

证券代码：301345

证券简称：涛涛车业

公告编号：2025-012

# 浙江涛涛车业股份有限公司

## 2024 年年度报告摘要

## 一、重要提示

本年度报告摘要来自年度报告全文，为全面了解本公司的经营成果、财务状况及未来发展规划，投资者应当到证监会指定媒体仔细阅读年度报告全文。

所有董事均已出席了审议本报告的董事会会议。

天健会计师事务所（特殊普通合伙）对本年度公司财务报告的审计意见为：标准的无保留意见。

本报告期会计师事务所变更情况：不存在变更情况。

非标准审计意见提示

适用 不适用

公司上市时未盈利且目前未实现盈利

适用 不适用

董事会审议的报告期利润分配预案或公积金转增股本预案

适用 不适用

公司经本次董事会审议通过的利润分配预案为：以总股本108,631,741股为基数，向全体股东每10股派发现金红利15元（含税），送红股0股（含税），以资本公积金向全体股东每10股转增0股。

董事会决议通过的本报告期优先股利润分配预案

适用 不适用

## 二、公司基本情况

### 1、公司简介

|          |                     |                     |        |
|----------|---------------------|---------------------|--------|
| 股票简称     | 涛涛车业                | 股票代码                | 301345 |
| 股票上市交易所  | 深圳证券交易所             |                     |        |
| 联系人和联系方式 | 董事会秘书               | 证券事务代表              |        |
| 姓名       | 孙永                  | 卢凤鹤                 |        |
| 办公地址     | 浙江省丽水市缙云县新碧街道新元路10号 | 浙江省丽水市缙云县新碧街道新元路10号 |        |
| 传真       | 0578-3185868        | 0578-3185868        |        |
| 电话       | 0578-3185868        | 0578-3185868        |        |
| 电子信箱     | zqb@taotaomotor.com | zqb@taotaomotor.com |        |

### 2、报告期主要业务或产品简介

#### （一）公司主营业务及产品

涛涛车业是一家专注于“新能源智能出行”的高新技术企业，立足国际视野，致力于为全球消费者提供“无限户外驾乘体验”。公司聚焦智能电动低速车和特种车，其中：智能电动低速车以道路用车为主，包括电动高尔夫球车、电动自行车、电动滑板车和电动平衡车等新能源智能系列产品；特种车以非道路用车为主，涵盖全地形车和越野摩托车等燃油类产品。公司产品主要用于休闲运动、智能出行、特种作业等方面，适合各年龄段和多场景使用，满足单人、双人、多人及整个家庭等需求，应用范围十分广泛，凭借卓越实用性和高度适应性赢得了消费者的广泛青睐。

#### 1、智能电动低速车

##### （1）电动高尔夫球车

公司以“产品矩阵拓展、渠道生态深耕、品牌价值跃升”的战略框架为核心驱动力，依托美国本土化运营的垂直整合优势，系统构建涵盖研发、生产、营销及服务的全价值链运营体系。通过战略协同效应的深度释放，电动高尔夫球车

业务实现稳健增长，2024年终端销售量突破20,000台，实现销售额较2023年超9倍的量级增长。随着北美制造体系成熟度提升与渠道网络效能释放，该业务已形成可持续增长路径，后续增长动能充沛，将进一步实现市场份额与品牌势能的同步提升。

报告期内，公司围绕核心战略方向，电动高尔夫球车在多个关键性环节取得实质性突破：①持续强化技术投入强度，升级迭代2+2座系列产品，创新推出正四座、4+2座、正六座及全景式露营车等高附加值产品组合，已形成覆盖多客群多场景的完善矩阵，有效支撑市场需求的精准响应；②渠道战略纵深推进，构建覆盖美国核心市场区域的170+经销商网络，成为美国最大高尔夫球车电商平台首次引入的新晋合作品牌，并成功开拓多家运营超50年的行业资深经销商；③产品应用场景延伸至度假村、大型社区等新兴市场，进驻包括密西西比河谷州立大学(MVSU)、得克萨斯大学达拉斯分校(UTD)在内的多所高校及美国知名连锁主题游乐园，实现应用场景多元化的突破；④品牌价值突破升级，通过参与PGA SHOW、MotoGP、DALLAS OPEN等知名展会活动及赛事，实施“高端场景锚定”营销策略，在以美国本土品牌为主导的北美市场建立差异化认知，不断吸引众多高端用户青睐，产品先后被美国NBA传奇球星Shaquille O'Neal、澳大利亚知名女演员Rebel Wilson等选用，推动品牌知名度和溢价能力不断提升，客户和经销商的复购率显著提高；⑤运营效能精益化提升，构建数字化赋能平台，全面提升经销商服务体系响应效率，通过精细化人效管理，人均销售额再创新高。



