

证券代码： 688696

证券简称： 极米科技

成都极米科技股份有限公司

2021 年 10 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 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（请文字说明其他活动内容） |
| 参与单位名称 | 博时基金、景顺长城基金、嘉实基金、浙商证券、中金公司、易方达基金、招商基金、中欧基金、景林资产 |
| 时间及地点 | 2021 年 10 月 28 日 线上会议、公司会议室 2021 年 10 月 29 日 线上会议、公司会议室 |
| 上市公司接待人员姓名 | 薛晓良（董事会秘书）、黄国城（投资者关系经理） |
| 投资者关系活动主要内容介绍 | <p>1、目前市场上有激光微投产品出现，公司如何看待激光微投？</p> <p>答：市面上的激光微投在技术路线上和公司产品一样，基本都采用 DLP 路线，主要的差异在于光源是选择 LED 还是激光。激光光源的一个优势是亮度比较高，但亮度只是投影使用体验的一方面，一款好的产品还需要在色彩表现、外观设计、易用性等多个方面都做到比较均衡，没有明显的短板，才能让消费者有好的体验，LED 光源的长焦产品是目前各方面来说比较均衡的选择。公司现阶段对激光光源的微投处于技术关注阶段。</p> <p>2、随着投影行业的市场做大，公司未来如何面对新玩家进入投影领域的竞争？</p> <p>答：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</p> |

| | |
|----------|--|
| | <p>研发成果转化为用户想要的产品和功能。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。</p> <p>行业竞争方面，其实智能投影行业一直不缺竞争者，但最后活下来并能持续做好的企业并不多。公司更多的仍是坚持做好的产品，做用户想要的产品。</p> <p>3、公司第三季度费用率上涨原因？</p> <p>答：公司从多维度加强品牌建设，结合公司预算和投放渠道特征慎重铺开相关的品牌计划。为了让更多人知晓极米、知晓智能微投产品，打开极米智能微投的需求市场，公司于8月官宣了全球代言人易烱千玺，并在微博、电梯、机场及卫视等多渠道投放了广告进行同步宣传。其中代言人费用将按照代言期限进行摊销，其他投放费用将会按照合同约定的投放期间进行确认。此外，公司于9月与天猫合作超级品牌日，相关投放费用较去年同期增加。以上两个原因导致公司第三季度费用率上涨。</p> <p>4、公司前三季度毛利率同比提升的原因？</p> <p>答：公司前三季度毛利率同比提升的主要原因是产品结构变化和光机自研比例提高。我们在一季度末推出了H3的迭代新品H3S，然后在二季度推出了高端系列的迭代新品RS Pro2，由于这两款产品的上市导致我们今年的产品结构有一定的变化，让我们的平均单价有所提升。</p> <p>5、公司近期的芯片供应情况如何？</p> <p>答：今年以来，受到疫情等多重因素影响，公司产品使用的DMD芯片供应持续紧张，交付存在一定不确定性，我们将和供应商积极沟通，全力应对目前的供应紧张局面。</p> |
| 附件清单(如有) | 无 |
| 日期 | 2021年10月31日 |