

# 中国移动去年营收净利双增长 拟大手笔派息约500亿元

本报记者 李乔宇

3月20日,中国移动有限公司(以下简称“中国移动”)发布2024年年度报告。公告显示,2024年,中国移动全年营业收入为10408亿元,同比增长3.1%;其中,主营业务收入为8895亿元,同比增长3.0%。2024年,中国移动实现归属于母公司股东的净利润1384亿元,同比增长5.0%,利润规模再创历史新高。

当日晚间,中国移动相关负责人在业绩说明会上表示,DeepSeek的上市开启了技术创新、算力发展和场景应用的新阶段。中国移动也在同市场客户一起推动对于DeepSeek的适配。

谈及对于未来业绩的展望,上述负责人表示,中国移动今年努力实现收入增幅稳步提升,利润实现良好增长。未来2年至3年,中国移动将稳中求进,力争实现收入、利润保持良好增长,收入规模保持全球运营商首位,盈利能力保持全球主要运营商的领先水平。

## 移动云收入突破千亿元

年报显示,2024年,中国移动实现通信服务收入8895亿元,同比增长3.0%;总连接数达到36.70亿,净增3.16亿;CHBN(移动市场、家庭市场、政企市场、新兴市场)中HBN(家庭市场、政企市场、新兴市场)收入占通信服务收入比达到45.6%,同比提升2.4个百分点;数字化转型收入为2788亿元,同比增长9.9%,占通信服务收入比达到31.3%,较上年提升1.9个百分点。

2024年,中国移动个人市场收入达到4837亿元;移动客户突破10亿户,净增1332万户,其中5G网络客户达到5.52亿户,净增0.88亿户,渗透率达到55.0%。个人移动云盘收入达到89亿元,同比增长12.6%;权益产品收入达到268亿元,同比增长19.7%;5G新通话全场景月活跃客户达到1.5亿户,其中智能应用订购客户达到3475万户。去年,中国移动个人用户移动ARPU(每用户平均收入)为48.5元。

去年,中国移动家庭市场收入为1431亿元,同比增长8.5%,家庭客户综合ARPU达到43.8元,同比增长1.6%。

2024年

中国移动全年营业收入为10408亿元

同比增长3.1%

实现归属于母公司股东的净利润1384亿元

同比增长5.0%

利润规模再创历史新高



崔建斌/制图

同期,中国移动政企市场收入为2091亿元,同比增长8.8%;移动云收入为1004亿元,同比增长20.4%;5G专网收入为87亿元,同比增长61.0%。2024年,中国移动新兴市场收入为536亿元,同比增长8.7%。

此外,去年,中国移动资本开支为1640亿元,资本开支占通信服务收入比为18.4%,同比下降2.5个百分点;自由现金流为1517亿元,同比增长22.9%。2025年,中国移动预计资本开支合计约为1512亿元,主要用于连接基础设施优化、算力基础设施升级、面向长远的基础设施布局以及支撑CHBN科技创新、感知提升等方面,所需资金主要来自经营活动现金流。其中,中国移动资本开支中的算力投资由2024年的371亿元增长至2025年计划的373亿元。

## 首批13个智算中心节点投产

2024年,中国移动5G网络投资共

计690亿元,累计开通5G基站超240万个,净增46.7万个。打造全球首个规模商用5G-A网络,RedCap(轻量化)覆盖全国所有城市。

中国移动加快网络基础设施向空天地一体化演进,促进航空互联网、卫星互联网与地面网络深度融合。2024年,中国移动提出业界首个5G-A通感一体技术体系;构建“通感算”一体的低空智联技术体系,支撑十大低空典型应用场景;北斗卫星短报文业务首发运营,实现无信号覆盖区域的短信发送畅通无阻。

去年,中国移动旗下位于京津冀、长三角、粤港澳大湾区、成渝等区域的首批13个智算中心节点投产;持续推进AIDC全面升级;构建全球规模最大的通信服务数据集群——梧桐大数据平台,汇聚沉淀数据规模超2000PB,数据服务年调用量超千亿次。

