

证券代码： 688696

证券简称：极米科技

极米科技股份有限公司 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 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（电话会议）
参与单位名称	嘉实基金、申万菱信、农银汇理、平安养老、富国基金、诺安基金、华源证券、中信证券、天风证券、东方证券等机构，合计 124 人
时间	2026 年 3 月 30 日 20:00
地点	电话会议
上市公司接待人员姓名	钟波（董事长）、肖适（总经理）、赵曦（家用产品线负责人）、田峰（行业产品线负责人）、彭妍曦（财务负责人）、薛晓良（董事会秘书）、陶诗丹（投资者关系负责人）
投资者关系活动主要内容介绍	<p>1.请公司董秘介绍一下 2025 年业绩情况。</p> <p>2025 年营业收入为 34.67 亿元，同比增长 1.85%；归母净利润 1.43 亿元，同比增长 19.4%；扣非归母净利润 1.14 亿元，同比增长 23.99%。整体毛利率为 32.2%，同比提升 1.01 个百分点；其中家用投影产品毛利率显著提升。费用方面，公司坚定投入研发，研发费用率为 11.55%，同比提升 0.75 个百分点，同时全面强化精细化运营，销售费用有所收缩。公司加快布局车载、行业显示等业务，其中车载业务累计研发投入已超过 2 亿元，行业显示业务研发投入当期达 3,000 万元以上。</p> <p>2.请董事长介绍公司未来发展战略。</p> <p>公司始终坚定“投影品类全球第一”的长远目标，在发展初期致</p>

力于向下扎根，实现了从核心镜片、镜头、光机到整机的全产业链自研自建，构筑了深厚的技术护城河。依托这些底层的技术积淀，近两年公司积极向车载光学、行业显示等高壁垒场景进行横向拓展。虽然新业务目前处于战略投入期，但公司主业家用投影经营质量稳健，全球化布局深入，整体公司发展步入高质量成长阶段。

首先，对于家用投影业务，公司将坚定实施品牌出海与全球化战略。海外市场是公司当前最具确定性的增长引擎，2025年IFA展会新品发布后，第四季度公司海外线上渠道展现出较为强劲的增长态势。2026年，公司的核心目标是全力提升投影产品的全球市场份额，深化欧洲、北美、日本等区域市场的精细化运营，加强本地化渠道拓展与软件内容生态建设，同时，加快亚太及其他新兴区域市场的拓展步伐。

对于新业务板块，车载业务在经过前期的饱和式研发投入后，已完成从0到1的基础建设，并顺利获得多家主流车企的定点认可。目前该业务正由投入期转向收获期，公司将通过底层技术共用化、产品标准化以及聚焦高质量定点等方式，持续优化成本结构，提升车载业务经营质量。同时，行业显示业务也在稳步拓展中，公司正积极响应国产替代趋势，同步拓展经销商网络、积累行业客户。商用高端产品的技术积累也将有效赋能家用高端系列，形成良性的双向技术协同。

在专注业务发展的同时，公司高度重视股东价值回报，致力于与投资者共享发展成果。公司计划将本次股份回购总金额上调至人民币1亿元至2亿元，并拟派发现金红利人民币8,000万元，占归母净利润的比例高达55.77%。未来，公司将继续通过全球化的业务突围与多赛道的战略协同，以更优异的经营成果为全体股东创造长期稳定的价值回报。

3. 国内业务盈利波动后快速恢复的核心主导因素有哪些？产业链地位、市场竞争格局是否有变化？未来盈利能力能否持续提升及目标水平如何？

当前国内智能投影市场正呈现出入门级产品持续放量与高端产品

备受认可的结构分化趋势。在产品端，公司 2025 年发布了首款极米长焦超高端电影机 T10、家用旗舰 RS 20 系列产品，成功满足了中高端影音爱好者的需求；同时，入门级产品如 Play 系列、Z 系列在新兴渠道表现优异。得益于公司完善的供应链布局与端到端能力的深度建设，上述入门级与高端产品线均保持了良好的毛利率水平，为国内业务盈利的快速企稳回升提供了核心支撑。

在渠道布局与受众拓展方面，公司的销售结构正持续优化，从线上渠道占主导地位，逐步过渡到线上线下良性融合。目前，公司线下门店经营状况健康，成功开拓了山姆会员店等高端新型线下零售渠道，有效引入了高质量的新客群。在用户运营上，公司通过 Play 6 新品发布、Z6X 以旧换新活动，以及推出全新配色和“萌兰”定制款等创新营销动作，精准触达了女性用户等增量群体，进一步扩大了品牌的受众广度。

面对行业竞争格局的变化，超大屏电视价格的快速下探确实对投影市场中端价位段产品形成了一定挤压，为应对这一挑战并打开未来的利润增长空间，公司将持续强化产业链生态协同，联合上下游合作伙伴，在前沿核心光学技术上寻求突破。未来，公司将通过底层技术创新与产业链共创，积极探索契合消费者需求的新一代光影显示方向，以推动自身盈利能力的持续稳健提升。

4. 公司在海外市场内容本土化发展的进度如何？针对今年海外的世界杯赛事，公司是否有针对性的营销投入规划？

关于公司在海外市场的本土化拓展与进度，在内容端，一方面，公司深化与谷歌的合作，公司大部分海外产品均搭载 Google TV 系统，以解决海外用户获取本地内容的便利性问题；另一方面，公司积极布局自研 Linux 系统，现阶段已应用于部分入门级产品。在组织架构上，公司在美国、欧洲及日本等地均设有完全本土化的团队，且经营策略正逐步从总部集权决策向本地化授权转变。目前，海外团队已获得更大的经营自主权，公司认为这将是支撑今年海外业务持续加快

	<p>拓展步伐的重要因素。</p> <p>从过往数据来看，海外市场在重大体育赛事年份对大屏观影的需求有明显提升。为此，公司已针对今年世界杯做了充分准备，且大部分前置筹备工作已基本完成，公司将借助世界杯这一全球性赛事，通过针对性的营销投入与备货安排，进一步扩大公司产品和品牌在海外市场的影响力。</p> <p>5.请问车载业务目前进展，以及提升经营质量的具体方式？</p> <p>关于车载业务的经营情况，2025年，公司从0到1构建车规级业务体系并完成首批定点交付，在人力、物料等方面的研发投入规模较大；同时，公司车载产品处于产量爬升阶段，前期毛利率水平相对较低，从而对整体利润表现造成了阶段性影响。展望2026年，公司车载业务的整体战略将全面回归经营本质，坚定落实多项降本增效措施。</p> <p>一是推进产品的共用化与标准化设计逻辑，提升研发与制造的规模效应；二是公司将建立更为严格的商业评估机制，以高质量为导向来筛选和承接新的定点项目；三是针对已量产的定点项目，通过供应链精细化管理等方式，推动成本控制和毛利改善。</p>
附件清单(如有)	无
日期	2026年3月30日