证券代码:301439　证券简称:泓淋电力　公告编号:2024-007

威海市泓淋电力技术股份有限公司

【2023】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389,101,809股为基数,向全体股东每10股派发现金红利3.00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	泓淋电力	股票代码	301439
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	任德超	任德超	
办公地址	威海经技区浦东路9-10	威海经技区浦东路9-10	
传真	0631-3678599	0631-3678599	
电话	0631-3678599	0631-3678599	
电子信箱	IR@honglincable.com	IR@honglincable.com	

2、报告期主要业务或产品简介

(一)报告期内公司从事的主要业务、主要产品及其用途

公司专业从事电源线组件和特种线缆的研发、生产和销售,是全球电源线组件行业龙头企业之一,专业为计算机、家用电器客户提供电源线组件产品,并为家用电器、船舶及焊枪、新能源电动汽车等客户提供精密电器配线、橡胶线、特种电缆、新能源电动汽车充电连接产品等产品。

公司提供的产品主要包括电源线组件与特种线缆两大类别。其中,电源线组件包括计算机及家用电器电源线组件、智能家居用电源线组件、通路式电源线组件;特种线缆包括精密电器配线、橡胶线、船舶及焊枪等工业设备用特种电缆、新能源电动汽车充电连接产品。

公司主要产品类别及主要用途如下:

(二)主要经营模式

1、采购模式

公司主要实行按需采购的采购模式,并根据最低采购量、采购周期等因素确定安全库存。公司采购以客户订单或需求计划为基础,并由生产部门根据采购周期和需求数量确定所需物料数量,进而发出采购需求,采购部门依据采购需求进行采购。公司采购的主要原材料包括铜材及铜线等铜、化工材料、插头等。

为保证供应商选择、评价的客观性,加强对供应商的日常管理和绩效考核,确保其提供产品的质量以及交付、服务符合公司要求,公司制订了完善的供应商管理体系。在供应商的选择层面,公司以供应商的品质、交期、生产能力为基础,对供应商进行现场考察、审核和评价打分,以此选择合格供应商。对于已签订采购框架协议的合格供应商,公司通过采购框架协议与其约定采购产品类别、质量责任等条款,并通过采购订单形式向其进行日常采购;对于未签订采购框架协议的合格供应商,公司通过采购订单形式与其约定采购产品类别、质量责任等条款。在供应商的管理层面,公司制定了新供应商寻找及评鉴、合格供应商确认、供应商分类管理、供应商月度评价及年度考核、不合格供应商取消等机制,并建立起一批长期稳定合作的供应商关系,有效保障原材料供应的质量、交期与稳定性。

2、生产模式

公司采用以销定产的生产模式进行生产。公司产品的技术方案及样品经客户验证和确认后,公司根据客户订单,按照客户要求的产品性能、规格、数量和交货期组织生产。为了使产品能在适当环境中,依照合理的管理体系及标准作业程序运作,确保产品品质与交期满足客户需求,公司制定了标准化的生产管理程序,适用于物料上线至产品产出的全部生产过程,主要包括造粒、拉丝、线材押出、组装成品四大环节,公司根据自身销售计划或订单情况、产能利用率、成本管控需求等因素,合理科学组织生产,努力实现优质高产、安全低耗、更快的响应客户需求。

3、销售模式

公司采取直接销售方式进行产品销售,公司与客户均签订产品销售系列协议,约定产品的质量标准、交货方式和结算方式等。具体销售业务由客户按需向公司发出采购订单,公司根据各类产品的存货数量、排产计划和产品适销性等安排发货。目前,公司已建立起长期、稳定的客户销售渠道,与戴尔、海尔、三星、LG、冠捷、台达、惠普、小米、沃尔玛、劳氏、家得宝、吉利集团、上汽通用五菱等客户长期合作,及时、有效响应客户需求。

(三)主要业绩驱动因素

2023年,市场整体运行环境企稳向好,虽因受到国内外宏观经济环境影响,部分领域产品增长动能不足,行业面临诸多问题和挑战,但公司有序推进各项重点业务,积极开拓国内及国外客户,持续提升公司的核心竞争能力和市场占有率,公司经营业绩保持稳定。2023年公司实现营业收入247,930.36万元,较上年同期增长8.31%;归属于上市公司股东的净利润为21,392.18万元,较上年同期增长19.34%。