2024年,中国移动“AI+”能力布局不断优化,呼和浩特、哈尔滨两大万卡级超大规模智算中心上线投

产;超大规模训推一体智算平台支持万卡并训、超长稳训、异构混训、跨境调度等特性,规模和技术达行业领先。

从应用看,去年,中国移动推出24款AI+产品,39个AI+DICT应用,加速向智能服务全面升级;积极推进AI能力变现,形成超百个覆盖央企国企、高等院校、行业龙头企业的AI+DICT示范标杆,成功签约项目超500个。

公告显示,中国移动董事会建议2024年全年派息率为73%,向全体股东派发截至2024年12月31日年度末期股息每股2.49港元,连同已派发的中期股息,2024年全年股息合计每股5.09港元,同比增长5.4%。截至2024年12月31日,公司股份总数215.17亿股,合计拟派末期股息535.78亿港元(约合人民币499.4亿元)。

公开资料显示,2024年起,中国移动三年内以现金方式分配的利润拟逐步提升至当年股东应占利润的75%以上。

# 母婴赛道现AI投资热 企业竞相布局抢占智能育儿高地

本报记者 曹卫新

近年来,在政策支持与技术突破的双重推动下,母婴赛道企业积极探索AI(人工智能)技术相关场景落地,如开发智能监护设备、个性化育儿助手等产品,推动育儿服务的智能化和精准化,开拓AI技术在育儿方面的无限可能。

3月19日,母婴童龙头企业孩子王儿童用品股份有限公司(以下简称“孩子王”)对外宣布,公司与杭州涂鸭信息技术有限公司(以下简称“涂鸭智能”)签署了《全面合作协议》,就共同开发AI伴身智能硬件产品、智能体开放、智能体共同开发等达成共识。

孩子王将在共建BYKIDs孵化器、共研智能体、共同打造AI伴身智能硬件产品矩阵,以及在孩子王渠道首发及营销、销售、实现门店和直播的AI化改造、共同发展海外市场等方面推进相关工作。涂鸭智能作为AI软硬件结合产品开发的头部平台,将加入BYKIDs孵化器(AI伴身智能孵化器),与孩子王开展全面合作。

孩子王发布的公告显示,此次孩子王与涂鸭智能的合作,有望推动孩子王在母婴市场及“AI+消费”、“AI+硬件”赛道实现更大的突破。进一步完善产业生态,提升公司自研产品及孵化器生态伙伴共研产品的矩阵打造能力和综合竞争力,为公司开辟新的业绩增长点。

正在谋求港股上市的聚智科技创新有限公司(以下简称“聚智科技”)也在积极探索AI技术对母婴市场的颠覆性创新。

作为一家专注于母婴电子产品制造的企业,聚智科技业务核心在于研发、设计、制造和销售各类婴儿监护器。婴儿监护器设备离不开AI技术的进步。聚智科技招股书提到,随着儿童健康与安全成为家庭关注的焦点,提供先进健康监测功能(如透过即时生命体征追踪及睡眠分析提供全方位健康监测及主动警示)的婴儿监护器将是新趋势。

为此,聚智科技将为旗下婴儿监护器开发智慧型自动监测系统,并引

入AI技术。通过引入上述系统,期望婴儿监护器能够分析来自各种传感器的数据,从而了解婴儿的睡眠品质、喂食时间表以及任何潜在健康问题,再据此提供最佳设定与干预建议,从而提升效能并提供更理想的婴儿照护效果。

艾媒咨询数据显示,2024年中国母婴消费市场规模达76299亿元,预计2027年达到89149亿元。在政策驱动和市场需求转变升级下,母婴消费行业市场规模不断扩大。母婴消费客户群更加细化,追求更加专业的科学的服务。

