

深圳光峰科技股份有限公司

投资者互动记录

深圳光峰科技股份有限公司（以下简称“公司”）2022年9月在信息披露范围内与投资者保持良好的互动交流工作。2022年9月，公司接待投资机构包括易方达基金、中欧基金、兴业基金、天风证券、光大证券等超20家投资机构、近30名投资者，接听投资者来电咨询超50次。

投资者关注的主要问题及公司答复具体如下：

1、请问公司内部如何评价新品S5？销售情况如何？

答：产品力方面，峰米S5使用激光光源+0.23吋DMD芯片的组合，锚定三千元的价格比段位，在亮度、音效、校正速度、接口、体积、外观、电源等方面明显超越主流竞品，特有的远场语音、智能家居互联、磁吸挂架等，更增加了产品可玩性。市场评价方面，用户普遍反馈该产品的参数配置与用户体验均超过预期。

销售方面，峰米S5自9月6日上线预售，9月14日首次发货，9月17日首发销售额突破1,000万元，9月21日登上天猫投影仪热销榜第一位。该产品由于性价比优势明显，销售超预期，目前公司已着手加紧排产备货，保障销售持续性。

公司认为，S5不仅具备成为C端爆品的实力，还从光源和芯片两个角度分别验证了可行性——即激光光源作为高光效光源，对家用市场中低端价位的渗透力明显提升；同时，小尺寸芯片能够在保障显示效果的前提下增加产品便携性，使用场景拓宽、使用限制减少。未来，峰米会继续保持对C端市场需求的敏锐度，依托技术优势进行产品创新，将用户痛点与自身技术优势进行更紧密的结合，做更懂消费者的家用投影品牌公司。

2、公司连续发布V10、S5等拳头家用新品，接下来还有什么新品计划，新品策略是怎样的？

答：今年以来，公司对于C端家用市场的新品策略以锚定市场主流价格段为核心，主动对标市场现有产品。例如，高价位产品V10在向消费者普及4K分

分辨率的基础上，创新导入 2.1 声道音箱，相较竞品，参数更优、价格更低；而中低价位产品 S5 主打小巧，凭借激光光源光效高、光机体积小的优势，把 LED 小体积竞品通常弱化掉的音效、噪音、远场语音等进行强化，实现同一价格、参数更优、功能更全。

公司认为该策略经受住了市场考验，产品力和品牌形象全面提升，未来公司会继续对标市场主流价位段，通过激光的优势，保持音画品质同步在线，满足用户最关注的观影需求，降低消费者选择成本。同时不断优化智能算法，更精准解决用户痛点，强化投影仪智能家居属性，实现家居内多场景联动。

3、车载业务进展如何？

答：公司重视车载光学业务的持续拓展，充分发挥技术及产品优势，分别取得 IATF 16949: 2016 质量管理体系认证证书和收到比亚迪出具的《开发定点通知书》，将成为比亚迪汽车的车载光学部件供应商，公司正紧锣密鼓按客户需求进行开发。后续，公司将继续加大力度拓展车载显示的前装市场与后装市场业务，加强与整车厂商及一级供应商开展多层次、全方位合作。

4、影院业务暑期档表现如何，是否有反弹？

答：根据灯塔专业版数据显示，截至 7 月 30 日，2022 年全国院线电影总票房（含预售）正式突破 200 亿。其中，2022 暑期档（6 月 1 日-8 月 31 日）总票房 50 亿元（含预售），总场次 1,941.64 万，总人次 1.32 亿。

5、今年疫情属于散发型，对公司的业务有多大的影响？

答：今年疫情多处高频散发，对公司业务高速增长产生了较为不利的影响，尤其是影院业务部分时段暂停营业，教育及工程业务也受到一定影响，TO C 业务生产和仓储受到疫情影响无法正常发货等，造成经营压力。

公司在激光显示领域深耕多年，拥有原创核心技术和专利壁垒，面对疫情压力，努力挖掘工程及商教业务、海外电影业务的盈利点，2022 年上半年工程投影市场公司销量占比 17.9%、销售额占比 16.6%拿下行业双第一，教育投影市场公司销量份额达 26.2%，位列行业第一，业务韧性凸显。同时重点拓展家用核心器

件业务、TO C 业务和车载光学业务，持续优化公司的基本面，并积极培育新成长曲线，为公司未来发展提供强劲动能。