1、稳步推动电源线组件产品持续发展

报告期内,公司持续提高电源线组件产品的性能,优化产品结构,不断提升自动化水平,降低生产成本,充分发挥电源线组件领域的成本优势、安规优势、研发优势和产能优势,巩固并提升公司产品在家电、计算机市场的地位,同时,公司积极开拓国内、欧美小家电、厨电市场和电动工机具市场,稳步推动公司计算机及家用电器电源线组件、智能家居用电源线组件、通路式电源线组件业务的持续稳定发展。2023年,公司电源线组件实现营业收入167,105.51万元,较去年同期下降3.70%。

2、特种线缆稳中向好,业绩大幅提升

报告期内,公司借助多年在特种线缆领域沉淀的技术、产品等优势,充分把握家电市场需求逐步释放的机会,另外,新能源电动汽车连接产品发展势头良好,推动特种线缆业绩稳步增长。2023年,公司特种线缆实现营业收入80,373.35万元,较上年同期增长49.41%。

3、新能源电动汽车连接产品发展势头良好,成为公司新业绩增长点

公司自2015年进入新能源汽车及充电领域,主要产品包括中国、美国、欧洲、日本标准的充放电枪、转换头、充电枪电缆、车内高压线、充电插座等产品。截止2023年底,公司已具备生产350万套充电连接产品的年产能,主要客户有比亚迪、上汽通用五菱、吉利汽车、小米汽车、爱旭能源、南京南瑞、南京能瑞等国内一流主机厂及充电设施制造商。

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

	2023年末	2022年末	本年末比上年末增减	2021年末
总资产	3,860,663,382.92	1,756,342,634.88	119.88%	1,961,768,916.36
归属于上市公司股东的净资产	2,815,492,604.75	964,272,774.57	196.04%	767,283,502.09
	2023年	2022年	本年比上年增减	2021年
营业收入	2,479,303,562.31	2,289,063,884.33	8.31%	2,449,650,852.96
归属于上市公司股东的净利润	213,921,812.30	179,260,984.66	19.34%	162,190,529.86
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	149,265,406.86	165,638,671.59	-9.88%	150,035,993.39
经营活动产生的现金流量净额	-64,262,458.24	266,434,917.57	-124.12%	99,000,400.84
基本每股收益(元/股)	0.59	0.61	-3.28%	0.56
稀释每股收益(元/股)	0.59	0.61	-3.28%	0.56
加权平均净资产收益率	9.26%	20.83%	-11.57%	23.55%

(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	611,095,996.35	619,462,875.74	661,465,487.56	587,279,202.66
归属于上市公司股东的净利润	41,101,987.24	57,014,428.80	58,079,885.78	57,725,510.48
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	40,175,166.43	52,057,413.90	49,042,100.12	7,990,726.41
经营活动产生的现金流量净额	-263,774,669.65	-210,254,050.36	252,930,316.65	156,835,945.12

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	37,445	年度报告披露日前一个月末普通股股东总数	34,815	报告期末表决权恢复的优先股股东总数	0	年度报告披露日前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	
					股份状态	数量
威海市明博线缆科技有限公司	境内非国有法人	52.91%	205,854,885.00	205,854,885.00	不适用	
重庆协耀商贸有限公司	境内非国有法人	7.11%	27,658,045.00	27,658,045.00	不适用	
威海博创投权投资中心(有限合伙)	境内非国有法人	5.83%	22,679,598.00	22,679,598.00	不适用	
威海瑞冠投权投资中心(有限合伙)	境内非国有法人	2.56%	9,956,897.00	9,956,897.00	不适用	
威海红土创业投资合伙企业(有限合伙)	境内非国有法人	2.51%	9,751,773.00	9,751,773.00	不适用	
威海瑞创投资中心(有限合伙)	境内非国有法人	2.27%	8,850,575.00	8,850,575.00	不适用	
宁波梅山保税港区世安装投资合伙企业(有限合伙)	境内非国有法人	0.94%	3,656,915.00	3,656,915.00	不适用	
深圳市创新投资集团有限公司	国有法人	0.88%	3,413,121.00	3,413,121.00	不适用	
香港中央结算有限公司	境外法人	0.32%	1,263,344.00		不适用	
邓树好	境内自然人	0.10%	400,100.00		不适用	
上述股东关联关系或一致行动的说明	1.威海博创与威海瑞冠、威海瑞创执行事务合伙人均为杨俊琴,威海博创与威海瑞冠、威海瑞创构成一致行动关系;2.深创投间接持有威海红土基金管理人丽白红土创业投资管理有限公司100%股权,同时深创投直接持有威海红土32.50%合伙份额。					

