

证券代码：300805

证券简称：电声股份

广东电声市场营销股份有限公司
投资者关系活动记录表

编号：2026-001

投资者关系活动类别	<input type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input checked="" type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 路演活动 <input type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 其他（请文字说明其他活动内容）
参与单位名称及人员姓名	参与公司 2025 年度暨 2026 年第一季度网上业绩说明会的投资者
时间	2026 年 5 月 29 日 15 点-17 点
地点	全景网“投资者关系互动平台”（ https://ir.p5w.net ）（本次业绩说明会采用网络远程方式举行）
上市公司接待人员姓名	董事长：梁定郊 董事、总经理：黄勇 独立董事：段淳林 副总经理、财务总监：何伶俐 副总经理、董事会秘书：王云龙
投资者关系活动主要内容介绍	一、董事长致辞 尊敬的各位投资者、各位嘉宾、各位朋友： 大家下午好！我是电声股份董事长梁定郊。我谨代表电声股份董事会及全体同仁，向长期以来给予我们信任、陪伴我们成长、与我们携手共赴共赢的每一位股东，致以最诚挚的问候与最深厚的谢意！ 回顾 2025 年，是挑战与机遇交织的一年，也是我们顶住外部压力、修复业绩、养精蓄锐、推进转型的关键之年。作为一家体验营销综合服务提供商，电声股份一直以来尽自己所能帮助客户提升品牌价

值、拉动产品销量，在多元场景下为消费者提供创新产品体验，实现从营销触达到终端销售的闭环。

2025年，公司实现营收24.89亿，同比增长8.85%；实现归母净利润3,470.12万元，同比增长147.15%。2025年，公司有更多的机会开拓新行业、新客户，尝试新业务，并取得了不错的效果。我们的数字零售业务营收同比增长29.19%，品牌传播业务营收同比增长26.47%。截至2025年底，电声股份货币资金余额超10亿元，为接下来的发展准备好了粮草和弹药。

展望未来，面对国际环境的动荡不安和国内广告营销行业持续变化，电声股份将立足现实，走一条切实可行的发展路径。

首先，我们要继续夯实现有的广告营销业务序列，通过不断引入人才、技术，扩大公司B2B业务的能力和范围。公司要加强新形态广告营销服务的开拓，特别是能够代表中国先进营销能力优势的多平台营销业务、以销售额和付费结果导向的CPS业务，助力品牌客户实现品效合一，推动营销服务深度嵌入消费产业链与产品定价体系。

其次，我们必须更积极地拥抱AI，以AI应用的视角重新衡量所有的B2B业务价值。接下来，我们将会努力把AI打造为业务增长引擎，以创新业务能力及投入产出ROI等作为评判标准，实实在在地增加由AI驱动的业务收入。

最后，公司要好好把握国家系列重磅政策支持上市公司并购重组的历史机遇。通过外延式并购整合优质的B2C品牌资产、提高资源配置效率、培育第二成长曲线，是公司长期既定的发展战略，我们会沿着这个方向坚定地走下去。

志合者，不以山海为远。再次感谢各位参加电声股份2025年度业绩说明会，感谢各位股东在波动的市场中对我们的坚定支持。愿我们以初心为舵，以笃行为帆，携手并肩、同心同德，共绘价值共生新蓝图，共筑企业发展新辉煌！

谢谢！

二、投资者提出的主要问题及公司回复情况：

1、想问问管理层，公司未来会不会通过战略合作、产业并购这些方式，补齐业务短板、拓展新的营销服务品类与客户资源？

尊敬的投资者，您好，感谢您的关注！公司致力于成为全球领先的科技创新型综合营销服务集团。未来计划在以下几方面发展：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。谢谢！

2、想咨询财务总监，公司项目执行周期不一，应收款项和项目结算节奏对经营影响较大，公司目前的回款风控、现金流管理体系是否会进一步优化？

尊敬的投资者，您好，感谢您的关注！公司不断加强应收账款及合同资产的账龄分析和回收管理，将绩效考核指标与回款密切挂钩，通过明确应收账款的范围、职责管理、信用管理、日常管理等措施控制应收账款风险，以及不断加强现金流管理体系管控。谢谢！

3、公司目前数字化、智能化营销转型的落地成效怎么样？后续有没有更细的升级规划呢？

尊敬的投资者，您好，感谢您对公司的关注！公司致力于成为全球领先的科技创新型综合营销服务集团。具体在以下几方向发展：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。谢谢！

