

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

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 type="checkbox"/> 现场参观 <input checked="" type="checkbox"/> 其他 电话会议、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	223家机构405人次（详见附件《与会清单》）	
时间	2022年12月6、7、8、12、13、14、27、28、29日	
地点	深圳、阿联酋阿布扎比	
接待人员	传音控股 董事会秘书	曾春
	传音控股 投资者关系总监	梓轩
	传音控股 投资者关系主管	邓怡秋
投资者关系 活动主要内 容介绍	<p>公司就三大手机品牌定位、手机业务发展情况、公司生产模式、竞争优势、发展空间、扩品类及移动互联业务发展情况等方面做了介绍。</p> <p>互动问答：</p> <p>1、 公司研发费用同比增长较多，是什么原因？</p> <p>回答：2022年前三季度，公司研发投入合计15.02亿元，同比增长44.8%。报告期内，公司持续科技创新、加大产品及移动互联相关等研发投入，提升手机用户的终端体验及产品竞争力，研发费用同比增加。</p>	

2、 公司的生产模式是怎样的？

回答：公司采用自主生产、委外生产等生产模式，以兼顾对于高品质、高技术产品的要求，及市场柔性供应的需求。公司在深圳、重庆、埃塞俄比亚、印度、孟加拉国等设有自有工厂。

3、 请简单的介绍公司的移动互联网业务，当前构成收入的主要是哪些业务？

回答：围绕传音 OS，传音开发了应用商店、广告分发平台以及手机管家等诸多的工具类应用程序。除了上述传音自研的移动互联网产品，传音与网易等多家国内领先的互联网公司，在多领域进行出海战略合作，积极开发和孵化移动互联网产品。

在智能终端产品领域，传音在非洲领先的市场份额带来了天然、持续和稳定的流量与数据。深耕非洲多年，传音在非洲自身的成功经验和本地资源，有利于加速移动互联产品的孵化与成长。传音将中国已发展相对成熟的移动互联网产品模式，通过本地化创新，结合非洲各国的风土民情及用户喜好，推出了一系列真正契合非洲用户需求的移动互联产品和服务。同时，通过传音智能终端的流量入口，协助移动互联产品不断提升用户体验，对非洲用户的需求做精准定位。

当前移动互联业务收入以预装、分发和广告业务为主。

4、 非洲未来的智能机渗透率还会继续提升吗？

回答：根据 GSMA 的数据，2020 年撒哈拉以南非洲智能机渗透率为 48%，GSMA 预测到 2025 年该比例将达到 64%。以非洲为代表的新兴市场处于功能机向智能机转换的大趋势之下。

5、 如何看待公司未来的发展空间？

回答：手机业务方面，目前新兴市场国家仍处于“功能机向智能机切换”的市场发展趋势中，智能机普及率相对较低。随着经济发展水平和人均消费能力的提升，在手机智能化发展的大趋势下，

新兴市场的智能机市场潜力较大。另一方面，传音还在持续“走出非洲”，除了南亚国家外还在不断地开拓新市场。此外，基于在新兴市场积累的领先优势，公司积极实施多元化战略布局，在开展手机业务的同时拓展了数码配件、家用电器等业务以及提供移动互联网产品及服务，公司将逐步构建起智能终端与移动互联业务均衡协同发展的良好生态，探索多模式业务增长之路，多维度、立体化开展业务。

6、 TECNO、Infinix、itel 三大手机品牌的定位是怎样的？

回答：传音针对不同的消费群体，推出了 3 大手机品牌：TECNO 是传音旗下的中高端品牌，定位于新兴市场中产阶级消费群体，提供领先的拍照影像技术和出色的用户体验；Infinix 针对追求时尚科技的年轻人群，提供时尚智能的产品体验；itel 作为大众品牌，为广大基础消费者提供质量好、价格优且耐用的产品。这样的多品牌战略，帮助公司很好地满足了不同人群的消费需求。

7、 公司在非洲以外地区为何能取得突破？

回答：深耕本地化一直是传音的核心竞争力之一，公司会在所在的目标市场洞察用户需求，并且匹配产品研发和设计，推出深度本地化和差异化的产品。今年公司面临较为困难的市场环境，新市场开拓战略仍取得较好的成绩，在健康经营的基础上，不断探索并优化适合新市场的发展模式，重点国家的目标策略更加清晰，开发更加符合目标市场的差异化产品。