“现如今,AI技术已渗透到各行各业,母婴赛道也不例外。人工智能等技术的广泛应用,不仅重塑了消费者的购物习惯,也深刻影响了企业的营销策略。通过多场景多渠道的触达策略,母婴赛道企业可以更加有效地与目标群体建立联系,提供精准高效的服务和多场景的智能化解决方案,提升消费者对品牌的认知度和忠诚度,从而提升企业的市场竞争力。”广州艾媒数据信息咨询有限公司CEO张毅在接受《证券日报》记者采访时表示。

工信部信息通信经济专家委员会委员盘和林对《证券日报》记者表示:“从市场趋势来看,当前母婴市场已经进入存量竞争阶段,市场竞争比较激烈,企业都想脱颖而出,但由于缺乏切入点,辨识度普遍不高。AI技术进入母婴赛道,对于行业来说,关键是谁能做出特色。建议企业避免同质化竞争,以用户体验和需求为基础,开发出AI特色产品。”

深度科技研究院院长张孝荣对《证券日报》记者表示:“AI在母婴领域的主要应用方向有健康监测与安全看护、个性化育儿服务和教育陪伴与学习辅助。未来,AI在该领域的技术创新将更注重情感交互与场景化应用,如情绪识别、安全隐私预警等。在具体实践中,企业需以技术深耕为核心,平衡创新与合规,通过场景化和生态化布局来抢占智能育儿高地。具备数据壁垒、生态整合能力及差异化产品的企业将会脱颖而出。”

# 桃李面包去年净利润为5.22亿元 拟派发现金红利2.08亿元

本报记者 李勇

3月20日,桃李面包股份有限公司(以下简称“桃李面包”)披露了2024年年度报告。报告期内,公司实现营业收入60.87亿元,同比下降9.93%;实现归属于上市公司股东的净利润5.22亿元,同比下降9.05%。

据年报,截至2024年末,生产端,桃李面包在全国共投入使用了24个生产基地,仍有两个生产基地在建。销售端,桃李面包在全国建立了超30万个零售终端,并与主要大型连锁商超和区域性超市保持长期战略合作,渠道覆盖力处于行业领先水平。产品端,在近年火爆的短保面包领域,桃李面包市场规模领先。据欧睿信息咨询(上海)有限公司2023年统计数据,桃李面包短保面包销量位居全国第一位。

“短保面包更符合健康饮食趋势,市场规模快速增长,成为烘焙食品行业的优质赛道。但短保面包需要先进的工艺和设备,也要求有高效的原材料采购、生产和配送体系,具有较高的行业壁垒。”上海夏至良时咨询有限公司高级研究员、大消费行业分析师杨怀玉在接受《证券日报》记者采访时表示,桃李面包一直维持着较高的研发投入,掌握了低温成熟等先进技术,在全国布局了大量生产基地,拥有庞大的销售网络,建立了完善的质量控制体系,以确保产

品从原料到成品的高品质,在短保面包领域确立了较为领先的竞争优势。

年报显示,去年,桃李面包各个产品的毛利率均获得改善。其中,面包及糕点产品毛利率同比提升0.48个百分点,月饼产品毛利率同比提升7.15个百分点。整体上,公司毛利率同比提升0.60个百分点。

“毛利率提升一方面源于部分原材料价格的下降,另一方面源于退货率和折让率的降低。”深圳市优品投资顾问有限公司投资顾问李鹏岩向《证券日报》记者表示,除了市场方面的因素,这一变化也体现了公司在采购、销售以及生产计划安排等方面管理效能的提升。

在披露年报的同时,桃李面包还披露了2024年期末利润分配预案。公司拟向全体股东每10股派发现金红利1.30元(含税),预计将派发现金红利2.08亿元。加上2024年中期公司进行的利润分配,桃李面包2024年度预计整体现金分红4亿元,占公司当年归属于上市公司股东净利润的76.60%。

“在保证正常经营和长远发展的前提下,持续常态化地高分红,体现了公司对股东利益的重视。”李鹏岩表示,随着居民消费水平的提升和生活节奏的加快,烘焙面包行业仍然具有较好的发展机遇。在稳健发展的同时,通过现金分红等方式与投资者共享成长红利,也提升了投资者的获得感及满意度。

