证券代码：688475　　证券简称：萤石网络　　公告编号：2025-006

杭州萤石网络股份有限公司关于2024年年度利润分配预案的公告

本公司董事会、全体董事保证本公告内容不存在任何虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对其内容的真实性、准确性和完整性依法承担法律责任。

重要内容提示：

● 分配比例：每10股派发现金红利3.5元（含税）。

● 本次利润分配以实施权益分派股权登记日登记的总股本为基数，具体日期将在权益分派实施公告中明确。

● 在实施权益分派的股权登记日前公司总股本发生变动的，拟维持现金分红分配总额不变，相应调整每股分配比例，并将另行公告具体调整情况。

● 本次利润分配预案尚需提交公司2024年年度股东大会审议，审议通过后方可实施。

一、利润分配方案内容

（一）利润分配方案的具体内容

经德勤华永会计师事务所（特殊普通合伙）审计，截至2024年12月31日，杭州萤石网络股份有限公司（以下简称"萤石网络"或"公司"）母公司报表中期末可供分配利润为人民币556,329,968.94元。经公司第二届董事会第七次会议审议通过，公司2024年度拟以实施权益分派股权登记日登记的总股本为基数分配利润。公司2024年度利润分配预案如下：

公司拟向全体股东每10股派发现金红利3.5元（含税）。截至2024年12月31日，公司总股本787,500,000股，以此计算合计拟派发现金红利275,625,000.00元（含税），占公司2024年合并报表归属于上市公司股东净利润的54.70%。

如在本公告披露之日起至实施权益分派股权登记日期间，公司总股本发生变动的，公司拟维持现金分红分配总额不变，相应调整每股分配比例。如后续总股本发生变化，将另行公告具体调整情况。

本次利润分配预案尚需提交公司2024年年度股东大会审议。

（二）是否可能触及其他风险警示情形

本次利润分配预案不触及《上海证券交易所科创板股票上市规则》第12.9.1条第一款第（八）项规定的可能被实施其他风险警示的情形。

项目	本年度	上年度（已重述）	上上年度（已重述）
现金分红总额（元）	275,625,000.00	281,250,000.00	168,750,000.00
回购注销总额（元）	0	0	0
归属于上市公司股东的净利润（元）	503,927,731.05	563,159,339.35	333,652,208.56
母公司报表本年度末累计未分配利润（元）	556,329,968.94		
最近三个会计年度累计现金分红总额（元）	725,625,000.00		
最近三个会计年度累计回购注销总额（元）	0		
最近三个会计年度平均净利润（元）	466,913,092.99		
最近三个会计年度累计现金分红及回购注销总额（元）	725,625,000.00		
最近三个会计年度累计现金分红及回购注销总额是否低于3000万元	否		
现金分红比例（%）	155.41		
现金分红比例是否低于30%	否		
最近三个会计年度累计研发投入金额（元）	2,147,359,752.35		
最近三个会计年度累计研发投入金额是否在3亿元以上	是		
最近三个会计年度累计营业收入（元）	14,590,242,322.46		
最近三个会计年度累计研发投入占累计营业收入比例（%）	14.72		
最近三个会计年度累计研发投入占累计营业收入比例是否在15%以上	否		
是否触及《科创板股票上市规则》第12.9.1条第一款第（八）项规定的可能被实施其他风险警示的情形	否		

二、公司履行的决策程序

（一）董事会会议的召开、审议和表决情况

公司于2025年4月10日召开第二届董事会第七次会议审议通过了《2024年年度利润分配预案》，同意本次利润分配预案并同意将该预案提交至公司2024年年度股东大会审议。

（二）监事会意见

监事会认为：公司2024年年度利润分配预案符合中国证监会《上市公司监管指引第3号—上市公司现金分红》以及《公司章程》《公司分开发行股票并在科创板上市后未来三年股东分红回报规划》中关于现金分红的条件、比例及决策程序的有关规定，不存在损害全体股东特别是中小股东利益的情形，同时能够保障股东的合理投资回报并兼顾公司的可持续发展。