电动高尔夫球车ROVER XXL



电动高尔夫球车ROVER XL 6



电动高尔夫球车ROVER XL



电动高尔夫球车NOMAD

## (2) 电动自行车

公司逐步探索从“全场景覆盖”到“精准爆款穿透”的产品策略，聚焦核心场景需求进行产品线优化，以“DENAGO”品牌专业高端系列和“GOTRAX”品牌新潮活力系列并行发展，在电机电池、性能续航、外观设计等方面深耕技术创新，结合用户个性化需求，持续攻占消费者心智。其中，DENAGO电动自行车全系产品通过UL2849和UL2271安全认证，全地形山地自行车Hunting 1以峰值1000W动力并搭载双电池系统，最高可提供120英里的强劲续航，树立性能标杆；“GOTRAX”品牌聚焦高性价比车型开发，并实现高碳钢车架的电动自行车量产，在北美电动自行车高端市场的占有率持

续攀升。

截至报告期末，“DENAGO”品牌电动自行车拥有高端经销商300余家，北美市场加速渗透，DENAGO自建站新品热销，胖胎系列产品凭借潮流配色和新颖外观赢得消费者追捧，销售良好。“GOTRAX”品牌系列车型凭借高性价比优势在AMAZON同类产品中排名靠前；同时加速推进渠道战略升级，与两家全美TOP10的专业渠道商达成战略合作；GOTRAX自建站年度用户增长稳定提升；BEST BUY新增多款日常进店产品，进一步拓宽了“GOTRAX”品牌产品在商超渠道的覆盖范围，增强了市场渗透力。



电动自行车DENAGO FAT TIRE 2



电动自行车DENAGO HUNTING 1



电动自行车DENAGO EXC2



电动自行车GOTRAX Z4PRO

### (3) 电动滑板车和电动平衡车

公司电动滑板车全方位构建覆盖大众通勤至专业竞技的全场景产品序列。系列产品通过差异化定位，以设计创新与核心性能突破，在各渠道保持品类竞争力，高端产品线通过精准场景化营销实现客单价的有效提升，主力车型在各商超渠道持续领跑销售榜单。其中：在AMAZON平台销量稳居前列；在WALMART渠道连续参与季节性促销，“RIVAL”品牌成为畅销产品，销量位居同类产品前茅。

公司电动平衡车已形成完善的生产工艺和研发体系，相关产品兼具功能实用性与美学价值，主流市场的消费者认可度持续提升。其中：在AMAZON平台稳居类目头部梯队并保持多年Best Seller认证记录；在WALMART渠道连续三年入选年度产品推荐名单首页，蝉联两年类目销售冠军。



电动滑板车GX2



电动滑板车GX3



电动滑板车G7



电动滑板车XR PRO

## 2、特种车

### (1) 全地形车

公司全地形车逐步呈现全球化突破态势，北美市场依托产品迭代与渠道优化实现销售持续复苏，北美以外市场销售业绩创历史新高。凭借优越的性能和新颖的外观，结合规模效应带来的成本优势和极具竞争力的性价比，公司全地形车持续获得市场青睐，报告期内出口数量排名第二（根据中国汽车工业协会摩托车分会发布的《2024年12月产销快讯》）。

报告期内，公司全地形车纵向完善产品谱系扩充，形成小排量产品规模化覆盖与大排量车型梯度化布局的战略纵深；横向突破发动机核心技术，完成300CC发动机全流程自主研制并实现小批量产，奠定动力系统垂直整合能力；渠道建设构建多区域市场渗透体系：①300CC ATV作为北美以外市场的主力车型，年度出货量突破3,000台；②700CC UTV启动北美定制化开发，目前处于研发攻坚阶段，力争早日进入北美市场；③小排量全地形车通过“DENAGO”品牌逐步进入北美TOP级经销商网络，行业头部渠道合作伙伴增至50多家，形成高端市场战略支点。



