



客服电话：400-072-5588

# 智能家用投影仪 头豹词条报告系列

张文静 2022-12-12 未经平台授权，禁止转载

行业： 制造业/计算机、通信和其他电子设备制造业/智能消费设备制造 消费品制造/家电家用

### 行业定义

智能家用投影仪属于近几年发展较快的智能化电子产品的...

AI访谈

### 行业分类

智能家用投影仪与传统投影仪相比，拥有智能操作系统和...

AI访谈

### 行业特征

智能家用投影仪的LCD投影技术成为主流，由于受到疫情...

AI访谈

### 发展历程

智能家用投影仪行业目前已达到 **3个**阶段

AI访谈

### 产业链分析

上游分析 中游分析 下游分析

AI访谈

### 行业规模

2017年以来，智能家用投影仪行业内企业逐渐增多，相...

AI访谈 数据图表

### 政策梳理

智能家用投影仪行业相关政策 **4篇**

AI访谈

### 竞争格局

国产智能投影仪的出货量在整个智能投影仪行业中占比较...

AI访谈 数据图表

摘要

中国智能家用投影仪未来行业发展整体呈上升趋势。2017年2021年销售额的年复合增长率为50.9%，消费市场呈现迅速上升态势。随着行业内企业的增多，中高端智能投影仪的亮度、分辨率、技术方案的差异化程度缩小，行业准入门槛开始降低。由于受到疫情冲击，美国德州仪器的DLP芯片短缺，中国以DLP技术为核心的智能投影仪的市场份额随之下降。为了降低DLP芯片缺货的影响，中国智能家用投影仪企业采用LCD技术替代DLP技术，LCD技术的市场份额快速上升。中国智能家用投影仪的消费分级趋势明显，行业竞争格局呈现多级分化的态势。中国智能家用投影仪行业的消费分级趋势已经成型。汇趣、微影、诺必行、欢乐投等低端投影仪品牌，以低价吸引价格敏感型消费者。坚果、当贝、天猫魔屏等中端智能家用投影仪品牌，通过软硬件的性价比配置来塑造品牌价值。峰米、爱普生、明基的智能家用投影仪面向高端消费市场，吸引价值偏好型消费者。未来中国智能家用投影仪的增长点在于超高清产品的推广、更先进的软件算法、产品在租房群体中的普及等。

