

广东三雄极光照明股份有限公司

2024 年度董事会工作报告

2024 年，广东三雄极光照明股份有限公司（以下简称“本公司”或“公司”）董事会严格按照《公司法》《证券法》《深圳证券交易所创业板股票上市规则》等法律法规及《公司章程》《董事会议事规则》等相关规定的要求，从切实维护公司利益和股东权益出发，全面认真落实股东大会的各项决议，勤勉尽责地开展各项工作，进一步完善公司治理机制，促进公司健康、稳健、可持续发展。现将 2024 年度董事会主要工作情况报告如下：

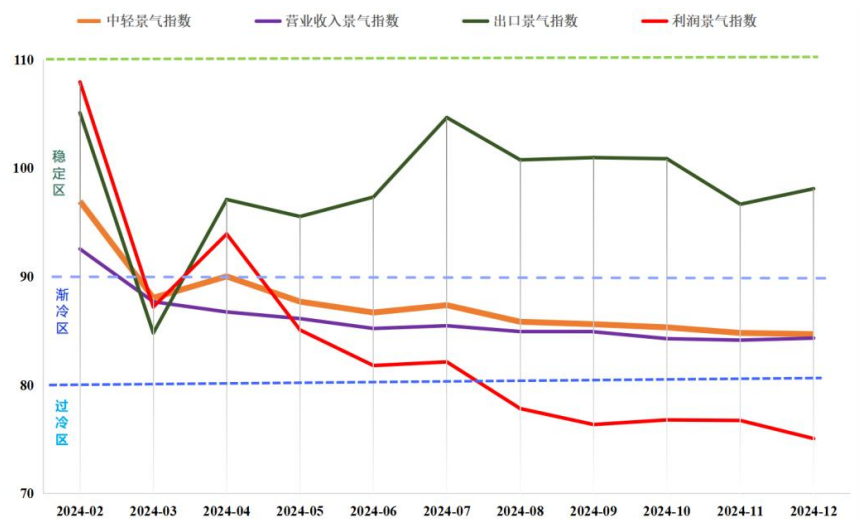
一、经营情况

（一）报告期内公司整体经营情况概述

报告期内，面对外部压力加大、内部困难增多的复杂严峻形势，外部环境变化带来的不利影响持续加深，国内长期积累的一些深层次结构性矛盾集中显现，我国发展面临的外部环境复杂性、严峻性和不确定性明显上升。国内经济也正处在结构调整转型的关键期，传统增长动能和新兴增长动能持续转换加速演进，发展面临的困难和挑战增多，特别是房地产行业持续低迷，对消费者信心造成较大影响。面对错综复杂的国内外宏观政治、经济环境，我国政府采取了一系列稳出口、促消费的宏观经济政策，加大力度推进新型工业化，推动制造业重点产业链高质量发展。尤其是 9 月 26 日中央政治局会议之后，各级政府果断部署了一揽子增量政策，推动经济明显回升，社会信心有效提振。在一系列政策助推下，我国宏观经济总体运行平稳，全年 GDP 增速达到 5%，货物贸易出口规模首次突破 25 万亿元达到 25.45 万亿元，同比增长 7.1%。

虽然我国 2024 年 GDP 增速和货物贸易出口情况总体较好，但根据统计局数据，我国 2024 年全年社会消费品零售总额比上年增长 3.5%，固定资产投资（不含农户）比上年增长 3.2%，均低于 GDP 增速。尤其是房地产行业处于持续下行周期，全国房地产开发投资比上年下降 10.6%，房屋新开工面积同比下降 23.0%，房屋竣工面积同比下降 27.7%。受诸多不利因素影响，国内照明行业需求不及预期，根据光亚照明研究院整理的海关数据，2024 年全年中国照明产品出口总额

