

中信证券股份有限公司

关于深圳传音控股股份有限公司

2021 年度持续督导跟踪报告

中信证券股份有限公司（以下简称“中信证券”或“保荐机构”）作为深圳传音控股股份有限公司（以下简称“传音控股”或“公司”）首次公开发行股票并在科创板上市项目的保荐机构，根据《证券发行上市保荐业务管理办法》《上海证券交易所科创板股票上市规则（2020 年 12 月修订）》以及《上海证券交易所上市公司自律监管指引第 11 号——持续督导》等相关规定，负责传音控股上市后的持续督导工作，并出具本持续督导年度跟踪报告。

一、持续督导工作情况

| 序号 | 工作内容 | 实施情况 |
|----|---|--|
| 1 | 建立健全并有效执行持续督导工作制度，并针对具体的持续督导工作制定相应的工作计划。 | 保荐机构已建立健全并有效执行了持续督导制度，并制定了相应的工作计划。 |
| 2 | 根据中国证监会相关规定，在持续督导工作开始前，与上市公司签署持续督导协议，明确双方在持续督导期间的权利义务，并报上海证券交易所备案。 | 保荐机构已与传音控股签订承销及保荐协议，该协议明确了双方在持续督导期间的权利和义务。 |
| 3 | 持续督导期间，按照有关规定对上市公司违法违规事项公开发表声明的，应于披露前向上海证券交易所报告，并经上海证券交易所审核后在指定媒体上公告。 | 2021 年度传音控股在持续督导期间未发生按有关规定须保荐机构公开发表声明的违法违规情况。 |
| 4 | 持续督导期间，上市公司或相关当事人出现违法违规、违背承诺等事项的，应自发现或应当自发现之日起五个工作日内向上海证券交易所报告，报告内容包括上市公司或相关当事人出现违法违规、违背承诺等事项的具体情况，保荐人采取的督导措施等。 | 2021 年度传音控股在持续督导期间未发生违法违规或违背承诺等事项。 |
| 5 | 通过日常沟通、定期回访、现场检查、尽职调查等方式开展持续督导工作。 | 保荐机构通过日常沟通、定期或不定期回访等方式，了解传音控股经营情况，对传音控股开展持续督导工作。 |

| | | |
|----|--|--|
| 6 | 督导上市公司及其董事、监事、高级管理人员遵守法律、法规、部门规章和上海证券交易所发布的业务规则及其他规范性文件，并切实履行其所做出的各项承诺。 | 2021 年度，保荐机构督导传音控股及其董事、监事、高级管理人员遵守法律、法规、部门规章和上海证券交易所发布的业务规则及其他规范性文件，切实履行其所做出的各项承诺。 |
| 7 | 督导上市公司建立健全并有效执行公司治理制度，包括但不限于股东大会、董事会、监事会议事规则以及董事、监事和高级管理人员的行为规范等。 | 保荐机构督促传音控股依照相关规定健全完善公司治理制度，并严格执行公司治理制度。 |
| 8 | 督导上市公司建立健全并有效执行内控制度，包括但不限于财务管理制度、会计核算制度和内部审计制度，以及募集资金使用、关联交易、对外担保、对外投资、衍生品交易、对子公司的控制等重大经营决策的程序与规则等。 | 保荐机构对传音控股的内控制度的设计、实施和有效性进行了核查，传音控股的内控制度符合相关法规要求并得到了有效执行，能够保证公司的规范运行。 |
| 9 | 督导上市公司建立健全并有效执行信息披露制度，审阅信息披露文件及其他相关文件，并有充分理由确信上市公司向上海证券交易所提交的文件不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏。 | 保荐机构督促传音控股严格执行信息披露制度，审阅信息披露文件及其他相关文件。 |
| 10 | 对上市公司的信息披露文件及向中国证监会、上海证券交易所提交的其他文件进行事前审阅，对存在问题的信息披露文件及时督促公司予以更正或补充，公司不予更正或补充的，应及时向上海证券交易所报告；对上市公司的信息披露文件未进行事前审阅的，应在上市公司履行信息披露义务后五个交易日内，完成对有关文件的审阅工作，对存在问题的信息披露文件应及时督促上市公司更正或补充，上市公司不予更正或补充的，应及时向上海证券交易所报告。 | 保荐机构对传音控股的信息披露文件进行了审阅，不存在应及时向上海证券交易所报告的情况。 |
| 11 | 关注上市公司或其控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员受到中国证监会行政处罚、上海证券交易所纪律处分或者被上海证券交易所出具监管关注函的情况，并督促其完善内部控制制度，采取措施予以纠正。 | 公司或其控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员不存在被监管机构采取监管措施的情况。 |
| 12 | 持续关注上市公司及控股股东、实际控制人等履行承诺的情况，上市公司及控股股东、实际控制人等未履行承诺事项的，及时向上海证券交易所报告。 | 2021 年度，传音控股及其控股股东、实际控制人不存在未履行承诺的情况。 |
| 13 | 关注公共传媒关于上市公司的报道，及时针对市场传闻进行核查。经核查后发现上市公司存在应披露未披露的重大事项或与披露的信息与事实不符的，及时督促上市公司如实披露或予以澄清；上市公司不予披露或澄清的，应及时向上海证券交易所报告。 | 2021 年度，经保荐机构核查，传音控股不存在应及时向上海证券交易所报告的情况。 |