8、 传音在非洲的重点市场有哪些？

回答：非洲由 50 多个国家或地区组成，传音进入非洲后，先是选择了东非、西非等几个人口基数较大的国家作为公司的核心市场。目前公司在撒哈拉以南的国家或地区已经取得了较高的市场份额。

9、 非经常性损益的构成？

回答：2022 年前三季度，公司的非经常性损益主要由计入当期损益的政府补助及金融资产公允价值变动、处置金融资产获得的投资收益等项目组成。

10、 看到公司最近在迪拜开了高端新品发布会，能简单介绍一下吗？

回答：公司旗下品牌 TECNO 12 月 7 日在迪拜举行了 "Beyond the Extraordinary" 全球旗舰新品发布会，并于会上发布了 PHANTOM X2 系列智能手机、MEGABOOK S1 笔记本电脑两个旗舰产品。PHANTOM X2 搭载专业级可伸缩人像镜头、后盖采取行业独创超纤环保设计。

MEGABOOK S1 笔记本电脑具备多屏协同、多任务处理流畅性能，机身轻薄。全新升级 OneLeap 超级互联，只需将 PHANTOM X2 放在 MEGABOOK S1 边，即可实现一碰即连高速互联，连接效率大幅提升，有效提升工作效率，有助于 TECNO 进一步实现智能互联场景。

11、 今年公司所在的手机市场为何表现不佳？主要受到了哪些方面的冲击？

回答：今年以来国内外形势较为严峻，疫情的持续以及海外部分新兴市场国家面临通胀压力、美国加息导致本地汇率波动以及国际突发事件等外部环境对公司所在的手机市场经营造成一定的不利影响。

12、 公司不断进入非洲以外新的市场，普遍消费能力比非洲要高，公司有何提升中高端产品竞争力的策略？

回答：公司针对不同的细分消费人群，建立了满足不同消费者需求的多品牌和产品序列，结合各品牌定位及价值选择，不断提升

用户体验和品牌优势；公司持续对中高端消费者进行价值需求的洞察，聚焦中高端消费者的行为偏好和需求层次，推进中高端产品用户体验提升，构建“产品+市场”双驱动体系，继续扩大公司产品在中高端零售渠道的覆盖率，提升中高端市场公司整体竞争力。公司将坚持以用户价值为导向，持续加强消费者洞察体系建设，不断提升用户使用体验；布局长线产品规划及技术赛道，夯实中高端产品规划、预研等实施路径；与行业上下游的合作伙伴建立联合开发机制，优化中高端用户的基础应用体验；围绕用户需求进行产品创新，秉承用户和技术双驱动，持续提高中高端产品竞争力。

13、 公司的本地化运营优势体现在哪些方面？

回答：公司自成立以来专注于深耕非洲等全球新兴手机市场，并秉持“Think Globally, Act Locally”（全球化思维、本地化创新）的理念，致力于进行目标市场本地化产品规划和技术研发创新。公司及时跟踪掌握消费者市场需求动向，对客户需求深入调研，使得其产品研究方向定位精准，产品能够及时满足市场需求，抢占市场先机。公司凭借本地化的技术创新，提高了手机用户的终端体验。

另外在人才引进和培养方面，公司自设立以来就高度重视本地化人才队伍的建设，长期吸收和培养当地人才。公司的生产、研发、采购、销售团队均包含外籍本地员工，并在公司的生产经营中发挥着重要作用。

14、 公司扩品类业务是用哪些品牌在做？

回答：公司旗下拥有专业的数码配件品牌 oraimo、家用电器品牌 Syinix 等，公司的三大手机品牌 TECNO、itel 和 Infinix 亦拓展扩品类业务，推出了手机基础配件、智能穿戴、TWS 耳机、笔记本电脑、电视等产品，积极探索新的合作模式和商业模式，多品牌策略进入良性发展，为公司扩品类业务发展奠定基础。