前十名股东参与转融通业务出借股份情况

□适用√不适用

前十名股东较上期发生变化

√适用 □不适用

单位:股

前十名股东较上期末发生变化情况					
股东名称(全称)	本报告期新增/退出	期末转融通出借股份且尚未归还数量		期末股东普通账户、信用账户持股及转融通出借股份且尚未归还的股份数量	
		数量合计	占总股本的比例	数量合计	占总股本的比例
香港中央结算有限公司	新增			1,263,344	0.32%
邓树好	新增			400,100	0.10%

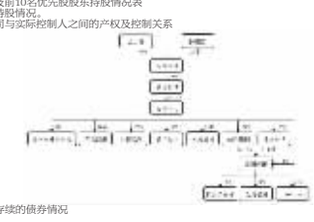
公司是否具有表决权差异安排

□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

无

证券代码:300510　证券简称:金冠股份　公告编号:2024-006

吉林省金冠电气股份有限公司

【2023】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。

中勤万信会计师事务所(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由变更为中勤万信会计师事务所(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

公司计划不派发现金红利,不送红股,不以公积金转增股本。

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	金冠股份	股票代码	300510
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		
姓名	吴峥		
办公地址	北京市海淀区主语国际中心	洛阳市老城区青年创业大厦	
传真	010-68712663	0379-63998696	
电话	010-68712663	0379-63998696	
电子信箱	jilinjinguan@163.com		

2、报告期主要业务或产品简介

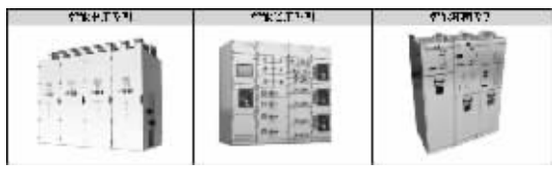
公司秉持“智慧电力+新能源”双轮驱动战略,致力于成为中国智慧电力和绿色能源的引领者。报告期内,公司主营业务未发生重大变化,主要分为智能电网设备业务、新能源充换电业务和储能业务。

(一)公司主要产品

1、智能电网设备

①智能电气成套开关设备

公司具备从产品核心部件到成套开关设备的研发、整体生产制造能力,主要包括智能环网开关产品的集成设计与研发生产,40.5kV及以下C-GIS智能气体绝缘环网开关柜、40.5kV及以下智能环保气体绝缘环网开关柜,10kV固体绝缘环网开关柜、10kV空气绝缘环网开关柜、40.5kV及以下GIS轨道交通专用设备、40.5kV-10kV智能中压开关柜、0.4kV智能低压开关柜及箱式变电站等系列产品,广泛应用于电力系统、冶金化工、轨道交通、电气化铁路、城市地铁、市政建设、港口建设、厂矿企业等领域。



②智能电表、用电信息采集系统

产品主要包括单相与三相智能电表、采集器、集中器、专变采集终端、智能配变终端、智能感知设备、电水热气信息采集等电力需求侧管理产品,是泛在电力物联网的重要组成部分,适用于电力行业各种用户的计量、监测、控制、管理和信息采集,达到同类产品的领先水平。公司研发的基于5G、NB-IOT、LoRa、HPLC物联网通信技术的智能电表、采集传感器、营配融合终端,让智能电表及用电信息采集传感器以更低功耗、更安全及稳健的方式实现智能互联,加快智慧城市建设。

