

证券代码：300628

证券简称：亿联网络

厦门亿联网络技术股份有限公司
投资者关系活动记录表

投资者关系活动类别	<input type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input checked="" 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
参与单位名称	嘉实基金、南方基金、平安基金、建信基金、长盛基金、海创基金、易方达基金、中邮基金、民生证券、华创证券、中信建投证券、国信证券、天风证券、东方证券、中信证券、广发证券、兴业证券、信达证券、华泰证券、东北证券、西部证券、西南证券、申港证券、华西证券、长江证券、华安证券、花旗银行等单位与个人
时间	2023年4月23日
地点	“亿联会议”线上会议
上市公司接待人员姓名	董事长陈智松、董事会秘书余菲菲、证券事务代表何也
投资者关系活动主要内容	投资者关系活动主要交流内容附后

一、2022 年度公司经营概况

1、2022 年度公司整体业绩情况

2022 年，公司实现营业收入 48.11 亿元，同比增长 30.57%；实现净利润 21.78 亿元，同比增长 34.75%；整体毛利率为 63.01%，同比提高 1.46 个百分点；整体净利率为 45.27%，同比提高 1.41 个百分点。报告期内，公司积极发展新产品、持续完善企业通信解决方案、加大市场拓展力度，总体保持了优秀的经营效率，实现了营业收入及净利润的稳步增长，进一步提高了市场竞争力。2022 年至今，虽然海外宏观经济走势偏弱对公司业务推进构成一定挑战，但公司认为，一方面基于全球企业数字化转型和混合办公模式这一主旋律，企业通信行业的发展具有长期确定性；另一方面在宏观经济走势偏弱时期，企业采购降本增效类办公通信设备的意愿增强，同时更加偏好高性价比的产品，而公司作为企业通信市场的领先者，恰好充分发挥了中国企业的供应链及成本优势，产品在具备高质量、高性能的同时，拥有相对较低的价格，在当前环境下公司的竞争优势反而得到了进一步的加强。总体而言，外部不利因素对公司的经营发展可控，各项业务经营保持良好成效。

2、2023 年第一季度公司整体业绩情况

2023 年第一季度，公司营业收入和净利润较上年同期相比均有所下滑，主要是受到海外经济形势偏弱的影响，经销商备货相对谨慎，公司需求出现短期波动，但短期业绩波动不影响长期市场趋势向好。

从经销商的下游销售数据来看，也呈现逐月环比增长的趋势，我们认为目前经销商库存水平已处于相对低位，进一步降库存的可能性比较低，我们判断经销商的拿货意愿会随下游销售向好而逐渐增强，因此预计 Q2 至下半年的业绩能恢复至正常的业务趋势。

3、2022 年度公司分业务线业绩情况

报告期内，公司持续迭代原有产品和拓展新品品类，不断巩固与提升产品竞争力，具体而言：

桌面通信终端实现营业收入 31.45 亿元，同比增长 23.47%；毛利率为 63.76%，同比提高 1.36 个百分点。报告期内，桌面通信终端取得超预期增长，主要由于上半年经销商存在部分补库存的现象以及友商缺货使得公司竞争力突显。去年的高基数也使得公司今年的增长更具有挑战性，也是造成今年一季度话机增长不太理想的重要原因。从未来趋势上看，海外混合办公已成主流的背景下话机业务市场空间瓶颈明显，但公司将尽可能提高产品竞争力，谋求市占率的进一步提升。

会议产品实现营业收入 12.99 亿元，同比增长 42.34%；毛利率为 64.69%，同比提高 2.42 个百分点。报告期内，公司推出了音视频会议平板 MeetingBoard、智能安卓视讯一体机 MeetingBar A10、桌面一体式终端 DeskVision A24 等多款智慧办公新产品，深度挖掘会议室场景下的用户需求和痛点，为用户提供更完整、更优质的会议室解决方案，更智能、更高效的沟通协作体验。从今年一季度来看，会

