

证券代码：300628

证券简称：亿联网络

厦门亿联网络技术股份有限公司
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 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 type="checkbox"/> 其他
参与单位名称	嘉实基金、建信基金、天弘基金、易方达基金、景顺长城基金、南方基金、平安基金、华夏基金、农银汇理基金、长盛基金、泓德基金、中信证券、天风证券、光大证券、华泰证券、国信证券、招商证券、东方证券、申万宏源证券、兴业证券、国盛证券、华西证券、华创证券、西南证券、安信证券、民生证券、浙商证券等单位与个人
时间	2022年8月28日
地点	“亿联会议”线上会议
上市公司接待人员姓名	董事会秘书余菲菲
投资者关系活动主要内容	投资者关系活动主要交流内容附后

一、2022年上半年公司经营概况

(1) 2022年上半年公司整体业绩情况

报告期内，公司实现营业收入 23.38 亿元，比去年同期增长 41.64%；实现净利润 11.37 亿元，比去年同期增长 41.01%。报告期内，公司推出了蓝牙商务耳机 BH 系列、会议平板 MeetingBoard、混合云视讯解决方案等智慧办公新品，同时销售人员逐渐恢复境外出差，业务开拓更加积极有效。此外，美元汇率的上升也对公司业绩产生了一定的正向影响。

总体而言，报告期内公司积极开拓市场、下游需求持续向好，各项业务有序推进，营业收入及净利润均取得较快增长。

(2) 2022年上半年公司分业务线业绩情况

报告期内，公司各业务线在优化产品结构和丰富产品品类方面均有所突破，产品竞争力稳步提升。其中，桌面通信终端的营收增速超出预期，会议产品、云办公终端业务占比持续提升，会议产品占比继 2021 年末的 24.78% 进一步提升至 26.83%，云办公终端占比继 2021 年末的 5.99% 进一步提升至 8.21%。具体而言：

桌面通信终端实现营业收入 15.18 亿元，比上年同期增长 32.83%。随着疫情对全球经济活动的影响逐渐减小，桌面通信终端的需求持续回暖，在高端市场的竞争力仍在提升，最新的市场占有率预测数据为 38.2%（2021 年 Frost & Sullivan 数据）。

会议产品实现营业收入 6.27 亿元，比上年同期增长 55.76%。报

告期内，公司推出了智慧空间管理解决方案、会议平板 MeetingBoard 等多款智慧办公新产品，围绕会议室场景不断扩充产品矩阵，提升会议室解决方案能力，进一步优化用户的沟通协作体验。

云办公终端实现营业收入 1.92 亿元，比上年同期增长 85.07%。报告期内，公司正式发布 BH 系列蓝牙商务耳机，进一步拓展了该业务线的产品品类和产品形态，提升沟通与协作领域全品类产品能力。

(3) 2022 年下半年展望

上半年公司推出了蓝牙耳机与智慧办公新品，从新品推进节奏的情况来看，预计在下半年将逐渐产生营收贡献。

此外，各个投资人都非常关心欧洲宏观经济波动等外部不利因素是否会对公司经营发展产生一定的影响，我们认为，一方面，公司所处的企业通信行业，能够为各类企业提供高效沟通与协作、智慧办公的产品，从而起到良好的降本增效的作用，在当前混合式办公及数字化转型的趋势下，其已然成为了企业应对外部不利环境的关键选择，且从历史数据来看，公司受宏观经济环境扰动也较小。另一方面，公司当前拥有三条针对不同场景应用的业务线，同时也有针对全场景应用的企业通信解决方案，近年来业务的多元化也使得公司抵御风险能力加强。

总体而言，当前不确定的宏观经济环境对我们业务推进虽然存在一些挑战，但对公司的经营发展整体可控。未来，公司也将继续聚焦内生经营，以抵消外界不利因素的影响。

二、问答环节

Q: 公司下半年的业绩增速展望?

A: 从营收规模来看, 下半年的营收规模会略高于上半年, 但四季度的费用率也较高, 人才激励费用、年终奖等都会在年底一次性计提。总体而言, 我们对完成全年业绩增速指引还是非常有信心的。

Q: 公司 SIP 话机上半年增速较快的原因及下半年增速展望?

