

证券代码：300628

证券简称：亿联网络

公告编号：2025-025

# 厦门亿联网络技术股份有限公司 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。

容诚会计师事务所（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：公司本年度会计师事务所为容诚会计师事务所（特殊普通合伙）。

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 1,262,460,640 为基数，向全体股东每 10 股派发现金红利 13 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	亿联网络	股票代码	300628
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	余菲菲	谢易珊	
办公地址	厦门市湖里区护安路 666 号	厦门市湖里区护安路 666 号	
传真	0592-5702455	0592-5702455	
电话	0592-5702000-3100	0592-5702000-3100	
电子信箱	zhengquan@yealink.com	zhengquan@yealink.com	

## 2、报告期主要业务或产品简介

### （一）报告期内公司所处行业情况

#### 1、行业基本情况

随着计算机应用的不断发展和智能设备的逐步普及，企业通信迈入将计算机技术与传统通信技术深度融合的统一通信阶段，网络通信技术快速发展，通信速度及数据传输量高速增长，企业内部相互孤立的系统开始融合，如语音通信设备与视频会议系统开始融合、协作平台与音视频系统形成融合通信系统等。近年来，人工智能技术的快速发展有力推动了统一通信技术的革新。在企业通信场景中，图像识别、人脸识别与追踪、语音识别与分析，以及实时翻译与输出等技术的规模化应用，显著优化了员工的使用体验，提升了办公协同效率，同时为企业的智能化管理提供了技术支撑。

厦门亿联网络技术股份有限公司（以下简称“公司”）是全球领先的沟通与协作解决方案提供商，自 2001 年成立以来，一直聚焦深耕企业通信领域，面向全球企业用户提供智能、高效的统一通信解决方案。随着行业需求的广度及深度边界的延伸，公司始终紧抓市场机遇，持续深入用户场景、洞察用户需求，不断丰富统一通信解决方案内容，以满足企业用户在不同阶段的通信需求。公司现有的一站式智慧办公解决方案齐聚音视频领域的全球前沿科技和 AI 应用，以智慧办公解决方案、全能化终端、智能化变革为三大战略方向，为企业用户提供智能化、高效化、安全化的新型办公模式，赋能企业的智能数字化发展。未来，公司也会根据行业趋势和市场需求，对解决方案进行持续调整和优化，以研发为核心，精研产品，提供更智能高效的数字化沟通协作方案，满足不断提升和迭代的统一通信市场需求。

#### 2、行业发展趋势

##### （1）企业数字化转型浪潮驱动统一通信解决方案需求增长

近年来，以大数据、人工智能、云计算、5G 为代表的新一代信息技术的持续更新迭代赋能实体经济，驱动企业完成数字化转型；外部政策等刺激及数字经济的发展也推动了数字经济的发展进程，激发了企业更深层次的数字化应用需求，使得包括企业统一通信解决方案在内的各类数字化工具得到普及；此外，企业通过数字化转型来实现降本增效的目标、将数字技术应用于业务流程和服务创新的意愿也不断增强。先进、高效的沟通及协作方式将越来越成为企业在数字化时代的重要特征和竞争优势来源，企业需要更新办公空间设计

及设备设施、提升工作区域的灵活性以适应数字化需要。在办公场景数字化浪潮的驱动下，企业通信解决方案的需求进一步增长，企业整体的数字化、智能化水平逐步提升。

### **(2) 人工智能技术蓬勃发展，推动企业通信和协作市场的进步**

当前，以生成式人工智能(AIGC)为代表的人工智能技术蓬勃发展，不断拓宽人工智能的能力边界，在数字经济时代进一步赋能生产力和创造力的解放和革新，也展现出了人工智能技术在智慧办公场景下的巨大应用潜力，让人工智能在更多复杂、细分的场景中有了更大的想象空间。人工智能在企业通信领域内的应用不断趋向创新化和多元化，推动着企业通信和协作市场的持续进步，使得行业内各厂商积极探索优化更智能、更创新的场景应用，搭建更丰富、更完整的应用生态体系。

### **(3) 企业通信产品形态不断进化，步入智慧办公新时代**

历经了模拟电话系统、数字电话系统、IP 通信等阶段后，企业通信迈入覆盖范围更广泛、终端应用更多元的统一通信阶段。随着现代通信技术和计算机技术的进一步发展和融合、人工智能和大数据等技术的发展以及混合办公模式的常态化，企业通信的产品形态持续进化，UC 市场的边界不断延展，企业的办公通信需求不再仅仅局限于具体的单一通信终端产品，而是向更智慧、更全能的方向转变，不同通信场景之间的壁垒被打破，形成智能、高效、安全的一体化、全场景企业沟通与协作解决方案，以更好地迎接智慧办公时代。

## **(二) 报告期内公司从事的主要业务**

### **1、公司业务发展及产品介绍**

#### **(1) 公司业务发展情况**

企业通信领域是一个以技术驱动及市场驱动为主的行业。随着统一通信平台的日益完善，企业用户对与统一通信平台配套使用的终端形态的需求也越来越多样化；此外，混合办公已从“过渡性方案”逐渐演变为全球企业组织架构的核心模式，企业数字化转型已成为企业发展的重要动能和确定方向。在此趋势下，企业将更加关注团队办公协作的质量和效率，持续优化通信设备、重构办公空间，追求更多元、更开放的沟通方式和更智慧、更灵活的办公体验。

会议产品作为混合办公场景的“中枢神经”，满足跨空间实时沟通及高效协作的专业会议需求，会议产品市场持续渗透；云办公终端作为远程办公、移动办公的“第一入口”，侧重平台兼容性、蓝牙稳定性、智能拾音降噪、长时间佩戴舒适度及续航能力等功能，成为员工远程办公、移动办公的关键工具，云办公终端市场蓬勃发展；桌面通信终端作为企

业通信网络的“毛细血管”，在混合办公常态化下，话机市场受到一定程度冲击，但也为商务耳麦发展带来了新机遇，同时话机市场也因混合办公模式中仍然存在传统现场办公的刚性需求，市场进入“存量优化”的稳态阶段。公司桌面通信终端、会议产品、云办公终端三大业务精准锚定企业通信行业发展趋势及匹配企业用户需求，形成“增量突破+存量优化”的发展格局，公司业务呈现多元化协同发展。