议产品推进节奏相对顺畅，仍然保持了较好的增长，我们有能力也有信心在今年取得更多的进展。

云办公终端实现营业收入 3.61 亿元，同比增长 63.44%；毛利率为 51.37%，同比提高 2.66 个百分点。报告期内，公司发布了 BH7X 系列商务蓝牙耳机，切入高端音频市场，但市场竞争力还需要进一步的提升。该业务线作为公司新产品线，产品的综合竞争力和盈利能力都还有提升空间；我们会加快产品迭代，在今年年中将新产品重新上市，以验证产品竞争力。

4、2022 年度公司其他方面

当前全球宏观经济环境仍较为复杂，但公司高度专注自身核心竞争力建设，提升研发、销售、公司治理等多方面的综合能力，保持应对外部风险的能力和韧劲，争取在危机中把握机会，转危为机。

在研发上，2022 年公司的研发投入占比为 10.30%，研发人员占比为 50.38%。未来，公司将继续坚持自主研发创新，不断强化专业会议、语音通信、高效协作、智慧办公四大能力矩阵，持续拓展并完善全行业全场景沟通与协作解决方案，打造新型混合办公模式下沟通与协作新体验。在销售上，2022 年公司的销售投入占比为 5.31%，销售人员占比为 28.37%。未来，公司将持续构建大项目和“平台+智能硬件终端”解决方案的销售能力，同时构建与完善销售通路，如逐步拓展 Pro AV 类、IT 类渠道，以及适当提升外籍销售的比例以增强本地化服务能力。今年一季度，公司也延续了高研发投入的趋势，不断壮

大高质量研发人员的队伍，同时在营销等方面也继续投入，使得一季度在公司需求出现短期波动的情况下，扣非净利润受到一定程度的影响。

此外，公司 2022 年在实现较好业绩成果的同时，在股东回报、人才激励、社会责任等方面也有所投入。

在股东回报上，公司积极回报投资者，2022 年拟向全体股东每 10 股派发现金股利人民币 13.00 元(含税)，共计人民币 11.71 亿元，分红比例提升至 53.78%；同时，公司以资本公积金向全体股东每 10 股转增 4 股。

在人才激励上，公司于 2022 年正式实施了事业合伙人持股计划，也推出了 2022 年限制性股票激励计划。同时，公司今年将完成 2022 年预留部分限制性股票的授予，并设立 2023 年事业合伙人持股计划。

在社会责任上，公司发起的厦门市亿联公益基金会于 2022 年底正式成立，秉承“商业向善”的公益理念，希望能够发挥公司的技术优势及资源优势助力社会发展。另外，公司在年报披露的同时也发布了《2022 年 ESG 报告》，希望能够在保持业绩快速增长的同时，在可持续发展方面也有进一步的成效。

二、问答环节

Q: 预计公司后续的业绩恢复情况

A: 公司全年业绩目标指引参考限制性股票业绩考核目标 20%，Q1 业绩受到自去年下半年以来宏观经济环境使得经营商拿货意愿谨慎

的影响，我们认为这是业绩的最低点，预计 Q2 能回正。今年的业绩节奏大体会是比较明显的前低后高状态，主要有几方面的原因：一是去年上半年业绩基数较高，因此今年上半年的同比增长稍有压力；二是从经销商的下游销售数据来看，呈环比增长的态势；另外，公司今年大部分的新品大概在年中上市，业绩贡献基本上是在下半年，已上市的新品处于新品的推进期，放量也将在下半年。虽然后续的业绩恢复仍具有一定的挑战性，但我们对于后续季度仍保持积极乐观的态度。