| | | |
|----|---|---|
| 14 | 发现以下情形之一的，督促上市公司做出说明并限期改正，同时向上海证券交易所报告：（一）涉嫌违反《上市规则》等相关业务规则；（二）证券服务机构及其签名人员出具的专业意见可能存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏等违法违规情形或其他不当情形；（三）公司出现《保荐办法》第七十一条、第七十二条规定的情形；（四）公司不配合持续督导工作；（五）上海证券交易所或保荐人认为需要报告的其他情形。 | 2021 年度，经保荐机构核查，传音控股未发生相关情况。 |
| 15 | 制定对上市公司的现场检查工作计划，明确现场检查工作要求，确保现场检查工作质量。上市公司出现下列情形之一的，保荐机构、保荐代表人应当自知道或者应当知道之日起 15 日内进行专项现场核查：（一）存在重大财务造假嫌疑；（二）控股股东、实际控制人、董事、监事或者高级管理人员涉嫌侵占上市公司利益；（三）可能存在重大违规担保；（四）资金往来或者现金流存在重大异常；（五）上海证券交易所或者保荐机构认为应当进行现场核查的其他事项。 | 2021 年度，传音控股不存在需要专项现场检查的情形，保荐机构已进行常规现场检查。 |

二、保荐机构和保荐代表人发现的问题及整改情况

在本持续督导期间，保荐机构和保荐人未发现传音控股存在重大问题。

三、重大风险事项

（一）核心竞争力风险

1、技术创新无法满足市场需求的风险

随着互联网技术和移动通信技术的快速发展，手机已从简单的移动通讯工具转变为集通信、商务和娱乐等多功能于一身的综合电子消费品。总体而言，手机行业技术更新周期在不断缩短，对于行业内企业的研发实力、市场反应速度提出了更高的要求。一项新技术的运用或一款新产品的发布，就可能掀起一股新的消费潮流，并对手机产品的市场竞争格局带来十分重大的影响。如果公司未来在新材料研究、技术革新、工艺创新等领域不能持续投入研发资源、不断更新技术、对市场做出快速反应，会导致公司产品销量的下滑，因此，公司的经营业绩存在技术创新无法满足市场需求的风险。

2、核心人员流失的风险

公司所处行业属于资本和技术密集型行业，经验丰富的管理人员以及技术研

发人才是公司生存和发展的重要基础。随着市场竞争加剧，企业之间对人才的争夺将更加激烈，若公司未来无法为核心人员提供富有竞争力的薪酬水平和激励机制，公司可能面临核心人员流失的风险。