图 1：公司主要产品及解决方案



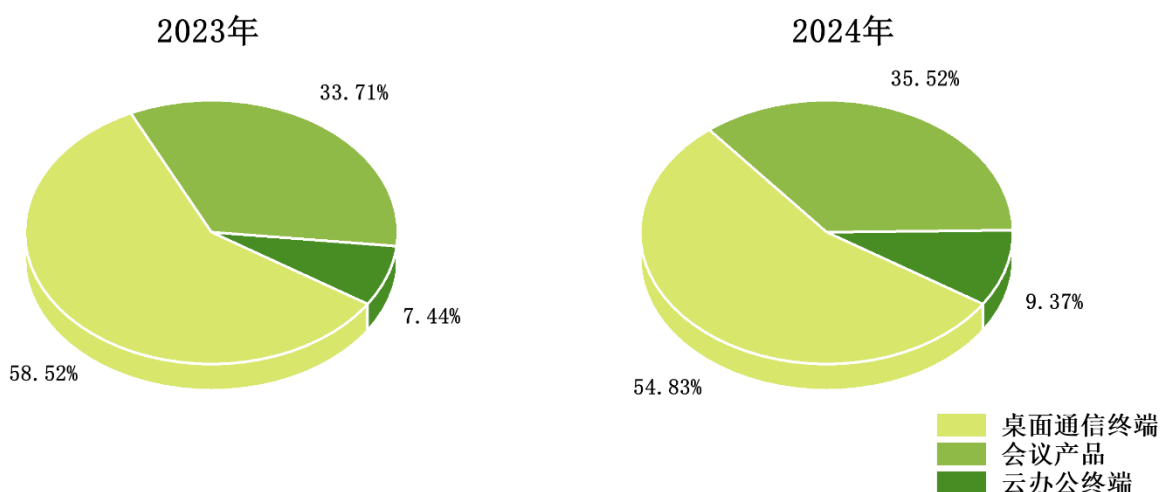
公司基于三大核心业务，打造了一站式沟通协作解决方案，也积极将 AI 人工智能等行业前沿技术应用到公司的解决方案中，使得企业通信设备从通信工具转变为智能化生产力入口，为企业提供更智能、更轻松的智慧办公新体验，满足企业日新月异的数字化办公需求。

未来，公司将以“全场景覆盖、全能化终端、智能化变革”为三大战略方向，与时代步伐并驾齐驱，通过专业会议、语音通信、高效协作、智慧办公四大能力持续赋能企业客户数字化变革和创新，打磨更专业的智能音视频设备，拓展并完善全行业全场景沟通与协作解决方案，助力企业在人工智能时代和数字化经济的大潮之下赢得新型生产力优势。

图 2：公司发展历程



图 3：公司主要产品线近两年营业收入占比



(2) 公司主要业务线及产品介绍

①全场景解决方案

公司提供“云+端+平台”的完整企业通信解决方案，以企业办公为核心，围绕音视频沟通与协作实现会议室办公、个人桌面办公、移动办公场景全面覆盖，并向访客管理、智慧梯控、办公环境 IoT 自动化、空间管理智能化、信息发布统一化等更多场景延伸，打造人与空间、设备、数据互联互通的整体解决方案。同时，公司的全套解决方案兼具完整性和灵活性，通过组件化和分布式部署方式，推动研发标准统一化，将专业会议、语音通话、即时消息、互动协作、智慧会议室等模块混合互通，桌面办公场景、各类会议场景、多人协作场景和个人办公场景无缝串联，客户可按需构建并实现高效联动及无缝切换，提升可

拓展性，能够赋能于多种细分复杂的行业场景，让内外信息更无缝，业务流程不受阻，员工体验更智能，企业管理更高效。未来，公司将持续打造 AI 技术领先的一站式全场景解决方案，通过 AI 技术重塑智能终端、智能设计、智能管理，赋能更优质的空间和智慧办公协作体验。

图 4：亿联全场景解决方案





### a) 视频会议场景

公司拥有自主研发的音视频引擎和云平台通信技术，为企业用户打造一站式视频会议解决方案，通过产品的灵活组合和按需搭配，可满足各种规模的会议室视频会议需求。专业级的高清音视频质量、易部署易使用易管理，有效解决了长期阻碍视频会议普及的音视频质量不理想、网络兼容性差、设备使用复杂、部署维护成本高等难题，助力企业提升协作及运营效率。

图 5：各类会议室场景解决方案



随着科技发展，各种先进的设备越来越多地应用到会议室中以提高会议效率和参会体验。但随着设备的增加，会议室的管理与维护变得越来越复杂，也带来了诸如会前调试设备工作量大、会后未及时关闭设备造成浪费等多种问题，将会议室设备从普通应用模式升级到智能化应用模式变成亟待解决的问题。

公司现提供智慧会议室整体解决方案，兼顾“线上+线下”不同会议模式，实现人、空间、设备的智能联动，实现企业会议全流程的智能高效管理。会议室场景内的空调、照明、窗帘、传感器、显示屏、视讯终端、电子门牌等设备实现智能联动，其中，会议室电子门牌 Room Panel 部署于会议室外，可及时显示会议室状态，支持现场预约；空间占位检测传感器 Room Sensor 部署于会议室内，具备多维度环境感知能力，如空间占用、光线、温湿度检测等，可与各类 IOT 智能终端进行联动，自动调控会议环境；多方无线投屏协作系

统 Room Cast 支持 4 台设备同时投屏协作，具备电子白板、实时批注、反向控制等互动协作功能，实现高效会议决策。各类智能设备可适配多种类型的会议室并贯穿会前组织、会中协作、会后管理全过程，将传统会议室升级为智慧会议室，轻松管理会议室，营造智能、舒适的会议环境，打造便捷、高效、节能型的现代化智慧会议室。

图 6：智慧会议室会前组织、会中协作、会后管理全过程





## b) 桌面办公场景

图 7：个人桌面办公解决方案



个人桌面是最基础、最广泛存在的办公场景，也是大部分员工上班期间停留最久、使用最多、在此区域内完成大量内外部沟通协同工作的地方，因此，员工高频使用的个人桌面沟通工具不仅需要覆盖多种沟通方式，还需要使用方便，高效的个人桌面办公解决方案能够为员工提供良好的办公场所，帮助企业提升内外部沟通效率，发挥团队和管理的最佳效能。

公司以融合一体、联动互通的方式重新定义个人桌面解决方案，提供了覆盖即时消息、语音通信、视频会议等多种通信方式的软硬件设备，贴合实际使用场景，丰富桌面办公体验。其中，亿联融合通信平台 UME 集企业通讯录、即时消息、语音通话、视频会议于一体，实现多个系统“一号拨”、软硬设备“联动使用”，员工可在工位上畅享智能沟通和高效协作；智能视频话机灵活适配不同场景，可以在工位上快速召开高清视频会议，轻松带来面对面般的沟通体验；商务耳麦提供隔音降噪、安静舒适的工位办公体验，使员工可享受安静的办公空间、高质量的通话效果及全天舒适的佩戴体验。