为 563 亿美元，同比下降 3.3%。根据 CSA 发布的《2024 年中国半导体照明产业发展蓝皮书》研究，2024 年我国照明产业下游应用市场产值规模预计约 5,142 亿元，同比下滑 7.6%，其中 LED 通用照明市场规模约 2,392 亿元，同比下降 3%，无论是出口还是国内市场规模，都已经连续三年下降。由于需求疲弱，国内市场照明行业竞争更加激烈，行业景气度走低。根据中国轻工业联合会数据，2024 年 2-12 月，规上照明企业中轻景气指数、营业收入景气指数及利润景气指数均呈现走低态势，在渐冷区徘徊，甚至进入过冷区，其中利润景气指数 12 月单月较上年同期下滑近 5 个百分点。



2024 年 2-12 月我国照明行业景气指数变化情况

面对严峻复杂的内外部环境 and 日益激烈的竞争市场，2024 年，公司经营管理层在董事会战略方向与稳健经营目标的指引下，按照“抓业绩、升价值、促管理、降成本”的经营方针，对外加强渠道开拓与赋能工作，按照“1+N”的渠道策略拓展经销商渠道，重点关注空白区域及空白行业领域的销售终端覆盖，同时通过赋能培训不断强化营销体系的专业化水平与服务保障能力。对内持续推动组织与管理变革，加强公司信息化建设，提高信息化系统对营销、生产、研发等业务管理的支持能力，促进运营管理效率提升，同时严格推行预算管理 with 经营目标跟踪管理，促进经营目标的落地执行。

在国内市场需求整体持续下滑、行业内卷加剧的市场环境下，公司 2024 年实现主营业务收入 207,801.76 万元，同比下降 11.64%；实现利润总额 4,567.52 万元，同比下降 80.53%；实现归属于母公司所有者的净利润 4,808.69 万元，同比下降 76.53%；实现归属于母公司所有者的扣非后净利润 864.07 万元，同比下

降 94.85%。

（二）主要业务板块销售情况

1. 商用照明

公司作为商用照明领域的传统领先企业，在业内具有良好的口碑与市场影响力，商用照明业务是公司的核心业务，在公司总营收中占比接近 80%。商用照明具有规模体量大、行业与应用场景涉及面广、产品与服务专业要求高等特点，历来受到各品牌厂商的重视，因此竞争也一直比较激烈。在日益激烈的竞争环境下，公司始终秉承稳健经营理念，发挥自身优势，坚持中高端品牌定位与质量标准，不断通过产品品质、服务质量以及用户体验的提升来增加用户价值，以获取市场竞争优势。为了更好地实现“培育一批商用照明细分市场冠军”的战略目标，为用户提供更加专业的产品与服务，公司商用照明板块构建了以项目部为核心的业务架构，深耕主要细分行业，全面提升在重点行业细分市场的专业化能力。而对于非项目渠道商用照明市场，则通过商用分销渠道满足市场与用户需要。

报告期内，公司商用分销业务加强了渠道开拓与管理工作，但受行业整体需求萎缩、内卷加剧的影响，公司商用分销业务销售收入同比下降 9.55%。其他主要项目部的销售情况如下：

2024 年贯彻稳中求进的策略，在地产、医疗、办公、教育等重点领域稳步拓展提质增效，在工业照明、商业连锁、市政交通、智能应急等增长较好、空间较大的市场领域，更加积极地拓展增量空间，打造明星拳头产品。受房地产行业景气度持续下滑影响，公司对房地产项目评估更加谨慎，而付款条件较好的优质项目竞争更加激烈，内卷加剧，公司房地产项目部销售收入下降幅度较大，房地产业务的大幅下降也是公司 2024 年商用业务板块营收下降的最主要原因。医疗、办公、教育行业同属于公司公共空间业务范围，也是公司重要的行业板块之一。根据统计局数据，我国 2024 年全国各类医院数量约 3.9 万个，与上年基本持平，但医疗机构床位数增加至 1,037 万张，同比增加 17 万张，随着我国老龄化程度的演变，我国医疗建设投入保持较高水平。2021 年，教育部等十五部门联合印发《儿童青少年近视防控光明行动工作方案（2021—2025 年）》，方案印发后，各地相继加快了教育照明改造项目推进，改造项目高峰已经过去，但由于全国各类学校数量已高达 51.85 万所，对照明产品的需求依然较大。办公行业的照明需

