

瀛通通讯股份有限公司

2023 年度董事会工作报告

2023 年，瀛通通讯股份有限公司（以下简称“公司”）董事会严格遵照《公司法》和《公司章程》等有关法律法规、规范性文件以及公司制度相关规定，贯彻《国务院关于进一步提高上市公司质量的意见》等文件精神，本着对全体投资者负责的态度，恪尽职守、勤勉尽责地开展各项工作，认真履行股东大会和《公司章程》赋予的各项责任和义务，贯彻落实股东大会的各项决议，完善内控制度建设，规范公司运作，切实维护公司全体投资者的合法权益，有效保障了公司的良好运作和可持续发展，发挥“定战略、做决策、防风险”职责功能。现将 2023 年度董事会工作情况汇报如下：

一、报告期内整体经营情况

报告期内，公司经营业绩稳步回升，亏损幅度明显收窄。2023 年，公司以“业绩目标超越年、降本增利考核年、资源整合强化年、高效团队激励年、工作作风落实年、六个能力提升年”为行动指南，落实各项重点工作，公司实现营业收入 754,218,559.90 元，较上年同期上升 4.05%，收入增速由负转正；净利润亏损 79,034,764.02 元，较上年同期减亏 38,572,393.05 元。

公司经营业绩有所提升，业绩亏损减少的原因主要是：公司计提商誉减值准备较上年同期减少，围绕“有线转向无线、从半成品转向智能成品”战略目标，持续推进研发、精细化管理、产能布局、优质客户开发等各项能力的提升并初见成效，成本费用得到了一定的控制。

公司业绩亏损主要是由于：①部分客户需求及公司整体营业收入水平不及预期，公司固定成本分摊较大；②对可能发生减值准备的相关资产计提了减值损失；③2018 年，公司收购了惠州联韵声学科技有限公司（以下简称“惠州联韵”）100%股权，形成商誉 7,202.84 万元。惠州联韵主要生产耳机产品，报告期内，受行业因素、部分客户需求放缓以及产品结构变化的影响，惠州联韵营业收入及利润水平均较去年同期没有得到明显改善，2023 年度计提商誉减值准备

1,919.47 万元。截至目前，公司商誉已全部计提完毕。

受以上原因影响，公司报告期内净利润亏损，但亏损同比下降。后续，公司将进一步落实各项重点工作计划，争取更好地完成各项经营指标，实现公司高质量发展。

二、董事会运作情况

（一）董事会会议召开情况

2023 年度，董事会共召开 5 次会议，全体董事勤勉尽责、忠实守信，充分审议各项议题，科学决策重大事项，审议通过了包括公司定期报告、投资设立子公司、对外担保额度预计等议案，并完成了对《公司章程》《独立董事工作制度》及董事会专门委员会工作细则等多项管理制度的修订工作，确保上市公司治理高效、规范。

（二）董事会各专门委员会履职情况

公司董事会下设审计委员会、薪酬与考核委员会、提名委员会、战略委员会四个专门委员会。报告期内，各专门委员会委员诚实守信，勤勉尽职，运用专业知识技能，以科学、严谨、审慎、客观的工作态度，参与各项重大事件的决策过程，努力维护了公司及全体投资者的合法权益，充分发挥公司董事会职能。

（三）董事会召集股东大会及执行股东大会决议的情况

报告期内，公司董事会组织召开了 2 次临时股东大会及 1 次年度股东大会，不存在监事会等其他有权主体召集股东大会的情形。董事会严格按照股东大会和《公司章程》所赋予的职权，平等对待全体股东，股东大会的召集、召开合规有序；董事会认真贯彻执行股东大会的各项决议，组织实施股东大会交办的各项工作，充分保障了全体股东的合法权益。

（四）独立董事履职情况

报告期内，公司独立董事根据《上市公司独立董事管理办法》《公司章程》《董事会议事规则》等相关法律法规的要求，认真履行义务，行使权利，积极出席相关会议，了解公司的运营情况，切实维护中小股东的利益。独立董事认真审

议董事会的各项议案，在涉及公司重大事项方面均充分表达意见，充分发挥了独立董事作用，为董事会的科学决策提供了有效保障。具体请见独立董事 2023 年度述职报告。

（五）信息披露及投资者保护工作

2023 年度，公司董事会严格遵守《中华人民共和国证券法》《深圳证券交易所股票上市规则》《深圳证券交易所上市公司自律监管指引第 1 号——主板上市公司规范运作》等法律法规的有关规定，按时完成定期报告及临时公告的披露工作。

在投资者关系管理方面，公司建立了与投资者良好的线上线下双向沟通渠道，通过投资者在公司进行实地调研，面对面与公司高管层直接沟通、公司高管线下参加的投资者活动、深交所互动易平台、投资者专线电话、新闻媒体等渠道及方式与各类投资者保持紧密联系，热情、耐心接听投资者咨询电话，认真回答投资者网上提问，时刻关注媒体对本公司的报道。公司在做好未公开信息保密工作的前提下，与投资者进行沟通和交流，帮助投资者更好地了解公司。