### C) 居家差旅办公场景

图 8：移动办公解决方案



在快节奏的现代社会，差旅办公及居家办公已经成为企业办公的新常态，移动办公可以让员工摆脱时间和空间的限制，随时随地沟通协作，节约时间与资源。公司可提供移动办公解决方案，以亿联会议平台 Yealink Meeting 为基础，搭配电脑端软件、移动端 APP，具有超强网络抗丢包能力，自适应各种网络条件提供稳定可靠的音视频效果；公司商务耳机可根据不同使用场景和需求自定义最佳降噪体验，保障移动办公时的高质量沟通交流，同时广泛兼容主流通信和协作平台，充分保障多平台切换兼容的顺畅度；此外，还可选配便携式免提 CP 系列会议电话，超清便携、即插即用，提升远程会议通话质量，让会议室随行。整体解决方案可居家可差旅，在任何地方均可轻松办公，提供沉浸式的高效办公体验。

#### ②各产品线介绍

公司现有三条产品线，分别为桌面通信终端、会议产品及云办公终端，分别满足了固定桌面办公、会议室办公、远程及移动办公等不同场景的企业通信需求。公司通过以系统平台提供优质的使用体验，同时适配不同办公场景下的智能硬件终端，形成了可覆盖企业沟通协作全场景需求的统一通信解决方案，为企业用户提供更高效、更智能的智慧办公协作体验。

## a) 会议产品

会议产品发展于 2015 年，是公司目前第二大业务。随着全球基础通信设施的完善及通信技术的发展，视频会议行业由私有化向公有化转型，该转型使得企业使用门槛降低，市场开始下沉，市场规模变大；同时，混合办公的常态化使得各类视频会议软端得到广泛应用，快速提升了用户对该行业产品的认知；此外，随着企业数字化转型进程加速以及人工智能技术的持续发展和突破，企业用户对会议产品实际应用场景的落地要求也在不断提高，促使视频会议解决方案不断优化与升级。

公司的会议产品业务线始终坚持“云+端”的产品设计理念，即以云平台 and 软端向用户提供优质的使用及服务体验，以智能硬件终端满足用户对实际会议场景的部署需求，形成一站式全套解决方案，且均由公司自主研发，能够全面保障整体解决方案的调优性能，确保更好的用户体验。

2024 年，公司进一步打造全场景智慧办公解决方案，主力推出会议室系列产品、会议摄像机/麦克风/扬声器等新一代智能会议终端，满足不同规模企业组织多样化的需求，拓展更多会议协作场景的可能性。

经过多年发展，公司会议产品不断拓展和迭代，会议平台及智能硬件终端的处理能力均持续提升，AI 智能及物联网等新技术也在产品中得到了充分的应用。未来，公司将继续坚持研发投入和产品创新，不断丰富智慧办公能力集，利用 AI 技术打造更多的智能化办公及会议体验，更快速、更高效地满足全球客户需求，争取进一步提升市场份额。

图 9：会议产品矩阵





## b) 云办公终端

云办公终端业务线于 2019 年开始布局，并于 2020 年正式成立，进一步提升了公司统一通信解决方案的完整性。随着基础设施的日益完善及统一通信平台的发展，企业办公朝着更开放的工作空间、更灵活的工作方式发展，移动办公场景的边界不断拓宽，所需设备的矩阵也随之不断扩展，与统一通信平台配套使用的云办公终端市场应运而生；同时，混合办公及企业数字化转型的新趋势也进一步加速了该市场的发展。

云办公终端主要产品包括商务耳机、便携式会议电话和个人移动办公摄像头，以商务耳机为主。商务耳机主要应用于日常办公、呼叫中心、视频会议、移动办公等场景，并根据应用场景的不同，分为 RJ 有线连接、USB 有线连接、DECT 无线连接、蓝牙无线连接等不同类别的产品以及不同的佩戴形态。商务耳机有别于消费类耳机的主要特点在于：对于麦克风拾音音质和降噪性能要求更高；应用上广泛适配各种办公通信系统和软件；无线传输的安全性要求高；设计上适合长时间佩戴并保护听力。随着全球统一通信市场的不断发展，通信系统和软件不断提升在语音 AI 应用方面对商务耳机的需求，商务耳机的应用将越来越普遍，产品的功能和应用体验也在持续发展演进。

目前，公司的商务耳麦已形成包括 UH3X 系列有线耳机、主打一体化语音工作站的 WH6X 系列无线耳机及 BH7X 系列商务蓝牙耳机等在内的产品矩阵。凭借公司在企业通信市场多年累积的品牌口碑、技术优势及渠道优势，该产品线当前整体处于产品系列持续完善与迭代以及市场持续渗透的良性发展阶段。未来，公司也将继续加大研发投入，不断打磨更专业的智能音频设备，完善产品系列，覆盖多元应用场景，持续提升产品竞争力。

图 10：云办公终端产品矩阵



### c) 桌面通信终端

桌面通信终端是公司目前第一大业务，也是发展最早的一条业务线。其需求主要来源于 IP 通信对传统模拟通信的替换，基于此行业替换趋势及公司多年来竞争力的持续提升，公司该条业务线取得了快速的发展。随着各类企业用户对数字化转型的需求增加，以及越来越多的企业通信部署从私有化向依托公网的公有化转移，该市场得以下沉，推动各类企业对桌面通信终端的需求增长，带来了更多增长机会。

目前，公司的桌面通信终端功能拓展性强、广泛深度兼容众多 PBX、解决方案全面丰富、用户体验佳、产品形态多样。主要产品包括 SIP 话机、DECT 话机、Teams 话机及会议话机，以 SIP 话机为主。其中，SIP 话机主要包括 T3、T4、T5 系列，公司针对运营商、呼叫中心、中小企业、中大企业、高端企业等不同市场形成了差异化的产品解决方案，高效、灵活、深入地满足了不同市场的特殊需求，构建了在不同市场的竞争力；DECT 话机主要满足固定场所特定范围内的无线通信需求，通常定位于商场、仓库、酒店及其他大型空间等对移动办公通信需求较高的应用场景；Teams 话机是公司与合作伙伴微软合作的系列产品之一，公司自 2018 年起成为微软在语音通信与智能视频领域的全球战略合作伙伴，与微软深度合作，共同研发，打造更高效、便捷、智能的企业通信与沟通协作方案；会议话机主要用于会议室场景中，通过智能噪声过滤、高清音频和降噪技术显著提升远程会议的音频质量。

经过长期发展，公司此产品线已在行业内取得了领先的竞争力，市场份额持续提升，未来，公司将继续以市场需求为导向，着力保持市场竞争力，积极挖掘市场潜力，不断提升市场份额，持续引领行业发展。

