

证券代码：002351

证券简称：漫步者

深圳市漫步者科技股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：PR2025050901

<p>投资者关系 活动类别</p>	<p><input checked="" type="checkbox"/>特定对象调研 <input type="checkbox"/>分析师会议 <input type="checkbox"/>媒体采访 <input 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）</p>
<p>参与单位名称 及人员姓名</p>	<p>招商证券、银华基金、中信建投资管、开源证券、东方引擎投资、Alpines Capital、北京金百镨投资管理、北京禹田资本、明澄投资、北京暖逸欣私募基金管理、首创证券自营、杭州泓钰资产管理、诚旻投资共 14 人</p>
<p>时间</p>	<p>2025 年 5 月 7 日、2025 年 5 月 8 日</p>
<p>地点</p>	<p>证券公司策略会</p>
<p>上市公司 接待人员</p>	<p>投资者关系总监张北</p>
<p>投资者关系活动 主要内容介绍</p>	<p>公司近况及回答提问内容概括如下：</p> <p>一、2024 年度及 2025 年一季度业绩简述</p> <p>2024 年，公司实现营业总收入 29.43 亿元，同比增长 9.27%。毛利率达到 40.35%，较上年同期增加 3.02%。</p> <p>其中耳机耳麦系列产品实现营业收入 18.41 亿元，同比增长 2.79%；毛利率 39.61%，较上年同期增加 3.17%。音响系列产品实现营业收入 9.97 亿元，同比增长 20.39%；毛利率 41.31%，较上年同期增加 2.85%。</p> <p>分地区看，内销营业收入 23.12 亿元，同比增长 11.57%；毛利率 39.73%，较上年同期增加 3.53%。出口营业收入 6.31 亿元，同比增长 1.61%；毛利率 42.62%，较上年同期增加 1.49%。</p> <p>2024 年，公司实现归母扣非净利润 4.29 亿元，同比增长 13.66%。</p> <p>2024 年以来，公司强化中高端产品、差异化产品的研发和市场投放，推动品牌力持续增长，毛利率提升趋势在 2025 年一季度得以延续——2025 年一季度公司毛利率达到 40.94%，较上年同期增加 1.64%。然而由于居民收入预期尚未恢复、高端消费需求不足，公司 2025 年一季度营业收入和净利润较去年同期略有下滑。</p>

	<p>二、公司近况及发展展望</p> <p>自 2024 年末至 2025 年春节后，公司陆续发布了若干高端新品：TWS 旗舰新品 NeoBuds Pro3、搭载了第三代平板单元的 Neobuds Planar 以及 Hi-Fi 级旗舰音箱 S300；3 月下旬开始，一系列主销价位段的新品开始集中上市：如百元级 TWS 耳机 X1 Evo，单耳仅重 3.8g；TWS Lolli Pro 3i 续航达 40 小时，支持双设备互联；Lolli ANC 半入耳主动降噪耳机，升级自适应降噪算法；OWS 开放式耳机 Comfo Clip Q 采用液态硅胶材质，IP67 等级防水；电竞子品牌发布 A5 空间音频电竞头戴式耳机，实现 360° 头部追踪和“零”延时；花再子品牌发布 Halo Nano 潮酷便携音响，搭载“深渊氛围灯”，给足音乐仪式感。</p> <p>无线耳机新品的蓝牙版本均已迭代到了 6.0，且配合漫步者自主的“Edifier Connect”或“漫翻译”APP 均可实现多国语言实时语音转译的功能。公司的“漫步者摘要提取算法”、“漫步者机器翻译算法”已经完成了国家互联网信息办公室关于深度合成服务算法的备案，功能更丰富的各类 AI 产品在持续开发中。</p> <p>开放式耳机（OWS）市场处于快速增长阶段，是公司自 2024 年起大力投入的方向之一。开放式耳机在部分运动户外、通勤驾驶、以及室内不需要物理隔音的商务和学习等若干场景中，与耳塞式和头戴式耳机形成了良好的互补，长时间佩戴舒适性是该类产品的突出特点。公司全面布局了开放式耳机的各种形态，包括耳挂式、后挂式、耳夹式，截至目前已上市的型号达到十余款，今年对各式产品形态、各段定价范围、各个子品牌的开放式耳机将继续保持较大的投放力度。</p> <p>公司多品牌协同运营，陆续推出了面向音乐发烧友的 Hi-Fi 音响品牌“AIRPULSE”、“STAX SPIRIT”耳机品牌，以及专业电竞品牌“HECATE”、专注于时尚生活科技的“花再”品牌等。在品牌矩阵已经初步建立的基础上，公司将全力挖掘并运用产品差异化特质，在全球范围内持续赋能更广大的消费者群体。</p> <p>接待过程中，公司接待人员与投资者进行了交流与沟通，并严格按照有关制度规定，没有出现未公开重大信息泄露等情况，同时已按深交所要求签署调研《承诺书》。</p>
附件清单	无
日期	2025 年 5 月 9 日