

三角轮胎股份有限公司

2024 年度“提质增效重回报”行动方案的评估报告

为推动公司高质量发展和投资价值提升，保护投资者合法权益，落实以投资者为本的理念，三角轮胎股份有限公司（以下简称“三角轮胎”或“公司”）于 2024 年 4 月 27 日发布了《2024 年度“提质增效重回报”行动方案》（以下简称“行动方案”）。公司根据行动方案积极开展和落实相关工作，现将 2024 年度执行行动方案的进展和成效情况报告如下：

一、“聚焦主业，发展新质生产力”情况

2024 年公司实现营业收入 101.6 亿元，同比减少 2.6%，归属于上市公司股东的净利润 11.0 亿元，同比减少 21.0%。其中，主营业务收入 101.1 亿元，占营业收入的 99.6%。

1、坚持技术创新提升产品力

报告期内，公司研发支出 4.32 亿元，占报告期内营业收入的 4.26%；获得授权专利 151 项，其中发明专利 9 项，外观设计专利 29 项，实用新型专利 113 项。根据商用车胎、乘用车胎、工程胎与巨胎以及特种胎等产品市场需求及新技术发展趋势，持续优化公司产品结构、加快产品迭代升级，提升产品品质和性能。重点对新能源车辆专业轮胎、超低滚动阻力轮胎，冰雪地、矿区重载以及复杂工况等功能化产品需求，进行系列化产品开发。

（1）商用车胎结合各区域市场和不同使用场景的需求，进行专项研发和性能提升。其中针对低油耗需求开发了 80、70、60 系列的 4.0 超低滚阻产品；针对电动自卸车、牵引车市场分轮位开发了专用花纹产品；针对海外市场开发了高负荷无内胎矿区产品并获得市场认

可；超级单胎系列进行了功能性花纹扩展开发，进一步完善了产品系列；实现国内客车及重卡头部企业的新能源公交、重卡产品配套。

（2）乘用车胎进一步完善丰富产品深度，深耕细分市场领域产品性能。完成超高性能、舒适性及静音棉轮胎等新产品的全面系列化开发、全新一代中欧地区高速雪地胎及极寒区域冰雪地轮胎新产品的开发，新一代电动汽车专用产品设计开发；完成比亚迪、郑州日产及江铃等主机厂多个车型供货。

（3）工程胎针对高载荷市场需求，重点开发高载荷三星级工程子午胎，载荷能力提升 10%以上；针对东南亚等热带苛刻地区高湿高热环境耐切割技术需求，开发巨胎 27.00R49 全新一代产品；针对独联体矿区恶劣作业环境，升级 57 吋巨胎花纹，提高了花纹饱和度、胎面刚性和耐磨寿命；全年新增 14 个配套产品。

（4）特种轮胎在丰富和完善产品系列的同时，不断提升产品的耐刺扎、磨耗性能，满足复杂气候与道路环境的使用需求。通过花纹迭代升级和性能改进，开发了四个全地形轮胎新产品；开发重型特种越野车辆配套新产品；采用宽行驶面和圆胎肩设计技术，更好地满足了特种越野运输车辆在沙漠化地区的使用要求。

2、优化市场布局提升渠道力

国内市场上，2024 年公司发挥品牌优势，加大优势产品和新市场领域的投放，通过加强与重点车企的深入合作，抓住出口车型的增长良机，在国内商用车产销总体下滑、配套需求低迷的不利形势下，实现三角系列商用车轮胎销量国内增长 3.6%，其中配套销量增长 7.9%；抓住国内工程机械行业筑底回暖的机遇，实现子午工程胎配套增长 17%以上；同时不断优化市场结构和产品结构，推进渠道下沉，乘用车胎大规格、高性能、高附加值产品占比持续上升，17 寸以上

规格产品销量占比同比上升 5 个百分点以上；在新能源车产销量大幅增长拉动下，新能源汽车轮胎配套增量明显，其中乘用车胎系列配套增长 150%以上，商用车胎系列增长 40%以上。

国际市场上，持续加强本地化营销与服务支持，深入挖掘不同市场的需求能力。在欧洲、独联体地区，乘用车胎、子午工程胎销量实现增长；欧洲区域销售收入增长明显，同时成功开辟 DIAMONDBACK 品牌销售新渠道；在中东非地区，商用车胎和工程胎销量实现持续增长；受国际市场竞争影响，巨胎销量下降约 30%。

3、完善品牌体系建设提升品牌力

积极推动品牌国际化布局，将在海外市场运营多年的自主品牌 DIAMONDBACK 作为优选引入国内市场，为进一步拓宽中高端市场打下基础，同时全面推出“旅途”系列迭代产品；在国际市场，积极推进 TRIANGLE 和 DIAMONDBACK 品牌产品规划、渠道和网络建设，挖掘市场潜力。