图 11：桌面通信终端产品矩阵





## 2、公司主要经营模式

### (1) 研发模式

**自主研发是公司最为核心的研发模式。**自成立以来，公司始终保持高研发投入度，将其视为公司重要的竞争优势，并在产品上精雕细琢、做深做透，坚持深入细节，只做最好的产品。公司建立了由厦门和杭州两大研究中心组成的综合性研发平台，并构筑起了包括前瞻性技术研究、基础平台技术开发、统一通信产品及解决方案开发在内的多层次的研发管理体系，作为持续开发高附加值的创新产品及升级现有产品的强大动力；同时，公司以**“市场导向+技术驱动”**为创新思路，对国内外最新产品技术动向及用户需求变化始终保持密切跟踪，有的放矢地加大技术开发和创新力度，以满足日新月异的市场需求及客户不断变化的偏好，确保公司技术水平的先进性。

### (2) 销售模式

公司以**经销商为主要销售渠道**，这一销售模式与公司的产品特性和主要目标客户类型相适应。公司的产品以通用市场的标准品为主；同时，鉴于公司产品向全球范围的企业客户销售，综合考虑销售规模、产品推广效率、营销成本和服务模式等因素后，经销模式是最高效的选择，公司也将持续积累大项目的拓展能力、构建解决方案销售体系，以更好地满足高端市场的客户需求。此外，公司**坚持以自主品牌方式开拓海外市场**，将品牌建设视为企业的核心竞争力和重要资产，经过多年的业务发展和品牌建设，在行业内的品牌知名度及影响力持续提升，有效助力公司进一步拓展市场份额。

### (3) 运营模式

公司为轻资产运营模式，将人力密集型的产品生产以送料加工的模式外包给外协加工厂，从而让公司能够将主要资源投入到技术研发、产品销售、客户服务、品牌建设等核心业务环节中，强化公司的核心竞争力。在此模式下，公司自主采购原材料，提供生产工艺流程和生产工艺文件，由外协加工厂按照技术标准进行生产加工，这使得公司能够对原材料及零部件实施源头控制，充分保障产品性能，同时，在原材料采购价格方面也能掌握一定优势，进行有效的成本管控。2023 年正式落成启用的**公司智能产业园**，通过引入外协厂入驻，并引进一系列先进的信息管理系统、先进设备、立体仓库等，实现工厂的柔性生产、在线智能检测、自动分拣包装、机器人智能搬运等功能，进一步提升了产品品质和运营效率。同时，公司设有**完善的质量控制体系**，贯穿包括研发及试生产、原材料采购、外协生产及存货管理在内的各个运营环节，全程介入外协厂管理，持续提升工厂能力，保障过程

质量可控。此外，公司计划 2025 年将部分供应链转移至海外，积极防范和化解局部市场的潜在贸易风险。

### 3、业绩驱动因素

#### (1) 技术驱动

随着网络通信技术的迅猛发展，通信速度及数据传输量高速增长，这使得企业内部相互孤立的系统开始融合，如：语音通信设备与视频会议系统开始融合、协作平台与音视频系统形成融合通信系统等。同时，人工智能技术的发展也将极大影响到统一通信技术，如图像识别、人脸识别及跟踪、语音识别、跟踪、翻译及输出等技术的应用将极大提升企业员工的使用体验、办公效率及企业的管理效率。

音视频处理技术是统一通信技术的基础，音视频性能的改进是一个长期积累并逐步提升的过程。公司长期以来坚持在该领域投入大量研发资源，不断积累；同时，近年来公司也将人工智能技术嵌入到不同产品中的应用中作为重要的研发方向。凭借着长期的坚持，公司已逐步建立了自身的技术优势，以技术驱动业绩增长。

#### (2) 市场驱动

随着全球基础通信设施的完善及通信技术的发展，越来越多的企业通信部署从私有化向依托公网的公有化转移，该转型使得企业使用门槛降低，市场开始下沉，激发了更多的需求，市场规模变大。在企业内，音视频及会议的应用从大会议室下沉到小会议室，乃至开放的办公空间及企业个人用户。同时，随着远程办公、混合办公逐渐成为新常态，无论员工在办公室、会议室、家中或差旅途中，均希望得到高效的沟通协作体验，使得企业用户对统一通信终端形态及功能的需求也越来越多样化，不仅要满足多种类数据传输的需求，还需要满足多业务场景的需求。此外，在办公场景数字化浪潮的驱动下，企业用户对部署统一通信和企业数字化转型的需求也在持续增长。

在上述市场需求驱动下，公司也顺势而为，积极打造完整的一站式沟通协作解决方案，为企业提供更智能、更轻松的智慧办公新体验，满足企业日新月异的数字化办公需求，在竞争变化浪潮中取得优势。公司也将通过专业会议、语音通信、高效协作、智慧办公四大能力持续赋能企业客户数字化变革和创新，助力更多企业解决数字化转型下的混合办公痛点，推动未来数字化办公潮流。

### （三）核心竞争力分析

作为全球领先的沟通与协作解决方案提供商，公司始终坚持“聚焦细分、持续投入、全球领先”的经营理念，致力于让沟通更简单、更高效。公司深耕企业通信市场二十年，实现了业绩的稳健增长，也构筑了公司在**产品设计、研发实力、渠道管理、供应链管理、组织建设**等方面的核心竞争优势。

#### 1、专注产品细分市场，精准定位用户需求

公司自成立以来，始终坚持聚焦音视频市场的细分领域，对细分群体的共性需求进行深入地总结和分析，目标客户定位清晰。公司以提供通用市场的标准化产品为主，并结合用户的具体业务需要，打造可灵活适应用户沟通需求的综合解决方案，在保证高效的研发及运营效率的同时，可最大化满足用户需求。

公司长期以来对企业通信行业及其变化保持密切的观察和跟踪，顺应行业发展趋势，打造一站式新型智慧办公解决方案，通过语音通信、专业会议、高效协作、和智慧管理四大能力模块实现全场景智慧办公强赋能，通过平台为用户提供优质的使用及服务体验，同时搭配不同办公场景下的智能硬件终端，满足用户实际落地部署需求，即通过标准化的硬件产品搭载不同的软件，进一步满足更小颗粒度的细分群体需求，最终形成覆盖多元应用场景的企业通信解决方案，为企业用户提供高效、智能的办公协作体验。通过这样的方式，公司在最大化地满足用户需求和研发效率之间不断寻找最佳平衡点。

满足用户需求，为用户创造价值，是保持用户粘性 & 竞争力的根本所在。因此，公司长期以来不断完善相关体系，深入市场前沿、深入用户群体，保持着对行业、市场需求的敏锐嗅觉。