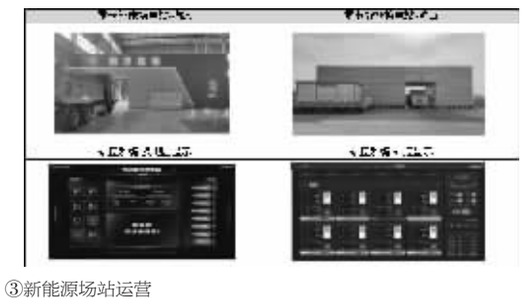
2、新能源充换电

①充电桩

新能源充电设施系列产品主要包括电动汽车充换电设备、电动自行车充换电柜、船用充电设备(岸电桩)、光储充一体化充换电站和新能源智慧运营平台,其中,电动汽车充电设备包含交流充电桩,直流一体式充电桩,分体式充电桩、直流充电堆、移动式充电桩等充电设备;电动自行车充换电柜包括社区充电柜、外卖和快递用换电柜等;智慧云平台则是将所有充电设施通过以太网或4G、5G通讯方式,实现设备互联互通,开放API接口,实现平台之间的数据打通。

②换电系统

公司充换电项目组紧跟国家新能源的发展,推出了S13重卡智能换电系统、S16乘用车换电站的充电系统、S15交流有序充电系统等产品。



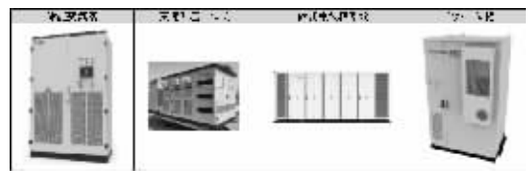
③新能源场站运营

公司通过向公共交通、物流园区、工业园区、高速服务区、大型居民小区等场景提供集中式大功率快速充电服务获取充电服务收入。

充电场站运营业务方面,公司致力于成为全国领先的“新能源集中式快充网运营商”,子公司南京能瑞是国内主流充电桩运营商之一,在江苏、河南等区域运营的充电场站数量共计241座。

3、储能业务

公司主要面向发电侧、电网侧、工商业用户侧储能需求,为客户提供多场景储能解决方案,打造除电芯之外的全套解决方案,公司储能产品涵盖储能模组、储能风冷PACK、储能液冷PACK、1000V电池簇、1500V电池簇、1000V储能系统、1500V储能系统、储能变流器(PCS)、电池管理系统(BMS)、能量管理系统(EMS)、智慧运维云平台等。



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

追溯调整或重述原因

会计政策变更

元

	2023年末	2022年末		本年末比上年末增减	2021年末	
		调整前	调整后	调整后	调整前	调整后
总资产	3,849,303,279.59	3,484,725,111.12	3,487,824,061.43	10.36%	3,382,094,252.82	3,384,425,528.34
归属于上市公司股东的净资产	2,659,249,579.65	2,646,476,372.59	2,646,421,345.38	0.48%	2,617,015,519.90	2,616,646,429.53
	2023年	2022年		本年比上年增减	2021年	
		调整前	调整后	调整后	调整前	调整后
营业收入	1,169,197,021.28	1,165,907,033.90	1,165,907,033.90	0.28%	1,074,261,242.06	1,074,261,242.06
归属于上市公司股东的净利润	25,506,159.61	48,226,497.74	48,540,560.90	-47.45%	31,614,083.91	31,244,993.54
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	-29,470,114.48	4,821,136.49	5,135,199.65	-673.88%	1,222,103.45	853,013.08
经营活动产生的现金流量净额	-356,355,899.55	-85,590,648.91	-85,590,648.91	-316.35%	-95,176,706.17	-95,176,706.17
基本每股收益(元/股)	0.0308	0.0582	0.0586	-47.44%	0.0382	0.0377
稀释每股收益(元/股)	0.0308	0.0582	0.0586	-47.44%	0.0382	0.0377
加权平均净资产收益率	0.96%	1.83%	1.81%	-0.85%	1.20%	1.17%

