

# 深圳市亿道信息股份有限公司

## 投资者关系活动记录表

编号：2023-016

|                 |   |
|-----------------|---|
| 投资者关系<br>活动类别   | <input checked="" type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 分析师会议<br><input type="checkbox"/> 媒体采访 <input type="checkbox"/> 业绩说明会<br><input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 路演活动<br><input checked="" type="checkbox"/> 现场参观<br><input type="checkbox"/> 其他（请文字说明其他活动内容）   |
| 活动参与人员          | 中信证券、招商证券、国海证券、玄甲基金、瑞华资产、长城基金、招商基金、国联基金、摩根士丹利、华商基金  |
| 时间              | 2023 年 12 月 15 日  |
| 地点              | 公司会议室   |
| 上市公司接待<br>人员姓名  | 副总经理、董事会秘书：乔敏洋<br>投资者关系经理：任俊宜   |
| 交流内容及具<br>体问答记录 | <p>1、请简要介绍一下公司业务分类？</p> <p>答：亿道信息是一家以研发设计为核心的电子产品及解决方案提供商。依据产品形态的不同，主要可分为加固智能行业终端产品、消费类智能终端产品及 XR 类产品。</p> <p>母公司亿道信息负责加固智能行业终端产品，此类产品具有防水防尘抗摔抗震等特性，订单具有小批量、多批次、定制化程度高等特点。基于仓储物流、资源勘探、车间车载等不同行业的特殊性，对产品的性能、外观等各方面的要求存在较大差异。2023 年上半年度，此板块占公司整体营收 10%以上，因其系统性及定制化要求高，产品毛利在 40%以上。</p> <p>子公司亿道数码负责消费类智能硬件产品，包含笔记本电脑、平板电脑、智能商显、人脸&amp;语音交互显示终端及国产化产品的研发与生产，提供具竞争力的产品方案与服务，产品广泛应用于生活、办公、教育、金融、商业、智能家居等相关领域及行业。其是公司营业收入贡献最大的业务板块，2023 年上半年度，PC 及平板占公司整体营收</p> |

约 80%。

子公司亿境虚拟专注于近眼显示及三维空间显示&计算的 XR 产品研发与量产服务，在 XR 领域深耕 8 年，持续配合与支持国内外 VR/AR/MR 优秀品牌公司和软件及场景内容开发公司共同开发创新且量产的 XR 产品，形成了以 XR 产品设计、供应链及生产服务方面的核心竞争力。

目前亿境自研自定义的轻量级 MR 产品的销售推广正在有序推进中。XR 业务占公司整体营收比例相对较小，但 XR 是未来科技发展重要方向之一，公司将进一步加强相关研发工作。

**2、公司的在主要业务板块有哪些品牌，在 XR 业务板块有自己的品牌吗？**

今年五月底，公司推出了本土一站式加固计算机自有品牌“ONERugged”，以加固手持终端、加固平板电脑、车载平板电脑、工业平板电脑、加固笔记本为产品生态，围绕涵盖零售、仓储、特种车辆管理、交通运输、制造业、能源和公用事业等六大解决方案，主要服务于大型终端、软件集成商和代理商。ONERugged 以高性能、高可靠、高服务为品牌战略点，坚持自主研发及产业生态的持续构建，通过全系列加固计算机及车载工控产品，致力于提升全产业链的数字化和信息化整体水平。

ONERugged 产品生态建设重视用户需要，基于各类垂直领域细分场景的高端数字化以及加固式需求开发，秉承开放、创新、融合的合作策略，推动各行业数字化建设。

目前公司在 XR 没有自有品牌，产品主要服务于品牌客户和企业客户。

**3、公司如何有效解决外协工厂的协作和产能问题？**

在成熟的产业分工体系中，公司可以充分利用行业内丰富的外协厂商资源，并且确保选取的外协厂商严格满足公司制定的技术要求、品质要求以及商务要求等相关条件。

公司的生产环节由外协厂商提供场地、工人、基础设备等重资产

|   |   |
|---|---|
|   | <p>工厂要素，产线的质控、工程师、核心技术人员等由公司派专人驻场监督指导，从 NPI 试产到 EVT、DVT、PVT、MP 全程生产服务及监督保障。公司对最终产品生产结果负责。</p> <p>这种生产组织形式既保障了技术要求、生产品质、服务品质和客人商务选择的多样性，是一种新型高效率的社会资源组织形式，也是高端技术服务业。公司能够将更多的资源、精力放在未来产品创新、产品定义、技术等研发、供应链核心环节，具备更大的柔性化生产制造能力。</p> <p><b>4、对于消费电子行业今年的表现发展怎么看？</b></p> <p>从行业的角度来看，消费电子行业的营收分布具备一定的季节分布特点。尤其在海外市场方面，主要的节日如感恩节、圣诞节等集中在第四季度，因此各品牌厂商、零售商等一般在第四季度集中备货，以应对节日的购物热潮。此外，其他节日如复活节等也会引起产品的销售增长。相较而言，上半年通常属于定义、研发产品的阶段，整体需求较少，属于行业淡季。</p> |
| <p>关于本次活动是否涉及应披露重大信息的说明</p>             | <p>无</p>  |
| <p>活动过程中所使用的演示文稿、提供的文档等附件（如有，可作为附件）</p> | <p>无</p>  |