#### 2、长期高研发投入，构筑产品竞争力

自成立以来，公司始终坚持以研发投入及产品创新、技术创新作为持续发展的源动力，长期坚持高研发投入及自主创新，始终保持着技术的前瞻性，实现从底层到应用层、从系统端到终端、从软件到硬件全面自主研发，目前已拥有行业领先水平的音视频技术和全球少有的具备自主开发及高集成优势的一站式解决方案。自上市以来，公司研发投入呈不断上升趋势。2024 年，公司研发费用同比增长 12.08%、对营业收入的占比为 9.95%；研发人员对公司总人数的占比为 51.50%。

公司设立了厦门、杭州两大研发中心，拥有独立的 EMC 实验室、音频实验室、可调混响实验室等国家级声学实验室，产品覆盖云计算、人工智能技术及应用、音视频编解码、

用户交互体验设计、通讯控制协议等多学科、多技术领域。在每个领域，公司都通过自主研发形成相关技术的积累，从研发的角度为公司创造比较竞争优势，构筑公司的技术护城河。持续、稳定的高研发投入，使得公司在音视频关键技术及通信协议方面有着深厚的积累，有利于提升公司在复杂多变的外部宏观环境中的抗风险能力，为公司长期持续稳健发展夯实基础。

图 12：公司近四年研发投入及研发人员



### 3、不断完善渠道管理体系，持续优化渠道网络质量

公司的销售模式为经销商模式，主要通过授权经销商渠道销售产品，这与公司的产品特性及主要目标客户类型相适应，有利于低成本、高效率地实现业务扩张及区域覆盖。经过多年在企业通信市场的积极开拓，公司建立起了遍布全球的经销网络，与知名经销商发展长期稳定合作关系，并通过持续有效的渠道管理方式，不断优化渠道质量，从而有效提升公司品牌在全球的影响力。

价值是保持渠道忠诚度的根本，公司通过产品符合客户需求、服务满足渠道需求、营销辅助渠道推广来为渠道创造更大的价值，同时，时刻关心并保护渠道经销商的利益，通过制定与时俱进的渠道合作政策，持续构建公正、开放、合作、共赢的渠道生态环境，最大可能性地获得渠道资源，最终推动公司业务发展。

未来，公司也将继续通过渠道激励、营销支持、技术支持、培训服务、联合推广等措施强化渠道体系建设，以良性互动的模式进行渠道管理，不断构建大项目和整体解决方案的销售能力，在保持对市场的独立理解、形成独特价值的同时，充分发挥与渠道的协同作用，协助渠道共同成长，以合作共赢来谋求长期发展。

#### 4、打造高质高效的供应链体系，支撑长期发展战略

在产品生产方面，公司自主采购原材料，以送料加工的方式将人力密集型的产品生产环节外包给外协加工厂，故精细化的原材料采购策略和良好的供应链管理能对保障公司发展至关重要。多年来，通过持续优化供应链管理，公司已构筑起稳健可靠且具有竞争力的供应链体系，能够有效支撑公司的长期发展战略。2023 年 7 月，公司智能产业园正式落成，在此前运营模式的基础上，将外协加工厂引入园区，并投入智能化产线及先进自动化设备，采用各类信息系统贯通供应链信息流，统一园区协同制造，实现了公司从研发、采购、生产、销售等各环节的效率提升，降低管理成本，补强公司的运营优势。

公司制定了严格的标准，对供应商在寻源与准入、过程监控、持续改进等多个方面进行全流程管理；同时，公司十分重视与核心供应商之间的合作，与其建立了包括及时付款、资金支持、品质辅导、共同开发在内的多重合作机制，从而能更好地推动双方开展长期稳定合作，形成协作共赢、资源共享、共同发展的战略伙伴关系；此外，公司密切监控供应链中的关键风险点，形成动态风险管控机制，制定了不同行业动态下对应的供应商质量管理策略，从而能够打造更加自主可控、灵活高效的供应链体系，掌握供应链优势，实现高质高效地满足生产经营需求的目标。

此外，为应对局部市场的潜在贸易风险，公司计划 2025 年将部分供应链布局延伸至海外，不断增强公司抗风险能力，持续打造稳定可靠的供应链体系，通过不断完善供应链管理、提升内部管理效率来抵御外部的不确定性扰动，保障公司的稳健运营及业务增长。

#### 5、建立透明高效的管理体系，充分激发组织活力

公司高度重视组织及人才管理工作，将“求真务实、追求极致、协作共赢”的核心价值观融入在所有亿联人的血液里。

在组织管理方面，公司以“简单、透明、高效”为原则，对规则的制定及最终的执行情况均要求公开透明、客观评价。同时，为焕发新的组织活力，加快公司新业务的发展及提升新业务的营收占比，公司于 2023 年底至 2024 年初，在内部进行了组织管理调整，成



立了各大经营主体，明确和强化经营主体责任，使各经营主体得以充分发挥自主经营管理的积极性和创造性，实现责任共担、价值共享，保持组织旺盛活力，提高公司的整体效能，保障长期竞争优势。

在人才管理方面，公司始终认为人才是企业发展的根本，把人才管理作为所有管理工作的重中之重。公司将“想做事的人有机会、能做事的人有平台、做成事的人有回报”作为人才管理原则，建立了公平公正的绩效评价体系和人才培养体系，为员工构建事业长期发展的空间。同时，在组织管理调整的基础上，公司的多层次股权激励体系也进行了相应的调整，实现各梯队人才与公司长期成长价值深度绑定，让每个人都能在组织内发现价值、创造价值、传递价值，驱动组织不断成长。

公司通过持续打造高效运营的组织管理体系、构建科学高效的人才管理体系，为新业务线的快速发展以及公司整体的长期健康可持续发展提供了组织保障及人才支撑。

总体而言，公司自成立以来，始终坚持在产品上专注细分市场、充分挖掘用户需求，由用户需求推动产品设计，由产品设计推动研发；在研发上持续高投入，保持产品竞争力，逐步形成了既能够精准地满足用户需求，又能够高效地使用研发资源的体系；在销售层面不断完善渠道管理体系，构建大项目和解决方案的销售能力；在供应链管理上，持续优化供应链管理水平和打造稳健、可靠且具有竞争力的供应链体系，支撑公司业务的长期发展；在组织建设上，重视企业文化建设、重视组织建设、重视人才的多层次激励。得益于长期持续不断的核心竞争力构建，公司积累了较好的品牌影响力及市场地位，也因此能够与国际主流通信平台及全球各大运营商建立战略合作，共同构建以协作共赢为核心的优质生态合作关系。

#### （四）主营业务分析

##### 1、整体情况

2024 年，公司实现了较好的经营成果，实现营业收入 56.21 亿元，同比增长 29.28%；实现净利润 26.48 亿元，同比增长 31.72%；整体净利率为 47.10%，同比提高 0.87 个百分点。当前，新一代信息技术加速迭代演进及融合创新，为企业通信行业提供了坚实的数字底座，企业深层次的数字化转型需求加速渗透。同时，混合办公已从“过渡性方案”逐渐演变为全球企业组织架构的核心模式。并且，智能高效的沟通及协作方式越来越成为企业在数字化时代的重要特征和竞争优势，驱动企业通信解决方案的需求进一步增长。此外，人工智能技术正深度融入企业通信场景，通过 AI 大模型强大的自然语言处理能力和深度