4、想请问公司领导，公司目前的核心竞争壁垒是什么？2026年打算如何巩固并提升市场竞争力？

尊敬的投资者，您好，感谢您对公司的关注！公司是国内优秀的、以科技驱动的新场景体验营销综合服务提供商，为品牌商提供可信赖的品牌营销顾问服务和线上线下“一站式”服务。公司依托优秀的科技应用能力、前瞻性的创意设计方案、丰富的营销推广模式、覆盖全国的执行网络、强大的区域销售及执行管理能力、丰富的IP、社群、艺术家资源矩阵，形成了从营销策略规划、方案制定、活动执行到效果监测的“一站式”体验营销服务体系，能够迅速将品牌商需求转化为品牌宣传和产品销售的直接成果。同时，公司是业内少有的能够以线下深度渗透的业务网络为基础，创建独特的体验场景，促进消费者的沉浸式产品体验，推动终端销量的营销服务企业。谢谢！

5、董秘你好，我在股吧看到大家讨论年报，关于盈利质量与资金结构有一些疑问，因此想请教：①净利润同比大幅增长，但经营现金流连续两年为负，请问利润与现金流出现背离的主要原因是什么？②非经常性收益占利润比例较高，当前主业盈利能力是否已经稳定？③短期借款大幅增加且与票据贴现相关，请问融资结构变化是否会对资金成本及现金流产生影响？烦请说明，谢谢。

尊敬的投资者，您好，感谢您对公司的关注！
净利润同比大幅增长，但经营现金流为负，主要原因是（1）净利润同比大幅增长是受数字零售、品牌传播等业务的增长以及投资收益增加等原因共同影响的；（2）经营现金流连续两年为负，2024年经营

现金流为负主要原因是销售商品、提供劳务收到的现金流入减少所致；2025 年经营现金流为负的主要原因是本期数字零售业务增加，预付货款占用资金以及当期支付的各项税费增加所致。

公司 2025 年末短期借款金额为 2.93 亿元，较上年末增加 1.86 亿元，公司货币资金余额为 10.22 亿元，较上年末增加 1.74 亿元，通过票据贴现增加短期借款金额与货币资金增加的金额接近，对于公司本身货币资金结构没有影响。另外，虽然通过票据贴现增加的短期借款会增加资金成本，但资金运营同步带来投资收益，2025 年度通过资金购买理财产品产生的投资收益较上年同期增加 913.47 万元。

公司管理层对于公司未来发展充满信心。2026 年，公司将围绕深耕原有业务关键客户，同时拓展新行业新客户，严格控制成本、费用，以及通过投资并购发展优质业务等方面展开工作，具体详见公司披露的 2025 年度报告。谢谢！

6、公司同时布局传统体验营销和数字零售两大板块，想知道未来的业务重心会如何倾斜？这两大业务具体怎么协同互补来带动整体业绩增长？

尊敬的投资者，您好，感谢您对公司的关注！2026 年，公司将围绕深耕原有业务关键客户，同时拓展新行业新客户，严格控制成本、费用，以及通过投资并购发展优质业务等方面展开工作，具体工作计划如下：1、深度服务现有业务的重点行业 and 重点客户，继续拓展 B2B 营销服务，加大对医药、互联网科技和游戏等新行业的开拓覆盖，增加既有盈利业务的投入，扩大销售规模；2、对现有创新业务盈利前景不明确的进行调整；3、加强公司内控管理与流程规范化管理，以内控完整有效为前提优化流程，形成公司全员内控的意识，保障上市公司高质量发展；4、严格控制管理、销售成本、费用，应用 AI 工具，进一步降本增效；5、积极探索和学习上市公司并购重组等多种金融工具，通过收购合并符合战略方向的优质业务资产，实现新业务领域的布局。谢谢！

7、请问，贵公司一直说充满信心，股价却屡创新低，还有不间

断股东减持，信心源自哪里？股价腰斩近 50%，怎么回报股民？

尊敬的投资者，您好，感谢您对公司的关注！公司高度重视市值管理与股东回报，持续聚焦主营业务，不断提升经营质量与核心竞争力，夯实企业内在价值，推动公司稳健、高质量发展，持续以稳定、良好的经营业绩回报投资者。谢谢！

8、线下终端执行、活动策划算是公司传统优势业务，人力与运营成本压力一直存在，公司后续会通过哪些方式降本增效？

尊敬的投资者，您好，感谢您对公司的关注！公司高度重视线下终端执行与活动策划业务人力与运营成本的优化管控。相关措施包括：1、科技赋能，推动智能化工具与业务运营深度融合；2、业务模式创新，提升服务附加值与运营效率；3、优化组织管理，提升协同效率等。谢谢！