Q：公司今年的新品计划及渠道拓展计划？

A：在新品方面，会议产品今年将会出货如适合超小型会议室的桌面一体式终端 DeskVision A24、适合中型会议室的 360 度多合一全景智能摄像头 SmartVision 60、适合超大型会议室的吊顶麦等新品。从解决方案的角度来看，会议室场景将进一步延伸至超大及超小型会议室，逐步覆盖更多会议场景；从产品品类来看，将涵盖会议室场景中更多元化的终端，满足客户更多样化需求。商务耳麦今年将继续优化升级已推出的产品，同时预计进一步完善 BH7X 全系列耳机，通过持续迭代成为相对有竞争力的产品。

在渠道建设方面，公司将继续构建大项目和企业通信整体解决方案的销售能力，进一步完善销售通路，如逐步拓展 Pro AV 类、IT 类渠道，主要是支撑公司新产品线的发展，以及适当提高外籍销售比例以增强本地化服务能力等。

公司会议平板是集专业的音视频功能与协作为一体的会议终端

新品类，锚定对音视频效果有高要求且有多平台兼容需求的客户群。会议平板作为一站式企业通信解决方案的一部分，对于客户而言，高集成化和一体化有利于降低资本开支和方便部署管理，对于公司而言，有利于提高企业通信解决方案的价值量。当前，会议平板在国内外反响较为积极，预计今年会有更大的业绩贡献。

Q: AI 赋能对公司的影响？

A: 科技行业往 AI 的方向发展是近十年来都非常确定的方向，公司也长期坚持在产品智能化上的投入创新，也力图打造越来越智能的智慧会议室，目前智能人脸识别与追踪、智能图像优化、智能消噪技术等均在终端设备上有所应用及体现。

随着微软 Teams 在 AI 的赋能下能力的强大，或将撬动更大的用户需求，未来客户选择微软 Teams 的意愿度也或将提升，使得 Teams 在会议市场的份额能够显著提升。而公司作为微软 Teams 的长期金牌合作伙伴，具备产品上解决方案全面、研发上持续投入与创新、快速响应等优势，能够对市场需求保持高水准的产品迭代速度。目前，公司产品中能够支持 teams 语音转写功能的包括 SmartVision 60 和 MSpeech。未来，伴随微软 Teams 的智能化发展，公司终端产品将持续协助微软系统端功能落地，也有望进一步提升公司在微软体系内的份额。

总体而言，AI 对行业及公司的赋能都是长期持续性的，但不会马上体现在公司短期的业绩上。

Q：公司各业务线未来增长的驱动力？

A：当前，公司话机业务具有比较明显的竞争力，未来市占率还有一定的提升空间。从行业增长来看，增速呈现放缓趋势，行业增长的驱动力主要来自于客户产品进入新一轮替换周期，以及企业数字化转型的趋势下带来一定程度的需求。在行业增速趋缓的情况下，公司话机业务的增长主要来自产品竞争力和市场份额的继续提升。

会议产品作为公司第二增长曲线，呈现出良好的发展态势与成长潜力，未来增长驱动力主要来源于以下几方面：一是视频会议行业市场空间大，行业增速快，当前公司的市场份额并不大，有望进一步提升，并且公司在微软体系内的份额也有进一步的提升空间；二是近两年来，公司会议产品往解决方案的方向持续演进，品类更丰富、设备更齐全、会议室方案更完整，使得客单价提升。从解决方案的角度来看，会议室场景进一步延伸至超大及超小型会议室；从品类来看，从音视频终端扩展到会议平板、会议门牌等会议室场景中更多元化的终端。同时，会议产品本身也在往智能化、一体化的方向演进，使得企业设备部署及维护更便利、企业用户在使用过程中智能化应用程度更高，这也使得公司产品在会议场景中竞争力持续提升。

当前，混合办公模式日渐成为企业办公的主流形式，云办公终端具有一定的市场空间且由于带有个人易耗品属性的特点而采购需求大。该业务线作为公司新产品线，仍属于发展的早期阶段，未来市占率有较大的提升空间。公司将进一步聚焦于丰富产品矩阵、加强品质