为了让客户更深入地体验三角轮胎的品质和性能，加深对三角品牌优质服务理念的理解，公司在国内组织了多轮“自驾中国”驾乘体验暨品牌推广活动，邀请合作伙伴在自驾出行中体验“旅途”系列产品的出色性能；针对海外客户，邀请了多国合作伙伴参观公司总部，参与三角 EffeXSport TH202 新品在专业汽车和轮胎试验场的试驾活动；同时，在全球范围内积极利用各类知名展会，包括俄罗斯国际汽配展、巴拿马拉丁美洲国际汽配展、中东国际汽配展、德国科隆展、中国进出口商品交易会等，提升品牌影响力。

2024 年公司进一步加大高铁广告投放力度，覆盖了更多线路资源和更广区域，扩大三角品牌在国内市场的影响力。

4、推进低碳绿色转型和智能制造提升生产力

2024 年公司积极践行绿色低碳转型，持续实施技术创新，采用新工艺、新技术、新机型，开展设备革新以及填平补齐、技术改造、减员降本，进一步提质增效，全年生产各类轮胎 2452 万条，同比增长 1.4%，产能利用率达 91%。

5、积极推进数字化建设提升运营力

2024 年公司积极推进数字化建设，升级和优化企业信息系统，在数据集成的基础上融合贯通不同业务板块的业务系统，重点推进经营、研发、制造及营销平台的数字化项目建设和升级替换，提升生产过程、工艺质量配方参数标准化、设备管理等方面管控，包括商用车胎研发体系实施数字化管控，实验室管理系统升级替换，有力支持了新产品开发迭代和现有产品质量改进提速，进一步提升了研发效率和市场响应速度；建设并上线“云智行”营销平台项目，以“数据+技术”为驱动，建设了包含厂、商、店、车四大 APP，拉近生产厂商、经销商、终端零售门店、消费者之间的关系，提高了产品和服务的交付质量和效率，增强了客户体验。

二、“重视投资者回报，与投资者共享发展成果”情况

公司 2023 年度分红方案已经于 2024 年 6 月 26 日经股东大会审议通过，现金分红 5.36 亿元，占公司 2023 年度归属于上市公司股东的净利润的 38.39%，较上一年提高了 8.02 个百分点。本次现金分红已于 2024 年 8 月 22 日实施完毕。

三、“加强投资者沟通，积极传递公司价值”情况

2024 年公司以高质量信息披露为抓手，通过业绩说明会、上证 e 互动、投资者热线、现场接待投资者调研、参加上市公司交流会及电话会、线上会议等方式/渠道与投资者保持了及时充分的交流，向市场和投资者传递公司价值，使投资者全面及时地了解公司经营状况、

优势、发展状况和行业发展形势等情况。

1、公司通过上证路演中心举办了三次业绩说明会，覆盖 2023 年年报、2024 年一季报、半年报、三季报，公司总经理、董事会秘书兼财务负责人、全体独立董事参加了各次说明会，与投资者分享和交流公司的经营情况。

2、参与上交所“ETF 二十年”旗舰行动——山东行的交流活动，接待上交所及部分基金、证券公司及投资者的实地走访，通过参观和座谈，增进了投资者对公司经营情况、汽车产业链等方面的了解，深入感受了公司的科技创新实力和企业文化。

3、积极组织或参与投资者的线上线下交流活动，包括机构投资者的现场调研、上市公司交流会及电话会、线上会议等，同时公司通过上证 e 互动平台回复了中小投资者提出的 97 条问题，通过形式丰富的交流方式，传递公司价值，建立公司与投资者之间长期、稳定的互通关系。

四、“完善公司治理，增强风控能力”情况

2024 年公司持续完善公司治理和内控制度。根据中国证监会、上海证券交易所新发布的制度规则并结合实际经营管理情况，公司修订了《公司章程》《独立董事制度》《股东大会议事规则》《董事会议事规则》《审计委员会议事规则》等 12 项制度，严格落实监管部门关于独立董事制度改革、现金分红等事项的规范要求，改善和提升了公司治理水平。

除股东大会、董事会及监事会会议，公司全年召开审计委员会 3 次、薪酬与考核委员会、战略发展委员会、提名委员会、独立董事专门会议各 1 次，保障了独立董事在公司治理中有效发挥参与决策、监督制衡、专业咨询的作用，保证了公司运营的规范性和决策的科学性。

五、“强化‘关键少数’责任，促进与股东利益的融合”情况

公司持续强化“关键少数”责任意识，定向传达监管政策并督促参加履职培训。2024 年公司组织董事、监事、高级管理人员参加山东证监局举办的年报专题培训、履职培训，独立董事参加了上交所举办的反舞弊履职专题培训，强化董监高合规和自律意识，及时掌握履职相关的法律法规、政策和监管要求，推动公司持续完善公司治理，提升规范运作质量，支持资本市场稳健发展。

2024 年度公司“提质增效重回报”行动方案的各项内容实施顺利，未来公司将继续秉持“提质增效重回报”的核心理念，结合公司实际情况和投资者关切问题，不断优化行动方案，通过高质量发展实现企业价值与股东回报的共同提升。

三角轮胎股份有限公司

2025 年 4 月 25 日