（六）社会责任

报告期内，公司始终坚持为顾客创造价值、为员工创造机会、为股东创造财富、为社会创造效益的经营理念，遵守法律法规、恪守商业道德、履行社会责任，积极履行企业的各项社会责任。

为更好的履行社会责任，公司已逐步建立了与利益相关方的沟通机制，并保持和各方的密切沟通，及时聆听员工、客户、供应商、政府等利益相关方的需求和诉求以及他们对公司发展的建议，与众多利益相关方协同资源，并不断识别出企业社会责任的关键领域与改进内容。

在公益慈善方面，公司将继续秉承经济效益和社会效益、环境效益相统一的可持续发展理念回馈社会，积极承担企业社会责任。公司通过村企合作、产业扶贫、残疾人爱心车间等帮扶模式，壮大村集体经济，助力乡村振兴。本着“取之于社会，用之于社会”理念，公司积极践行慈善事业。

三、未来发展展望

（一）行业格局和趋势

消费电子领域：

近年来，消费电子行业需求收缩明显，但在 2023 年下滑趋势有所缓和。与此同时，我国的 AIoT（人工智能物联网）、消费电子产业在全球市场地位持续攀升，技术快速进步、呈现生态融合趋势等特点促使 AIoT、消费电子行业呈现巨大市场前景。

广阔的市场空间及长期的增长趋势吸引了较多竞争者纷纷涌入，中游制造企业在产业链中议价能力不足，使得行业在价格、技术、服务各维度的竞争日益激烈，宏观形势变化更是加剧了竞争。TWS 产品市场更是一度出现“劣币驱逐良币”的现象，部分低端、白牌产品占据市场份额。

展望未来，在蓝牙、人工智能、生物识别等前沿技术推广和应用下，TWS 作为终端应用落地的重要载体之一，将迎来新的发展空间。同时，类比智能手机历史发展趋势，白牌 TWS 耳机市场空间或将进一步受到挤压，市场或将向品牌端持续集中，客户对各类产品的新增需求持续增加。终端产品市场格局将呈现“橄榄型”分布，中端高性价比产品将占据主要市场份额，低端制造及白牌产品将逐渐淡出，行业将重新恢复有序竞争。

医疗健康领域：

全球老龄化、慢性病增加和医疗支出增长带来了全球医疗器械市场规模的扩大。据 GIR (Global Info Research) 调研估计，全球医疗器械市场规模为 6033 亿美元，中国以 23% 的市场份额成为全球第二大市场。预计到 2030 年，全球医疗器械市场规模将超过 8,000 亿美元，2020 年到 2030 年年均复合增长率为 6.3%。与全球医疗器械市场相比，中国医疗器械市场发展相对更加迅速。受制于生产力发展水平，中国医疗器械行业整体起步较晚，但随着国家整体实力的增强、国民生活水平的提高、人口老龄化、政府对医疗领域大力扶持等因素的驱动，中国医疗器械市场增长迅速。

未来随着市场需求的提升、国家对医疗产业的扶持以及医疗器械行业技术发展带来的产业升级，医疗器械行业将有望继续保持高速增长的良好态势，并实现

从中低端产品向高端产品进口替代的过程。

（二）公司发展战略

公司以“持续创新，提升客户价值”为使命，以“成为世界领先的‘大声学、大传输、大健康’整体解决方案服务商”为愿景，围绕公司发展理念和产业政策，实施垂直整合、水平扩张的“内生外延”发展战略。

（三）公司经营计划

2024年，公司将以“业绩目标超越年、公司治理提升年、资源整合强化年、研发创新竞争年、成本细节管控年、优良作风展现年”六个年为行动指南，并推进全面预算考核、大客户服务提升、幸福企业打造常态化工作，制定具体执行方案，提供组织保障、制度保障、人才保障，以政策为导向，以市场为契机，以客户为中心，加强内部管理，优化资源配置，不断增强公司核心竞争力，进一步提升运营效率，从有效向高效迈进。并落实2024年度重点工作计划，争取更好地完成各项经营指标，实现公司稳健、可持续及高质量增长。

1、推动大客户服务提档升级，夯实业务发展根基

公司集中优势资源，聚焦服务全球科技和消费电子行业内的头部客户。通过建立并持续完善科学的大客户识别标准及跟踪管理机制，细化客户分类分层服务，深度挖掘客户需求并提供个性化服务，夯实与优质客户的长期战略合作伙伴关系。此外，通过持续提升公司的设计能力、产品研发能力、智能制造能力、品控检测能力、成本控制能力、客户服务能力，为客户提供空间音频、骨声纹、OWS、高清高速传输线等各类行业旗舰产品方案，提供高附加值的服务，推动“成为世界领先的‘大声学、大传输、大健康’产品整体解决方案服务商”企业愿景的实现。与此同时，公司将持续推动声学及传输技术在智能安防、助听辅听、新能源汽车、智能家居等更多细分领域的突破，实现产品应用领域从消费电子到各大领域的延伸，为优质客户提供多品类的产品服务。