三、相关风险提示

本次利润分配的预案结合了公司发展阶段、未来的资金需求等因素，不会对公司经营现金流产生重大影响，不会影响公司正常经营和长期发展。

本次利润分配预案尚需提交公司2024年年度股东大会审议通过后方可实施。

特此公告。

杭州萤石网络股份有限公司董事会

2025年4月12日

公司代码：688475　　公司简称：萤石网络

杭州萤石网络股份有限公司2024年年度报告摘要

第一节 重要提示

1、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http://www.sse.com.cn/网站仔细阅读年度报告全文。

2、重大风险提示

报告期内，不存在对公司生产经营构成实质性影响的重大风险。公司已于本报告中详细描述了存在的相关风险，详见"第三节管理层讨论与分析"中关于公司风险因素的相应内容。

3、本公司董事会、监事会及董事、监事、高级管理人员保证年度报告内容的真实性、准确性、完整性，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担个别和连带的法律责任。

4、公司全体董事出席董事会会议。

5、德勤华永会计师事务所（特殊普通合伙）为本公司出具了标准无保留意见的审计报告。

6、公司上市时未盈利且尚未实现盈利

□是　√否

7、董事会决议通过的本报告期利润分配预案或公积金转增股本预案

公司拟向全体股东每10股派发现金红利3.5元（含税）。截至2024年12月31日，公司总股本787,500,000股，以此计算合计拟派发现金红利275,625,000.00元（含税），占公司2024年合并报表归属于上市公司股东净利润的54.70%。

如在本提案披露之日起至实施权益分派股权登记日期间，公司总股本发生变动的，公司拟维持现金分红分配总额不变，相应调整每股分配比例。如后续总股本发生变化，将另行公告具体调整情况。

上述利润分配方案已经公司第二届董事会审计委员会2025年第二次会议、第二届董事会第七次会议及第二届监事会第七次会议审议通过，尚需提交公司股东大会审议批准。

8、是否存在公司治理特殊安排等重要事项

□适用　√不适用

第二节 公司基本情况

1、公司简介

1.1 公司股票简况

√适用　□不适用

公司股票简况				
股票种类	股票上市交易所及板块	股票简称	股票代码	变更前股票简称
A股	上交所科创板	萤石网络	688475	不适用

1.2 公司存托凭证简况

□适用　√不适用

1.3 联系人和联系方式

	董事会秘书	证券事务代表
姓名	曹静文	陈菁靖
联系地址	浙江省杭州市滨江区西兴街道启智东街188号B座17楼董事会办公室	浙江省杭州市滨江区西兴街道启智东街188号B座17楼董事会办公室
电话	0571-86612086	0571-86612086
传真	0571-86939713	0571-86939713
电子信箱	ir@ezviz.com	ir@ezviz.com

2、报告期公司主要业务简介

2.1 主要业务、主要产品或服务情况

萤石网络致力于成为可信赖的智能家居和物联网云平台服务商。公司基于智能硬件、互联网云服务、人工智能（AI）和智能机器人等核心自研技术，面向智能家居场景下的消费者用户，提供以AI交互为主的智能生活解决方案；面向行业开发者客户，提供开放式AI物联网云平台服务。

1. 智能家居产品体系

在智能家居赛道中，萤石网络作为智慧生活守护者，持续聚焦科技创新，从"多点破局"到"生态进化"，逐步构筑"全景式"智慧物联生活。

萤石构建了"2+5+N"产品生态体系，聚焦智能视频及视觉技术，以AI+萤石物联云双核驱动，搭载包括智能家居摄像机、智能入户、智能服务机器人、智能控制及智能穿戴在内的五大AI交互类核心自研产品矩阵，同时通过生态控制器开放接入环境控制、智能影音等子系统生态下的N类生态产品线，为消费者用户提供面向安全、入户、清洁、健康、陪伴等多种场景和需求下的差异化智能家居产品，实现家居及周边场景的智能化。

2. 萤石物联网云平台服务

目前萤石云已成为全球领先的视觉公有云平台。作为全球化物联网云平台服务提供商，萤石云通过构建多数据中心+就近服务点的方式服务于全球客户。2024年，公司通过新增就近站点的方式有效缩短站点与用户终端的距离，降低请求延时，提升服务质量。截至2024年底，萤石物联网云平台在全球拥有超过100个数据站点，平台上的IoT设备接入数超过3亿，其中视频类设备超过2.5亿。