学习算法，深度挖掘语音、文本等数据中的关键信息，实现智能降噪、同声传译、智能纪要、语音助手等功能，成为企业沟通协作智能化的核心动能。随着企业通信领域的深度及广度不断延伸，公司将持续深入用户场景和洞察用户需求，不断解锁更多创新化、智能化的产品应用及场景体验，不断丰富和完善企业通信解决方案，赋能企业迈向智慧办公新时代。

## 2、业务线情况

报告期内，公司持续推进产品的迭代出新，不断巩固与强化产品竞争力，具体而言：会议产品实现营业收入 19.97 亿元，同比增长 36.21%，对营业收入的占比为 35.52%，同比提高 1.81 个百分点。报告期内，公司保持对市场的敏锐洞察和深刻理解，积极捕捉并响应市场需求，依托技术创新与沉淀，持续打造更加智能化、高效化、安全化的全场景会议室解决方案，不断优化视频会议用户体验。此外，公司会议平板 MeetingBoard 持续在市场收获良好反响，公司也计划在 2025 年推出具有业内唯一影像级智能四摄、第二代自研聆听音频算法及极致全能 AI 体验的新一代音视频会议平板系列产品；同时，公司还计划推出 AV-ONE 融合解决方案，并推出基于 AI 技术的智能设计工具 Room Designer 及智能空间管理平台 Smart Space，打造从声学设计到部署连接、音频调试、设备管理的全流程解决方案，持续赋能经销商及企业用户，有效节约设计、部署、调试成本。

云办公终端实现营业收入 5.27 亿元，同比增长 62.98%，对营业收入的占比为 9.37%，同比提高 1.94 个百分点。报告期内，公司持续精研产品、精进品质，持续完善商务耳麦产品系列，围绕音质、智能降噪、蓝牙稳定性等核心性能开展攻关，同时持续推进商务耳麦市场推广与渠道开拓。此外，蓝牙耳麦的迭代升级及市场推进取得阶段性成效，为后续市场逐渐放量奠定了基础。2025 年，公司计划推出 ANC 罩耳商务蓝牙耳机 BH78，实现蓝牙耳机 BH7X 产品系列全面覆盖，以及推出全新有线耳麦 UH4X 系列，入门、低端、中端至高端产品系列完整。未来，公司仍将在产品及渠道上不断深化和拓展，通过打造完整的商务耳麦产品系列形成全场景闭环，同时不断拓展销售通路，塑造整体竞争力，未来有望持续释放增长潜能。

桌面通信终端实现营业收入 30.82 亿元，同比增长 21.13%，对营业收入的占比为 54.83%。报告期内，桌面通信终端增长超预期，一方面得益于混合办公常态化，话机市场进入存量优化的稳态阶段，另一方面主要由于 23 年话机市场整体处于去库存周期，24 年经销商存在一定程度的补库需求。2025 年，公司计划推出 T7、T8 系列话机。未来，公司将着力保持市场竞争力，积极寻找细分市场机会，进一步提升市场份额，持续领跑行业。

### 3、小结

总体而言，公司聚焦主业并关注自身核心竞争力建设，持续巩固在产品设计与研发实力、渠道管理、组织建设等多方面的竞争优势，保障公司长期健康稳健发展。

在研发上，目前公司的研发投入占比为 9.95%，研发人员占比为 51.50%。未来，公司将继续坚持自主研发创新，通过专业会议、语音通信、高效协作、智慧办公四大能力持续赋能企业客户数字化变革和创新，为企业用户提供更智能、更高效的沟通与协作解决方案。

在销售上，目前公司的销售投入占比为 5.18%，销售人员占比为 26.05%。未来，公司将持续构建大项目和“平台+智能硬件终端”解决方案的销售能力，同时持续完善销售通路，不断拓展 Pro AV 类、IT 类渠道以及适当提升外籍销售的比例以增强本地化服务能力。

在人才激励上，公司于 2024 年推出了限制性股票和股票期权激励计划，2025 年，公司将针对潜力骨干员工的股票期权调整为限制性股票，降低潜力骨干的支付成本，不断健全常态、有效、多层次的激励机制以激励和牵引各梯队员工。

在社会责任上，公司以《可持续发展政策与管理》为指导纲领，围绕环境、可持续采购、员工权益、道德合规及产品质量安全五大可持续方向深耕，提质增效推动可持续发展工作。另外，公司也在年报披露的同时发布了《2024 年环境、社会和公司治理(ESG)报告》，致力于持续提升 ESG 信息披露质量，稳步推进公司高质量、可持续发展。

#### （五）公司未来发展的展望

##### 1、公司总体发展战略

###### （1）顶层思想架构

图 13：公司企业文化



统一的价值理念、高效的管理体系和完善的治理机制是公司长期稳健成长的基石。作为一家重视高价值、高成长的研发型企业，公司始终秉持让沟通更简单、更高效的使命，以成为全球领先的沟通与协作解决方案提供商为愿景，坚持求真务实、追求极致、协作共赢的核心价值观，通过打造简单、透明、高效的组织体系，为企业高效运作、走向卓越营造良好的文化环境。正是这样高标准、高效率的工作理念和管理原则，支撑公司从终端解决方案提供商不断成长为完整的一站式沟通与协作解决方案提供商，并将在未来引领着公司不断创新，为全球企业持续提供能够提升办公效率、改善办公体验的多元通信产品及解

决方案，帮助企业提升市场竞争力，并成长为一家在细分领域世界领先、能够健康可持续发展的企业。

## （2）未来发展战略

经过二十多年的发展，公司如今已成为全球企业通信行业的知名品牌，拥有行业领先水平的音视频技术和全球少有的具备自主开发及高集成优势的一站式沟通与协作解决方案。通过坚持“聚焦细分、持续投入、全球领先”的经营逻辑和理念，公司的话机业务已经取得并持续多年保持全球领先地位，产品线也拓宽到会议产品和云办公终端，产品矩阵持续丰富，形成了覆盖多元化细分场景的完整的智慧办公解决方案。未来，面对各种机遇和挑战，公司将在夯实既有优势的同时，继续发挥音视频技术的优势，不断拓宽公司的能力边界；同时，积极探索技术发展与用户需求之间的契合点，持续丰富解决方案内容，提升产品竞争力和用户体验，形成行业内领先优势，获取更为广阔的市场空间，并最终推动公司业绩的持续、稳健增长。