管控、构建完善销售通路，从而不断提升产品竞争力，未来有望取得长足的增长。

Q：预计公司今年毛利率和净利率的变化趋势？

A：我们认为今年汇率的影响是比较可控的，可能是正负影响相抵的状态，今年一季度汇率对营收的正向贡献也与基期汇率水平有关。另外，我们预计今年的理财收益和原材料价格对我们是比较有利的状态，因此综合来看，净利率可能是稳中略有波动的状态。

Q：微软 Teams 国内版落地的影响？

A：公司始终坚持开拓国内业务，更好地为国内客户服务。微软 Teams 国内版落地或对公司国内业务的推进有一定的促进作用，目标客户主要为国内有实体的外企及出海的国内企业。但预计需要在微软 Teams 完成国内系统端落地工作后，后续才会产生硬件设备的采购需求。

Q：除欧美地区外，公司最大的增长来自于哪些地区？

A：从目前情况来看，各个地区的增速差异不大。当前基数较大的地区，经济发展、基础设施建设等情况也相对较好，后续的增长潜力也更大，而基础条件较弱的地区最终增速也相对有限。因此，我们判断未来的收入结构与目前不会有太大差异，仍以欧美市场为主。

Q：公司构建大项目及解决方案销售能力的原因及进度？

A：从客户结构来看，公司最早的目标客户主要是中小型企业，随着目标客户市场逐渐往高端化发展，对大项目获客能力和服务能力的要求不断提高；从产品品类来看，公司原以销售单个 SKU 商品为主，随着公司向企业通信解决方案提供商转型，产品品类不断丰富，对渠道的要求也不断提升，需要渠道有能力为企业用户设计部署整体企业通信解决方案。因此，我们需要持续构建大项目和解决方案的销售能力，打造更强的方案设计能力和更好的服务能力，当前正处于持续推进过程中，成效可能需要三至五年的周期才会有比较明显的体现。

当前公司已逐步拓展 Pro AV 类和 IT 类渠道。Pro AV 类渠道主要针对会议产品线，指的是在更专业的音视频领域，能够实现更多技术及场景的融合，例如部分会议室设备能够与人工智能、物联网相结合，实现设备更加智能化等此类领域的渠道；IT 类渠道主要针对云办公终端产品线，是协同其他办公设备如个人电脑、摄像头、键鼠等的渠道。

Q：公司国内业务的拓展思路？

A：公司以海外市场为主战场，国内作为会议产品的重要市场，近年来公司也在不断加大投入，持续拓展，目前国内业务基本上保持与公司整体业务增速同步的水平。从人员数量和渠道布局来看，国内业务已经达到相对较高的状态，未来会更多以产品端的投入为主，不断完善智慧会议室解决方案，持续构建全场景企业通信解决方案的业

务能力，以更好地支撑国内业务的开拓。

Q：公司音视频融合通信平台 UME 在推广应用方面的进展？

A：当前企业数字化转型趋势明确，并且混合办公模式日渐成为主流的趋势，公司音视频融合通信平台 UME 可以与桌面话机、会议产品等多种通信终端连接，同时还可以与公司内部 IT 管理系统对接，打通桌面办公、会议室办公、个人办公的企业通信全场景，实现多终端融合、便捷高效的沟通协作体验。公司主要通过平台提供优质的使用体验，和其他智能硬件终端共同形成完整的企业通信解决方案，但是平台端单独的收入贡献较少，主要还是以硬件终端的收入为主。

Q：预计公司智能产业园的投入使用对生产成本的影响？

A：目前，公司智能产业园已处于基本竣工的状态，预计今年下半年将会完成搬迁并逐步开始利用产能。由于公司是通过租赁的方式让代工厂进驻智能产业园，收取一定的租赁费，因此预计对营业成本的影响不大，但智能化设备的投入能够在一定程度上提升生产效率，降低人工成本。