公司自主研发建设PaaS层物联云平台，能力涵盖音视频多媒体、消息通知处理、智能AI算法训练及调度、视频存储备份、ERTC、大数据、物联接入等，为第三方软件开发者、系统集成商等提供API、SDK、aPaaS组件、智能算法等技术工具。2024年，深度融合萤石蓝海大模型的底层能力，萤石物联网云平台进一步智能化升级。

萤石物联云平台

全球节点数	IoT设备接入数	注册用户数	月活跃用户数	B端开发者客户	智能设备APP榜单
100+	3亿+台	1.9 亿+	6500万+	36万+	头部厂商

面向消费者用户，萤石物联网云平台通过"萤石云视频"App应用，围绕生活、工作场景空间提供安全、便捷、舒适、健康的智能化增值服务。基于萤石蓝海大模型的底层能力，萤石增值服务将云端软件及AI算法服务能力与终端设备的感知及智能检测能力相融合，为用户提供可延展的个性化功能和服务，拓展产品应用场景，构建基于终端消费者使用场景的AI智能体，为用户提供更多维度的产品价值和更优质的产品体验，提升用户满意度。

面向行业端开发者客户，萤石物联网云平台逐步将积累的技术能力和运营经验开放出来，同时通过为设备制造商提供设备接入和运维保障，形成全栈开放的PaaS平台服务，输出平台开放能力。同时，萤石物联专有云为企业级开发者客户提供PaaS云平台私有化部署的服务，以容器封装软件运行构件，支持私有、混合、公有云等多种部署方式，提供便于租户隔离、资源交付和运营的物联基础设施。萤石物联专有云具有高安全性、高稳定性、高成本效益、高可扩展性等多项核心优势。

（1）萤石云服务收入拆分

单位：万元

	2024年12月31日/2024年度	2023年12月31日/2023年度	2022年12月31日/2022年度
消费者端增值服务收入	51,620.94	43,197.81	36,715.87
行业端开发者客户服务收入	53,598.58	42,436.88	30,297.99
合计	105,219.52	85,634.69	67,013.86

（2）萤石物联云平台运营数据

单位：万台、万名

类别	2024年12月31日/2024年度	2023年12月31日/2023年度	2022年12月31日/2022年度
连接设备数	30,978.67	25,436.75	20,492.46
注册用户数	19,252.52	15,686.70	12,454.59
月活跃用户数	6,552.81	5,446.41	4,393.80
平均日活跃用户数	2,738.95	2,240.14	1,796.48

注：月活跃用户是指当月使用过由萤石物联云平台支撑的应用程序的用户数量；平均日活跃用户数是指当月各日使用过由萤石物联云平台支撑的应用程序的平均用户数量

报告期内，消费者端用户情况

单位：万名

类别	2024年12月31日/2024年度	2023年12月31日/2023年度	2022年12月31日/2022年度
持有萤石设备用户数合计	4,157.42	3,361.11	2,635.52
持有萤石设备的年度累计活跃用户数	3,149.97	2,596.50	2,101.88
持有萤石设备的年度累计付费用户数	306.20	259.58	226.60

注：持有萤石设备的用户，是指截止当年年末，账号下有萤石网络智能家居产品的累计用户数量；持有萤石设备的年度累计活跃用户数，是指持有萤石设备的用户，在当年使用过由萤石物联云平台支撑的应用程序的用户数量；持有萤石设备的年度累计付费用户数，是指持有萤石设备的用户，在当年或之前发生过付费行为以在该年获得过相关增值服务权益的用户数量。

报告期内，行业端客户情况

单位：名

类别	2024年12月31日/2024年度	2023年12月31日/2023年度	2022年12月31日/2022年度
行业端客户数量	361,444	316,042	272,853
年度累计行业端付费客户数(注2)	11,186	9,984	8,666

注1：行业端客户数量指萤石云平台上注册过的客户账户数量；年度累计行业端付费客户数量指该年度享有萤石云平台服务付费权益的客户数量。

注2：2024年起，年度累计行业端付费客户数计算规则中剔除了所有享有纯体验金或赠金权益的客户，并同步对2023年和2022年的数据做追溯调整。萤石开放平台在推广初期，公司为有体验需求的开发者提供体验金或赠金权益作为平台业务发展初期的运营策略活动之一，目前平台运营发展相对稳健，已对此运营策略做相应调整。