## （3）重点经营计划

当前全球宏观经济形势仍面临较为复杂的局面，公司将继续提升内部经营管理能力，为应对外部不确定性提供更多的安全空间。同时，公司也将在危机中把握机会，抓住企业数字化转型带来的市场契机，加强研发投入、市场拓展、组织管理、运营保障等多方面的综合能力，提升公司的核心竞争力，推进经营业绩的稳健增长。2025 年公司的重点经营计划如下：

### ①研发投入

公司自成立以来始终坚持将技术创新作为发展的核心驱动力量，这在未来也会一以贯之。公司将继续围绕音视频基础技术能力进行持续的技术创新和产品创新，打磨更专业的智能音视频设备，并通过搭载人工智能等前沿技术，在企业通信、智慧办公、沟通协作等选定的细分方向上坚持研发投入和技术创新，不断提升用户体验、增强行业影响力；同时也将持续构建企业通信整体解决方案的能力，以系统平台提供优质的使用及服务体验，以不同办公场景下的智能硬件终端满足实际落地部署需求，进一步提升公司的长期竞争力。

### ②全球化布局

公司将全面推进全球化战略，从全球化销售向全球化能力进阶，抵御宏观环境的不确定性并支撑高端市场开拓。一方面，随着目标客户市场逐渐往高端化发展，公司将不断推进组织能力全球化建设，强化本地化人才招聘与培养，加快本地化服务团队搭建，实现组织能力的持续构建和升级，逐步形成具有竞争力的全球组织服务网络，促进高端市场及高端客户的开拓，推进公司新业务线的拓展；另一方面，为应对当前复杂多变的全球宏观经

济形势，公司将积极推进供应链全球化布局，逐步构建多区域协同的弹性供应体系，提升对贸易风险的抵御能力，实现高效韧性的全球供应链配置，支撑公司的稳健运营和可持续发展。

### ③数字化筑基

公司将持续强化数字化建设，实现流程的规范化、数据的一致性及全链路的透明度，推动管理效率与管控能力的双重升级。一方面，公司将持续优化业务流程建设，构建一套标准化、规范化、高效化的流程体系，提高流程执行的准确性和组织的运作效率；另一方面，公司将持续完善数据管理平台，贯通数据资源及信息流，确保关键数据准确完整并实时同频，提升数据的可信度和可用性，为业务决策提供可靠依据。基于以上，公司将实现研发、采购、生产、交付等关键环节的全链路可视化，确保业务流程及数据信息的精细化、动态化管控，提升业务预判能力，实现公司的智能管理与高效运营。

## 2、公司可能面临的风险

### （1）市场竞争风险

公司经过多年的努力与积累，已成为全球统一通信终端领域内的领先企业，具有较强的自主创新能力和研究开发实力、成熟的经营模式和稳定的客户群体，从而构建了较强的竞争优势。但全球统一通信行业竞争日趋激烈，目前，公司主要的竞争对手均为国际知名企业，该类企业在品牌、系统支持等方面具有较强优势，如果公司不能正确判断和把握市场动态及行业发展趋势，不能根据技术发展、行业标准和客户需求及时进行技术创新和业务模式创新，则存在因竞争优势减弱而导致经营业绩不能达到预期目标的风险。

### （2）技术风险

#### ①新产品开发的风险

公司自成立以来，根据市场及用户需求不断进行新产品的开发及产品的升级迭代。但是，新产品研发存在较大的不确定性，具有核心竞争力的产品研发投入大、研发难度高、研发周期长，且存在研发失败的风险；另一方面，即使新产品顺利开发完成并推向市场，也存在得不到市场认可的风险，导致新产品推出后的经济效益与预期收益存在较大差距。如果公司不能保持持续创新能力，及时准确地把握产品的发展趋势，或新产品研发决策失误，不能有效地推广运用，均将可能造成公司研发投入大但新产品经济效益低于预期，从而丧失发展契机的不利情况，进而削弱公司已有的竞争优势。

#### ②人才流失和核心技术失密的风险



公司的市场竞争优势较大程度上依赖于公司掌握的核心技术以及多年来培养、集聚的一批行业技术专业人才。目前，公司具备通过激励及约束机制保持现有人员稳定并通过业务培训不断扩充人才队伍的能力，但仍面临人才流失和核心技术失密的风险。如果核心技术骨干较多地流失，将影响公司组织架构稳定、产品研发进度以及销售目标的实现，进而影响公司整体发展。

### **(3) 经营风险**

#### **①主要原材料短缺及价格上涨的风险**

公司产品生产所需的主要原材料包括芯片、液晶显示器材、塑胶外壳、PCB 板、电源、包材和其他元器件等。公司拥有较强的成本转移能力和基于规模优势的原材料采购议价能力，能够消化原材料价格波动带来的大部分风险。但如果未来主要原材料价格出现大幅波动，公司仍将面临着主要原材料价格波动对公司经营业绩带来不利影响的风险。

#### **②国际贸易政策及关税风险**

当前全球政治环境不稳定，地缘政治局势复杂，国际贸易政策尤其是关税壁垒的不确定性对公司海外业务构成潜在挑战。2025 年以来，美国政府实施“对等关税”政策并对全球贸易伙伴加征关税，公司已基于长期战略提前部署应对措施，密切关注政策动向并灵活调整策略，目前经营秩序保持正常，但如未来美国关税政策进一步趋严或其他主要贸易伙伴跟进类似措施，经营业绩将面临贸易摩擦及全球供应链调整带来的风险，可能对公司产生以下几个方面的影响：一是关税成本上升或压缩利润空间；二是部分市场准入门槛提高可能影响海外订单交付稳定性及新市场拓展进度；三是全球贸易环境波动或加剧区域需求分化，对产能布局灵活性提出更高要求。

#### **③汇率风险**

目前，公司产品有 90%以上销往海外，公司出口业务主要采用美元结算，受汇率波动影响较为明显，美元汇率波动对公司主要有两方面的影响：一是收入端的影响，若人民币升值，则以美元折算成人民币的营业收入会相应减少，进而影响毛利率；二是利润端的影响，若人民币升值，则在资产负债表日以美元结算的会计科目折算成人民币后，会产生汇兑损失，进而影响净利增速。如果公司未能通过加快回款和结汇速度，减少汇兑损失，或通过金融工具保值避险，可能会对公司的财务状况及经营业绩构成不利影响。

### **3、公司采取的应对措施**

针对上述风险，公司主要采取如下措施：

(1) 为应对市场竞争风险和技术风险，公司将持续加大研发投入，继续围绕音视频基础技术能力，在企业办公、智慧会议室、沟通协作等方向上深耕发展，通过持续的技术创新、产品创新，不断提升用户体验、增强行业影响力；同时也将持续构建“平台+智能硬件终端”企业通信解决方案的能力，以系统平台提供优质的使用及服务体验，以不同办公场景下的智能硬件终端满足实际落地部署需求，进一步提升公司的长期竞争力。

