

证券代码：688696

证券简称：极米科技

## 成都极米科技股份有限公司

### 2021年8月投资者关系活动记录表

投资者关系活动类别	<input checked="" type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 路演活动 <input type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 其他（请文字说明其他活动内容）
参与单位名称	大成基金、天风证券
时间	2021年8月31日
地点	公司会议室
上市公司接待人员姓名	薛晓良(董事会秘书)、黄国城（投资者关系经理）
投资者关系活动主要内容介绍	<p><b>1、对于投影用户使用场景怎样理解？未来发展展望是代替传统黑电还是与其共存？</b></p> <p>答：在家庭里，我们认为微投跟电视的关系首先更多的是补充关系，智能微投是除手机平板电视之外另外一个沉浸式大屏观影游戏的消费电子产品。也有部分年轻用户在家装前期就决定不用电视。更多用户买投影仪前家里可能都有电视，用在卧室/书房/餐厅/厨房等；还有另外一些用户看轻度信息如新闻就用电视，但需要全家人一起观影看剧的长时间沉浸式需求则使用投影仪，装下拉幕布。画面可大可小以及便携可移动是智能微投最大的一个特征，产品形态和使用场景都和电视有差异，综合来看是共存关系。</p> <p><b>2、公司上半年毛利率提升的原因？</b></p> <p>答：公司上半年毛利率同比提升的主要原因是产品结构变化和光机自研比例提高。我们在一季度末推出了 H3 的迭代新品 H3S，然后在二季度推出了高端系列的迭代新品 RS Pro 2，由于这两款产品的上市导致我们的产品结构有一定的变化，让我们的平均单价有所提升。</p>

**3、公司上半年智能投影的销量大概是多少万台，其中H系列、Z系列和便携系列具体的销量分别是多少？**

答：公司产品销量结构占比的话可以参考招股说明书上的数据。从销售数量上来说，Z系列的销量一直都是最大的；从金额上来说，H系列和Z系列基本是持平的。便携系列一直比较稳定。RS系列的话，RS 2代的表现比1代要好，但是因为上市的时间还比较短，未来的销量表现还需要我们继续努力。

**4、渠道方面，公司国内线下渠道在发力，线下体验店的进展及后续方向？**

答：光从电商平台上面去看产品的一些描述，消费者很难有一个很震撼的身临其境的体验，所以线下门店的建设会持续投入。上半年国内线下门店整体处于扩张趋势，直营门店及加盟店在内的门店数量合计136家，增加的主要是加盟店。加盟店和直营店都追求健康发展，不会刻意追求速度，下半年维持扩张态势，没有具体指标。

**5、海外消费者对智能投影产品的认知和认可度怎样？**

答：海外市场教育程度类似公司刚开始在国内做智能投影的阶段。比如海外前几年的家用投影推荐榜单，大多都还是传统投影品牌。上半年我们通过各种方式进行用户教育，比如拍广告和品牌视频、与KOL合作、与线下经销商进行合作推广等，在产品和品牌声量方面都有提升，海外主打产品陆续获得产品金奖，同时出现在一些评测榜单和推荐榜单中。但整体来看海外用户教育是长期过程，要用长期目光去看。

**6、目前DMD芯片供应情况？**

答：受疫情等因素影响，交付不确定性大。供应量来看，各家DMD芯片都是吃不饱的状态，Q4的量德州仪器没有给确切数字。大环境芯片供应紧张。

**7、公司近期推出了股权激励方案，请介绍一下股权激励**

	<p><b>实施思路?</b></p> <p>答：本次股权激励方案绝大部分采用期权激励，第一批解锁时间锁定三年，关注两核心：以市价激励+较长锁定期。激励价格接近公告当日收盘价，按照市价激励，要求公司做出超预期的成绩，期权才有行权的价值。</p> <p><b>8、公司如何看待激光微投产品?</b></p> <p>答：激光微投我们认为是一种光源的选择，市面上的激光微投基本上在技术路线上和我们一样都是DLP路线。主要的差异在于光源是选择LED还是激光。对于激光光源的微投来说，公司现阶段处于技术关注阶段。激光的一个优势是亮度比较高，但是从现阶段激光的发展来看，如果在成本端要适合家用的话，主要还是用单色激光加色轮的方式，那么这种方式在色彩的表现上会差一些。所以就是从颜色、画质表现、成本来看，LED是目前各方面来说更均衡的选择。当然，公司在激光光源的微投也在关注，要看激光光源技术的发展情况。</p>
附件清单（如有）	无
日期	2021年8月31日