2.2 主要经营模式

1. 双主业模式

公司致力于成为可信赖的智能家居和物联网云平台服务商，以AI和萤石物联云为双核心，构建发展了"智能家居+物联网云平台服务"的双主业格局，为消费者用户提供面向安全、入户、清洁、健康、陪伴等多种场景和需求下的差异化产品和各类可订阅的智能云增值服务，是典型的智能硬件+云服务的经营模式；同时，利用互联互通的物联网云平台，为开发者客户提供可二次开发的各类智能云服务，是典型平台服务模式。

2. 研发模式

作为技术创新研发驱动型的创新公司，公司自成立起即高度重视技术研发，不断完善研发管理机制，优化研发组织架构体系，以此支撑公司可持续的技术研发创新。公司采用矩阵式产品研发组织模式，横向集中力量研发核心技术能力，纵向以软硬件产品线为基础进行资源拉通，通过技术革新不断实现产品迭代，有计划地扩充软硬件产品品类及应用场景。

（1）横向技术资源

公司横向设有各个共享的技术资源团队：包括智能算法工程部、研发管理部、质量运营部、中台研发部、产品工业设计、交互设计、用户体验等部门，保障公司研发流程的完整及研发效率的不断提升。

（2）纵向产品部门

公司设置了多个IoT产品研发和云服务研发部门，聚焦智能家居产品和物联网云服务两个领域。通过多部门、跨领域的团队协作和研发管理平台支撑，将开发产品所需的主要研发活动整合起来，保证需求、计划、交付等研发周期环节的有效管理。其中成熟产品品类业务采用融合产品研发和营销部门的事业部制，提高业务内部运营效率。

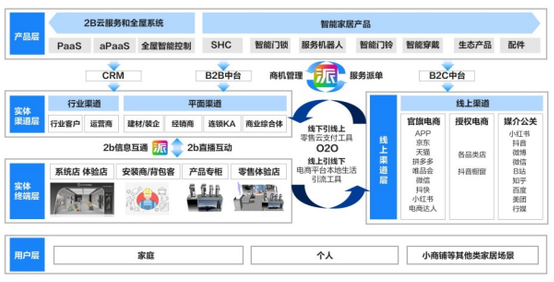
此外，公司还特别设置了网络安全管理委员会，数据安全及个人信息保护委员会用于统筹负责公司安全体系方面的工作。

3. 销售模式

公司建立了国内和国际市场并举，线上和线下渠道协同的多元化、多层次的营销渠道。

（1）境内市场

公司通过搭建线上线下零售及分销渠道矩阵的布局，不断提升终端消费者用户触达效率，优化智能家居产品及全屋智能解决方案的体验、交付、售后服务等能力。



线上渠道方面，公司主要通过官旗电商、授权电商、媒介公关等平台进行营销。在境内市场，公司加大了内容电商营销能力建设，通过货架电商和内容电商双轮驱动的方式驱动电商业务的发展。同时，通过加大授权电商的布局，形成官旗电商和授权电商的渠道矩阵，"协同作战"共同实现品牌增量。

线下渠道方面，公司构建了零售终端渠道、分销渠道、行业客户渠道并举的多元化渠道结构，更高效的触达终端用户。公司在境内各个城市建立了客户合作伙伴生态，通过客户数量的发展和质量的不断提升，增强对终端用户的覆盖能力。同时，公司通过自主开发的"萤石派"在线营销工具，实现客户商机和服务的数字化管理，协助渠道客户提升销售和服务能力，持续优化渠道运营效能。

围绕线下零售终端渠道基础建设，公司在国内建设全屋智能系统体验店、产品专柜、零售体验店等多元化的实体终端，不断完善消费者对智能家居产品和全屋智能系统的购买体验，通过更丰富多元的消费者触达渠道，实现萤石品牌影响力的提升。基于线下多元化的实体终端，通过线上电商平台、电商本地生活平台、直播间和社媒平台与线下零售终端流量互补，公司进一步完善萤石O2O全域零售的整体战略。

配合智能锁的推广，公司积极开拓五金渠道业务，不断提升五金渠道客户的数量和质量，同时积极推进五金客户终端化建设，完善智能锁售后服务体系，为智能入户产品做线下渠道适配。