350CC ATV



300CC ATV



TITAN 250



SHARK 200

## (2) 越野摩托车

公司越野摩托车作为较早进入北美市场的产品之一，凭借酷玩属性受到当地消费者的青睐。公司研发团队不断探索前沿技术，致力于提升产品性能和用户体验。基于多年的深耕积累，公司越野摩托车在设计创新、技术研发和市场推广等方面已形成强大的市场竞争力，燃油类越野摩托车进入TSC专业商超，DENGAO越野摩托车以高端品牌逐步打入美国市场，开辟竞争新局面。

报告期内，公司越野摩托车业务营收实现同比快速增长，通过构建精准化渠道矩阵，成功与50多家北美高端经销商建立合作关系。在深化渠道协同效应的同时，依托工业设计创新与核心技术突破，品牌溢价能力及市场渗透率持续提升，进一步巩固公司在该领域的行业地位。



MX4 DIRT BIKE



DB20 GASOLINE

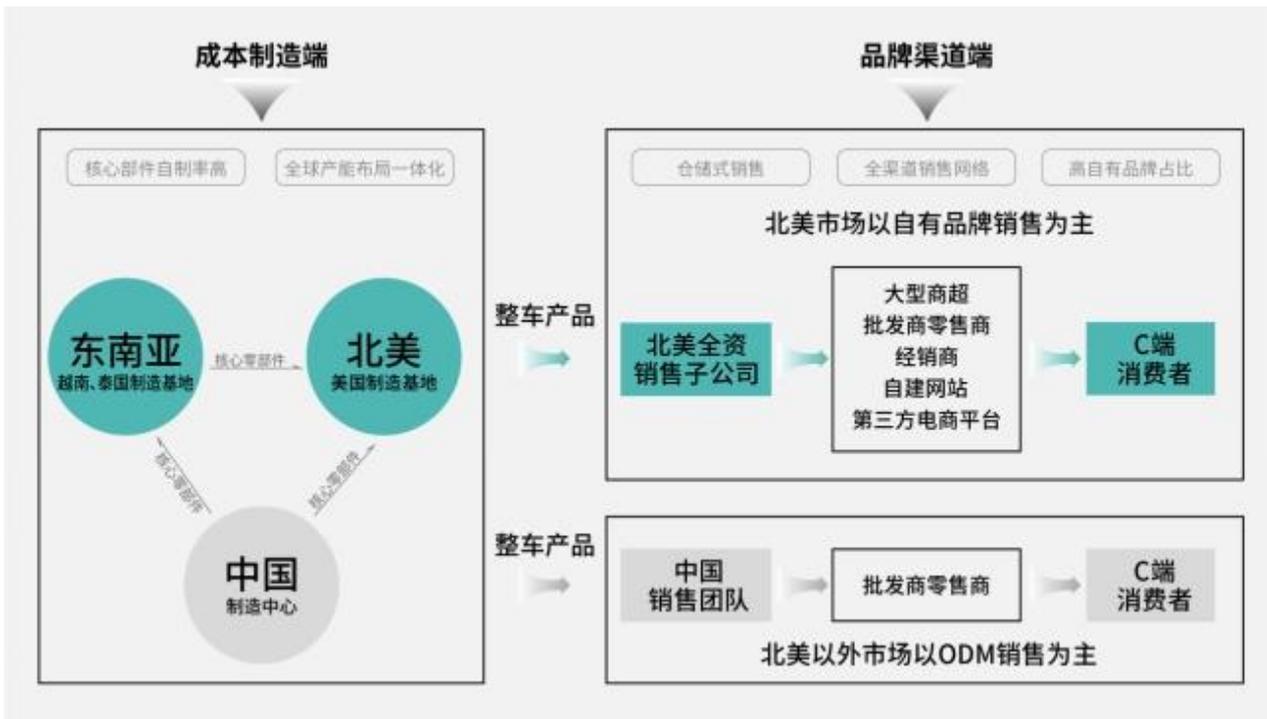


K2 ELECTRIC DIRT BIKE



EVEREST ELECTRIC DIRT BIKE

(二) 主要经营模式



公司采用成本制造端与品牌渠道端两端一体化的经营模式，精准定位市场需求，以高性价比产品准确切入市场，通过多渠道营销迅速抢占市场份额，进而实现规模效应，增强盈利能力。市场地位稳定后，公司逐步启动高端化布局，纵向扩展高客单价产品线，进一步增厚盈利空间，并结合持续的研发创新，不断探索新的市场领域，为公司的长期业绩增长注入强劲动力。