求不断向智能和高品质演变，尤其是科技型企业，对照明系统智能化以及光环境质量的要求在不断提升。公司发挥在公共空间领域的传统优势，不断加大三大智能照明系统方案在相关领域的应用，公司公共空间业务营收与上年同期基本持平，巩固了在行业中的市场地位。

我国是制造业大国，国家“十四五”规划纲要提出，要深入实施制造强国战略，推动制造业优化升级，增强制造业竞争优势，推动制造业高质量发展，现代化的厂房建设不断增加。叠加近些年国家双碳目标，大功率照明灯具应用比较普遍的工业照明领域，制造企业对照明节能的关注度不断增强，工业照明领域 LED 渗透率不断提升。2024 年，公司工业照明业务同比略有增长。

商业连锁业务板块主要包括衣、食、住、行、用所涉及产品的商业及连锁实体店照明项目。衣着主要包括鞋服饰品箱包等，食主要指餐茶文娱（连锁餐饮、连锁茶饮、休闲娱乐），住涉及瓷砖、卫浴、门业、地板、壁纸、窗帘、吊顶、橱柜、家具，行指交通出行涉及的新能源汽车店、汽车连锁用品店铺、新能源电动车等，用指商超百货连锁，包括商场、超市、便利店、药房、数码电器等等。商业连锁板块与老百姓的生活息息相关，涉及面非常广泛，照明效果对客户的经营业绩也会产生直接的影响，因此越来越受到用户的重视。2024 年，国家推出了一系列促消费政策，公司抓住消费回暖以及客户越来越重视商业环境高质量光环境的有利时机，重点加强了服装、新能源汽车、商超等优质源头客户的开发，为包括海澜之家、361 体育、雅戈尔、红豆服饰、三福百货、糖巢零食、东鹏瓷砖、理想汽车、小米汽车、荣耀、大疆无人机、蜜雪冰城等在内的优秀品牌销售终端提供照明方案。2024 年，公司商业连锁项目部实现营收同比增长 6.93%。

2024 年我国基建投资增速放缓，轨道交通等市政工程项目也受到一定影响。但公司得益于 2023 年中标的轨道交通项目进入集中供货期，助推公司市政交通项目部销售收入大幅增长 176%。

公司五金渠道销售情况和预期有较大的差距，全年销售收入同比下降约 24%。

在经营策略上，商用业务板块重点围绕产品线优化、重点产品打造、优化渠道网络建设、优质源头客户开发等工作展开。商用业务板块 2024 年继续以线性照明、轻智能、现代商业、现代办公作为重点业务拓展方向，继续优化产品 SKU

结构，重点加强明星爆款产品的培育与打造，强化 13 个金牛明星类产品和 8 个重点培育类产品的推广。继续推动三大智能照明系统在各应用场景的应用，2024 年落地天翼物联、天翼电信终端、网易、阿里、奇瑞等智能照明项目，与万科集团万物云，万华地产等就智能照明建立了战略合作关系，中标华强物业、招商物业、华润物业、越秀物业、京东仓储、美团仓储等集团物业公司智能照明节能改造项目。报告期内，商用业务板块产品线进一步优化，SKU 总数减少 13.47%；8 个重点培育类产品表现不俗，合计营业收入同比增长了约 17%。在销售网络完善上，商用销售中心按照“1+N”的渠道模式，梳理各区域的空白市场和空白细分领域，开拓新的经销商，并加强经销商的分级考核，对不合格的经销商予以取消或降级，全年商用经销商净增加 32 家。终端建设方面，商用业务板块净增销售终端 62 家，其中新建体验店 7 家，标准店 33 家。

2. 家居照明

家居照明是通用照明领域的两大核心板块之一，从购买渠道已经发展演变成成为线下家居零售与线上电商两种业务形态，公司家居和电商业务板块虽然独立运作，但从客户群体与应用场景看基本都属于家居照明业务，TO C 业务属性。家居照明是公司第二大业务板块，受房地产持续低迷的影响相对更大，公司近几年家居事业部持续、系统性地推进基础管理工作提升，综合竞争力有所增强，线下专卖店零售渠道业务同比略增 1.41%。