2、进一步打造“第二增长曲线”，激发内生、外延双动能

公司将坚定落实内生式增长和外延式扩张并重的发展路径，围绕公司发展理念和产业政策，充分利用上市公司平台，积极寻找长发展周期、能够充分发挥并

能够增加公司核心竞争能力的新赛道。通过新业务（业务创新和增量市场驱动二次增长）、新技术（技术迭代驱动新增长）、新效益（成本下降，内生增长）、新需求（客户结构升级引领增长）进一步深化公司第二增长曲线，扩大公司收入来源，创造利润、提升价值。

3、深化推进作风建设，以专业人才引领企业发展

通过四种精神，工作理念，工作汇报，评定人才的四个维度，八道红线，工作讲服从、不打折扣、不讲借口等方面来深化推进工作作风建设，形成一种积极主动、高效合作和务实敬业的工作氛围。加强团队建设，不断进行人才优化和人员精简，加强绩效考核和岗位培训，完善各项激励措施，在总部的领导、指导、赋能和监督下，以工厂为单位，落实好“总经理负责制”和“一把手工程”，完善执行好各工厂管委会的集体决策和监督制约，完善执行好一二级授权和汇报考核管理机制，完善执行好车间现场精细化管理机制，完善执行好入职培训、在岗培训、素质培训和专业培训，以专业人才引领企业的发展，打造一支具有服从力、战斗力、执行力、学习力和解决问题能力的高效、专业、敬业的奋斗型服务团队。

4、规范公司治理，防范经营风险，提高企业韧性

以问题为导向，发动全员提报问题作为切入点，全面开展问题管理工作形成解决问题的有效方案，并将解决问题的措施固化到公司的内控体系之中，从而全面整合梳理内控体系、信息管理体系、品质管理体系等，为精简管理，提高工作效率，提升公司的治理水平提供一套行之有效的内控体系，促进公司内部治理持续完善，合规运营体系持续健全。公司将不断完善公司治理架构，健全法人治理结构，加强公司财务状况和业务活动监督和审核，及时发现并应对可能影响公司经营的各类风险，切实保障全体投资者与公司利益，提高公司的竞争力，加强市值管理，提升上市公司运行质量，实现企业的可持续发展。

5、增强研发竞争力，以科技创新引领企业发展

公司将继续坚持创新驱动，以科技创新引领企业发展，不断增强企业自主创新能力和研发实力，配合客户以更高的质量和效率推进项目落地。并根据公司的发展战略以及产品的研发特点，在保持现有产品竞争优势的基础上，持续提升公

司现有产品的工艺水平和产品生产效率，并开发具有市场前景的新产品，完善公司产品布局，提升产品品质，进而提高公司的盈利能力和核心竞争力。

6、整合企业有形及无形资源，实现资源效益最大化

通过资源整合，实现资源的优化配置和有效利用，避免重复投资和浪费现象，提高资源利用效率。在生产基地产能优化方面，对生产能力进行整合，集中生产，实现规模优势；在固定资产优化方面，重点对低效固定资产进行盘活，提高公司资金使用效率；在组织能力方面，对公司组织体系、人才资源进行重组优化，为公司经营管理工作提供组织保障；除此之外，公司还将对生产设备、闲置资金等各项资源进行梳理，提升其使用效率。

7、以成本细节管控为抓手，深度挖潜提质增效

通过持续提升运营效率，对成本细节进行管控，从而达到降低成本、提升产品竞争力，增加订单，提升利润的目的。在产品研发方面，提升产品报价成功率，提升新产品首批生产直通率，控制研发费用；在采购方面，强化供应商管理，从环境、品质、价格、服务等多维度进行评估，每季度总结，淘汰不合格的供应商，同时导入优秀供应商补充；在生产制造方面，以人员、机器、原料、方法、环境为抓手，提升工厂精益生产及质量水平，持续推进工艺、设备创新改善，助力产线提效降损；在库存管理方面，严控呆滞物料及存货周转率，拉通各生产基地资源共享，持续提升存货周转运作水平，提升资产流动性；在管理费用方面，集中资源服务优质客户，提高资源使用效率，根据订单生产任务，优化人员数量及内部架构，保留关键技术人才的同时减少人员冗余。

2024年，根据公司实际情况及发展战略，董事会将继续秉持对全体投资者负责的原则，严格按照《公司法》等有关法律法规和《公司章程》的规定，继续积极发挥在公司治理中的核心作用，从公司实际情况及战略目标出发，结合行业趋势、外部环境等因素，扎实做好日常工作，持续提高公司的经营管理水平和风险防范能力，带领公司管理层和全体员工推动公司高质量可持续发展。

赢通通讯股份有限公司

董事会

2024年4月25日