3、技术升级迭代风险

公司持续的研发投入是公司技术先进性的保障。但随着移动通讯、硬件制造、信息服务等领域技术的不断升级迭代，如果公司竞争对手早于公司完成新技术研发及应用，或行业内出现其他重大技术突破，则公司核心技术将面临无法持续保持行业领先地位甚至被其他技术替代的风险，这对公司的发展将造成影响。

（二）经营风险

1、境外经营风险

报告期内，公司的手机产品销售区域在海外，在非洲、南亚等市场取得较高市场占有率，并已在埃塞俄比亚、印度、孟加拉国等新兴市场国家建设自有工厂，在全球范围内建有超过 2,000 个售后服务网点（含第三方合作网点），已构建了以非洲、南亚、东南亚、中东和南美等跨境经营全球性布局。

虽然新兴市场国家经济发展速度较快，但是与发达国家或成熟市场相比，其经济基础较为薄弱，政治环境和经济环境均存在一定程度的不确定性。此外，若中美、中印等国家间政治和外交关系出现紧张或恶化，可能会引发贸易战、市场准入以及进出口限制等恶性贸易事件，将对公司的境外采购、生产和销售产生不利影响。

2、主要原材料供应集中及价格波动风险

公司采购的主要原材料从类别上划分主要包括电子元器件、光学器件、结构类物料、电子配件及包材等，其中以芯片、屏幕和存储器为代表的关键元器件占营业成本的比重较高。目前手机上游部分核心原材料及元器件的供应来源有限，如果公司的关键元器件供应商出现较大的经营变化或外贸环境出现重大不利变化，将导致相关原材料供应不足或者价格出现大幅波动，若公司在产业链条上缺乏议价能力或价格传导能力，可能对公司的盈利水平产生较大影响。

3、质量控制风险

手机行业工艺和技术更新换代不断加快，消费者对于手机质量的要求也随之提高。公司一贯高度重视产品质量，建立了完善的质量管控体系，以保证产品质量。公司已通过 ISO9001（质量管理体系）、ISO14001（环境管理体系）和 OHSAS18001（职业健康安全管理体系）等国际权威体系标准认证。

随着业务规模的持续扩张，产品种类的持续增加，以及产品创新能力的不断提升，公司的产品质量控制标准将进一步提高、质量控制工作的难度亦将进一步增大。若公司的质量管控体系无法随着业务的快速发展而持续完善或质量管控制度无法得到有效执行，则可能导致出现产品质量问题，从而给公司带来经营风险。

4、规模扩张引发的管理风险

报告期内，随着经营规模快速增长，公司的产销规模快速扩张，对公司的组织结构、管理体系以及经营管理人才均提出了更高的要求。未来，如果公司不能在管理方式上及时创新，以适应其规模快速扩张的需要，可能会出现竞争力削弱及经营成本上升等风险。

5、境外子公司管控风险

公司主要产品在海外销售，在境外拥有多家销售主体，主要销售区域覆盖非洲、南亚、东南亚、中东和南美等多个国家地区。对于手机产品，相关国家整体政治形势稳定且通常无限制性监管政策或禁止性规定，但由于各新兴市场国家或地区的政治环境、社会环境、经济发展水平、财税和贸易政策均存在一定差异，不同国家或地区在产品进口关税、产品认证、当地投资比例等方面存在不同规定或要求。公司在境外开展业务和设立机构需要遵守所在国家和地区的法律法规。如果境外业务所在国家和地区的法律法规、产业政策或者政治经济环境发生重大变化，或因国际关系紧张、战争、贸易制裁等无法预知的因素或其他不可抗力等情形，而公司无法适应多个国家和地区的监管环境、建立有效的境外子公司管控体系或国际化管理能力不足，将对公司生产经营产生不利影响。

6、疫情影响风险

新冠病毒疫情已对全球多个国家和地区经济运行产生一定的不利影响，如果

疫情得不到有效遏制，公司经营将受到一定程度的影响，可能会对全年业绩造成不利影响。

（三）财务风险

1、存货跌价风险

报告期内，公司业务规模快速增长，存货余额亦随之增加。公司所在消费电子行业产品生命周期通常较短，若公司未来不能有效地实施库存管理，导致原材料积压、受损，或产品市场环境变化出现原材料、库存商品价格大幅下跌的情形，公司将面临存货跌价风险。