会计政策变更的原因及会计差错更正的情况

2022年11月30日,财政部发布了《企业会计准则解释第16号》(财会[2022]31号,以下简称解释16号),“关于单项交易产生的资产和负债相关的递延所得税不适用初始确认豁免的会计处理”、内容自2023年1月1日起施行,公司于2023年1月1日起执行该规定,对首次执行日使用权资产和租赁负债产生的应纳税暂时性差异和可抵扣暂时性差异对财务报表及累积影响数进行了追溯调整。

(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	209,660,743.12	229,694,391.69	325,776,764.97	404,065,121.48
归属于上市公司股东的净利润	12,246,764.85	19,457,472.69	7,749,413.86	-13,947,491.79
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	2,747,147.43	-12,509,924.01	3,033,425.11	-22,740,763.01
经营活动产生的现金流量净额	-46,950,431.19	-109,783,213.81	-334,528,348.62	134,906,094.07

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	40,300	年度报告披露日前一个月末普通股股东总数	37,769	报告期末表决权恢复的优先股股东总数	0	年度报告披露日前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	
					股份状态	数量
洛阳古都资产管理有限公司	国有法人	26.28%	217,795,715.00	0.00	质押	217,795,715.00
					冻结	11,943,069.00
徐海江	境内自然人	3.06%	25,358,759.00	0.00	不适用	0.00
郭长兴	境内自然人	3.05%	25,248,217.00	0.00	不适用	0.00
#吴冰	境内自然人	1.12%	9,250,000.00	0.00	不适用	0.00
中国银行股份有限公司-博时研究优选灵活配置混合型证券投资基金(LOF)	其他	0.78%	6,476,200.00	0.00	不适用	0.00
共青城百富源鸿图投资管理合伙企业(有限合伙)	境内非国有法人	0.71%	5,904,529.00	5,904,529.00	冻结	3,630,307.00
广东弘德投资管理有限公司-广东国科蓝海创业投资企业(有限合伙)	境内非国有法人	0.57%	4,703,400.00	0.00	不适用	0.00
郭陪东	境内自然人	0.56%	4,613,500.00	0.00	不适用	0.00
王静波	境内自然人	0.52%	4,338,800.00	0.00	不适用	0.00
#叶凌特	境内自然人	0.40%	3,288,500.00	0.00	不适用	0.00
上述股东关联关系或一致行动的说明	徐海江与郭长兴是亲属关系,公司未知其他股东之间是否存在关联关系,也未知是否属于一致行动人。					

前十名股东参与转融通业务出借股份情况

□适用 √不适用

前十名股东较上期发生变化

□适用 √不适用

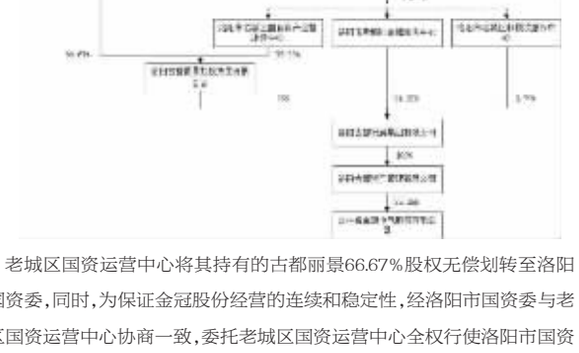
公司是否具有表决权差异安排

□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



老城区国资运营中心将其持有的古都丽景66.67%股权无偿划转至洛阳市国资委,同时,为保证金冠股份经营的连续和稳定性,经洛阳市国资委与老城区国资运营中心协商一致,委托老城区国资运营中心全权行使洛阳市国资委通过古都丽景间接享有的金冠股份全部表决权,公司控股股东、实际控制人均未发生变动。