(2) 为应对人才流失风险，公司将加强组织管理与人才管理建设，打造和落实精英人才计划，加强高科技人才和管理干部的引进和培养；同时，通过完善的任职资格体系、绩效管理体系以及多层次的激励机制牵引和鼓励员工在公司发展的过程中实现自我价值，为员工构建事业长期发展的空间。

(3) 针对经营风险，公司在研发端做足不同原材料的适配方案，以应对原材料风险；通过境外仓部署保障美国市场订单交付能力，同步推进东南亚等海外地区的产能建设以分散区域政策风险，与核心客户建立动态定价机制传导成本压力，并加大非美市场开拓力度，以应对国际贸易政策及关税风险；公司会根据汇率变化适当开展一些外汇金融衍生品业务，并在相关合同条款中定义汇率波动的调整规则，以降低汇率风险。

### 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

元

	2024 年末	2023 年末	本年末比上年末增减	2022 年末
总资产	9,774,512,670.10	8,885,225,066.60	10.01%	8,604,493,585.18
归属于上市公司股东的净资产	8,947,671,403.62	8,125,730,721.44	10.12%	7,890,868,129.02
	2024 年	2023 年	本年比上年增减	2022 年
营业收入	5,621,336,110.15	4,348,037,150.20	29.28%	4,810,554,102.96
归属于上市公司股东的净利润	2,647,857,338.07	2,010,224,545.51	31.72%	2,177,660,031.25
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	2,434,894,049.63	1,788,365,252.48	36.15%	2,055,570,120.49
经营活动产生的现金流量净额	2,508,929,797.03	1,801,897,585.04	39.24%	2,122,829,943.45
基本每股收益（元/股）	2.0951	1.5906	31.72%	1.7231
稀释每股收益（元/股）	2.0928	1.5906	31.57%	1.7216
加权平均净资产收益	30.68%	25.64%	5.04%	30.90%

率				
---	--	--	--	--

(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	1,163,616,898.38	1,503,386,980.93	1,442,740,340.51	1,511,591,890.33
归属于上市公司股东的净利润	568,607,195.10	791,658,334.89	704,368,362.70	583,223,445.38
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	519,711,920.16	732,912,077.34	664,536,656.69	517,733,395.44
经营活动产生的现金流量净额	331,453,810.88	781,823,954.37	857,416,321.64	538,235,710.14

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	33,794	年度报告披露日一个月末普通股股东总数	29,684	报告期末表决权恢复的优先股股东总数	0	年度报告披露日一个月末表决权恢复的优先股股东总数	0	持有特别表决权股份的股东总数（如有）	0
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		数量		
					股份状态	数量			
陈智松	境内自然人	17.41%	220,010,520.00	165,007,890.00	不适用		0.00		
吴仲毅	境内自然人	16.65%	210,448,100.00	157,836,075.00	不适用		0.00		
卢荣富	境内自然人	10.47%	132,300,000.00	99,225,000.00	不适用		0.00		
周继伟	境内自然人	7.87%	99,400,000.00	74,550,000.00	不适用		0.00		
厦门亿网 联信息技术 服务有限公司	境内非 国有法人	4.95%	62,598,257.00	0.00	不适用		0.00		
张联昌	境内自然人	4.65%	58,800,000.00	44,100,000.00	不适用		0.00		
陈建荣	境内自然人	4.24%	53,585,000.00	0.00	不适用		0.00		
胡继丹	境内自然人	3.88%	49,000,000.00	0.00	不适用		0.00		
香港中央 结算有限 公司	境外法 人	3.36%	42,416,426.00	0.00	不适用		0.00		

全国社保基金一零三组合	其他	1.72%	21,709,938.00	0.00	不适用	0.00
上述股东关联关系或一致行动的说明		1、吴仲毅、陈智松、卢荣富、周继伟签订了《一致行动人协议》；陈智松和卢荣富为公司法人股东厦门亿网联的持股 5%以上重要股东；故吴仲毅、陈智松、卢荣富、周继伟、亿网联为一致行动人。 2、陈智松与陈建荣为兄弟关系，故陈智松与陈建荣为一致行动人。				

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

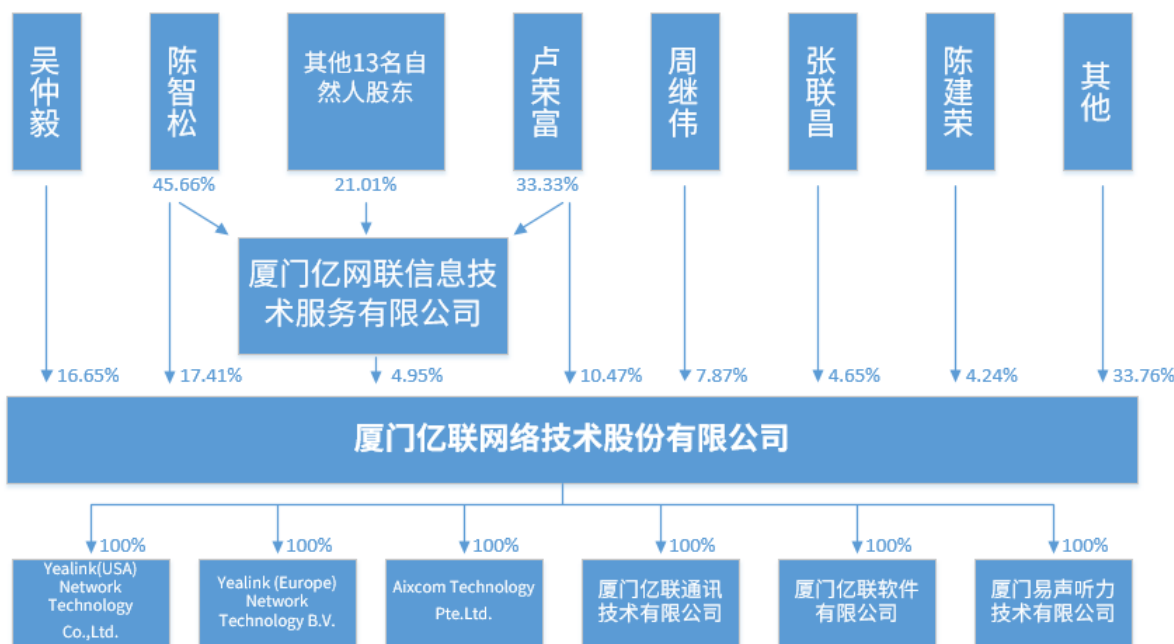
公司是否具有表决权差异安排

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

不适用