

广东电声市场营销股份有限公司

2024 年度董事会工作报告

2024 年，公司董事会严格按照《公司法》《证券法》《深圳证券交易所创业板股票上市规则》《深圳证券交易所上市公司自律监管指引第 2 号——创业板上市公司规范运作》等相关法律法规、规范性文件和《公司章程》《董事会议事规则》等规定，切实履行公司及股东赋予董事会的各项职责，认真严格贯彻执行股东大会决议，积极开展董事会各项工作，不断规范公司治理，保障了公司的良好运作和可持续发展。

现将董事会 2024 年度主要工作汇报如下：

一、公司整体情况

2024 年，公司继续深耕原有业务，积极探索新的业务领域。

报告期内，公司实现营业收入 22.87 亿元，同比增长 1.58%，实现归属于上市公司股东的净利润 1,404.05 万元，同比下降 57.33%，归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润为 363.08 万元，同比下降 83.49%。

产生上述变化的主要原因是市场竞争激烈，互动展示业务和零售终端管理毛利率降低，本期应收账款转回减少、信用减值损失增加；公司对新能源车销售业务、对汽车体验中心进行调整，导致管理费用增加；另外，2021 年股权激励项目在报告期内产生了股份支付费用。这些因素综合影响了公司净利润的表现。

报告期内，公司积极开拓新行业和新客户，根据市场环境的变化调整收入构成。2024 年，公司在消费电子行业营业收入增长 198.33%、在医药行业的营业收入增长 42.35%。公司数字零售业务中 B2C 业务实现营业收入 5.23 亿元，同比增长 112.04%。

报告期内，公司加强管理成本费用、进一步降本增效，公司销售费用与去年同期相比下降 13.62%。

截至报告期末，公司货币资金余额为 8.48 亿元，为公司在未来的市场竞争中稳步发展提供了坚实的财务基础。

二、各业务板块经营情况

1、零售终端管理业务

报告期内，公司零售终端管理业务实现营业收入 10.00 亿元，同比增长 1.07%，占营业总收入的 43.74%。

(1) 继续开拓新行业新客户

报告期内，公司继续深度服务快消等行业的成熟客户，同时加大力度开拓发展其他行业品牌客户。2024 年，公司新增医药行业客户欧加隆、化工行业客户嘉实多等。

(2) 探索创新业务和服务模式

报告期内，公司继续优化盘核宝、慢性病跟踪管理等相关创新营销服务业务。公司利用 AI 技术为医药行业客户进行会议跟踪分析服务，服务场景覆盖线上线下，以全面观察、客观记录为基础，为客户输出分析报告。

2、数字零售业务

报告期内，公司数字零售业务实现营业收入 8.50 亿元，同比增长 7.58%，占营业总收入的 37.17%。其中，B2B 业务营业收入 3.27 亿元，同比下滑 39.88%，主要为阿里零售通自身战略调整所致，但经过公司管理层的努力，B2C 业务实现营业收入 5.23 亿元，同比增长 112.04%。

(1) 积极开拓新业务，新增项目营收大幅增长

报告期内，公司深耕既有电子商务渠道，积极开拓新行业新品牌。2024 年 3 月，阿里零售通平台宣布因业务调整暂停运营，公司 B2B 零售业务受到一定影响；在这种背景下，公司数字零售业务持续发挥社区团购、京东、天猫等电商渠道的优势，与多个知名快消品牌达成电商代运营、经销等模式的合作，涵盖屈臣氏水饮、明治、六个核桃、康师傅方便面等品牌。2024 年，新增电商合作项目实现营业收入增长 3.05 亿元。

(2) 布局即时零售生态，扩充营收增长点

报告期内，公司积极布局快消行业即时零售，在小象超市、朴朴、美团等即时零售渠道实现与玛氏箭牌、杰士邦、嘉士伯等多个知名品牌的合作。2024 年，公司即时零售业务实现营收 0.39 亿元，同比增长 868.17%。