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

报告期内,公司未发生经营情况的重大变化。报告期内详细事项详见《2023年年度报告》。

证券代码:300805　证券简称:电声股份　公告编号:2024-007

广东电声市场营销股份有限公司

【2023】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。

毕马威华振会计师事务所(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毕马威华振会计师事务所(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2023年12月31日公司总股本423,230,000股为基数,向全体股东每10股派发现金红利0.4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	电声股份	股票代码	300805
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	王云龙	李英	
办公地址	广州市天河区黄埔大道西平云路163号之四401室自编之201房	广州市天河区黄埔大道西平云路163号之四401室自编之01房	
传真	020-38205668	020-38205668	
电话	020-38205416	020-38205416	
电子信箱	ir@brandmax.com.cn	ir@brandmax.com.cn	

2、报告期主要业务或产品简介

(一)公司主营业务及主要产品情况

公司是国内领先的体验营销综合服务提供商,主营业务为互动展示、零售终端管理、品牌传播等营销活动的策划、执行、监测、反馈服务及数字零售业务。从成立以来,公司一直致力于结合各种成熟的新型科技手段,将其跨界应用到体验营销领域,并配合强大的创意能力和全国执行网络覆盖能力,在各种消费场景中,为消费者提供创新的品牌产品体验方式,帮助品牌商实现从营销到销售的闭环,提升品牌价值、拉动产品销量,并在一定程度上发挥了促进消费需求升级、推动销售渠道下沉的社会价值。

报告期内,公司主要业务涵盖互动展示、零售终端管理、品牌传播及数字零售业务四类业务。

1、零售终端管理业务:通过对促销人员、理货人员以及经销商销售代表等进行招聘、培训以及现场管理,安排至各品牌商销售终端现场,由其向消费者或零售店铺店主提供专业的品牌产品推荐,准确传递品牌形象信息,加深消费者或零售渠道对客户品牌的认可度,并负责管理商品的陈列及分销等工作,从而促进零售产品销量的提升。该业务主要包括促销管理、理货管理等。

2、数字零售业务:基于与阿里零售通、拼多多、京东等电商平台合作,在多种线上销售渠道中提供数字化销售运营,以及部分通过线下渠道销售,增加商品分销和动销的机会,提升销量。

3、品牌传播业务:以提升影响力为主要目的,增强消费者对品牌形象和内涵的认知。该部分细分业务包括区域营销、品牌策略与创意服务和媒体投放、公关服务、数字营销等服务类型。

4、互动展示业务:根据品牌商的定位以及特征,利用多元化的科技、创意手段交互体验环境,通过线下或线上的展示宣传活动,使消费者更为直观地体验产品效果,参与产品互动,在短时间内全面加深对产品的了解,提升消费者对品牌及产品的认可度,最终实现品牌的二次传播及产品的销售。该业务主要包括车展、移动巡展、试乘试驾、体验设备等。

报告期内,公司从事的主营业务没有重大变化。

(二)公司所处行业的基本情况及发展阶段

1、营销服务行业情况

公司主营业务为互动展示、零售终端管理、品牌传播等营销活动的策划、执行、监测、反馈服务及数字零售业务。前三类业务属于营销服务行业。

根据国家统计局最新公布的数据,2023年我国国内生产总值同比增长5.2%,中国国民经济回升向好。经济的稳步增长也在推动广告市场行稳致远。根据CTR媒介智讯的数据显示,2023年广告市场同比上涨6.0%。分广告渠道看,电梯LCD、电梯海报和影院视频广告均呈现双位数增长;机场、火车/高铁站、地铁和街道设施刊例花费同比均由负转正。电视、广播和报纸的广告同比跌幅较去年同期均有不同程度的收窄;杂志广告跌幅有所扩大。2024年开年,线下消费市场持续火热,受节日效应影响,居民消费需求增加,文旅、餐饮等市场火爆。广告市场也呈现微涨、户外媒体广告展现明显增幅。

2023年,随着经济社会生活恢复常态,消费市场也逐渐进入复苏回暖周期。但受经济发展内外环境不确定性的增加,消费者的消费习惯正在发生显著的变化,呈现情绪化消费偏好、本土化、性价比追求等新特征。“理性型悦己消费”成为用户消费的新趋势,这种消费偏好的变化,给品牌营销带来新的机会和新挑战。观念多元化为营销创新提供了更广阔的空间和可能,消费行为的情绪化为技术赋能的内容和社媒营销创造了条件,而性价比追求降低了品牌的纯流量的营销争夺,也为本土化品牌的营销和销售提供了更多机会。综上所述,这些新机遇和挑战都需要品牌和营销机构保持敏锐的洞察力、灵活性和创新精神,以应对不断变化的营销环境。

