

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：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(请文字说明其他活动内容)
参与单位名称及人员姓名	详见附件
时间	2024年9月20日 15:00-17:00
地点	公司7栋1楼会议室
形式	公司现场+线上“价值在线”平台相结合
上市公司接待人员姓名	董事长：张清森 董事、副总理：陈艳 董事会秘书兼财务负责人：王立珍 保荐代表人：王天琦
投资者关系活动主要内容介绍	<p>一、董事长张清森先生介绍了公司基本情况</p> <p>(1) 公司基本概况</p> <p>公司成立于2012年，是一家国家级高新技术企业，专注于3C消费电子产品的研发、设计、生产与销售，致力于为用户提供全方位数码解决方案，产品主要涵盖传输类、音视频类、充电类、移动周边类、存储类五大系列。公司境内外市场均衡发展，产品在全球多个国家和地区销售，线上线下销售渠道全面覆盖，成为科技消费电子领域的领先品牌。</p> <p>还阐述了其企业使命、愿景、价值观、经营理念和发展战略。</p> <p>(2) 公司2024年上半年经营业绩回顾</p>

2024 年上半年，公司实现营业收入 27.43 亿元，同比增长 29.31%，扣非归母净利润 2.01 亿元，同比增长 13.59%。从品类上看，充电类、传输类、音视频类、移动周边类和存储类分别实现营业收入 9.89 亿元、7.97 亿元、4.91 亿元、2.36 亿元和 1.84 亿元，同比增长 53.48%、20.83%、9.72%、16.54%和 34.73%。公司通过“线上+线下”和“境内+境外”的双循环全渠道布局，实现了均衡稳健的增长。2024 年上半年，境内外收入占比分别为 44.69%和 55.31%，线上、线下收入占比分别为 75.94%和 24.06%。境外主营收入快速增长，达到 15.16 亿元，同比增长 44.43%，其中欧洲、美洲、东南亚地区分别同比增长 43.9%、54.14%和 64.23%。

二、提问交流

Q1、请问公司的定位和发展战略是怎样的？

答：作为一家全球消费电子产品领导品牌，绿联科技从 3C 配件类产品线起步，致力于满足消费者在居家、办公、出行和车载等场景下的数据传输、链接和存储需求。我们的目标是不断扩大产品边界，为消费者提供全方位的 3C 产品解决方案。

公司计划通过深入挖掘市场需求、产品创新、导入新品类和扩展销售渠道来增加市场份额，提升市场竞争力，满足消费者需求，并扩大市场影响力。公司将重点布局本地化规划，特别是在充电和耳机品类上，以提供更符合当地消费者喜好的产品和服务。公司还计划在达到一定规模后，基于现有产品进行延伸，开发周边产品，以扩大产品线。公司对手机配件市场持乐观态度，认为市场将出现更多机遇，并将继续关注市场动态，积极应对变化，保持市场领先地位。

Q2、海外市场的拓展情况，尤其是存储类产品有不错的增长，未来的预期和对中美贸易战影响的看法？

答：公司积极拓展海外市场，经销网络遍布全球，公司主要通过经销商、大型商超和专业渠道进行合作，已成功入驻了山姆、沃尔玛、APPLE PREMIUM 门店等大型商超。并在多个国家和地区设立了子公司，开展本地化经营，更好地满足不同地区消费者的差异化需求，且已在欧洲、美洲等国家和地区取得了一定的进展。

自 2018 年以来，中美贸易摩擦和美国的保护性贸易政策，对全球多边贸易体系产生了较大的冲击。若美国对相关消费电子产品进一步实施进口限制措施，则可能损害消费电子产品行业海外品牌商、制造商的利益，并对全球消费电子产品行业的稳定发展造成一定的不利影响。

公司将依托自身在消费电子行业多年的沉淀和积累，充分发挥在自有品牌、研发技术、产品质量、渠道拓展、供应链管理等方面的优势，通过数据化运营和系统化操作，洞察消费热点，把握技术潮流、并向终端消费者提供具有差异化创新设计的优质产品，最大限度地降低宏观经济波动对公司经营业务的影响。公司的产品在境外市场与境外品牌相比，竞争力突出，具有产品的定价权，加征的关税可以通过产品价格调整向下游传导。

Q3、AI 的应用情况，对产品矩阵的提升情况以及对其应用展望？

答：公司认识到 AI 技术在提升产品竞争力和满足消费者需求方面的重要性，因此在研发和产品创新上不断加大投入。公司产品 NAS 私有云存储有 AI 智能管理模块，系统服务提供针对图像、视频、文字的 AI 相关技术服务，支持智能相册内的人脸识别、场景识别、NLP 语义理解搜图、自定义模型本地学习以聚类图库等功能。