此外，公司服务于开发者客户，通过线上+线下结合的运营模式，建立了开发者客户社区，推动公司PaaS云服务销售。

（2）境外市场

公司目前已在全球多个国家和地区开展业务，采取因地制宜的本地化策略，不断完善境外销售渠道生态体系。

线上渠道方面，公司境外线上销售主要通过跨境电商和本地电商进行销售。顺应不同国家和地区的电商趋势，公司不断加强境外品牌建设投入，强化境外电商产品的竞争力和销售能力，在不同国家和地区加强头部跨境电商和本地电商的业务布局。

线下渠道方面，公司境外智能家居产品销售采取因地制宜的灵活策略。公司会选择区域代理商作为核心经销商，根据不同区域和国家的特点，依赖本地化营销团队，拓展经销商、街边店、电工五金等分销渠道；同时对于连锁零售业发达的地区和国家，有侧重地发展线下连锁KA零售渠道（如大型家居连锁超市或家居精品店）。

4. 供应链管理模式

公司采用自主生产、外协生产、生态产品、外采成品多种灵活的生产及采购模式。目前，自主生产是公司的主要生产方式。

为应对当前复杂多变的产业链及供应链环境，公司持续在提升供应商多元化布局和供应链稳定性上发力。报告期内，国内重庆工厂逐步扩大产能，重庆和桐庐进行双工厂生产，确保交付的稳定性。采购端，公司已经建立了多货源A/B料互替机制，持续提升供应链本地化比例，供应链内部建立了物料交付风险预警以及生产订单急单标识系统，通过供应链数字化流程管理机制，保障原材料供应的稳定性。

公司持续加强精益化供应链管理，通过对供应链的数字化、自动化、智能化升级改造，实现计划、采购、生产、内外物流的智能协同生产模式。

公司逐步建立了以渠道需求为拉动的端到端交付机制，针对渠道差异化进行交付策略调整和评价。供应链数字化管理方面，公司开发了统一管理平台和数据应用报表平台，利用平台对市场大数据自动差别分析、协同预测并以不同的渠道和业务模块进行展示，助力计划部门更准确地指导生产和采购，实现计划和调度间的智能协同，提升产能需求预测准确性，有利于工厂合理安排生产计划，提升产能效益。

生产制造端，公司供应链通过产线工艺创新、工序自动化升级，努力实现供应链端到端总成本持续优化，提升产品质量管控能力，充分发挥自有供应链在成本和质量方面的核心优势。

2.3 所处行业情况

(1). 行业的发展阶段、基本特点、主要技术门槛

过去两年，AI交互式大模型技术快速发展，从文字到视音频多模态，其中视音频感知和交互是主线技术，促使AI能够逐步更好的理解真实世界，与真实世界进行有效互动。

IoT智能设备在具身智能技术的推动下，会逐步发展为可交互的智能产品，理解消费者的需求并进行个性化交互，而非千篇一律的机械响应。其中，带有智能视觉能力的IoT产品，搭载云端AI场景化服务，软硬一体端云联动逐步成为新趋势。比如智能家居摄像机，结合云端大模型进行深度AI算法分析，提供主动交互能力，成为家庭智能化AI交互端的关键入口；同时，通过联动其他相关IoT设备协同动作，智能家居未来将走向自主感知、自主反馈、自主交互、自主控制的阶段。我们认为，随着AI大模型技术的快速发展，以人为中心的个性化智能家居产品和服务将加速到来。

智能家居系统是一个融合多维感知、交互决策和执行反馈的系统工程。在AI快速发展的大背景下，企业需要具备有竞争力的视觉技术、万物感知技术、多模态理解技术、AI生成技术、智能机器人技术、空间理解技术、具身交互技术、端云协同技术、互联互通技术等多项综合技术能力，以及覆盖硬件研发、生产和软件技术研发的综合AIoT技术能力架构，综合掌握这些技术能力并逐步落地市场应用对企业而言有很高的门槛；同时，对企业坚定的核心技术研发投入，品牌的长期规划，多渠道运营，跨领域供应链整合，有保障的售后服务，智能生活生态化解决方案构建等多方面综合能力也提出了较高的要求。

(2). 公司所处的行业地位分析及其变化情况

公司在视觉技术方面拥有硬件、软件、云平台高度融合的生态闭环，端云协同，为智能检测、智能识别、AI分析推理等功能提供了强大支持，奠定了公司在智能家居产品领域的竞争优势。