(1)AIGC渐露头角,品牌营销翻开新篇章

随着通用人工智能技术的突飞猛进,AIGC(人工智能生成内容)正逐步成为营销界的新星。据IDC预测,至2024年,数字经济的发展将催生出全球范围内超过5亿个新应用,其中AIGC应用将占据举足轻重的地位。其强大的数据处理能力、精准的用户画像构建以及个性化的内容生成,为品牌营销带来了前所未有的新机遇。过往,品牌营销往往依赖于人工创意和策划,而AIGC技术的出现,无疑为品牌营销注入了新的活力。它利用人工智能算法和大数据分析,自动生成与品牌形象和营销目标高度契合的创意内容,极大地提升了品牌营销的效率和效果。它能够根据不同的营销场景和目标受众,生成多样化的内容形式,如文案、图片、视频等。同时,AIGC还能根据用户的反馈和行为数据,持续优化生成的内容,使其更加贴近用户的喜好和需求。这种智能化的营销方式,使得品牌营销更加精准、个性化,有助于提升用户的参与度和转化率。随着技术的不断进步和应用场景的不断拓展,AIGC将在品牌营销领域发挥更加重要的作用,为品牌创造更多的商业价值。

(2)中国营销抢机出海,展现新气象

近年来,中国营销出海的趋势呈现出蓬勃发展的态势。在全球化的浪潮下,越来越多的中国企业开始将目光投向海外市场,通过创新的营销手段拓展国际业务。一方面,新兴市场的崛起和消费者购买力的提升,为中国企业提供了广阔的发展空间,特别是在东南亚、欧洲、南美等地区,中国企业的出海步伐明显加快。这些地区市场潜力巨大,消费者对中国产品的接受度也在不断提高,为中国企业的出海营销提供了良好的机遇。另外一方面,中国企业在出海营销过程中,更加注重对目标市场的深入了解和研究,以便更好地把握消费者的需求和偏好。通过精准定位、差异化营销等手段,中国企业能够更好地满足海外消费者的需求,提升品牌知名度和美誉度。此外,数字化技术的快速发展也为中国营销出海提供了有力支持,借助大数据、人工智能等先进技术,中国企业可以更加精准地分析海外市场和消费者行为,制定更有效的营销策略。同时,社交媒体、短视频等新兴渠道的崛起也为中国企业提供了更多的营销选择和可能性。然而,中国营销出海也面临着一些挑战和风险。不同国家和地区的文化背景、法律法规等存在差异,企业需要充分考虑这些因素,避免产生误解和冲突。同时,海外市场的竞争也日益激烈,企业需要不断提升自身的竞争力和创新能力,才能在市场中脱颖而出。

(3)品牌联名与IP营销成为品牌营销新宠

在当前市场环境下,品牌联名与年轻化的IP营销正逐渐崭露头角,展现出强大的活力和广泛的应用前景。这种策略通过不同品牌之间的合作,实现资源共享、优势互补,进而提升品牌知名度、扩大市场份额。品牌联名和IP营销正呈现出多样化、精细化、创新化和融合的发展趋势。

一方面,品牌跨界营销合作日益增多。随着市场竞争的加剧,品牌联名逐渐从同行业内的合作拓展到跨界合作。这种跨界合作不仅有助于打破行业壁垒,还能通过不同领域品牌的结合,创造出全新的产品体验和品牌形象。例如,时尚品牌与艺术家的合作、运动品牌与音乐人的结合等,都为用户带来了前所未有的购物体验。

另一方面,数字化联名正成为新潮流。随着数字化时代的到来,品牌联名也开始与数字技术深度融合。品牌与互联网公司合作推出联名款智能设备、利用社交媒体平台进行品牌推广等数字化联名方式层出不穷。这种数字化联名不仅提升了品牌的传播效率,还通过精准的数据分析实现了更高效的营销效果。