AI 技术在手机配件中的应用被视为一个重要趋势，尽管目前消费者对 AI 技术的接受度不高。硬件公司在 AI 领域具有明显优势，而软件公司需要依赖硬件公司的支持。预计在 AI 领域，硬件公司将是最主要的受益者，并且品牌效应将有助于成为市场份额的关键因素。

Q4、未来两年重点的产品战略方向？

答：公司致力于巩固现有产品技术优势，并加大研发投入以推进五大系列产品的技术创新，包括 NAS 私有云存储、耳机声学、充电续航等。在充电类产品方面，公司持续推动快充技术进步和产品迭代，推出新品如移动电源和新型排插，为市场拓展和业绩提升奠定基础。传输类产品作为公司重要收入支柱，涵盖了多种连接解决方案，公司不断优化产品性能和质量。音视频类产品通过持续优化和升级，满足市场对高质量音视频传输的需求。移动周边类产品旨在满足用户对智能设备的支撑和保

护需求，公司将持续关注用户需求，提供全面和个性化的解决方案。存储类产品作为核心品类，公司将加大对 NAS 私有云存储的研发力度。

Q5、公司对私有云存储业务的定位、发展规划？

答：公司对私有云存储业务的定位是将其作为公司的重要发力点和未来的增长引擎。公司致力于通过技术创新和产品多样化，满足个人、家庭以及企业用户对数据存储和管理的需求。绿联私有云存储产品，如 DXP 系列，覆盖了从双盘位到八盘位的多种型号，旨在为用户提供安全、可靠、易用且性价比高的数据存储解决方案。绿联私有云存储业务正迎来快速发展期，公司通过不断的技术创新和市场拓展，有望在未来几年内继续实现规模性的增长。

Q6、手机配件业务发展情况以及增长点在哪里？

答：手机配件业务，现存市场规模空间庞大，且随着产品种类的丰富、个性化需求的提升、功能性需求的增长等多样化的消费者需求、新兴市场的市场增量、以及技术的不断创新，预计手机配件市场将继续保持增长态势。此外，品牌效应带来的聚集优势有助于公司在市场竞争中获得更多的市场份额，提高公司的盈利能力和市场地位。

Q7、AI 智能硬件机会在哪里？

答：近年来，AI 大模型技术快速发展，新产品、新应用层出不穷。AI 与智能硬件产品的融合，有望在未来几年中为全球科技和消费电子行业带来新一轮的发展契机。如智能手机、智能耳机等，不仅增强了产品的功能性，还为用户提供了更加个性化和智能化的体验。公司始终坚持原发技术创新的发展理念，构建移动办公、居家生活、户外出行、车载空间等多种应用场景下的智能设备使用的生态闭环，为消费者提供全方位的数码解决方案。

Q8、公司的市场空间和行业竞争是怎样的？

答：在现有庞大的消费电子市场下，吸引了众多消费电子产品制造商，行业内市场参与者数量不断增加，国际大型品牌企业、各类本土中小企业乃至微型创业型企业迅速崛起，且技术更新和产品迭代速度加快，市场竞争愈加激烈。但与此同时，新技术、新产品的快速迭代，也使得

消费电子产品在产品品类及广度上不断延伸，行业边界得以快速拓展，衍生出众多新的消费电子细分市场，创造出新的消费电子蓝海市场。且近年来，在技术不断创新等因素推动下，全球消费电子产品创新层出不穷，渗透率不断提升，消费电子行业快速发展，并形成了庞大的产业规模。根据 Statista 的数据，全球消费电子行业市场规模预计 2028 年将增长至 11,767 亿美元，市场规模巨大，行业内发展空间仍充足。

Q9、公司未来三五年的发展机遇和挑战？

答：公司致力于提供一站式、全品类、单一品牌的解决方案，旨在打造一个专业的人力库，以满足客户多样化的需求。公司的愿景是全球化、稳定化建设，为此，在品牌建设、渠道建设和研发产品上投入了大量资金，主要关注组织人才的培养和发展。公司的战略集中在品牌、渠道和产品上，未来将专注于科技类产品的演变，并希望成为单一品牌的领导者。公司相信，通过专注于单一品牌，可以更好地控制产品质量、提升品牌形象，并为客户提供一致的服务体验。在业务拓展、产品需求、技术演变和市场需求方面，公司面临挑战和机遇。最大的挑战是将不确定性转化为确定性，确保公司的战略能够适应不断变化的市场环境。为此，公司将通过深度研究、创新等方式优化产品，以满足市场的需求。尽管专注于一个品牌的战略可能受到质疑，但公司仍然坚信这是正确的方向。并将继续坚持这一战略，通过不断创新和优化产品，为客户提供更好的解决方案，实现公司的长期稳定发展。