在成本制造端，公司秉持“世界工厂”的战略定位，依托“中国+东南亚+北美”三地协同的产能布局，积极融入全球供应链体系。通过全产业链整合与模块化制造体系的有机融合，构建起涵盖自主研发设计、核心部件自主生产、全球化供应链管理的三维能力体系，完成产业链纵向一体化布局。基于高度自主化的制造体系，公司构建核心制造价值链闭环，以精益化成本管控与标准化品控体系驱动制造效能持续提升；借助跨区域产能协同网络，构建灵活响应机制，显著提升对国际贸易环境波动的适应能力，为全球化战略实施提供坚实支撑。

在品牌渠道端，公司坚持自主品牌销售为主，通过设立境外子公司、海外仓和运营中心，实施仓储式销售。公司采用自主品牌多渠道营销策略，构建线上线下融合、立体式发展的全渠道销售网络，并建立与之匹配的售后服务体系，不断提升品牌影响力和市场竞争力。在北美市场，公司以自主品牌销售为主，线下渠道覆盖经销商、大型商超以及批发商零售商；线上渠道覆盖AMAZON、WALMART和EBAY等第三方电商平台和多个自有网站。在非北美市场，公司主要以ODM的形式，通过批发商零售商进行销售。

经过多年努力，公司已自主掌控核心资源和关键环节，构建了“自主研发、自主生产、自主品牌、自主渠道”的研产销一体化模式，聚焦效率提升，充分发挥成本制造与品牌渠道的两端一体化优势，持续增强核心竞争力。

### （三）公司经营情况讨论与分析

2024年，公司聚焦高质量发展首要任务，坚持稳中求进，积极优化经营策略，强化公司内部治理，提速创新发展步伐，不仅实现了经营业绩的大幅突破，同时还推动了公司综合实力迈上新的台阶。报告期内，公司实现营业收入29.77亿元，同比增长38.82%，其中：电动高尔夫球车销售收入8.12亿元，同比增长934.78%；电动自行车销售收入2.31亿元，同比增长40.17%；电动滑板车销售收入6.01亿元，同比下降16.32%；电动平衡车销售收入1.99亿元，同比下降32.69%；全地形车销售收入7.38亿元，同比增长18.92%；越野摩托车销售收入1.87亿元，同比增长52.41%。归属于母公司所有者的净利润4.31亿元，同比增长53.76%，总体业绩保持快速增长趋势。

#### 1、业绩高速增长，盈利动能强劲释放

2024年，公司业绩继续呈现快速增长态势，盈利能力进一步增强。在营业收入同比激增38.82%的强劲引擎驱动下，公司利润增长实现量与质的双重突破。公司依托内生增长引擎与市场攻坚双轮驱动，构建“内强根基+外拓市场”的发展格局：战略聚焦电动高尔夫球车和全地形车等高价值产品打造，生产端依托海外产能拓展及供应链垂直整合，构建跨区域敏捷制造网络，不断进行工艺升级以及智能制造水平优化，全球产能逐步提升；市场端精准锚定北美消费需求，通过产品精准定位与服务创新升级，深化本土化渠道渗透策略，推动高客单价产品占比提升，盈利空间持续拓宽。在全球化运营框架下，公司同步强化风险抵御能力，深度结合“成本制造端与品牌渠道端”两端一体化优势，形成“资源整合-产能优化-市场拓展”的良性循环。此外，公司积极打造快速高效的沟通平台，优化职能架构，确保内部的无障碍交流和外部的即时对接，形成研产销以及售后服务的高效闭合循环，全面提升运营效率，为长期盈利动能释放奠定坚实基础。

#### 2、海外产能布局进阶，全球供应链韧性系统升级

公司加速构建“中国+东南亚+北美”三位一体全球化产能布局体系：①北美本土化制造取得重大进展：美国得克萨斯州完成自有生产基地布局，于2024年10月正式进行试生产。首台在北美本土组装的DENAGO电动高尔夫球车成功下线，深度践行“本土制造-本土交付-本土运营”的战略闭环。目前，公司正同步推进“美国制造商资格”认证，以进一步实现“北美制造+”战略；②东南亚制造枢纽初步成型：越南广宁省2万多平方米的工厂实现核心工序制造能力覆盖，完成车架成型、表面处理、动力总成等关键工艺环节布局，具备电动高尔夫球车、全地形车等生产能力，产能持续爬坡；③国内工厂制造水平不断提升：通过系统性效能革新，完成工艺流程化改造、智能设备集群调试及柔性生产团队建设，形成具有强制性的产能建设模型，现已具备支撑全球市场需求的制造体系基础，为海外制造基地复制产能爬坡奠定技术支持与管理范式。