智能家居摄像机是智能家居的核心产品之一，正在逐步渗透到消费者端用户的各种家居和类家居场景中。智能家居摄像机作为萤石的现金牛业务及第一增长曲线，市场占有率处于市场前列，根据IDC发布的《全球智能家居设备市场季度跟踪报告》中对2024年全球消费摄像头的最新数据统计，萤石智能家居摄像机出货量蝉联全球第一。2024年，公司在智能摄像机产品形态和智能技术方面不断突破创新，推动智能家居摄像机向视觉化、场景化、交互化、智能化升级，进一步拓展家居摄像机的应用边界。2024年，公司全新发布了视频通话摄像机S10和可移动宠物看护摄像机TAMO，专注于老人、小孩、宠物的看护和陪伴，新品发布上市以来备受市场关注。

智能入户产品作为人与全屋产生交互的第一道入口，入户产品的安全性、便携性及智能化是用户对智能家居体验中的重要环节之一。萤石将自身擅长的音视频技术，智能识别技术，AI能力与智能锁、智能猫眼、门铃、对讲等多类智能入户产品深度融合，持续打磨产品和技术创新，提供有差异化的智能入户产品，提高了产品的附加值和市场竞争力，在产品品质、产品使用体验方面得到了用户和渠道客户的广泛认可，品牌认可度进一步提升。2024年，萤石全栈自研的人脸视频锁持续推动行业革新，为智能锁行业带来了多项创新性的突破，满足了用户在入户场景下对于安全、便捷、智能的全方位需求，如多摄方案解决看护盲区痛点，AI算法商店升级看护能力等。报告期内，公司的智能入户业务已经成长为公司的明星业务及第二增长曲线，对公司的收入贡献进一步放大，根据奥维云网2024年智能门锁市场总结报告，"萤石品牌在2024年展示了强劲的发展潜力，在线上市场其零售量和零售额同比实现超100%的增速，在智能锁重点品牌中成长性名列第一"。

除了家居摄像机、智能入户类产品，公司的智能服务机器人、智能穿戴、智能控制等创新智能家居产品也会大量使用视觉和AI交互技术，公司多品类产品技术正在孵化、蓄势并积极拓展市场的过程中。

软件服务方面，根据艾瑞咨询的移动APP指数数据统计，在智能家居类别的应用程序中，公司的"萤石云视频"应用目前拥有行业内前两位的月度活跃数量。截止到2024年末，萤石物联网公有云平台月活跃用户数超过6500万，IoT设备接入数超过3亿，其中视频类设备超过2.5亿。

作为智慧生活的守护者，萤石网络在智能家居领域对AI大模型技术进行持续投入，深入挖掘应用场景，开发差异化、创新型智能家居新品和增值服务，提升用户体验。随着AI时代的到来，AI大模型技术作为新质生产力，将为个人、家庭、行业和社会带来无限可能，公司也将在这一潮流中不断创新，引领智能家居发展。

(3). 报告期内新技术、新产业、新业态、新模式的发展情况和未来发展趋势

（1）主要技术发展趋势

视觉技术方面，从图像逐步走向视频，从2D逐步走向3D，推动空间感知和空间理解，实现从感知到认知的技术跨越；

多模态理解方面，实现从单模态的识别分析到跨音频、视频等多模态的感知与理解能力，实现文本、音频及视频的内容理解，并最终指导机器决策。

大模型技术方面，逐步从单点大模型能力到混合多模态大模型能力的发展，逐步驱动实现任意场景下包括语音、文字及视频的多模态交互。

端云协同方面，边缘侧小模型提供基础推理服务，云端大模型提供高精度能力及多模态服务，实现端云联动。

机器人技术方面，从单纯的多维感知与执行到空间理解及具身交互，基于端云协同的交互能力，实现"人与机器"和"机器与物"的智能互联和交互，使机器人能够像人一样的思考、决策和执行任务。