家居照明消费者的需求更加个性化、多样化，装修风格也在不断演变发展，前两年高速增长无主灯设计方案的热度开始下降，相关产品的需求增速开始放缓，吸顶灯的重视程度开始回升。而在产品关注点，则表现出较为明显的群体差异，年轻人更愿意为“情绪价值”买单，偏好科技感（如 RGB 氛围灯）、社交属性强的产品；中产家庭更加重视“健康”，更愿意为“健康认证”支付溢价，儿童护眼台灯等健康认证产品更受青睐；银发老年人群体则更加关注安全性与操控便捷性，声控灯具、自动感应夜灯等更受老年人欢迎。但总体而言，家居照明产品更健康、更智能趋势明显，全光谱、无频闪、少蓝光是消费者追求的健康热词；随着物联网技术的进一步成熟，智能照明产品将从单一的功能性控制（如远程开关、调光调色）向场景化应用转变，消费者可以通过智能家居系统实现灯光与音响、窗帘、空调等设备的联动，打造更为舒适、便捷的生活环境，智能照明也可

以根据用户的生活习惯自动调整亮度和色温，提供更符合人体生物节律的光环境，场景体验更加丰富。

公司线下家居照明产品矩阵以家居照明、现代家居、家居灯饰、电工厨卫、家居基础为主，以满足消费者不同应用场景及装修风格需求。家居灯饰类产品需求近几年持续下降，2024 年现代家居类无主灯产品热度下降，价格下降幅度较大，家居照明与家居基础类产品增长较好，吸顶灯恢复增长，但主流朝着三防、快装、底发光、全光谱、灯体超薄等结构发展，对品牌厂商的产品与技术研发提出了更高的要求。

2024 年，家居事业部贯彻“从市场中来，到市场中去”的理念，在营销体系建设上不断创新、完善。家居事业部将全国各城市按照人口、经济等多维度指标进行综合评估与分类，规划了全国 715 个目标城市并根据综合评估情况分为 T1、T2、T3 三个类别，对不同类别的城市区域采取不同的渠道覆盖策略。2024 年，家居事业部新拓展目标城市渠道覆盖 29 个，总覆盖率提高 4 个百分点，T1 城市覆盖率达到 93.5%。对经销商体系继续评估优化并实行分类管理，更加注重经销商的能力与质量，对人员、资金实力弱小，业务重心不在家居零售的经销商实施淘汰，注重终端建设，强化终端门店培训赋能与考核。报告期内，家居事业部新开发经销商 23 家，新建专卖店 122 家，销售渠道体系得到优化，业务拓展能力有所提升。通过加强数字化营销系统推广、赋能培训终端零售店，提高了终端零售店的主动营销意识和销售能力。由于家居照明销售渠道日趋多元化，公司也加强了整装、商超等渠道的开发，2024 年，整装渠道新签约经销商 13 家，销售收入同比增长超过 30%；商超渠道数量较少，销售规模尚小，事业部正加速拓展商超渠道，争取家居照明产品在更多商超上架销售。

3. 电商业务

公司电商业务由子公司三雄贸易负责运营管理，但在业务性质上也是典型的 TO C 业务，购买群体和应用场景与家居照明线下业务基本一样。公司电商业务主要分布在天猫、京东、拼多多、抖音、1688 店等电商平台，业务规模相对较小。

继 2023 年进行组织架构与团队调整后，公司电商核心团队一直处于不断打造与磨合中，2024 年团队继续调整整合，引进关键岗位专业电商人才。公司电

商业规模相对较小，和排名靠前的同类品牌有较大差距，在线上流量资源不断向销量头部品牌集中的情况下，公司电商业务 2024 年仍处于下滑调整中。

4. 户外工程

公司户外工程业务平台为广东三雄极光照明工程有限公司。户外景观亮化项目近几年受政策禁令、能耗双控以及地方债务冲击较大，超大体量的城市亮化项目基本消失。但夜间经济及文旅经济仍是国家促进消费、拉动经济增长的重要方向，其快速发展的态势仍将持续。文旅夜游场景对城市照明设计提出了更高的要求，夜游场景光环境须注重对城市文化的理解与展现，除要求行业内企业提供性价比、符合实际要求、安全稳定的照明方案外，还对原创设计能力及深化设计水平具有较高要求。设计师通过将灯光与城市文化特征融为一体的方式展现最具代表性的地域文化、历史与风土人情，以此构建或重塑独特的城市形象，进而激发城市新的夜游消费活力。