2、汇率波动风险

报告期内，公司手机产品销售区域主要集中在非洲、南亚、东南亚、中东和南美等全球新兴市场国家，公司境外销售主要使用美元等外币结算，相应公司持有美元等外币货币性资产及负债。因此，报告期内受美元等外币兑人民币的汇率不断波动影响，尽管公司未来将平衡外币货币性资产及负债规模以降低汇兑损益对经营业绩的影响，但如果相关外币兑人民币的结算汇率短期内出现大幅波动，仍将对公司的经营业绩产生较大影响。

3、盈利能力下降风险

公司自设立以来始终坚持深耕以非洲为代表的全球新兴市场，坚持产品本地化创新，经过多年的积累和发展，已建立了领先的市场优势和较高的品牌知名度。如果未来新兴市场竞争加剧，行业整体毛利率下降，而公司无法持续保持产品创新并提高产品品质和服务水平，从而在激烈行业竞争环境中持续保持市场领先竞争优势，公司亦将面临市场地位下滑，毛利率水平下降风险，进而导致公司整体盈利能力下降风险。

4、税收优惠政策变化的风险

（1）所得税

报告期内，公司的部分子公司享受企业所得税税收优惠，主要包括高新技术企业税收优惠、西部大开发战略有关企业税收优惠和软件企业税收优惠等。如

果上述税收优惠政策到期后公司及其子公司不再符合相关税收优惠资格认定条件，或国家和地方有关所得税税收优惠政策发生不利变化，将对公司未来经营业绩产生一定不利影响。

（2）增值税

报告期内，公司的部分子公司享受增值税税收优惠，主要包括生产企业出口退税和软件产品增值税即征即退等。如果未来国家出口退税政策或软件产品增值税即征即退政策出现重大不利变化，则将对公司的利润水平产生不利影响。

（四）行业风险

手机市场是一个充分竞争的市场，以欧美为代表的成熟市场起步较早，并经历了高速发展阶段，国际知名品牌厂商在全球手机市场占据优势地位。但近年来，国内手机厂商的综合实力大幅提升，市场份额快速增加。随着经济发展、人口增长以及通讯基础设施的不断完善，非洲、南亚、东南亚、中东和南美等主要新兴市场是未来全球手机销量增长的主要来源。目前新兴市场智能机市场普及率相对较低，尚处于功能机向智能机的过渡阶段，功能机仍占据较高的市场份额。由于新兴市场较大的手机市场空间及增长潜力，越来越多的手机厂商进入到新兴市场，导致新兴市场的竞争亦日渐加剧。

（五）宏观环境风险

手机行业全球市场容量巨大，新兴市场需求是行业未来增长的重要动力。作为消费类电子产品，手机行业没有明显的周期性，但是与其他消费类电子产品相似，随着宏观经济的景气度下降，消费市场需求将随之下滑。新兴市场智能机替代功能机的进度也将受到影响，从而影响手机产品的总体销量。因此，如果全球经济未来出现剧烈波动，将对公司所处的智能终端设备行业发展产生不利影响。

（六）其他重大风险

1、新市场拓展不利的风险

虽然公司在以非洲为代表的主要新兴市场已经积累了丰富的市场开拓经验和技術积累，但由于各新兴市场国家之间在社会文化差异、经济发展程度、行业

监管政策和消费者喜好等多方面存在较大差异，且新市场的渠道建设、品牌的宣传推广和消费者的认同需要一定时间周期，产品的生产及物流组织亦需要持续的资金和人力投入。因此，若持续加大对新市场的拓展，新开拓市场较高的前期投入将可能降低公司当期盈利水平；同时，若对新市场的开拓未能达到预期目标，将对公司业绩增长产生不利影响。