A: 从上半年来看, 话机增速超预期, 首要原因是市场需求持续向好, 因此经销商在上半年备了较多库存。同时, 叠加了其他有利因素: 第一, 海外疫情有所缓解, 销售人员逐渐恢复境外出差, 业务开拓更加积极有效; 第二, 话机高端品类持续拓展, 产品竞争力不断增强; 第三, 公司灵活、高效的供应链管理策略在行业内也具有较大的优势; 最后, 5、6 月份汇率对公司的正向贡献较明显。

我们对经销商具有较强的管控能力, 对经销商的库存也一直处于动态管理过程中, 并不建议经销商备过多库存, 因此下半年可能会进入库存消耗阶段。但我们仍然保持全年增速指引不变。

Q: 公司会议产品增速及下游需求情况如何?

A: 会议产品增速符合预期, 市场需求呈现蓬勃向上的态势, 我们会紧握市场机遇, 持续推进智慧办公新品、一站式企业通信解决方案的发展。此外, 会议产品从目前的市场需求和市场反馈来看都是较好的, 上半年发布的新品需要在下半年开始逐步进入量产阶段。

Q：公司会议产品未来是否以海外市场为主？目标客户是否为大型政企？未来营销策略是否会发生改变？

A：会议产品属于在国内外并行发展，但由于国外渠道基础好，因此投入产出比较高。在国内以中小型企业客户为主，随着智慧会议室、一站式企业通信解决方案的推出，目标客户逐渐向大型政企客户拓展。同时，公司产品以通用市场的标准品为主，不提供定制化服务，因此不会改变现有的经销商模式。

Q：公司会议平板的市场定位及拓展情况如何？以单项销售还是整体销售为主？

A：我们对会议平板的定位就是要做具有专业音视频与高效协作能力的会议平板，会议平板作为一站式企业通信解决方案的一部分，能够提高整个解决方案的价值量，从而保障公司的营收规模和利润水平。整体而言，会议平板市场拓展节奏有序，在海外目前已经完成了与 Teams 的合作认证，目前来看市场需求和市场反馈都不错，预计下半年会逐步起量，从而对整体营收有所贡献。会议平板很好的补充了我们会议产品一站式解决方案的竞争力，客户可以从自身需求出发，单独购买或是购买整体会议室解决方案。

Q：随着下半年高端耳机新品出货量提升，云办公终端毛利率是否会随之提升？

A: 由于耳机还处于早期发展阶段，因此我们更关注产品竞争力的提升，我们仍会以高性价比策略推进这块业务，因此从短期来看，云办公终端毛利率不会有明显改变。

Q: 从历史角度来看，自 2008 年金融危机以来，公司发展是否受到宏观经济的影响？

A: 从历史数据来看，自 2008 年金融危机以来，公司一直处于正常发展状态，甚至进入了高速发展阶段。从 2008-2010 年，公司处于品牌化构建阶段；从 2010-2015 年，公司从中低端市场持续向高端市场推进。回溯历史，恰好验证了宏观经济环境对公司发展总体影响不大。并且，当时只有桌面通信终端一条产品线，而当下，公司拥有三条产品线，这些产品线所处于的细分行业也顺应了混合式办公和企业数字化转型趋势，满足企业降本增效的需求，属于蓬勃发展的状态。公司也基于这三条产品线推出了一站式的企业通信解决方案。总体而言，当前公司的产品竞争力及抗风险能力与之前相比显著增强，宏观经济环境对公司经营发展整体可控。

Q: 公司上半年和 Teams、Zoom 的合作情况如何？

A: 总体而言，公司与 Teams 的合作进展顺利，依然保持较快的增长；同时，与 Zoom 的合作也保持着良好的增长态势，但与 Teams 的合作相比收入贡献较小。

Q：公司上半年的存货情况如何？

A：得益于公司较为灵活的供应链管理策略及较强的供应链管理
水平，报告期内公司所面临的供应链问题有所缓解。因此，与上年末
相比，采取了较为缓和的原材料采购策略，整体存货水平有所下降。

**Q：目前公司研发人员的数量？会议产品和云办公终端两块业务
未来会加大研发人员的投入吗？**

A：目前公司的研发人员大概是 1000 人，我们一直保持着每年
25%-30%的公司人员扩张速度，人员结构也相对稳定。研发人员的组
织架构并不是按照产品线设置，主要按照新业务所需的技术点或功能
点设置。

Q：公司对理财产品的管理有无政策性变化？

A：公司对理财产品的管理相对稳健，以偏保本类产品为主。从
今年来看，理财市场收益率总体不高，公司的理财策略不会发生明显
改变。

Q：公司信创产品的情况介绍

A：公司凭借音视频领域 20 余年的深厚积累，在去年年初就已经
通过了信创认证，同时公司也成为了信创的音视频标准制定厂商之一。
信创对国内业务推进有一定程度的帮助，但由于公司以海外业务为主，
从公司整体经营角度来看，宣传意义应该会大于实际的业绩贡献。