公司户外业务经过几年的积累以及团队的努力，户外业务团队设计能力、市场拓展能力、项目管理能力得到了较大提升，公司施工资质也由三级升级到了一级，2024 年又新增城市及道路照明工程专业承包一级和电子与智能化工程专业承包一级两个建筑业企业资质证书，大大提升了公司可承接项目的范围，为公司户外业务发展奠定了比较好的基础。

2024 年，公司户外景观业务继续保持较快增长并超额完成了全年经营目标，三雄工程公司实现销售收入首次超过 1 亿元。

（三）薪酬变革与组织架构调整

公司于 2024 年 2 月开始执行新的薪酬与绩效考核制度，提高了公司员工薪酬结构的一致性，同时加强了部门编制管理，引进了研发中心总经理、商用事业部总经理、消费事业部总经理、电商事业部总经理等关键岗位优秀人才。

为顺应公司经营发展需要，提高公司整体运营效率，公司对组织架构进行了调整，减少一级部门 6 个，二级部门 33 个。公司设立了销售中心，统筹协调各业务板块的销售工作，将原商用五金项目部和家居事业部合并设立消费事业部，将原品牌管理中心、产品管理中心、商用市场中心部分职能合并设立市场中心。

（四）三雄产业投资基金投资情况

公司第四届董事会第十六次会议和 2021 年第三次临时股东大会审议通过设

立广东三雄产业投资基金合伙企业（有限合伙）的议案，三雄产业投资基金总认缴规模 40,000 万元，其中公司认缴 99.9%，基金管理人广州创钰投资管理有限公司认缴出资 0.1%，三雄产业投资基金已于 2022 年 2 月 28 日完成备案。

截至报告期末，三雄产业投资基金参与了佛山创钰铭展股权投资合伙企业（有限合伙）的发起设立，认缴出资金额 2,500 万元，认缴出资比例 25%；参与了广州创钰铭光创业投资合伙企业（有限合伙）的发起设立，三雄产业投资基金作为优先级有限合伙人认缴出资额 15,000 万元，认缴出资比例 50%；参与了广州创钰铭腾创业投资基金合伙企业（有限合伙）的发起设立，认缴出资金额 2,500 万元，认缴出资比例 10.37%。截至报告期末，三雄产业投资基金已对创钰铭展实缴出资 2,500 万元，对创钰铭光实缴出资 8,417.50 万元，对创钰铭腾实缴出资 2,500 万元。报告期内，创钰铭光和创钰铭展有项目退出，公司共收到项目退出资金 5,332 万元。

二、董事会工作情况

（一）本年度董事会运行情况

报告期内，公司共召开了五次董事会会议，共审议了 27 项议案。董事会具体召开会议情况如下：

序号	会议日期	会议届次	会议审议事项	
			序号	审议事项
1	2024 年 4 月 23 日	第五届董事会第十次会议	1	《2023 年度总经理工作报告》
			2	《2023 年度董事会工作报告》
			3	《2023 年度财务决算报告》
			4	《〈2023 年年度报告全文〉及其摘要》
			5	《2023 年度利润分配预案》
			6	《2023 年度募集资金存放与使用情况的专项报告》
			7	《2023 年度非经营性资金占用及其他关联资金往来情况的专项报告》
			8	《2023 年度内部控制自我评价报告》
			9	《2023 年度环境、社会及治理（ESG）报告》
			10	《关于 2024 年度日常关联交易预计的议案》
			11	《关于确定 2023 年非独立董事、高级管理人员薪酬的议案》
			12	《关于确定 2023 年独立董事津贴的议案》
			13	《2024 年度财务预算报告》
			14	《关于会计师事务所 2023 年度履职情况的评估报告》