（3）系统化 AI 赋能，提升管理能力

报告期内，公司积极推进系统化建设，搭建多多运营分析 BI 系统、多多买菜云仓管理系统、社区团购价格管理 BI 系统、项目经营分析 BI 系统、售后工单管理系统、AI 内部管理知识库等，并且大力推动 AIGC 在设计、视频、客服等电商领域的运用，提升管理能力、实现降本增效，增强业务核心竞争力。

（4）联手知名酒店，定制香氛开辟新模式

报告期内，公司自有香水香氛品牌“栖溪”，通过线上线下全渠道销售，建立了良好的品牌基础。截至目前，栖溪在线上通过天猫、京东、抖音等渠道销售，在线下覆盖 KKV、调色师、三福等知名新型零售渠道。2024 年栖溪与国内某知名五星级酒店达成合作，为其独家定制创作东方美学文化香氛“梵境”，收到客户的认可和好评。

3、互动展示业务

报告期内，公司互动展示业务实现营业收入 2.40 亿元，同比下降 16.36%，占营业总收入的 10.51%，主要原因是公司基于强化应收账款风险管控的管理要求，对相关行业的业务更加谨慎地参与。

报告期内，公司继续与众多成熟品牌保持深度合作，为客户提供线下互动展示活动的营销策略、创意设计 & 运营落地服务。

在汽车营销领域，公司与捷豹路虎、东风汽车、理想汽车、吉利汽车、领克等汽车品牌在展览展示、线下互动体验、用户活动等项目上开展合作，积极帮助品牌及其汽车产品获得更多的线下曝光，提升线下传播声量。

在体育运动、快消品、母婴用品、通讯等行业营销领域，为客户提供包括公关路演、体验店打造、店内促销等多类型的定制化服务。同时，公司积极开拓元气森林、喜利得、得宝等品牌的全新合作，客户群体进一步多元化。

报告期内，公司为快消品牌金拱门开展 2024 儿童节线下活动，让消费者体验参与六一儿童节“让快乐升级”；公司为百威啤酒打造黑金之夜主题活动、为百威福建区域黑金 250ml 小瓶装新品上市策划相应活动；为快消品牌得宝开展 2024 明星官宣线下活动，以「得宝时间影展」为主题的沉浸式快闪活动落地五城执行，实现终端销售促进赋能，提升品牌销量。

4、品牌传播业务

报告期内，公司品牌传播业务实现营业收入 1.66 亿元，同比增长 4.38%，占营业总收入的 7.27%。

报告期内，公司持续发展媒介业务，开发下沉市场及特殊场景媒介资源机会；不断优化运营传播业务，努力为客户提供更加完善的媒介触达运营解决方案。

报告期内，公司持续为用户提供代运营服务，为飞利浦持续打造“飞利浦健康生活 lab”“飞利浦医疗科技”“飞利浦伟康”“飞利浦当立”等系列内容矩阵。2024 年，公司通过视频号挖掘微信生态的公域流量，助力飞利浦伟康医疗业务赋能线下经销商和联动呼吸机用户，最终实现品牌销量提升；报告期内，公司积极开拓跨境金融等行业的新客户，与 Airwallex 空中云汇建立合作，根据品牌需求开展各种类型投放业务；报告期内，公司将 AI 大模型应用在私域用户运营业务，为品牌客户提升运营效率，上线了 AI 质检、AI 训练等工具，建立行业小模型，提高了私域运营人员的工作效率和效果。

2024 年，公司新能源汽车出行业务，总计运营 780 台出行车辆，覆盖了广州、东莞、中山、珠海、惠州、江门等大湾区核心城市，与滴滴、T3 等头部出行平台合作开展汽车租赁、出行业务等方面的合作。2024 年，公司新能源汽车出行业务实现营收 2,728.99 万元，同比增长 63.77%。

三、2024 年度董事会工作情况及专门委员会运作情况

（一）报告期内董事会召开会议情况

报告期内，公司共召开 4 次董事会会议，董事会的召集、召开符合《公司法》《公司章程》和《董事会议事规则》等有关规定。董事积极开展工作，积极参加相关知识的培训，熟悉有关法律法规，以认真负责的态度按时出席董事会，勤勉履行自身职责。具体情况如下：