9、现在下游品牌方营销预算收缩、投放也更谨慎了，公司有没有应对举措来稳定订单规模？

尊敬的投资者，您好，感谢您对公司的关注！2026 年，公司将围绕深耕原有业务关键客户，同时拓展新行业新客户，严格控制成本、费用，以及通过投资并购发展优质业务等方面展开工作，具体工作计划如下：（1）深度服务现有业务的重点行业 and 重点客户，继续拓展 B2B 营销服务，加大对医药、互联网科技和游戏等新行业的开拓覆盖，增加既有盈利业务的投入，扩大销售规模；（2）对现有创新业务盈利前景不明确的进行调整；（3）加强公司内控管理与流程规范化管理，以内控完整有效为前提优化流程，形成公司全员内控的意识，保障上市公司高质量发展；（4）严格控制管理、销售成本、费用，应用 AI 工具，进一步降本增效；（5）积极探索和学习上市公司并购重组等多种金融工具，通过收购合并符合战略方向的优质业务资产，实现新业务领域的布局。谢谢！

10、请问公司目前在行业内具备哪些核心竞争优势？

尊敬的投资者，您好，感谢您对公司的关注！公司是国内优秀的、以科技驱动的新场景体验营销综合服务提供商，为品牌商提供可信赖

的品牌营销顾问服务和线上线下“一站式”服务。公司依托优秀的科技应用能力、前瞻性的创意设计方案、丰富的营销推广模式、覆盖全国的执行网络、强大的区域销售及执行管理能力、丰富的 IP、社群、艺术家资源矩阵，形成了从营销策略规划、方案制定、活动执行到效果监测的“一站式”体验营销服务体系，能够迅速将品牌商需求转化为品牌宣传和产品销售的直接成果。同时，公司是业内少有的能够以线下深度渗透的业务网络为基础，创建独特的体验场景，促进消费者的沉浸式产品体验，推动终端销量的营销服务企业。谢谢！

11、董秘您好，数字零售现在是公司重点培育的新增长板块，未来有没有可能成长为公司核心业绩支柱？

尊敬的投资者，您好，感谢您对公司的关注！2025 年，公司数字零售业务实现营业收入 10.98 亿元，同比增长 29.19%，占营业总收入的 44.11%。其中，B2C 业务实现营业收入 7.56 亿元，同比增长 44.55%，B2B 业务营业收入 3.42 亿元，同比增长 4.59%。2026 年 1 月 16 日，公司召开 2026 年第一次临时股东会，通过了《关于终止部分募投项目、变更资金用途暨调整项目内部投资结构并延期的议案》，将公司首次公开发行原募投项目剩余募集资金中的 6,000.00 万元变更用途追加用于募投项目“数字零售升级项目”，支持公司数字零售业务发展。谢谢！

12、请问公司加强市值管理的举措是什么？

尊敬的投资者，您好，感谢您的关注！公司高度重视市值管理与股东回报，持续聚焦主营业务，不断提升经营质量与核心竞争力，夯实企业内在价值，推动公司稳健、高质量发展，持续以稳定、良好的经营业绩回报投资者。谢谢！

13、公司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，请问计划什么时候实施？

尊敬的投资者，您好，感谢您对公司的关注！公司 2025 年度股东会审议了以简易程序向特定对象发行股票的议案，该议案为股东会授权董事会向特定对象发行融资事宜的授权议案，为年度常规审议事

项，不涉及具体项目，是否实施存在不确定性。请投资者谨慎决策，注意投资风险。谢谢！

14、麻烦梁董介绍公司下阶段整体发展战略和核心布局方向，谢谢

尊敬的投资者，您好，感谢您对公司的关注！公司致力于成为全球领先的科技创新型综合营销服务集团。未来计划在以下几方面发展：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。谢谢！

15、请问公司目前资金储备情况如何，能否支撑后续业务可持续发展？

尊敬的投资者，您好，感谢您的关注。截至 2025 年度期末，公司货币资金余额为 10.22 亿元，充足的现金流将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。谢谢！

16、公司 2025 年报及 2026 年一季报的营收增长毛利率比较低，请问公司未来怎么提升业绩？

尊敬的投资者，您好，感谢您对公司的关注！公司管理层对公司未来发展充满信心，公司会持续夯实主业，稳健经营并积极进取、努力创新，做好基本面，从而实现未来高质量的可持续发展。谢谢！