2、通信专利许可风险

以手机为代表的移动通信终端设备是连接通信网络的载体，为了接入通信网络并实现全球通信，各项性能参数必须遵循移动通信协议标准。该移动通信协议标准通过通信标准制定组织和主要通信行业企业合作参与制定，在全球范围内被广泛接受。全球范围内主要的通信厂商凭借其在通信行业长期的技术积累，逐步形成了数量众多的通信专利，并在参与制定现行主要通信协议标准时将其自身持有的专利技术纳入通信协议标准中，因而形成了被移动终端所实施的通信领域标准必要专利（SEP）。

由于通信技术的快速发展，纳入到移动通信协议标准的标准必要专利持续变化，且主要标准必要专利侧重在如基带芯片等底层技术上，包括公司在内的大部分手机厂商无法实时掌握并判断，故存在使用第三方标准必要专利的可能性，因此公司的手机产品存在因实施第三方标准必要专利而支付许可费的可能性。标准必要专利实施许可需遵循公平、合理、无歧视（FRAND）原则，公司就前述移动通信领域标准必要专利许可事宜，与第三方专利权人积极进行磋商和谈判。但由于标准必要专利许可获得情况的不确定性，不排除公司存在被第三方专利权人起诉的可能性，亦不排除不能通过提高产品价格而消除成本增加的可能性。

四、重大违规事项

2021 年度，公司不存在重大违规事项。

五、主要财务指标的变动原因及合理性

1、主要会计数据

单位：元 币种：人民币

| 主要会计数据 | 2021 年 | 2020 年 | 本期比上年同期 增减(%) | 2019 年 |
|--------------------------------|-------------------|-------------------|--------------------|-------------------|
| 营业收入 | 49,411,901,654.03 | 37,791,888,885.74 | 30.75 | 25,345,929,613.02 |
| 归属于上市公司股东的 净利润 | 3,909,229,343.57 | 2,686,425,710.81 | 45.52 | 1,793,303,139.99 |
| 归属于上市公司股东的 扣除非经常性损益的净 利润 | 3,111,683,340.64 | 2,385,815,433.77 | 30.42 | 1,552,999,410.60 |
| 经营活动产生的现金流 量净额 | 4,038,582,067.63 | 4,307,934,791.33 | -6.25 | 4,040,518,882.70 |
| | 2021 年末 | 2020 年末 | 本期末比上年同 期末增减(%) | 2019 年末 |
| 归属于上市公司股东的 净资产 | 14,022,648,381.45 | 10,492,106,354.53 | 33.65 | 8,253,990,126.23 |
| 总资产 | 31,459,257,495.21 | 25,990,508,986.69 | 21.04 | 17,743,753,414.33 |

2、主要财务指标

| 主要财务指标 | 2021 年 | 2020 年 | 本期比上年同期增减 (%) | 2019 年 |
|-----------------------------|--------|--------|------------------|--------|
| 基本每股收益(元/股) | 4.88 | 3.36 | 45.24 | 2.42 |
| 稀释每股收益(元/股) | 4.86 | 3.35 | 45.07 | 2.42 |
| 扣除非经常性损益后的基本每股收益(元/股) | 3.89 | 2.98 | 30.54 | 2.10 |
| 加权平均净资产收益率(%) | 32.20 | 28.90 | 增加 3.30 个百分点 | 33.53 |
| 扣除非经常性损益后的加权平均净资产收益率 (%) | 25.63 | 25.66 | 减少 0.03 个百分点 | 29.04 |
| 研发投入占营业收入的比例(%) | 3.06 | 3.06 | | 3.18 |

1、2021 年度，公司营业收入同比增长 30.75%，归属于上市公司股东的净利润同比增长 45.52%，归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润同比增长 30.42%，基本每股收益同比增长 45.24%，稀释每股收益同比增长 45.07%，扣除非经常性损益后的基本每股收益同比增长 30.54%。其主要原因是：（1）2021 年度，公司持续科技创新、加大研发投入，提升手机用户的终端体验及产品竞争力。同时，公司继续加大非洲以外市场的开拓，在非洲市场继续保持增长的基础上，非洲以外市场销售收入同比上升较高。（2）2021 年度非经常性损益对公司归属于母公司所有者的净利润影响 79,754.60 万元，主要是以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产公允价值变动、政府补助等，同比增加 49,693.57 万元。（3）每股收益同比增长较高主要由于 2021 年度归属于上市公司股东的净

