营质量；进行深度用户洞察和产品适配，优化渠道选择，整合与协同中后台资源，提升市场销量。在产品策略上，公司始终坚持以用户价值为导向，注重提升中高端产品的用户体验，持续加大在中高端产品研发方面的资源投入，强化中高端产品价值点选择和产品竞争力，助力实现中高端产品销量增长。

2、围绕用户的扩品类需求，深化 AIoT 智能生态布局

2025 年，公司将以 AI 技术为引擎驱动本地化场景开发，通过多品类智能硬件的深度整合与全渠道的高效运营，持续扩大扩品类业务的规模效应与品牌势能。公司将继续深耕多品类智能硬件底层技术，打造以手机为中心的 AIoT 智能移动生态，加速软硬件融合，提升用户以智能手机、TWS 耳机、智能手表、智慧 PC、Pad 平板等硬件为终端的万物互联智慧体验；在渠道建设方面，公司将推动数字化变革，创新渠道模式，加强重点市场的渠道下沉与新市场的零售布局，聚焦核心国家和核心品类的高效运营，推动多品类协同发展。

3、拓展移动互联内容生态建设，提供多元的数字化用户产品

2025 年，移动互联业务依托公司手机的流量基础，通过产品创新、本地化运营、AI 技术等持续为新兴市场国家的智能手机用户提供多元的数字化产品和商业解决方案，业务聚焦游戏、内容、工具与创新产品等赛道，同步推进云服务、智能营销平台与本地化商业生态的深度融合。移动互联业务继续紧密围绕公司战略目标，持续加强与公司内外部各方的协同及赋能，深入探索 AI 新方向赛道，加快产品矩阵的孵化与迭代，以技术创新、小程序及 AI 为锚点，持续赋能新兴市场国家的商业合作伙伴。

（二）加大研发投入，提升产品创新及用户体验

2025 年，公司进一步加大研发投入，持续提升产品开发、技术研发和基础研究三级研发体系成熟度，增强研发创新能力。公司计划 2025 年研发费用同比增长 10%以上，计划 2025 年新增专利申请不低于 450 件，新增授权专利不低于 260 件，新增软件著作权不低于 200 件。在研发数字化建设维度，公司扩大研发数字化范围，从关键节点向关键流程延伸，通过 AI 工具赋能和扩大研发流程线上化，提升研发效率和质

量。在产品维度，公司继续推进 IPD 集成产品开发管理体系优化，缩短产品开发周期，压强成本控制，聚焦核心赛道，提升本地化用户价值和体验。在技术维度，公司完善技术管理体系的组织建设和流程设计，在 AI、游戏、颜值、影像、OS、基础体验等技术航道构建核心能力，打造差异化和本地特色的智能体，深度融合 OS 场景，在创新交互和本地化需求满足等方面突破，为新兴市场用户带来更好的智能化体验服务。

（三）坚持规范运作，提高治理水平

公司严格按照《公司法》、《证券法》、《上市公司治理准则》、《上海证券交易所科创板股票上市规则》等法律法规的要求，不断完善公司法人治理结构，健全内部控制制度，确保法人治理结构的有效运行。

2025 年，公司将继续坚持规范运作，提高治理水平：（1）公司持续关注相关法律法规变化，遵循监管指引及要求并结合公司实际情况更新和修订相关制度。（2）在强化“关键少数”责任层面，公司积极组织相关人员参加中国证监会、上海证券交易所举办的培训，及时传递监管动态，强化其合规意识，切实推动公司高质量发展，维护全体股东利益。（3）公司持续优化 ESG 治理架构，将“董事会战略委员会”调整为“董事会战略与可持续发展（ESG）委员会”，并相应修订议事规则，增加 ESG 工作管理职权等内容，进一步提升 ESG 管理水平。

（四）重视信息披露质量，多渠道开展投资者沟通

2025 年，公司继续高度重视信息披露工作的规范化，严格按照《上市公司信息披露管理办法》和公司《信息披露制度》等规定，严格恪守信息披露的真实性、准确性、完整性与及时性原则，规范信息披露事务，提高信息披露工作水平，增强公司透明度，更好地向市场和投资者传递公司价值。

2025 年，公司继续做好投资者关系工作，计划至少召开 3 次业绩说明会，并通过投资者热线、公开邮箱及上证 e 互动平台，加强与投资者的联系和沟通质量。此外，公司整合自媒体、官网等线上资源，打造便捷、高效的互动平台，拓宽投资者交流渠道，增进投资者对公司的理解与认同。

（五）注重投资者回报，共享发展成果

2025 年，公司将继续努力做好经营，并结合业务现状、未来发展规划，继续平衡好经营性资金需求与现金分红的匹配度，持续提升股东回报水平。2025 年 4 月 23 日，公司第三届董事会第十四次会议审议通过了《关于 2024 年度利润分配的议案》和

《关于提请股东会授权董事会制定 2025 年中期分红的议案》：2024 年度利润分配方案拟以每 10 股派发现金红利 15 元（含税），以目前总股本测算合计派发现金红利约 17.11 亿元（含税），该事项经公司 2024 年年度股东会审议通过后方予以实施；同时，为进一步提高分红频次，增强投资者回报水平，公司董事会提请股东会批准授权，根据届时情况由董事会制定 2025 年度中期分红方案。公司在追求自身发展、确保稳健经营的过程中，也将持续与全体股东共享经营成果，制定合理的利润分配方案，实现公司成长与股东回报的动态平衡，增强投资者的信心和参与度，夯实公司长期投资、价值投资基础。

2024 年度，公司积极推行“提质增效重回报”专项行动方案，有力推动了自身的高质量发展，有效保障并维护了投资者的合法权益，在对各项具体举措进行持续评估后形成了 2025 年度的“提质增效重回报”行动方案。未来，公司将继续坚持以主营业务为核心、加强技术创新、规范公司治理、强化投资者回报，切实履行上市公司的责任和义务，为发展新质生产力、促进资本市场平稳健康运行贡献力量。

本报告所涉及的公司规划、发展战略等系非既成事实的前瞻性陈述，不构成公司对投资者的实质承诺，敬请投资者注意相关风险。

深圳传音控股股份有限公司董事会

2025 年 4 月 23 日