

证券简称：绿联科技

证券代码：301606

## 深圳市绿联科技股份有限公司

### 投资者关系活动记录表

编号：2025-007

投资者关系活动类别	<input checked="" type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 其他	<input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 路演活动
参与单位名称	详见附件	
时间	2025年8月29日	
地点	公司会议室	
形式	电话会议	
上市公司接待人员姓名	董事会秘书兼财务负责人：王立珍 证券事务代表：申利群	
投资者关系活动主要内容介绍	<p><b>一、公司 2025 年上半年经营业绩情况回顾</b></p> <p>2025 年上半年，公司实现营收 38.57 亿元，同比增长 40.60%；实现归母净利润 2.75 亿元，同比增长 32.74%，实现扣非归母净利润 2.59 亿元，同比增长 28.89%。</p> <p>从细分品类看，公司充电类产品销售收入 14.27 亿元，营收同比增长 44.39%，占总营收 37.01%；传输类产品销售收入 10.28 亿元，营收同比增长 29.00%，占总营收 26.64%；音视频类产品销售收入 6.30 亿元，营收同比增长 28.22%，占总营收 16.34%；存储类产品销售收入 4.15 亿元，营收同比增长 125.13%，占总营收 10.75%；移动周边类产品销售收入 3.04 亿元，营收同比增长 28.92%，占总营收 7.88%。</p> <p>从销售区域的分布情况来看，国内市场占主营收入的 40.47%，国外市场占主营收入的 59.53%。在销售渠道方面，公司线上销售约占主营收</p>	

入的 74%，主要依托亚马逊、京东、天猫等主流电商平台进行销售。线下销售约占主营收入的 26%。

2025 年上半年，公司业绩的增长主要得益于以下多方面因素的共同推动：首先，在 2025 年上半年，公司推出了内置本地大模型的 iDX 系列 NAS，该系列产品支持语义搜索与多设备协同，新品 DH4300 Plus 凭借其高性价比迅速占领市场。其次，在充电领域，公司首发了 MagFlow 磁吸无线充电技术，并率先获得首批 Qi2.2 认证，功率提升至 25W。同时，公司还推出了自适应降噪 AI 耳机，有效拉动了音视频品类的增长。此外，公司同步深耕线上主流平台及新兴市场的线下渠道，借助明星代言以及校园和社交媒体的内容营销，叠加国家补贴与电商满减优惠政策的助力，成功实现了品牌年轻化、高端化的跃升。

## 二、问答交流（同类问题已作汇总整理）

### Q1. 请问上半年 Q2 的利润增速放缓的原因是什么？

答：今年上半年 Q2 扣非归母净利润率环比下降了 0.61%，主要是由于销售费用率和毛利率的变化共同影响所致。其中，销售费用率提升，主要是因为明星代言和日本众筹费用增加。综合毛利率下降主要是因为线下渠道占比增加，导致毛利率结构性调整。此外，品类结构变化也影响了毛利率。

### Q2. 请问公司今年上半年境外增长情况如何？

答：今年上半年境外营业收入实现 22.95 亿元，同比增长 51.39%。线上已全面覆盖亚马逊、速卖通、Shopee、Lazada、Noon、TikTok 等平台，此外，在美国、加拿大、欧盟等发达国家和地区，陆续建立了独立站点，同时，公司也在积极拓展和深化线下渠道，已成功进驻美国 Walmart、Costco、Bestbuy、B&H、Micro Center，欧洲 Media Markt，日本 Bic Camera、Yodobashi Camera 等知名零售巨头渠道体系。为深度渗透海外市场，公司已在中国香港、美国、德国、日本等核心市场设立本地化服务子公司，构建起“全球总部+区域中心”的立体化服务矩阵，精准捕捉本地化消费特征。

### Q3. 请问公司在上半年度国内市场增速明显提升的具体原因有哪

些？

答：公司通过邀请全球知名明星作为品牌代言人，围绕 2025 年毕业季，深入各大高校开展校园行活动。率先完成 3C 认证布局，NAS 产品在各平台借助国补与满减券等优惠手段，有效激发了市场活力。同时，通过线下体验店的布局，进一步提升品牌的高端形象，拉近与用户的距离，深化市场覆盖，提高品牌在线下的认知度与影响力。此外，积极拓展即时零售业务，打通线上线下渠道，实现全品类扩展，依托线上平台加强消费触达，并推动整体发展。

**Q4. 在 NAS 用户群体中，家庭用户与其他类型用户（如小型项目组、创业型公司等）的偏好及分布情况是怎样的？**

答：公司 NAS 产品的个人用户主要包括科技爱好者、自由职业者及创意工作者等有数据存储需求的家庭或个人。这些用户高度重视使用的便捷性，主要将 NAS 应用于 4K 影音播放、AI 相册管理和居家办公。其中对于技术爱好者，如 IT 专业人士和极客，他们更注重产品的高性能、可玩性、开放性及兼容性，常用于 DIY 定制、技术研究和多设备管理。目前，上述个人用户构成了主要的用户群体。

在企业用户方面，多为小型和中小型企业，其重点关注大容量存储、高可靠性、数据安全合规性以及系统的可扩展性。

**Q5. 公司上半年经营活动产生的现金流量净额同比下降了 95.62%，原因是什么？**

答：主要原因是公司业务规模持续扩大，同时为应对新品上市及旺季市场需求以及国外市场货物流转周期较长的情况，公司主动增加了库存储备货量。

**Q6. NAS 各产品系列，国内外对高中低端偏好有无差异？海外是否更主打高端产品？**

答：海外发达国家用户以性能、容量为导向，更偏好四盘位以上高端系列，亚太等新兴国家用户对价格较为敏感，主流需求集中在两盘位或四盘位入门款，追求“高性价比+易用系统”，中端以上机型占比明显低于欧美。因此，公司海外策略并非单一高端化，而是高中低端并行，

	只是区域侧重不同。
关于本次活动是否涉及应披露重大信息的说明	本次投资者交流活动未涉及应披露重大信息。
附件清单 (如有)	《投资者关系活动调研机构名单》
日期	2025年8月31日

附件：

## 深圳市绿联科技股份有限公司

### 投资者关系活动调研机构名单

机构名称	机构名称
长江证券	东财证券
国盛证券	浙商证券
西南证券	经纬创投
国泰海通	浦银安盛
中信建投	华福证券
天风证券	中银证券
华安证券	国联民生证券
招商证券	甬兴证券
中信证券	东莞证券
富国基金	国信证券
华富基金	南方基金
国海富兰克林	东吴证券
华泰资管	Mason Group
安信基金	上海丹羿投资
申万研究	宏利基金
国投证券	前海开源基金
亘曦资管	汇添富基金
开源证券	江苏第五公理投资
上海宁涌富基金	汇丰前海证券
凯石基金	北京京管泰富基金

机构名称	机构名称
合远基金	恒越基金
东方基金	青骊投资
泓德基金	尚诚资管
长信基金	中欧基金
中泰证券	易方达基金