（2）主要产品发展趋势

智能家居摄像机

在AI大模型技术的加持下，智能家居摄像机会呈现以下三个主要趋势：

1）多功能融合：高清、多摄、多样化无线连接、带屏幕可智能交互、内置电池和存储一体化集成，端云协同；

2）场景化：AI融合细分场景，如婴儿看护、儿童陪伴、老人看护、宠物看护、鸟类观察等，为更多特定人群和场景提供智能内容服务；

3）创新融合：与各类IoT进行跨品类融合，产生新的创新智能硬件。

智能入户产品

作为智能家居与用户交互的第一入口，智能入户产品将进一步向视觉化、交互化、智能化升级，让用户的入户场景更加安全、智能。同时，通过多样化智能视觉算法识别，如人脸识别、掌静脉、车牌识别、包裹识别、儿童和老人单独出门识别、天气提醒等，各类入户产品相互联动，组成完整的入户系统，为用户提供更便携、自动化、个性化的出行和归家体验。

智能服务机器人在空间立体视觉、空间具身智能、全语义感知、多模态大模型、数字人交互等技术的加持下，用户与机器人的交互形式将从"单一式提醒"和"对话式交互"升级为"角色式交互"。随着机器人机械控制、端云协同能力的进一步迭代升级，智能服务机器人将进一步实现人机运动交互，进化成家庭管家、保姆、保安、护士、教师等多种角色，提升家庭成员的生活品质。

（3）新业态趋势

AI场景化：随着AI技术的快速发展，人工智能技术将应用于具体的生活、工作或行业场景中，通过解决具体场景的实际问题来提升效率、优化体验或创造新价值。智能家居是AI场景化典型的垂直应用场景。随着AI技术不断赋能视频、视觉、交互类产品的智能化升级，结合场景化AI云服务，云+边+端深度融合协同将提供给用户更完整的AI解决方案，增强家居安全性、提升生活便利性，优化能源使用效率，提供情绪价值，全方位打造智能化人居空间。同时，智能服务的比重将会上升，订阅服务将更加多元，包括家庭的老人、孩子与宠物的看护与陪伴服务，智能商铺的无人值守服务等。

3、公司主要会计数据和财务指标

3.1 近3年的主要会计数据和财务指标

单位：元　币种：人民币

	2024年	2023年		本年比上年增减(%)	2022年	
		调整后	调整前		调整后	调整前
总资产	8,353,718,200.43	8,202,690,593.24	8,192,575,262.24	1.84	7,193,302,941.10	7,183,539,207.15
归属于上市公司股东的净资产	5,493,265,544.50	5,264,992,356.47	5,264,992,356.47	4.34	4,861,000,653.12	4,861,000,653.12
营业收入	5,441,939,939.51	4,841,065,620.27	4,839,744,865.55	12.41	4,307,236,762.68	4,306,313,778.13
归属于上市公司股东的净利润	503,927,731.05	563,159,339.35	562,940,763.10	−10.52	333,652,208.56	333,489,214.42
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	483,418,313.42	553,314,125.36	553,314,125.36	−12.63	296,053,785.43	296,053,785.43
经营活动产生的现金流量净额	548,388,193.76	969,521,604.82	970,566,189.69	−43.44	736,921,573.14	735,558,043.45
加权平均净资产收益率(%)	9.41	11.16	11.15	减少1.75个百分点	20.24	20.23
基本每股收益（元／股）	0.64	0.72	1.00	−11.11	0.49	0.74
稀释每股收益（元／股）	不适用	不适用	不适用	不适用	不适用	不适用
研发投入占营业收入的比例(%)	14.95	15.09	15.10	减少0.14个百分点	14.00	14.00

3.2 报告期分季度的主要会计数据

单位：元　币种：人民币

	第一季度（1-3月份）	第二季度（4-6月份）	第三季度（7-9月份）	第四季度（10-12月份）
营业收入	1,236,902,103.16	1,346,517,087.52	1,379,226,310.70	1,479,294,438.13
归属于上市公司股东的净利润	125,029,413.58	156,628,557.71	93,118,529.54	129,151,230.22
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润	121,621,290.84	154,924,699.46	91,387,698.29	115,484,624.83
经营活动产生的现金流量净额	−152,533,851.54	185,167,222.42	98,531,972.42	417,222,850.46

注：报告期内发生同一控制下企业合并，按照企业会计准则对季度数据进行追溯调整。

季度数据与已披露定期报告数据差异说明

□适用　√不适用

4、股东情况

4.1 普通股股东总数、表决权恢复的优先股股东总数和持有特别表决权股份的股东总数及前10名股东情况

单位：股

截至报告期末普通股股东总数(户)	11,964
年度报告披露日前上一月末的普通股股东总数(户)	9,327
截至报告期末表决权恢复的优先股股东总数(户)	0
年度报告披露日前上一月末表决权恢复的优先股股东总数(户)	0
截至报告期末持有特别表决权股份的股东总数(户)	0
年度报告披露日前上一月末持有特别表决权股份的股东总数(户)	0