利润及上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润增加所致。

2、2021年末，公司归属于上市公司股东净资产较期初增长33.65%，主要由于2021年度归属于母公司所有者的净利润增加所致。

六、核心竞争力的变化情况

（一）品牌优势

对于手机行业而言，品牌是综合实力的体现。品牌的树立需要企业在技术研发、产品性能、销售网络、专业服务、企业文化等多方面长期不懈的努力，是手机行业的重要壁垒。对于新进入者而言，树立公司品牌不仅需要较长时间，而且成本高出原有企业维持和巩固品牌不少。公司多年来扎根于非洲市场，凭借优异的产品性能和本地化的技术创新，在非洲市场获得了高于其他手机厂商的市场占有率和广泛的品牌影响，在业界被称为“非洲之王”。

公司针对不同的细分消费人群，建立了能够满足不同阶层消费者需求的多层次品牌以及产品序列，积累了较好的用户基础。多品牌战略覆盖了非洲不同的消费群，对进入非洲的单一品牌而言，形成了坚固的竞争壁垒。公司创立了TECNO、itel、Infinix三大手机品牌，同时创办数码配件品牌oraimo，售后服务品牌Caricare和家用电器品牌Syinix等，并自主研发了HiOS、itelOS和XOS等智能终端操作系统及独立的应用软件平台。立足本土化的创新和专注于用户体验的产品定位，公司品牌拥有较高的用户忠诚度，是公司独特的竞争优势。

借助于公司在手机产品领域的优势，公司移动互联网业务及家电、数码配件等扩品类业务拥有高质量的品牌保障。通过用户间的口碑营销和良好互动，公司“手机+移动互联网服务+家电、数码配件”的商业生态模式已初步成型，从而进一步强化了公司的竞争优势。

（二）本地化运营优势

公司自成立以来专注于深耕非洲等全球新兴手机市场，并秉持“Think Globally, Act Locally”（全球化视野、本地化执行）的理念，致力于进行目标市场本地化产品规划和技术研发创新。公司及时跟踪掌握消费者市场需求动向，对客户需求深入调研，使得其产品研发方向定位精准，产品能够及时满足市场需求，

抢占市场先机。公司凭借本地化的技术创新，提高了手机用户的终端体验。

另外在人才引进和培养方面，公司自设立以来就高度重视本地化人才队伍的建设，长期吸收和培养当地人才。公司的生产、研发、采购、销售团队均包含外籍本地员工，并在公司的生产经营中发挥着重要作用。

（三）研发优势

公司是最早进入非洲的国产手机厂商之一，拥有多年技术沉淀，对于非洲市场及用户群体有着深刻的洞察与理解，非洲市场领先的市场占有率为公司带来了天然、持续和稳定的数据与流量，引领着当地的手机设计、工艺、用户体验等方面的升级方向。经过多年的持续积累，公司已具备较强应用性技术创新能力。公司积极引入新材料、新工艺以及新技术并在手机产品上进行应用，实现应用性技术上的持续创新。以非洲市场为例，针对非洲消费者的市场需求，公司取得了切合当地市场的研发成果，研制了深肤色摄像技术、夜间拍照捕捉技术和暗处人脸识别解锁功能等个性化应用技术；针对非洲国家局部地区经常停电、早晚温差大、使用者手部汗液多等问题，公司还针对性地研制了低成本高压快充技术、超长待机、环境温度检测的电流控制技术和防汗液 USB 端口等；针对非洲消费者的娱乐方式，研制了适合非洲音乐的低音设计和喇叭设计，适合非洲人的收音机功能设计，并在音乐、短视频、内容聚合等领域开发了契合非洲用户偏好的移动互联网应用。