#### 3、深化产品研发创新，驱动业务结构升级

公司以“电动化、智能化、高端化”为研发战略主轴，构建覆盖全品类、全场景的技术护城河，驱动业务结构向高

价值赛道持续迁移：电动高尔夫球车以用户需求场景为创新原点，两年内完成从“2+2”铅酸款到“2+2”锂电款、“正四座”、“正六座”以及露营车系列的四次迭代，产品矩阵不断丰富，覆盖场景持续延展；全地形车在现有产品系列基础之上新增研发200CC ATV和230CC ATV，300CC以下小排量段产品系列不断完善，同时稳步推进350CC ATV、550CC ATV、700CC UTV等大排量全地形车的研发，并加强350CC、550CC等排量段的发动机研发，以强劲研发为公司长远发展注入持续动力；电动自行车、电动滑板车和电动平衡车依托现有产品基础，推动持续优化升级。

公司坚持智能化技术重构产品价值维度，其中：电动高尔夫球车搭载“CAN”总线通讯、EPS转向系统及IOT车联网技术，支持车辆数据实时监控、OTA远程升级及在线售后支持，部分车型标配10.1寸LCD智能交互屏，实现人车交互效率提升，并采用新能源锂电池技术，持续提升用户体验，同时积极研发车载智能平台，为进一步智能化扩展和接入提供强有力的技术支持；大排量全地形车通过集成四驱动力系统和大扭矩输出，结合先进的汽车转向技术，不断强化越野性能，配套TFT液晶仪表盘，实现驾驶数据可视化。公司通过技术迭代与场景深耕，实现从“功能满足”到“价值引领”的跨越，为全球市场提供高性能、高可靠性的产品解决方案，持续提升行业技术水平。

截至目前，公司拥有专利491项，其中：境内专利340项（发明专利19项、实用新型专利116项、外观专利205项），境外专利151项（发明专利2项，外观专利149项）。公司通过创新研发强化产品竞争力，不断开拓新的业绩增长点，持续提升市场份额，进一步增强盈利能力。

#### 4、巩固自有品牌渠道优势，提升市场渗透率

2024年，公司专注品牌价值立体化塑造，自有品牌销售占比为63%。公司深度融入YouTube、Facebook、Instagram、Twitter、TikTok等互联网新媒体平台，充分利用行业展会、赛事活动、媒体杂志等多种形式做好品牌宣传及产品推广工作，通过线上传播与线下活动相结合，持续扩大品牌影响力。报告期内，公司参与PGA SHOW、AIMEXPO、NASCAR Xfinity、MotoGP、Electrify Expo、DALLAS OPEN等国际知名展会和赛事；运用名人效应与场景营销深度融合，同时利用社会责任赋能，“GOTRAX”品牌产品助力残障人士出行视频全球点赞量超200万；加大投入构建内容营销升维，通过高质量的拍摄和设计、精心策划的营销策略和创意表达，强化品牌良好形象，社交媒体内容传播效率大幅提升。

面对复杂多变的国际贸易环境，公司致力于全渠道构建，凭借卓越的渠道自主性和管控力，通过动态响应机制与结构性价格传导策略，形成多渠道联动的风险抵御体系，持续巩固全渠道韧性优势。渠道建设方面：①重点推进高端经销商网络拓展，报告期内经销商数量拓展至520多家，其中：电动高尔夫球车170多家、电动自行车300多家、全地形车和越野摩托车50多家。尤其电动高尔夫球车的经销商渠道拓展取得快速突破，成功签约美国高尔夫球车行业的多家头部经销商，其中部分经销商已持续经营超过50年，是美国历史上首次有多家顶级经销商同时选择一个新品牌；②在商超领域，专业商超TSC入驻门店数量增至1,700余家，新增投放电动高尔夫球车正四座系列产品，进店品类逐步拓宽；在AMAZON平台，公司进一步加强与其的战略合作，绝大部分产品采用买断式销售（VC）模式，通过简化供应链管理和加强广告控制，显著提高运营效率和市场竞争力，多款产品获得BEST SELLER，在销售排行榜上稳居前列；③在自有网站方面，公司通过精细化管理和运营，持续扩大现有市场的销售份额，深化用户行为数据分析能力建设，为后续个性化营销及重点市场渗透奠定数据基础。