同时,跨国合作成为新趋势。在全球化的背景下,品牌联名的跨国合作日益增多。这种跨国合作有助于品牌在全球范围内推广,并通过不同国家和地区品牌的结合创造出更具国际化的产品形象和营销策略。

此外,IP营销内容逐渐精细化。随着消费者审美水平的提高,现在的IP营销更加注重内容的精细化挖掘IP的文化内涵、结合品牌自身的特点创造出既符合品牌形象又能引起消费者共鸣的内容成为新的趋势。

(4)短剧营销:引领潮流的新营销范式

随着互联网的迅猛发展和消费者观看习惯的演变,短剧营销在2023年开始,全面成为品牌营销的新抓手。短剧,通常以几分钟到十几分钟为一集,完美适应现代人忙碌的生活节奏,成为碎片化时间里的最佳娱乐选择。从午休时间到地铁旅程,从晚餐间隙到睡前放松,短剧都能迅速吸引观众的目光。

短剧的内容创新与品质提升是其成功的关键。在剧情上,短剧追求紧凑而引人入胜,情感冲击强烈,通过创新的视觉效果和意想不到的情节转折,激发观众的情感共鸣。平台的助推与观众的互动也为短剧营销注入了活力。各大视频平台在2023年开始加大对短剧的投入,优化推荐算法,开设短剧专区,为短剧提供了广阔的展示舞台。同时,平台还通过弹幕、评论等互动功能,拉近观众与短剧的距离,让观众能够深入参与到短剧的世界中。

短剧与品牌的深度融合为品牌传播带来了全新的思路。短剧营销的核心在于将品牌理念、产品特点与短剧内容巧妙结合,实现品牌的自然植入。通过定制化的短剧内容,品牌能够精准触达目标受众,传递品牌价值。同时,短剧中的情节、角色等元素也能为品牌提供源源不断的创意灵感,让营销活动更加生动有趣。

电商与短剧的互补共生也为双方带来了无限商机。短剧通过生动有趣的剧情和角色展示商品的特点和优势,激发观众的购买欲望;而电商平台则为短剧提供丰富的商品资源和销售渠道,实现短剧内容的变现。这种互补共生的模式不仅提升了短剧的商业价值,也推动了短剧市场的繁荣发展。

短剧营销的国际化趋势也值得关注。随着全球化的推进和跨文化交流的增多,越来越多的中国短剧开始走向世界舞台,在海外市场收获关注和赞誉。同时,国外优秀的短剧作品也被引进到中国市场,丰富了观众的观影体验。这种国际化趋势不仅提升了中国短剧的国际影响力,也推动了中国品牌结合短剧在全球化的传播和交流。短剧营销凭借其独特魅力和巨大潜力正逐渐成为主流营销方式。

2、电子商务行业情况

公司开展数字零售业务,其中,主要与阿里零售通、拼多多、京东等多个电商平台合作,在多种线上销售渠道中提供数字化销售运营,有助于品牌商进一步拓展销售渠道,同时获取零售市场的销售数据,进而为品牌商提供营销策略的规划建议及优化方案,增加其对公司营销服务的粘度和合作深度。

2024年3月2日,中国互联网络信息中心(CNNIC)发布第53次《中国互联网络发展状况统计报告》(以下简称《报告》)。《报告》显示,截至2023年12月,我国网民规模达10.92亿人,较2022年12月新增网民2480万人,互联网普及率达77.5%,较2022年12月提升1.9个百分点。相关数据显示,我国经济总体回升向好态势持续巩固,互联网在加快推进新型工业化、发展新质生产力、助力经济社会发展等方面发挥重要作用。

(1)网络基础设施建设持续加强,服务质量深度优化

2023年,我国坚持稳字当头、稳中求进,持续发挥新一代信息技术的引领作用,推动我国高质量发展迈出新步伐。一是网络基础资源不断优化。截至12月,IPv6地址数量为68042块/32;国家顶级域名“.CN”数量为2013万个;互联网宽带接入端口数量达