Q10、公司 NAS 产品的进展？

答：公司不断加大在存储类产品研发上的投入，2024 年 6 月，绿联 NAS 私有云推出了新品 DXP 系列，该系列搭载了公司自研的 UGOS Pro 系统，DXP 系列不仅已经通过了多重安全认证及测试，包括网络安全等级保护二级测试、欧盟 EN303645 认证、TRUSTe 认证以及 360 软件安全漏洞的测试。而且在隐私政策、数据安全、用户权利保护等方面均达到了国际先进水平。这一系列产品的推出，能够为用户提供安全、可靠的数据存储服务，实现手机、平板、电脑等设备中数据的自动备份和存储，以及多终端互联和多人远程线上访问，精准满足了新时代用户对海量数

	<p>据管理的需求。</p> <p>Q11、公司定位零售公司还是科技公司？</p> <p>答：公司作为科技消费电子领域的国家级高新技术企业，自主创新能力较强，具有创新、创造、创意特征，具有较强的成长性和发展前景。公司始终坚持原发技术创新的发展理念，致力于为消费者提供全方位数码解决方案和优质产品，在全球 3C 消费电子领域拥有较为突出的综合竞争力。</p> <p>Q12、公司如何看待自身的核心竞争力？</p> <p>答：公司在产品技术、品牌渠道和供应链方面具备核心竞争力，这些优势为公司持续发展提供了坚实基础。在产品技术方面，公司坚持原发技术创新，90%以上的收入和毛利来源于自主设计的 ID、结构、功能以及软件研发的产品。2024 年上半年，公司的研发投入达到了 13,882.30 万元，同比增长了 42.42%。2024 年上半年，研发投入大幅增长，未来将持续巩固技术优势并丰富产品矩阵。在品牌与渠道方面，公司通过“UGREEN 绿联”品牌实现全球化销售，线上线下渠道布局完善，境内外收入均衡。在供应链方面，公司通过自有产能和供应链整合，建立了领先的生产智造能力，并通过柔性管理保障产品品质、成本和交付速度。</p>
<p>关于本次活动是否涉及应披露重大信息的说明</p>	<p>本次投资者交流活动未涉及应披露重大信息。</p>
<p>附件清单 (如有)</p>	<p>无</p>
<p>日期</p>	<p>2024 年 9 月 20 日</p>

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	姓名	机构名称	姓名
大成基金	吴志强	易方达基金	方鑫宸
招商基金	祝航召	大成基金	方向
招商基金	徐张红	上海稻实私募基金	戚友石
华安基金	萧戈言	博时基金	符昌铨
国投瑞银	陈郑宇	嘉实基金	汤舒婷
国联基金	陈方园	交银施罗德基金	张晨
信达澳亚	齐兴方	富国基金	林庆
信达澳亚	刘权	中庚基金	陆伟成
广东天辰元信私募基金	许茂	深圳市惠通基金	刘利钊
长城基金	林皓	建信(北京)投资基金	陈方舟
宝盈基金	赵国进	华泰证券	李雅婕
国投瑞银	李成	华泰证券	寻春珍
华泰证券	周衍峰	国泰君安	陈笑
华泰证券	黄礼悦	浙商证券	宋伟
国泰君安证券	刘越男	中信证券	赵兵兵
招商证券	鄢凡	中信建投证券	吕育儒
招商证券	涂银山	中信建投证券	张玉龙
招商证券	王恬	华创证券	樊翼辰
浙商证券	褚远熙	西南证券	张大为
国信证券	柳旭	国盛证券	王硕
国信证券	欧阳仕华	华福证券	王鑫昶
中泰证券	张潇	上海光大证券	严可人
西南证券	王谋	汇丰前海证券	王志欣
前海再保险	陈泓君	研究所	赵国振

AZE	古诗	泓铭资本	李静
百川投资	唐琪	宁远资本	张辛洋
创华投资	李军辉	青岛以太投资	王增昌
创华投资	梁卫华	腾讯投资	周立顶
中銀國際英國保誠資產 管理	蔡鹏	Point72 Hong Kong Limited	秦晴
LIBRARY GROUP	牟晋之	阳光资产管理	张凌禹
彬元资本	陈海亮	上海宽远资产	张浏
创华投资	徐圣麟		