17、公司在创意服务、场景营销创新上有什么布局，如何打造差异化优势、留住优质头部客户？

尊敬的投资者，您好，感谢您对公司的关注！公司是国内优秀的、

以科技驱动的新场景体验营销综合服务提供商，为品牌商提供可信赖的品牌营销顾问服务和线上线下“一站式”服务。公司依托优秀的科技应用能力、前瞻性的创意设计方案、丰富的营销推广模式、覆盖全国的执行网络、强大的区域销售及执行管理能力、丰富的 IP、社群、艺术家资源矩阵，形成了从营销策略规划、方案制定、活动执行到效果监测的“一站式”体验营销服务体系，能够迅速将品牌商需求转化为品牌宣传和产品销售的直接成果。同时，公司是业内少有的能够以线下深度渗透的业务网络为基础，创建独特的体验场景，促进消费者的沉浸式产品体验，推动终端销量的营销服务企业。谢谢！

18、公司依托全国线下执行网络开展业务，想了解后续会不会优化区域布局、开拓新兴场景赛道？

尊敬的投资者，您好！公司拥有领先的科技应用能力、优质的头部客户群、覆盖全国的执行网络、丰富的 IP、社群、艺术家资源矩阵等。同时立足现有能力，积极挖掘市场机会。后续相关经营情况敬请关注公司定期报告，谢谢！

19、请问公司是否会对奕行智能增加投资或者说今年会不会加大对优质产品或者优质公司的投入？另外，自身的公司治理架构是否稳定？会不会有大的减持动作？

尊敬的投资者，您好，感谢您对公司的关注！公司如有投资计划、或股东如有减持计划，公司将严格按照法律法规规定及时履行信息披露义务。谢谢！

20、公司有没有结合人工智能、大数据技术优化营销服务的相关布局和落地计划？

尊敬的投资者，您好！公司一直重视和关注数字化、智能化转型。未来我们将积极应用生成式 AI、大模型、VR/AR、裸眼 3D 等新技术，打造具有电声特色的线上线下结合的营销服务平台。具体详见公司定期报告的相关内容。感谢您的关注，谢谢！

21、公司二季度业绩怎么样，营收、净利润会同步增长吗？

尊敬的投资者，您好，感谢您对公司的关注！公司二季度经营业

绩的情况，请您后续关注公司的相关定期报告的披露。谢谢！

22、公司过往对外投资是否有商誉减值风险吗？公司每年是否进行商誉减值测试？

尊敬的投资者，您好，感谢您对公司的关注！截至 2025 年末公司商誉余额 116.62 万元，主要为公司过去投资项目产生，公司将持续做好投后管理工作。公司严格遵守相关法律法规，依法进行商誉减值测试。谢谢！

23、持续下跌和减持，梁董事长有什么对策。

尊敬的投资者，您好，感谢您对公司的关注！公司非常重视和关注本公司股价，始终坚持稳健经营、强化风险管理、加强业务创新，着力实现公司长远可持续运营和发展，以回报投资者。谢谢！

24、请问何总，贵司公司应收账款和合同资产余额规模较高，市场比较关注坏账风险，想知道电声目前的应收质量、回款情况还有对应的风控措施，谢谢。

尊敬的投资者，您好，感谢您的关注！公司期末应收账款及合同资产余额较大，主要与公司的业务性质相关，因为零售终端管理的应收账款占比较大，账期通常为 3-6 个月，导致该类业务下半年的应收余额在下一个年度收回。不过，公司应收账款账龄较短，近三年期末，账龄在 1 年以内的应收账款占应收账款余额的比重均在 94.19%以上，且主要客户雀巢、菲仕兰、京东等回款状况良好。公司 2023 年期后 12 个月内应收账款回款率 96.15%，2024 年期后 12 个月内应收账款回款率 97.39%，2025 年期后至 2026 年 3 月 31 日应收账款回款率 69.57%。公司不断加强应收账款及合同资产的账龄分析和回收管理，将绩效考核指标与回款密切挂钩，通过明确应收账款的范围、职责管理、信用管理、日常管理等措施控制应收账款风险。谢谢！

25、还看到公司布局了美妆渠道运营，你们是出于什么考虑布局这个赛道？

尊敬的投资者，您好，感谢您对公司的关注！公司拓展美妆个护渠道运营能力，成立美妆渠道代理事业部，为新消费品牌提供综合型

品牌管理与渠道销售服务。聚焦线上渠道分销场景，公司构建了覆盖品牌代理、渠道分销、内容营销、直播电商运营等综合服务体系。公司在原有品牌营销与消费者运营能力基础上，进一步向产品销售及渠道经营能力延伸，推动公司由“以营销服务为主”向“营销服务与销售运营并重”升级，进一步增强独立销售产品的能力，补强经销管理、电商运营和全域渠道销售能力，进一步提升公司从品牌孵化、市场推广到渠道成交和持续复购的闭环经营能力。目前已与娜丽丝、喜辽妥、绽妍等多个细分领域新锐美妆品牌开展合作。谢谢！