#### 5、稳健分红与回购并举，持续优化股东回报

公司持续深化股东价值管理体系，通过“现金分红+股本优化”双轨并行，实现股东利益最大化。2024年5月，公司通过《关于公司〈2023年度利润分配方案〉的议案》，向全体股东每10股派发现金股利人民币15元（含税）；2024年12月，公司发布前三季度利润分配预案，向全体股东每10股派发现金股利5元（含税）。上市后累计派现3.82亿元，持续彰显高盈利质量下的回报能力。同时，公司推进股份回购行动，于2024年2月启动回购计划，回购金额为6,383.65万元，累计回购股份1,113,259股，占公司总股本的1.01%，股本结构优化助推估值中枢上移。

### 3、主要会计数据和财务指标

#### (1) 近三年主要会计数据和财务指标

公司是否需追溯调整或重述以前年度会计数据

是 否

单位：元

|                        | 2024 年末          | 2023 年末          | 本年末比上年末增减 | 2022 年末          |
|------------------------|------------------|------------------|-----------|------------------|
| 总资产                    | 4,538,588,836.36 | 3,787,483,622.84 | 19.83%    | 1,690,618,243.40 |
| 归属于上市公司股东的净资产          | 3,180,756,918.57 | 2,941,832,414.59 | 8.12%     | 953,671,315.24   |
|                        | 2024 年           | 2023 年           | 本年比上年增减   | 2022 年           |
| 营业收入                   | 2,976,628,778.17 | 2,144,246,144.30 | 38.82%    | 1,765,673,651.90 |
| 归属于上市公司股东的净利润          | 431,263,318.48   | 280,478,422.30   | 53.76%    | 206,099,150.67   |
| 归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润 | 420,714,777.49   | 270,028,642.27   | 55.80%    | 204,562,289.18   |
| 经营活动产生的现金流量净额          | 212,498,805.92   | 176,694,757.71   | 20.26%    | 38,974,189.97    |
| 基本每股收益（元/股）            | 3.96             | 2.74             | 44.53%    | 2.51             |
| 稀释每股收益（元/股）            | 3.95             | 2.73             | 44.69%    | 2.51             |
| 加权平均净资产收益率             | 14.19%           | 11.62%           | 2.57%     | 24.32%           |

## （2）分季度主要会计数据

单位：元

|                        | 第一季度           | 第二季度           | 第三季度           | 第四季度           |
|------------------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| 营业收入                   | 519,895,243.01 | 870,845,997.92 | 829,465,832.73 | 756,421,704.51 |
| 归属于上市公司股东的净利润          | 50,873,633.37  | 131,120,364.85 | 119,366,647.09 | 129,902,673.17 |
| 归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润 | 50,371,338.22  | 128,266,753.31 | 116,179,733.33 | 125,896,952.63 |
| 经营活动产生的现金流量净额          | 250,443,927.39 | 37,156,476.92  | -55,485,444.07 | -19,616,154.32 |

上述财务指标或其加总数是否与公司已披露季度报告、半年度报告相关财务指标存在重大差异

是 否

## 4、股本及股东情况

### （1）普通股股东和表决权恢复的优先股股东数量及前 10 名股东持股情况表

单位：股

| 报告期末普通股股东总数               | 7,508   | 年度报告披露日前一个月末普通股股东总数 | 7,239      | 报告期末表决权恢复的优先股股东总数 |            | 年度报告披露日前一个月末表决权恢复的优先股股东总数 |  | 持有特别表决权股份的股东总数（如有） |  |
|---------------------------|---------|---------------------|------------|-------------------|------------|---------------------------|--|--------------------|--|
| 前 10 名股东持股情况（不含通过转融通出借股份） |         |                     |            |                   |            |                           |  |                    |  |
| 股东名称                      | 股东性质    | 持股比例                | 持股数量       | 持有有限售条件的股份数量      | 质押、标记或冻结情况 |                           |  |                    |  |
|                           |         |                     |            |                   | 股份状态       | 数量                        |  |                    |  |
| 浙江中涛投资有限公司                | 境内非国有法人 | 41.00%              | 45,000,000 | 45,000,000        | 不适用        |                           |  |                    |  |
| 曹马涛                       | 境内自然人   | 25.97%              | 28,500,000 | 28,500,000        | 不适用        |                           |  |                    |  |
| 缙云县众久投资合伙企业（有限合伙）         | 境内非国有法人 | 3.51%               | 3,850,000  | 3,850,000         | 不适用        |                           |  |                    |  |