序号	召开日期	会议名称	审议通过议案
1	2024 年 4 月 24 日	第三届董事会第八次会议	1. 关于《公司 2023 年度总经理工作报告》的议案 2. 关于《公司 2023 年度董事会工作报告》的议案 3. 关于《公司 2023 年年度报告》及其摘要的议案 4. 关于《公司 2024 年第一季度报告》的议案 5. 关于《公司 2023 年度财务决算报告》的议案 6. 关于公司 2023 年度利润分配的预案 7. 关于《公司 2023 年度内部控制的自我评价报告》的议案

			8. 关于公司募集资金 2023 年度存放与使用情况的专项报告 9. 关于计提资产减值准备的议案 10. 关于 2024 年度申请融资额度及提供担保额度预计的议案 11. 关于修订《公司章程》的议案 12. 关于提请股东大会授权董事会以简易程序向特定对象发行股票的议案 13. 关于使用部分闲置自有资金进行现金管理的议案 14. 关于对 2023 年度会计师事务所履职情况的评估报告 15. 关于公司董事薪酬方案的议案 16. 关于公司高级管理人员薪酬方案的议案 17. 关于公司会计政策变更的议案 18. 关于独立董事独立性自查情况的专项报告 19. 关于召开公司 2023 年度股东大会的议案
2	2024 年 8 月 28 日	第三届董事会第九次会议	1. 关于《公司 2024 年半年度报告》及其摘要的议案 2. 关于公司募集资金 2024 年半年度存放与使用情况的专项报告 3. 关于变更公司经营范围、修订章程并办理工商登记的议案 4. 关于续聘会计师事务所的议案 5. 关于使用部分闲置募集资金进行现金管理的议案 6. 关于设立及注销部分分公司的议案 7. 关于计提资产减值准备的议案 8. 关于召开公司 2024 年第一次临时股东大会的议案
3	2024 年 10 月 25 日	第三届董事会第十次会议	1. 关于《公司 2024 年第三季度报告》的议案 2. 关于部分募投项目延期的议案
4	2024 年 12 月 20 日	第三届董事会第十一次会议	1. 关于调整股票期权行权价格和限制性股票授予价格的议案 2. 关于 2021 年限制性股票与股票期权激励计划之限制性股票第三个归属期归属条件成就的议案 3. 关于 2021 年限制性股票与股票期权激励计划之股票期权第三个行权期行权条件成就的议案 4. 关于作废 2021 年限制性股票与股票期权激励计划部分已授予尚未归属的第二类限制性股票的议案 5. 关于注销 2021 年限制性股票与股票期权激励计划部分已授予尚未行权的股票期权的议案

（二）报告期内对股东大会决议执行情况

报告期内，公司股东大会依据《公司章程》《股东大会议事规则》等相关规定开展工作，公司董事会提议召集股东大会 2 次，具体情况如下：

序号	召开时间	会议名称	审议通过议案
1	2024 年 5 月 22 日	2023 年度股东大会	1. 关于《公司 2023 年度董事会工作报告》的议案 2. 关于《公司 2023 年度监事会工作报告》的议案 3. 关于《公司 2023 年年度报告》及其摘要的议案 4. 关于《公司 2023 年度财务决算报告》的议案 5. 关于公司 2023 年度利润分配的议案 6. 关于 2024 年度申请融资额度及提供担保额度预计的议案 7. 关于修订公司章程的议案 8. 关于提请股东大会授权董事会全权办理以简易程序向特定对象发行股票的议案 9. 公司董事薪酬方案 10. 公司监事薪酬方案
2	2024 年 9 月 20 日	2024 年第一次临时股东大会决议公告	1. 关于变更公司经营范围、修订章程并办理工商登记的议案 2. 关于续聘会计师事务所的议案

公司董事会根据《公司法》《证券法》等有关法律法规和《公司章程》要求，严格按照股东大会的决议和授权，认真履行职责，全面执行了公司股东大会决议的相关事项。

（三）独立董事履职情况

报告期内，公司独立董事根据相关法律法规的要求，忠实勤勉地履行独立董事职责，积极出席公司召开的董事会及董事会专门委员会会议，认真审议董事会各项议案。凭借自身专业知识和经验，为公司日常经营管理提供了有价值的指导意见，有效推动公司规范化治理，切实维护了公司及全体股东的利益，充分发挥了独立董事的作用，为董事会的科学决策提供了有效保障。