			15	《关于审议〈董事会关于独立董事独立性情况评估的专项意见〉的议案》
			16	《关于拟续聘会计师事务所的议案》
			17	《2024 年第一季度报告》
			18	《关于向银行申请综合授信额度的议案》
			19	《关于提请召开 2023 年度股东大会的议案》
2	2024 年 8 月 21 日	第五届董事会第十一次会议	1	《〈2024 年半年度报告全文〉及其摘要》
3	2024 年 10 月 25 日	第五届董事会第十二次会议	1	《2024 年第三季度报告》
4	2024 年 12 月 10 日	第五届董事会第十三次会议	1	《关于拟使用部分暂时闲置自有资金购买理财产品的议案》
			2	《关于继续为公司经销商向银行申请授信额度提供担保的议案》
			3	《关于 2025 年度日常关联交易预计的议案》
			4	《关于提请召开 2024 年第一次临时股东大会的议案》
5	2024 年 12 月 27 日	第五届董事会第十四次会议	1	《关于拟卖出抵债股票的议案》
			2	《关于调整公司组织架构的议案》

（二）本年度股东大会运行情况

报告期内，公司共召开了两次股东大会，其中 1 次年度股东大会、1 次临时股东大会，共审议通过了 15 项议案。公司董事会根据《公司法》《证券法》等有关法律法规和《公司章程》要求，严格按照股东大会的决议和授权，认真执行股东大会通过的各项决议。股东大会具体召开情况如下：

序号	会议日期	会议届次	会议审议事项	
			序号	审议事项
1	2024 年 5 月 17 日	2023 年度股东大会	1	《2023 年度监事会工作报告》
			2	《2023 年度董事会工作报告》
			3	《2023 年度财务决算报告》
			4	《〈2023 年年度报告全文〉及其摘要》
			5	《2023 年度利润分配预案》
			6	《2023 年度募集资金存放与使用情况的专项报告》
			7	《2023 年度非经营性资金占用及其他关联资金往来情况的专项报告》
			8	《2023 年度内部控制自我评价报告》
			9	《关于确定 2023 年非独立董事、高级管理人员薪酬的议案》
			10	《关于确定 2023 年独立董事津贴的议案》
			11	《关于确定 2023 年监事薪酬的议案》

			12	《2024 年度财务预算报告》
			13	《关于拟续聘会计师事务所的议案》
2	2024 年 12 月 27 日	2024 年第一次 临时股东大会	1	《关于拟使用部分暂时闲置自有资金购买理财产品的议案》
			2	《关于继续为公司经销商向银行申请授信额度提供担保的议案》

（三）本年度董事会专门委员会履职情况

公司董事会下设四个专门委员会，分别为战略委员会、审计委员会、提名委员会、薪酬与考核委员会。2024 年各专门委员会本着勤勉尽责的原则，根据相关法律法规、规范性文件及各专门委员会工作制度的规定积极开展各项工作，在公司战略布局、内部审计、人才选拔、薪酬与考核等各方面发挥着积极的作用。

1、董事会战略委员会履职情况

公司董事会战略委员会由3名董事组成，其中独立董事1名。报告期内，战略委员会委员严格按照《战略委员会工作制度》的规定积极履行职责，对公司发展战略规划、重大投融资决策等进行研究并提出建议，为公司的科学决策起到了应有的作用。报告期内，董事会战略委员会共召开了一次会议，共审议通过了1项议案，具体情况如下：

序号	会议日期	会议届次	会议审议事项	
			序号	审议事项
1	2024 年 4 月 12 日	第五届董事会战略委员会 2024 年第一次会议	1	《关于向银行申请综合授信额度的议案》

2、董事会审计委员会履职情况

公司董事会审计委员会由3名董事组成，其中独立董事2名。报告期内，审计委员会委员严格按照《审计委员会工作制度》的要求，审核公司财务信息、监督及评估内外部审计工作和内部控制等事项。报告期内，董事会审计委员会共召开了五次会议，共审议通过了18项议案，具体情况如下：