|                                     |   |       |           |           |     |  |
|-------------------------------------|---|-------|-----------|-----------|-----|--|
| 香港中央结算有限公司                          | 境外法人  | 1.57% | 1,725,280 |           | 不适用 |  |
| 东海证券—工商银行—东海证券创业板涛涛车业1号战略配售集合资产管理计划 | 其他  | 1.57% | 1,723,801 |           | 不适用 |  |
| 曹侠淑                                 | 境内自然人   | 1.37% | 1,500,000 | 1,500,000 | 不适用 |  |
| 中国建设银行股份有限公司—东方红智华三年持有期混合型证券投资基金    | 其他  | 0.70% | 772,750   |           | 不适用 |  |
| 缙云县众邦投资合伙企业（有限合伙）                   | 境内非国有法人   | 0.68% | 750,000   | 750,000   | 不适用 |  |
| 中国工商银行股份有限公司—东方红新动力灵活配置混合型证券投资基金    | 其他  | 0.67% | 738,273   |           | 不适用 |  |
| 中信证券资产管理（香港）有限公司—客户资金               | 境外法人  | 0.66% | 721,987   |           | 不适用 |  |
| 上述股东关联关系或一致行动的说明                    | 曹马涛直接持有中涛投资 100%的股权，且为其执行董事；曹侠淑为曹马涛妹妹；曹侠淑为中涛投资的总经理；曹侠淑直接持有众久投资 90.89%的份额，且为众久投资的唯一普通合伙人、执行事务合伙人；曹侠淑直接持有众邦投资 58.00%的份额，且为众邦投资的唯一普通合伙人、执行事务合伙人。 |       |           |           |     |  |

持股 5%以上股东、前 10 名股东及前 10 名无限售流通股股东参与转融通业务出借股份情况

适用 不适用

前 10 名股东及前 10 名无限售流通股股东因转融通出借/归还原因导致较上期发生变化

适用 不适用

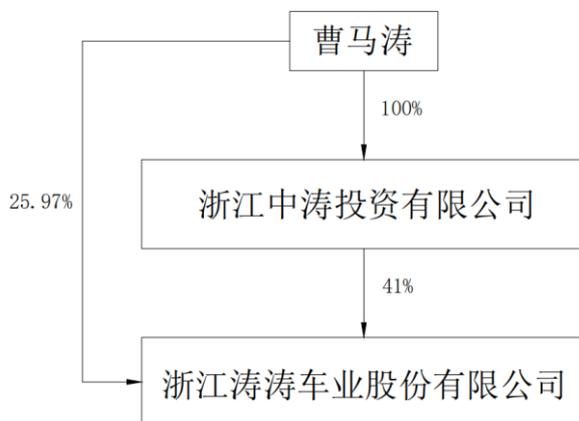
公司是否具有表决权差异安排

适用 不适用

## （2）公司优先股股东总数及前 10 名优先股股东持股情况表

公司报告期无优先股股东持股情况。

## （3）以方框图形式披露公司与实际控制人之间的产权及控制关系



## 5、在年度报告批准报出日存续的债券情况

适用 不适用

### 三、重要事项

公司于 2024 年 2 月 2 日召开第三届董事会第十七次会议，审议通过了《关于回购公司股份方案的议案》，同意公司自董事会审议通过该回购方案之日起不超过 12 个月内，使用不低于人民币 5,000 万元（含本数）且不超过人民币 10,000 万元（含本数）的自有资金，以集中竞价交易方式回购公司部分已发行的人民币普通股（A 股）股票，用于实施员工持股计划或股权激励。公司于 2024 年 7 月 6 日召开第三届董事会第二十一次会议，并于 7 月 24 日召开公司 2024 年第一次临时股东大会，审议通过了《关于变更回购股份用途的议案》，回购股份用途由“用于员工持股计划或股权激励”变更为“用于注销并减少相应注册资本”。截至 2024 年 12 月 31 日，公司通过股份回购专用证券账户以集中竞价交易方式回购公司股份 1,113,259 股，最高成交价为 70.12 元/股，最低成交价为 49.60 元/股，交易总金额为 63,836,494.91 元（不含交易费用）。2025 年 2 月 12 日，公司已办理完成上述回购股份(1,113,259 股)的注销事宜。