（四）董事会下设的各专门委员会履行职责情况

公司董事会下设战略委员会、薪酬与考核委员会、提名委员会、审计委员会四个专门委员会，于报告期内发挥专业性作用，科学决策、审慎监管，切实履行了工作职责，有效提升了公司管理水平。

1、报告期内董事会战略委员会履职情况

报告期内，召开了3次董事会战略委员会会议，全体委员均出席了会议，战略发展委员会深入了解公司经营情况和发展状况，积极研究公司所处行业的发展趋势，探讨公司未来战略规划和布局，并重点对提请股东大会授权董事会以简易程序向特定对象发行股票、设立及注销部分分公司、申请融资额度及提供担保额度预计、部分募投项目延期等重大事项上提出了宝贵的建议，保证了公司发展规划和战略决策的科学性，为公司持续、稳定发展提供支持。

2、报告期内董事会薪酬与考核委员会的履职情况

报告期内，召开了2次董事会薪酬与考核委员会会议，全体委员均出席了会议，公司董事会薪酬与考核委员会认真结合董事及高级管理人员岗位职责、重要性等情况制定薪酬方案，对公司董事及高级管理人员的履职情况进行审查，并重点审议董事、高级管理人员薪酬方案、董事及高级管理人员绩效薪酬考核结果、公司股权激励实施事项等，切实履行了自身职责。

3、报告期内董事会审计委员会履职情况

报告期内，公司董事会审计委员会根据《公司章程》《董事会审计委员会议事规则》等有关规定开展工作，召开了5次董事会审计委员会会议，全体委员均出席了会议，认真听取内部审计部门的工作汇报，对内部审计工作进行业务指导和监督，并重点对公司定期报告、财务报告、内部控制评价报告、以及续聘会计师事务所、募集资金存放与使用情况、计提资产减值准备、会计政策变更、内部审计工作、2023年度会计师事务所履行监督职责情况报告及会计师事务所履职情况的评估报告等事项提出了宝贵的意见和建议。在公司2024年度审计过程中，审计委员会与外部审计机构人员进行了积极主动的沟通；另外，也详细了解公司财务状况和经营情况，审查了公司内部控制制度的执行情况，认为公司已经建立的内控制度体系符合相关法规的规定，并能有效控制相关风险。

4、报告期内董事会提名委员会履职情况

2024年，董事会提名委员会严格按照《董事会提名委员会议事规则》，根据公司经营活动情况、资产规模和股权结构，研究和完善董事、高级管理人员的选择标准和程序、以及董事会的规模和构成。本报告期内没有相关重大提名聘任事项。

四、公司未来发展规划

战略定位：致力于成为全球领先的科技创新型综合营销服务集团

1、科技驱动创新：积极应用生成式 AI、大模型、VR/AR、裸眼 3D 等新技术，持续优化数字化、智能化营销资源，构建线上线下结合的差异化营销服务资源和能力；推动业务向数字化、智能化转型，增强组织的核心竞争力，使公司数字化营销服务达到行业内领先水平；

2、打造品牌产品矩阵：在营销的基础上不断提升销售能力，并通过内生式发展和外延并购相结合的方式，打造和建设消费者品牌和系列产品，满足细分市场消费者群体的多样化需求；

3、布局国际化发展：在国内品牌出海、跨境电商、海外品牌建设等方面展开布局，为客户提供定制化的跨国营销服务，满足不同国家和地区的市场需求，实现公司营销服务和品牌产品的国际化、全球化扩张。

董事会工作报告到此结束。在这里，我们代表董事会向各位董事、股东给予的信任与支持，向经营班子付出的艰辛和努力表示衷心地感谢，董事会将继续以勤勉、认真、负责的工作作风，积极贯彻股东大会的决议，推动公司的快速稳健发展，维护全体股东的利益。

广东电声市场营销股份有限公司董事会

2025 年 4 月 26 日