

证券代码： 688696

证券简称： 极米科技

极米科技股份有限公司

2022年11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 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 checked="" type="checkbox"/> 其他（线上会议）
时间	2022年11月
地点	线上会议、公司会议室
参与单位名称	广发基金、汇添富基金、国泰君安证券、汇丰晋信、华宝基金、中泰证券、易方达基金、招商基金、工银瑞信、广发证券、鹏华基金、泰达宏利基金、国海富兰克林、太平资产、长城基金、富国基金、华夏久赢、上投摩根、浙商证券、开源证券、东吴证券、交银施罗德、重阳投资、诺安基金、金舵投资、华西证券、西部利得、BambuBlack、工银国际
上市公司接待人员姓名	钟波（董事长）、肖适（董事兼总经理）、彭妍曦（财务总监）、薛晓良（董事兼董事会秘书）、黄国城（证券事务代表）
投资者关系活动主要内容介绍	<p>1、传统的灯泡投影机为何之前没有打开家用市场？公司又如何做到的？</p> <p>答：传统投影设备诞生以来长期主要应用于办公、教育等商用场景，该等场景下投影设备摆放位置固定、且对投影设备的智能化和音画质水平要求不高，因此投影设备最初进入消费级场景时面临使用调试复杂度高、音画质水平相对较差等痛点，很多投影产品甚至无内置音响。</p> <p>凭借扎实的技术基础和对研发的不断投入，公司推出了多项画质优化技术及画面自适应技术，推出了一系列具有丰富功</p>

能和优质体验的智能投影产品，大幅提升了投影产品的易用性和画质表现。投影设备的智能化水平和音画质水平迅速提升，推动了智能投影产品向消费级场景的持续渗透。

2、三个问题：（1）截至到目前，TI 的芯片供应紧张状况相对来说有所缓解吗？据贵公司了解，TI 有对 DMD 扩产能吗？

（2）如何看待今年 LCD 高速增长，而 DLP 份额却下降了？这是否意味着短期内 LCD 将继续挤压 DLP 的市场份额？（3）据数据统计，今年双十一虽然贵公司仍是龙头，但贵公司是否感受到了竞争的加剧？

答：尊敬的投资者，您好，感谢您的关注！

（1）目前 TI 芯片的供应能够基本满足公司的销售需求，后续公司将与 TI 保持密切沟通，力争供应稳定。

（2）今年售价相对更低的单 LCD 产品取得了较快的增速，我们认为其一定程度反映的是有更多消费者愿意尝试投影这种便携可移动大屏观影方式。每一种技术路径产品的存在均有其合理性，公司将持续对单 LCD 市场持续关注。

（3）智能投影行业一直不缺竞争者，公司更多的仍是坚持做好的产品，做用户想要的产品。技术方面，智能投影行业涉及精密光学器件、软件智能化算法等技术领域，难以通过逆向开发等手段快速跟进，公司自成立以来专注智能投影领域，已实现光机自研突破，研发实现多项色彩优化、画面智能校正技术，产品体验优秀，积累了良好的品牌口碑。同时，智能投影作为一个比较新的品类，比较考验厂商的综合实力。比如产品和研发方面，要能够看到用户的痛点，以及研发成果转化为用户想要的产品功能。在产品销售方面，考验营销能力。在供应链方面，考验的是核心零部件的供应和掌控能力。公司对自身在投影市场的长期竞争力充满信心。

3、公司双十一和世界杯期间销售额和销售量的同比情况如何？

	<p>答：尊敬的投资者，您好，感谢您的关注！公司四季度销售情况请关注公司后续披露的定期报告。</p> <p>4、公司在激光投影、新品规划上，有什么规划？如何应对单片机市场的大幅扩张？还是继续不弄渠道，还是要自己独立自营么？渠道又不影响自营，请问贵公司对渠道有没有规划？</p> <p>答：尊敬的投资者，您好，感谢您的关注！激光和 LED 两种光源，在公司的终端产品上都有应用。公司对两个路线的保持开放的态度，只要技术路线符合公司的产品定位，公司都会应用，新品规划请以公司正式发布为准。公司在销售端进行多渠道布局，其中境内市场公司线上主要通过电商平台入仓模式（B2B2C 模式）、线上 B2C 模式销售，线下主要通过公司直营店及经销商加盟店销售；境外市场公司线上主要通过 B2C 模式销售，线下通过经销商销售。</p> <p>5、公司存货持续走高和经营性现金流量净额为流出的原因是什么？未来是否能缓解？</p> <p>答：尊敬的投资者，您好，感谢您的关注！公司经营性现金流量净额为流出的原因主要由于采购规模增加及持续研发投入导致；存货持续走高主要为四季度销售旺季的备货及部分原材料策略性备货导致。公司将视需求情况及备货水位动态调节备货策略。</p> <p>6、请问公司三季度业绩不及预期的原因。</p> <p>答：尊敬的投资者，您好，感谢您的关注！2022 年三季度，国际政治与经济环境复杂多变，国内新冠疫情反复，整体消费需求较为疲软，收入同比下滑。对此公司将积极应对，力争以更好的业绩回报广大投资者。</p>
附件清单(如有)	无
日期	2022 年 11 月 30 日