# 新能源转型与智能化布局并进 吉利汽车去年业绩创新高

本报记者 刘钊

3月20日,吉利汽车控股有限公司(以下简称“吉利汽车”)发布2024年业绩报告。公司全年总收入创历史新高,新能源转型取得全面突破,智能化成果逐步显现,海外出口持续高速增长,ESG践行长期主义可持续发展。

吉利汽车行政总裁及执行董事桂生悦在当日举行的业绩说明会上表示,2024年对于吉利汽车来说意义非凡,是增强信心的一年;伴随产品矩阵的持续完善,吉利汽车有能力追赶、超越并迎接更大挑战。2025年有望成为吉利汽车真正彻底扭转颓势、重回发展快车道的转折之年。

2024年全年,吉利汽车总收入达到历史新高,为2402亿元,同比增长34%,净现金水平也显著上升至398亿元,现金储备充裕稳健。这一亮眼的业绩表现,得益于集团经营盈利能力的显著提

升和核心产品竞争力的不断增强。公司全年归母净利润166亿元,同比大增213%;实现扣非后归母净利润85亿元,同比增长52%。毛利率也稳中有升达15.9%,管理效率进一步提升,销售费用率与行政费用率均同比下降。

桂生悦强调,公司2024年成绩单最具含金量的有三大方面。其一,2024年公司新能源销售占比近50%,销售总量上升到中国第二,创历史新高;其二,2024年下半年开始,公司新能源板块已经开始实现全面盈利,新能源转型取得初步成功;其三,无论是高端豪华的极氪,全面向宽的领克还是面向大众的银河及中国星系列都具有强大的竞争力,且具备盈利能力,跟上了中国汽车发展的节奏。

在全球化战略方面,吉利汽车也取得了显著进展。2024年其海外出口再创新高,全年累计出口销量超41万辆,同比增长超57%,超额完成年度出口

目标。

吉利汽车集团CEO、吉利汽车控股有限公司执行董事余海阔对《证券日报》记者表示,未来,吉利汽车将继续秉持“走出去”、“供应链”“走进来”、品牌技术服务“走上去”原则,坚持“一国一策”,在市场拓展、产品矩阵、海外渠道建设等方面多管齐下,力争在国际化产品、智能网联方面领先全球对手,不断提升吉利产品和技术在全球市场的竞争力。

除了新能源转型的全面突破,吉利汽车还在智能化布局方面取得了显著进展。吉利汽车的智驾系统于3月3日推出统一的智能出行解决方案——千里浩瀚。该方案通过5大层级(H1-H9)架构实现智驾平权和公平平权,覆盖了集团全系不同车型。在智能座舱方面,吉利汽车实现了全域自研。通过布局低轨卫星、手机、车载芯片、AI算力等生态业务,吉利汽车打造了“天地一

体”的智能通行生态。

桂生悦认为,如果没有高算力、大数据、大模型,汽车智能驾驶只能是空中楼阁。吉利率先启动了基础大模型研究,在行业最早部署AI技术。吉利星睿智算中心为吉利智能化提供了强大的AI算力支持。吉利星睿AI大模型与阶跃多模态大模型、DeepSeek等大模型已完成深度融合,大幅提升场景生成与规划能力、语音指令响应速度和用户需求分析能力。

展望未来,吉利汽车集团CFO戴永表示,2025年,吉利汽车将推出10款全新新能源产品,全年销量目标达到271万辆,其中新能源目标150万辆。吉利银河、极氪、领克等品牌将持续发力全球市场,进一步提升品牌影响力和市场份额。同时,吉利汽车还将继续践行ESG理念,推动可持续发展和绿色发展,为实现碳中和目标贡献力量。

# 两大业务齐发力 TCL智家2024年净利首次突破10亿元

本报记者 丁蓉

2024年,是广东TCL智家电股份有限公司(以下简称“TCL智家”)发展史上十分关键的一年。这一年,公司将证券简称由“奥马电器”变更为“TCL智家”,这一年,公司海外自有品牌收入增长迅猛,全年归属于上市公司股东的净利润首次突破10亿元大关。