前十名股东持股情况（不含通过转融通出借股份）

股东名称（全称）	报告期内增减	期末持股数量	比例(%)	持有有限售条件股份数量	质押、标记或冻结情况		股东性质
					股份状态	数量	
杭州海康威视数字技术股份有限公司	108,000,000	378,000,000	48.00	378,000,000	无	0	国有法人
杭州阿陌青荷股权投资合伙企业(有限合伙)	72,000,000	252,000,000	32.00	0	无	0	境内非国有法人
招商银行股份有限公司－华夏上证科创板50成份交易型开放式指数证券投资基金	9,321,908	10,317,806	1.31	0	无	0	其他
国新投资有限公司	−439,499	9,988,029	1.27	0	无	0	国有法人
中国工商银行股份有限公司－易方达上证科创板50成份交易型开放式指数证券投资基金	6,589,669	6,589,669	0.84	0	无	0	其他
景顺长城基金－中国人寿保险股份有限公司－分红险－景顺长城基金国寿股份成长股票型组合单一资产管理计划(可供出售)	4,025,757	5,839,926	0.74	0	无	0	其他
郭敏芳	346,882	4,251,988	0.54	0	无	0	境内自然人
中国中金财富证券有限公司	826,110	3,919,892	0.50	0	无	0	国有法人
中国人民人寿保险股份有限公司－传统－普通保险产品	3,401,231	3,401,231	0.43	0	无	0	其他
於之华	949,554	3,323,439	0.42	0	无	0	境内自然人
上述股东关联关系或一致行动的说明	1.公司自然人股东於之华与公司法人股东杭州海康威视数字技术股份有限公司董事长胡扬忠先生系夫妻关系。 2.除此之外，本公司未知其他上述股东之间是否存在关联关系，也未知其他股东之间是否属于《上市公司收购管理办法》中规定的一致行动人。						
表决权恢复的优先股股东及持股数量的说明	不适用						

存托凭证持有人情况

□适用　√不适用

截至报告期末表决权数量前十名股东情况表

√适用　□不适用

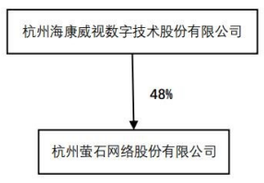
单位：股

序号	股东名称	持股数量		表决权数量	表决权比例	报告期内表决权增减	表决权受到限制的情况
		普通股	特别表决权股份				
1	杭州海康威视数字技术股份有限公司	378,000,000	0	378,000,000	48.00	108,000,000	无
2	杭州阡陌青荷股权投资合伙企业（有限合伙）	252,000,000	0	252,000,000	32.00	72,000,000	无
3	招商银行股份有限公司－华夏上证科创板50成份交易型开放式指数证券投资基金	10,317,806	0	10,317,806	1.31	9,321,908	无
4	国新投资有限公司	9,988,029	0	9,988,029	1.27	−439,499	无
5	中国工商银行股份有限公司－易方达上证科创板50成份交易型开放式指数证券投资基金	6,589,669	0	6,589,669	0.84	6,589,669	无
6	景顺长城基金－中国人寿保险股份有限公司－分红险－景顺长城基金国寿股份成长股票型组合单一资产管理计划(可供出售)	5,839,926	0	5,839,926	0.74	4,025,757	无
7	郭敏芳	4,251,988	0	4,251,988	0.54	346,882	无
8	中国中金财富证券有限公司	3,919,892	0	3,919,892	0.50	826,110	无
9	中国人民人寿保险股份有限公司－传统－普通保险产品	3,401,231	0	3,401,231	0.43	3,401,231	无
10	於之华	3,323,439	0	3,323,439	0.42	949,554	无
合计	/	677,631,980	0	677,631,980	/	/	/

4.1

4.2 公司与控股股东之间的产权及控制关系的方框图

√适用　□不适用


杭州海康威视数字技术股份有限公司
48%
杭州萤石网络股份有限公司