序号	会议日期	会议届次	会议审议事项	
			序号	审议事项
1	2024 年 1 月 16 日	第五届董事会审计委员会 2024 年第一次会议	1	《公司初步编制的<2023 年度财务报表>》
			2	《2023 年度审计计划》
			3	《2023 年度内部审计工作报告及 2024 年度内部审计工作计划》

2	2024年3月29日	第五届董事会审计委员会2024年第二次会议	1	《审计委员会、独立董事审阅由年审注册会计师出具初步审计意见的相关财务会计报表，与年审注册会计师沟通初审意见，并形成书面审阅意见》
3	2024年4月12日	第五届董事会审计委员会2024年第三次会议	1	《2023年度财务决算报告》
			2	《<2023年年度报告全文>及其摘要》
			3	《2023年度募集资金存放与使用情况的专项报告》
			4	《2023年度非经营性资金占用及其他关联资金往来情况的专项报告》
			5	《2023年度内部控制自我评价报告》
			6	《关于会计师事务所2023年度履职情况的评估报告》
			7	《董事会审计委员会对会计师事务所2023年度履行监督职责情况的报告》
			8	《关于拟提议续聘会计师事务所的议案》
			9	《2024年第一季度报告》
			10	《2024年第一季度内部审计工作报告》
4	2024年8月8日	第五届董事会审计委员会2024年第四次会议	1	《<2024年半年度报告全文>及其摘要》
			2	《2024年第二季度内部审计工作报告》
5	2024年10月21日	第五届董事会审计委员会2024年第五次会议	1	《2024年第三季度报告》
			2	《2024年第三季度内部审计工作报告》

3、董事会提名委员会履职情况

公司董事会提名委员会由3名董事组成，其中独立董事2名。提名委员会主要负责拟定董事、高级管理人员的选择标准和程序，对董事、高级管理人员人选及其任职资格进行遴选、审核。报告期内，提名委员会委员严格按照《提名委员会工作制度》执行职责，与经营管理层保持密切沟通，了解公司人才需求，积极为人才选拔建言献策，为公司人力资源的科学管理提出了有效建议。

4、董事会薪酬与考核委员会履职情况

公司董事会薪酬与考核委员会由3名董事组成，其中独立董事2名。薪酬与考核委员会主要负责制定董事、高管人员的考核标准并进行考核，制定、审查董事、高管人员的薪酬政策与方案。报告期内，薪酬与考核委员会委员严格按照《薪酬与考核委员会工作制度》，本着勤勉尽责的原则切实履行职责。报告期内，董事会薪酬与考核委员会共召开了一次会议，共审议了2项议案，具体情况如下：

序号	会议日期	会议届次	会议审议事项	
			序号	审议事项
1	2024 年 4 月 12 日	第五届董事会薪酬与考核委员会 2024 年第一次会议	1	《关于确定 2023 年非独立董事、高级管理人员薪酬的议案》
			2	《关于确定 2023 年独立董事津贴的议案》

（四）信息披露情况

2024 年，公司严格按照《公司法》《证券法》和中国证监会、深圳证券交易所关于信息披露的相关要求，及时、公平地披露公司信息，保证所披露的信息真实、准确、完整，简明清晰、通俗易懂，不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏。全年公司披露定期报告及临时公告共计 67 份，及时向股东及社会公众报告了公司财务及经营等重大信息。

（五）投资者关系管理情况

公司董事会高度重视投资者关系管理，以专业、合规、真诚为原则，通过多渠道、多平台、多方式加强与投资者的互动交流。2024 年，公司通过投资者热线、电子邮箱、互动易平台、股东大会、业绩说明会、投资者调研等方式与投资者充分交流，帮助投资者了解公司、走近公司。2024 年度，公司对投资者互动关系平台的投资者问题回复率 100%。

