

深圳市亿道信息股份有限公司
投资者关系活动记录表

编号：2024-001

| | |
|-----------------|---|
| 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 |
| 活动参与人员 | 中邮证券、相聚资本 |
| 时间 | 2024 年 1 月 9 日 |
| 地点 | 线上会议 |
| 上市公司接待 人员姓名 | 副总经理、董事会秘书：乔敏洋 投资者关系经理：任俊宜 |
| 交流内容及具 体问答记录 | <p style="text-align: center;">1、请简要介绍一下公司业务分类？</p> <p>答：亿道信息是一家以研发设计为核心的电子产品及解决方案提供商。依据产品形态的不同，主要可分为加固智能行业终端产品及消费类智能终端产品。</p> <p>加固智能行业终端产品的形态包含加固笔记本电脑、加固平板、加固手持终端机及其他形态的加固类智能终端产品，此类产品具有防水防尘抗摔抗震等特性，订单具有小批量、多批次、定制化程度高等特点。基于仓储物流、资源勘探、车间车载等不同行业的特殊性，对产品的性能、外观等各方面的要求存在较大差异。2023 年上半年度，此板块占公司整体营收 10%以上，因其系统性及定制化要求高，产品毛利在 40%以上。</p> <p>消费类智能硬件产品包含笔记本电脑、平板电脑、智能商显、人脸&语音交互显示终端、国产化产品及 XR 类的研发与生产，提供具竞争力的产品方案与服务，产品广泛应用于生活、办公、教育、金融、商业、智能家居等相关领域及行业。其中 PC 及平板为公司营业收入贡献最大的业务板块，2023 年上半年度，PC 及平板占公司整体营收</p> |

约 80%。

同时，公司专注于近眼显示及三维空间显示&计算的 XR 产品研发与量产服务，在 XR 领域深耕 8 年，持续配合与支持国内外 VR/AR/MR 优秀品牌公司和软件及场景内容开发公司共同开发创新且量产的 XR 产品，形成了以 XR 产品设计、供应链及生产服务方面的核心竞争力。

目前子公司亿境虚拟自研自定义的轻量级 MR 产品的销售推广正在有序推进中。XR 业务占公司整体营收比例相对较小，但 XR 是未来科技发展重要方向之一，公司将进一步加强相关研发工作。

2、公司产品都是外协工厂生产？公司有自有产线吗？

公司的自有产线负责加固类产品小批量的组装以及消费类产品的打样、测试。产品的量产与外协厂商合作完成，在成熟的产业分工体系中，公司可以充分利用行业内丰富的外协厂商资源，并且确保选取的外协厂商严格满足公司制定的技术要求、品质要求以及商务要求等相关条件。

公司的生产环节由外协厂商提供场地、工人、基础设备等重资产工厂要素，产线的质控、工程师、核心技术人员等由公司派专人驻场监督指导，从 NPI 试产到 EVT、DVT、PVT、MP 全程生产服务及监督保障。公司对最终产品生产结果负责。

这种生产组织形式既保障了技术要求、生产品质、服务品质和客人商务选择的多样性，是一种新型高效率的社会资源组织形式，也是高端技术服务业。公司能够将更多的资源、精力放在未来产品创新、产品定义、技术等研发、供应链核心环节，具备更大的柔性化生产制造能力。

3、公司携 MR 产品参加 CES 展，能否简要介绍一下相关 XR 业务？

子公司亿境虚拟深耕 XR 行业八年，其自定义研发的高性价比轻量级 MR 产品的销售推广正在有序推进中。该产品可广泛用于 2D/3D 观影、多任务 2D 大屏应用、VST (Video See-Through)、3D

| | |
|---|---|
| | <p>拍照&拍摄、商务办公（云电脑、环绕多屏）、娱乐、直播、教育等多种应用场景，汇总了大屏播放器+显示器+投屏器+浏览器+MR 等特色功能，可以投射手机、电脑内容到 MR 一体机，最大化地集成了现有的内容生态。该产品吸引了海内外运营商、品牌商、集成商、媒体的广泛关注。</p> <p>公司以“让前沿科技更平易近人”为使命，将持续优化用户体验，积极把握 MR 产品的行业机遇及客户消费习惯逐步建立的宝贵契机，发挥多年来的产业经验，找准自身生态定位，发力 ToC 消费端应用场景 MR 产品的研发、销售及量产交付，在出货中不断完善自身，持续迭代。</p> <p>4、公司对于 2023 年下半年整体消费电子行业的表现怎么看？</p> <p>从行业的角度来看，消费电子行业的营收分布具备一定的季节分布特点。尤其在海外市场方面，主要的节日如感恩节、圣诞节等集中在每年的第四季度，因此各品牌厂商、零售商等一般在第四季度集中备货，以应对节日的购物热潮。此外，其他节日如复活节等也会引起产品的销售增长。相较而言，一年中上半年通常属于定义、研发产品的阶段，整体需求较少，属于行业淡季。</p> |
| <p>关于本次活动是否涉及应披露重大信息的说明</p> | <p>无</p> |
| <p>活动过程中所使用的演示文稿、提供的文档等附件（如有，可作为附件）</p> | <p>无</p> |