2025年3月20日下午,TCL智家举行2024年度业绩说明会。公司总经理兼财务总监王浩在回答《证券日报》记者提问时表示,公司2024年在高端转型方面取得一系列成果,今年公司将在产品力上持续提升。

年报数据显示,2024年,TCL智家实现营业收入183.61亿元,同比增长20.96%;实现归属于上市公司股东的净利润10.19亿元,同比增长29.58%。公

司冰箱冷柜和洗衣机两大业务板块齐发力。

具体来看,冰箱冷柜方面,TCL智家2024年冰箱冷柜销量达到了1654万台,同比增长17%,公司连续16年蝉联中国冰箱出口全球总量冠军;冰箱冷柜业务收入155亿元,同比增长19%。2024年,公司制造高端大容量风冷冰箱的能力大幅提升,发布了多款大容量嵌入式冰箱,高端嵌入式冰箱阵容更趋完善。

洗衣机方面,TCL智家2024年洗衣机销量356万台,同比增长39%,远超行业增速,洗衣机国内销量跃居行业前三;洗衣机业务收入突破27亿元,同比增长33%。2024年,公司发布了超级筒洗衣机,实现了高达1.2的洗净比(衡量洗衣机洗净能力的重要指标),创行业新高。

“2025年公司将在产品力上持续提

升。”王浩向《证券日报》记者表示,“此外,公司将加快年产280万台高端风冷冰箱二期项目产能爬坡,争取尽快上量,加快东南亚选址建厂工作,进一步满足中高端客户需求。”

北京智帆海岸营销顾问有限责任公司首席顾问梁振鹏在接受《证券日报》记者采访时表示:“产品向高端化转型,是家电企业发展的重要方向之一。家电企业需要将竞争优势向产业链高端延伸,通过先进技术、时尚工业设计来打造高端产品,提升高端产品的占比。”

2024年,TCL智家确立了全新的战略方向,即致力于成为全球领先的智慧家电企业,坚定推进全球化战略,以AI智慧家电系为发展方向,通过科技创新全面实现各家电产品互联互通、协同运作及自我学习优化,为用户带来前瞻性的

科技体验和智慧健康生活,以科技推动行业进一步发展。

“目前,智慧家电市场正处于发展前期,未来产业空间巨大。智慧家电是能够感知环境、识别用户需求、为用户提供个性化服务,并能够与用户进行智能交互的家电产品。随着人工智能、物联网、大数据等技术的不断发展和普及,智慧家电市场需求将不断增长,继而推动相关产业链发展。”梁振鹏表示。

“TCL智家将坚定执行全球化和AI智慧家电战略。”王浩在业绩说明会上向记者表示,一是聚焦家电主业,坚定智慧家电发展方向,增强核心业务领先优势,把AI等新技术融入产品体系,加大冰箱、洗衣机业务关键技术领域资源投入。二是坚定实施全球化战略,拓展新的增长空间。三是加大研发投入,提升产品力和运营效率。

## 中国证券监督管理委员会 行政处罚罚没款催告书

刘明荣:

我会《行政处罚决定书》([2024]71号)决定对刘明荣处以250万元的罚款。该处罚决定书已送达生效,但您至今未按规定缴纳罚没款。

现依法向您公告送达罚没款催告书,自公告之日起30日,即为送达。请您自本催告书公告送达之日起10日内与我联系开具《缴款通知书》并缴

清罚没款,将罚没款直接缴至国库,并将汇款凭证发送至证监会处罚委办公室邮箱备案。逾期不缴,我会将依照《行政强制法》的有关规定申请人民法院强制执行,并将申请执行的信用记录纳入证券期货市场诚信档案。您对本催告书依法享有陈述权和申辩权。

联系邮箱:cfw\_zhixing@csrc.gov.cn  
2025年3月19日