	<p>15、 扩品类业务和手机业务的销售渠道可以复用吗？</p> <p>回答：手机业务的部分销售渠道可以复用，为了扩品类业务的长期发展，公司也在积极推进其他扩品类销售渠道的建设。</p>
附件清单 (如有)	附件一《与会清单》

附件一《与会清单》

公司名称	公司名称
Daiwa Securities	利檀投资
ADIA	利幄基金
Brilliance Capital	龙严集团
Diamond River	明河投资
Fidelity	明亚保险
Franklin Templeton	摩根士丹利华鑫基金
IGWT Investment	南方基金
Point72 Asset Management	南华基金
Polymer Capital Management	南银理财
Power Corporation of Canada	宁银理财
Rays Capital Partners	诺安基金
Redwheel	诺德基金
Robeco	盘京投资
Sumitomo Mitsui DS Asset Management	磐厚资本
Torq Capital Management	鹏华基金
UG Investment	鹏扬基金
Wellington	平安大华基金
安信基金	平安基金
白犀私募基金	平安理财
百年保险资管	浦银理财
宝盈基金	前海开源基金
北海棣增投资	青骊投资
北京成泉资本	群益投信
北京高信百诺投资	人保资产
北京金百镨投资	仁桥资产
北京遵道资产	融通基金
碧云投资	厦门中略投资

博恩投资	上海勤辰私募基金
博时基金	上海尚雅投资
财通资管	上海汐泰投资
乘是资产管理	上海长见投资
澄明资产	上投摩根基金
创金合信基金	上银基金
淳厚基金	少藪派投资
达晨财智	申万宏源资管
大成基金	申万菱信基金
大家资产	深圳博源企业管理中心
大摩华鑫基金	深圳杉树资产
丹羿投资	深圳市金广资产
淡水泉投资	深圳市金友创智资产
德邦证券	深圳市君茂投资
东北证券	深圳市日斗投资
东方阿尔法基金	慎知资产
东方基金	石峰资产
东方资管	拾贝投资
东吴基金	双安资产
东证资管	太平基金
复华投信	太平资产
富国基金	泰康人寿
富荣基金	泰康资产
歌斐诺宝（上海）资产管理	泰信基金
亘曦资产	弢盛资产
古木投资管理	天虫资本
光大保德信基金	霆威投资
光大新鸿基	万家基金
光大永明人寿	五地投资
光大证券	西部利得基金
光大资管	西部证券
广东奶酪投资	汐泰投资
广发基金	希瓦资产
广发银行理财	熙山资本
国海证券	谢诺辰阳私募证券
国海资管	新华基金
国金基金	新华资产
国联安基金	鑫巢资本
国融基金	鑫然投资
国泰基金	信诚人寿
国泰君安资管	信达澳亚基金

国泰投信	信达电子
国泰证券	兴合基金
国信证券	兴业基金
海富通基金	兴银理财
杭银理财	兴证全球基金
和谐汇一资产管理	兴证资管
恒大人寿	一创证券
恒生前海基金	易方达基金
弘尚资产	易米基金
弘毅远方基金	银河基金
红筹投资	银华基金
红土创新基金	永盈基金
华安基金	裕晋投资
华宝基金	誉辉资本
华创证券	元大投信
华融证券	原点资产
华泰柏瑞基金	展博投资
华泰保兴基金	长城基金
华西基金	长江资管
华夏基金	长金投资
华夏久盈资产管理	长信基金
汇丰晋信基金	招商信诺资产
汇华理财	浙商基金
汇泉基金	浙商证券
汇添富基金	正心谷创新资本
混沌投资	正圆投资
嘉实基金	中庚基金
建信理财	中国人保资产
建信养老	中海基金
交银施罗德基金	中荷人寿
金信基金	中金基金
金元顺安基金	中金资管
津圆资产	中融基金
锦成盛资产	中信保诚
旌安投资	中信保诚人寿
景林资产	中信建投证券
静瑞资本	中信建投资管
九泰基金	中信自营
久期投资	中银国际证券
聚鸣投资	中银基金
凯丰投资	中邮人寿

凯基投信	中原英石基金
宽远资产	中再资产
兰馨亚州	