26、想问下黄总，公司 2025 年新行业、新客的拓展情况怎样？

尊敬的投资者，您好，感谢您对公司的关注！2025 年，公司实现营业收入 24.89 亿元，同比增长 8.85%，实现归属于上市公司股东的净利润 3,470.12 万元，同比增长 147.15%，归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润为 1,743.92 万元，同比增长 380.32%。2025 年，公司在新业务、新行业、新客户的拓展方面成效显著；数字零售业务营收同比增长 29.19%，品牌传播业务营收同比增长 26.47%；此外，公司的理财投资收益较去年同期增加，投资联营企业的业绩边际改善。公司通过应用智能化系统管理等方式进一步降本增效，2025 年公司管理费用与去年同期相比下降。上述因素共同影响，帮助公司整体业绩实现同比增长。谢谢！

27、2025 年公司数字零售业务实现营收 10.98 亿，同比增长 29.19%，但电商业务渠道比较集中，公司如何应对平台政策变动风险？

尊敬的投资者，您好，感谢您对公司的关注！2025 年，公司电商业务合作的前三大渠道拼多多综合平台、京东、美团上的业务营收占公司主营业务总收入的比例分别为 29.31%、8.48%、4.04%。公司与相关渠道平台合作关系长期且稳定，同时，公司与多渠道平台进行合作，分散风险，提高抗风险能力，保持和强化公司的核心竞争优势。谢谢！

28、想了解公司 2026 年一季度整体经营情况，为何营收实现增

长，净利润却出现明显下滑？

尊敬的投资者，您好，感谢您对公司的关注！2026 年一季度，公司实现营业收入 76,092.18 万元，较上年同期增长 19.24%。主要是大力拓展拼多多和生鲜电商渠道，数字零售业务实现营业收入 43,129.10 万元，较上年同期增长 53.51%。2026 年一季度，公司实现归属于上市公司股东的净利润为 258.88 万元，较上年同期下滑 40.31%，主要原因是销售费用较同期增长 41.20%，以及本期收到的政府补助减少，应收账款坏账准备计提增加，所得税费用增加，以上共同原因影响了本期净利润的表现。谢谢！

29、领导，您好！我来自四川大决策请问，AI 营销在公司业务中的具体应用场景是什么？目前 AI 工具的应用对人效提升的量化贡献有多大？

尊敬的投资者，您好！公司一直重视和关注数字化、智能化转型。未来我们将积极应用生成式 AI、大模型、VR/AR、裸眼 3D 等新技术，打造具有电声特色的线上线下结合的营销服务平台。具体详见公司定期报告的相关内容。感谢您的关注，谢谢！

30、我一直都看好电声，终于 2025 年业绩有增长，都是哪些因素带动的？

尊敬的投资者，您好，感谢您对公司的关注！2025 年，公司在新业务、新行业、新客户的拓展方面成效显著；数字零售业务营收同比增长 29.19%，品牌传播业务营收同比增长 26.47%；此外，公司的理财投资收益较去年同期增加，投资联营企业的业绩边际改善。公司通过应用智能化系统管理等方式进一步降本增效，2025 年公司管理费用与去年同期相比下降。上述因素共同影响，帮助公司整体业绩实现同比增长。谢谢！

31、您好！请问公司有没有推动股权激励计划？谢谢！

尊敬的投资者，您好，感谢您对公司的关注！公司 2021 年限制性股票与股票期权激励计划已实施完成，具体情况详见公司披露的相关内容。未来公司如有新的股权激励方案，将会严格按照信息披露要

	<p>求依法披露。谢谢！</p> <p>32、贵公司今年利润稍微好转，为何要持续分红，为什么不留下更多的资金增加研发的投入，持续的分红是否影响公司现金流和长期发展？</p> <p>尊敬的投资者，您好，感谢您对公司的关注！公司始终重视股东利益、重视投资者回报。2025 年度利润分配方案是在保证公司正常经营和长远发展的前提下，公司董事会综合考虑盈利能力、财务状况、未来发展前景等因素下提出，充分考虑了广大投资者的合理利益，该利润分配方案不会造成公司流动资金短缺或其他不良影响，符合公司战略规划和发展预期。截至 2025 年度末，公司货币资金余额为 10.22 亿元，充足的现金储备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。谢谢！</p>
附件清单（如有）	无
日期	2026 年 5 月 29 日