三、公司董事长、独立董事及其他董事履行职责的情况

1、报告期内，公司全体董事严格按照《公司法》《深圳证券交易所创业板股票上市规则》《深圳证券交易所上市公司自律监管指引第 2 号——创业板上市公司规范运作》及《公司章程》的规定和要求，认真勤勉地履行职责，遵守董事行为规范，按时参加董事会会议和股东大会会议，对各项议案进行认真审议。董事在董事会会议投票表决重大事项或其他对公司有重大影响的事项时，严格遵循公司董事会议事规则的有关审议规定，审慎决策，切实保护公司和投资者利益。

2、公司董事长在履行职责时，严格按照《公司法》和《公司章程》等规定，行使董事长职权。公司董事长积极主持董事会的工作，依法召集、主持董事会会议，保证了报告期内的历次董事会会议能够依法、正常、有效地召开。在召集、主持董事会会议时，带头执行董事会集体决策机制，不以个人意见代替董事会决策。董事长领导董事会制定公司的发展战略，指导公司经营班子执行既定战略。

报告期内，公司董事长充分保证了独立董事和董事会秘书的知情权，为其履行职责创造良好的工作条件。

3、独立董事不受公司主要股东或其他与公司存在利害关系的单位和个人的影响，独立公正行使其特别职权。

公司现有独立董事 3 名，在会计及照明行业都具有很高的知名度和影响力，对公司的发展和规范化运作起到了极大的促进作用。公司独立董事自任职以来，本着对公司和全体股东诚信和负责的态度，关注公司的生产经营、财务状况及法人治理结构，出席公司董事会和股东大会，认真审阅了公司各项议案和定期报告。报告期内，独立董事均能亲自出席董事会会议，认真履行作为独立董事应当承担的职责。公司独立董事勤勉尽责，保障了公司董事会决策的科学性，切实维护了公司及广大中小股东的合法权益，充分发挥了独立董事的作用。报告期内，公司召开独立董事专门会议共两次，共审议了 5 项议案，具体情况如下：

序号	会议日期	会议届次	会议审议事项	
			序号	审议事项
1	2024 年 4 月 12 日	第五届董事会独立董事 2024 年第一次专门会议	1	《2023 年度利润分配预案》
			2	《关于 2024 年度日常关联交易预计的议案》
			3	《关于确定 2023 年非独立董事、高级管理人员薪酬的议案》
			4	《关于确定 2023 年独立董事津贴的议案》
2	2024 年 12 月 5 日	第五届董事会独立董事 2024 年第二次专门会议	1	《关于 2025 年度日常关联交易预计的议案》

报告期内，全体独立董事对董事会审议通过的所有议案无异议，没有出现反对、弃权的情形。

四、2025 年工作展望

总理在政府工作报告中提出，2025 年我国将实施更加积极有为的宏观政策，扩大国内需求，推动科技创新和产业创新融合发展，稳住楼市股市，防范化解重点领域风险和外部冲击，稳定预期、激发活力，推动经济持续回升向好，2025 年国内生产总值增长目标为 5%左右。为完成经济增长目标，预计国内将推动一系列促消费、稳楼市、推动新质生产力快速发展的具体举措，这对稳定照明行业需求也将起到一定的促进作用。但从照明行业供需关系变动趋势看，2025 年国

内市场总体供过于求、市场存量竞争的局面难以改变，房地产行业销售及投资依然处于下降阶段，因此行业竞争加剧的趋势难以改变。

在经营上，公司将继续坚持稳健经营策略，坚持长期主义，继续深入贯彻“1+N”渠道策略，加强销售网络建设与优化，立足提高销售终端覆盖范围，推动销售终端建设，沿着绿色、健康、智能的产品变化趋势加强技术研发投入，以销售服务市场、服务客户，后台服务前台的服务理念持续推动内部变革，优化业务流程提高管理效率，继续全面深入实施降本增效举措。2025 年，公司营收目标为 23.20 亿元，净利润目标为 1.46 亿元。以上为公司 2025 年经营预算目标，并非公司业绩承诺，请投资者注意风险。

广东三雄极光照明股份有限公司董事会

2025 年 4 月 24 日