公司分别在上海、深圳和重庆建立了自主研发中心。公司不断强化差异化的产品竞争力，扩大在新兴市场本地化科技创新方面的竞争优势，提升用户价值和体验，结合行业技术发展趋势及在新兴市场积累的本地洞察，公司在人工智能语音识别和视觉感知、深肤色拍照算法、智能充电和超级省电、云端系统软件、智能数据引擎等领域，开展了大量符合当地用户使用习惯的创新研究。

公司将技术创新作为公司核心战略之一，创立以来始终保持对技术研发的较高金额的投入。未来公司还将持续增强研发实力，继续提升技术创新水平。

（四）渠道优势

公司的销售模式以经销为主，逐步建立和完善了一套覆盖面广、渗透力强、

稳定性高的营销渠道网络。销售渠道的先发优势，为巩固和提升非洲、南亚、东南亚、中东和南美等新兴市场的市场占有率奠定了坚实的基础。公司产品已进入全球超过 70 个国家和地区，与各市场国家超过 2,000 家具有丰富销售经验的经销商客户建立了密切的合作关系，已形成覆盖非洲、南亚、东南亚、中东和南美等全球主要新兴市场的销售网络。在建立覆盖广泛的一级经销渠道的同时，致力于加强与一级经销商下游分销商甚至终端零售渠道的合作。对于重点市场及重点经销商客户，公司坚持渠道下沉策略，配备销售专员与经销商、分销商和零售商保持长期稳定的日常沟通，以及时获取一手市场反馈和需求信息，与渠道商共同成长，使得产品竞争力和市场占有率不断提高。

（五）供应链管理优势

凭借规模及品牌优势，公司在采购环节与供应商建立了稳定友好的合作关系，通过实行供应商考评体系和严格的采购审批制度，在降低原材料的采购成本的同时，保证了原材料的品质和交期。公司作为手机品牌商，积极推动国内手机零部件供应商出海建厂，进一步增强了采购及时性与稳定性。公司的产品销售覆盖全球超过 70 个国家和地区，不同国家对手机产品的需求存在差异。

为满足不同国家消费者差异化的市场需求，公司搭建了多元化的柔性生产线，具有多品种、多批量的生产制造能力。此外公司在埃塞俄比亚、印度、孟加拉国等地设立工厂，一方面对于市场需求可进行快速响应，另一方面也带动了当地就业及生产配套设施建设。公司快速的市场响应及柔性化生产能力使得公司在市场中获得了良好的口碑和信誉，进一步构筑市场进入壁垒。

公司重视物流网络建设，经过多年积累，已形成销售市场联动、中央物流与区域物流优势互补的物流配送体系。公司在迪拜、埃塞俄比亚、印度、孟加拉国等海外国家或地区设立物流仓，综合运用空运、海运等多种运输方式，实现非洲、东南亚、南亚等地区产品及原材料的快速交付。

（六）综合化售后服务优势

公司拥有专业的售后服务品牌 Carlcare，服务品类已覆盖自有品牌的手机产品和家用电器产品，并逐步向非自有品牌及其他品类拓展。Carlcare 致力于为全

球市场提供本土化一站式服务，目前已在全球建有超过 2,000 个服务网点（含第三方合作网点）。Carlcare 旗下拥有多位行业专家组成的管理团队和技术团队，涵盖非洲、南亚、中东、东南亚、中东和南美等地区，为全球用户提供专业高效的售后服务。专业化的售后服务体系为公司巩固和提升新兴市场销售份额提供了强有力的保障，进一步增强了与终端用户的产品粘性。

（七）管理优势

公司凝聚了一支行业经验丰富、团结进取的高素质管理团队，形成了稳定高效的核心管理架构。公司的核心管理人员具有丰富的手机行业经验，深刻了解手机行业发展及行业内企业经营运作情况。

公司自设立以来便聚焦于境外经营与运作，核心管理团队具备丰富的境外管理经验。公司管理团队深耕非洲多年，对于非洲及印度等新兴市场有着深刻的理解。公司管理团队始终积极参与海外业务的经营管理，通过梳理和完善海外管理流程，实施本地化管理模式，不断提高经营的综合能力。

综上，2021 年公司核心竞争力未发生重大不利变化。

七、研发支出变化及研发进展

（一）研发支出

单位：元

| | 本年度 | 上年度 | 变化幅度（%） |
|------------------|------------------|------------------|---------|
| 费用化研发投入 | 1,510,877,824.00 | 1,157,673,800.45 | 30.51 |
| 资本化研发投入 | / | / | / |
| 研发投入合计 | 1,510,877,824.00 | 1,157,673,800.45 | 30.51 |
| 研发投入总额占营业收入比例（%） | 3.06 | 3.06 | / |
| 研发投入资本化的比重（%） | / | / | / |

报告期内，公司研发投入比去年增长了 30.51%，主要由于公司持续加大研发投入，2021 年末研发人员数量为 2,845 人，较 2020 年期末增长 48.56%，职工薪酬增幅较大。

（二）研发进展及报告期内研发成果

截至报告期末，公司累计获得授权专利 1,705 件，其中发明专利 682 件；累计拥有软件著作权 692 件。

报告期内获得的知识产权列表：

| | 本年新增 | | 累计数量 | |
|--------|---------|---------|---------|---------|
| | 申请数 (个) | 获得数 (个) | 申请数 (个) | 获得数 (个) |
| 发明专利 | 688 | 448 | 2,487 | 682 |
| 实用新型专利 | 165 | 158 | 663 | 618 |
| 外观设计专利 | 175 | 146 | 538 | 405 |
| 软件著作权 | 171 | 131 | 750 | 692 |
| 其他 | 52 | 85 | 245 | 245 |
| 合计 | 1,251 | 968 | 4,683 | 2,642 |

注：1、申请数和获得数均为有效状态的数量；本年新增获得数中包含了授权公告日为 2020 年度期间但实际收到证书反馈为 2021 年度期间的情形，不包含公司内部转让的情形；

2、其他为作品著作权；

3、截至 2021 年 12 月 31 日，公司还拥有 182 件 PCT 申请。

八、新增业务进展是否与前期信息披露一致（如有）

不适用。

九、募集资金的使用情况及是否合规

公司 2021 年度实际使用募集资金 42,161.92 万元，累计已使用募集资金 139,966.20 万元。截至 2021 年 12 月 31 日，募集资金余额为 137,288.73 万元。其中，存放在募集资金专户的银行存款 86,288.73 万元（包括累计收到的银行存款利息扣除银行手续费等的净额），使用闲置募集资金购买的尚未到期的银行理财产品金额为 51,000.00 万元。

公司 2021 年度募集资金存放与使用情况符合《上市公司监管指引第 2 号——上市公司募集资金管理和使用的监管要求（2022 年修订）》、《上海证券交易所科创板股票上市规则》、《证券发行上市保荐业务管理办法（2020）》、《上海证券交易所科创板上市公司自律监管指引第 1 号——规范运作》等法律法规的相关规定，对募集资金进行了专户存储和专项使用，并及时履行了相关信息披露义务，不存在变相改变募集资金用途和损害股东利益的情况，不存在违规使用募集资金的情形。

十、控股股东、实际控制人、董事、监事和高级管理人员的持股、质押、冻结及减持情况

截至 2021 年 12 月 31 日，传音控股高级管理人员哈乐直接持有公司股份 3 万股，系公司实施限制性股票激励计划所归属的股份，报告期内无减持情况；其余董事、监事、高级管理人员和实际控制人尚未直接持有公司股份。前述人员持有的公司股份均不存在质押、冻结的情形。

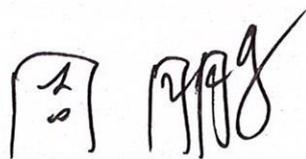
十一、本所或者保荐机构认为应当发表意见的其他事项

截至本持续督导跟踪报告出具之日，不存在保荐机构认为应当发表意见的其他事项。

（以下无正文）

(本页无正文, 为《中信证券股份有限公司关于深圳传音控股股份有限公司 2021 年度持续督导跟踪报告》之签署页)

保荐代表人:



周 鹏



肖少春