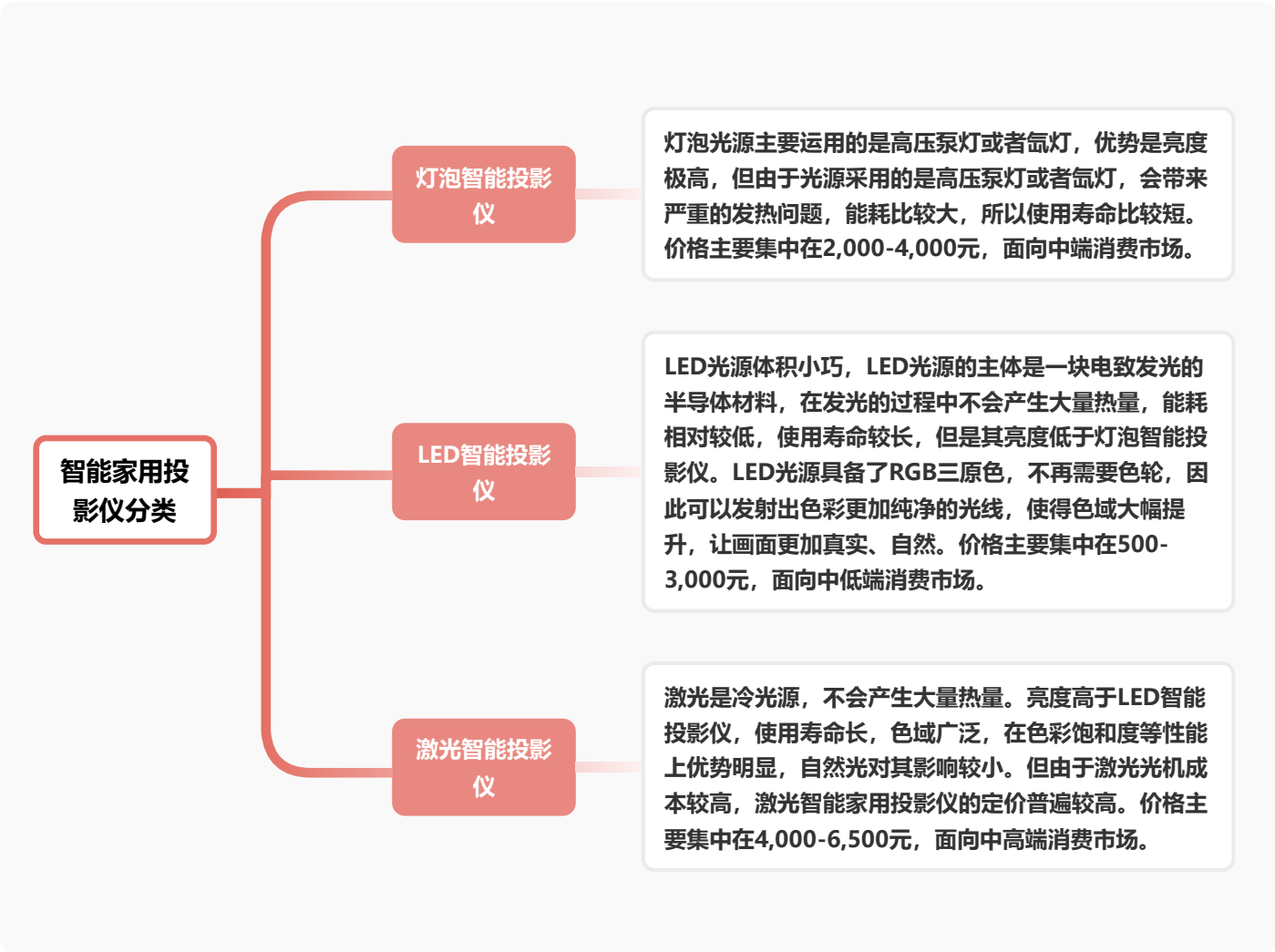
## 智能家用投影仪行业定义

智能家用投影仪属于近几年发展较快的智能化电子产品的其中一种，是指在传统的投影设备中加入智能化操作系统，在硬件设备、软件算法、操作系统等多方面进行创新，将产品打造成集影像、音响和智能化系统一体化的视听终端。智能家用投影仪可实现网页搜索、网络音乐播放、网络视频播放、视频点播、线上教学和教育资源阅读等应用服务。<sup>[1]</sup>

[1] 1: 百度百科 2: <https://baike.baidu.co...> 3: 百度百科

## 智能家用投影仪行业分类<sup>[2]</sup>

智能家用投影仪与传统投影仪相比，拥有智能操作系统和相应的软件算法，具备画面校正、自动对焦、手机遥控等功能。与智能商用投影仪相比，智能家用投影仪的外形体积更小巧、功能消耗更低，适用于家庭等多场景。智能家用投影仪根据光源可以分为灯泡智能投影仪、LED智能投影仪和激光智能投影仪。



[2] 1: 光峰科技招股书 2: 极米科技招股书 3: <https://zhuanlan.zhihu...> 4: <https://www.benq.co...> 5: <https://www.epson.co...>

## 智能家用投影仪行业特征<sup>[3]</sup>

智能家用投影仪的LCD投影技术成为主流，由于受到疫情的冲击，依赖国外技术的DLP投影技术的市场份额下降，LCD投影技术的市场份额快速上升。智能家用投影仪的线上销售快速发展，中国智能家用投影仪市场的企

业持续开发线上销售渠道，线上销售出货量逐年递增。智能家用投影仪的行业头部效应明显，极米、坚果、当贝占据行业内超过60%的销售额，行业集中度较高。以及智能家用投影仪的男性消费者居多。根据巨量算数统计显示，在2022.05.28-2022.06.28期间检索关键词“智能投影仪”的人群以男性为主。

## 1 LCD投影技术成为主流

### 采用DLP技术和LCD技术的智能家用投影仪市场份额发生翻转

疫情之前，运用DLP技术的智能家用投影仪凭借性价比高、体积小等优势，占据多数市场份额。由于受到疫情冲击，美国德州仪器的DLP芯片短缺，中国智能投影仪DLP技术的市场份额随之下降。为了降低DLP芯片缺货的影响，中国智能投影仪企业采用LCD技术替代DLP技术，LCD技术的市场份额快速上升。

## 2 线上销售发展迅速

### 中国智能投影设备企业持续开发线上销售渠道

2017至2021年中国投影设备市场线上渠道出货量在中国智能投影仪设备市场的占比呈现上升态势。2021年中国投影设备出货量线上渠道占比为61.7%，同比增长3.3%，中国投影设备企业正加速发展线上销售渠道。在中国电子商务市场的成熟发展下，线上的官方电商平台提供吊装投影仪支架安装、幕布安装等上门服务，线上销售的售后服务体系更加完善。线上B2C渠道凭借优异的消费触达能力和便捷的购物体验，迅速成为智能投影企业的主要销售渠道。

## 3 行业头部效应明显

### 当前智能家用投影仪的行业集中度较高，极米、坚果、当贝占据行业内超过60%的销售额

在智能家用投影仪众多品牌中，极米、坚果、当贝在2021年家用市场的销量处于领先地位。极米以接近40%的销售份额位居第一，坚果以超过20%的销售额占据第二。极米、坚果、当贝共占据超过60%的智能家用投影仪市场份额，在终端销售渠道中有强大的影响力。

## 4 男性消费者居多

### 智能家用投影仪的消费人群以男性为主

根据巨量算数统计显示，在2022.05.28-2022.06.28期间检索关键词“智能投影仪”的人群以男性为主，占比为79%。从年龄分布来看，24至30岁的消费群体对智能投影仪最为关注，占比为35.2%。因此，以中国青年男性为主的消费群体对智能家用投影仪有较高的关注度。

[3]

1: 洛图科技

2: 奥维云网

3: 极米招股书及年报

4: 巨量算数

5: [http://runtotech.com/...](http://runtotech.com/)

6: <https://zhuanlan.zhihu...>

7: <https://www.avc-mr.co...>

8: <https://trendinsight.oc...>

9: 洛图科技——一季度LC...

## 智能家用投影仪发展历程<sup>[4]</sup>

智能家用投影仪行业的发展经历了萌芽期、启动期和高速发展期。随着智能家用投影仪软件技术以及硬件技术的不断发展和提升，使得投影仪更加小巧便携，使用功能更加齐全，操作系统也更加智能化，中国智能家用投影仪的行业发展迅猛，行业内企业持续增多，中国消费者对智能家用投影仪行业的关注度提高，智能家用投影仪行业正在迅速发展。

### 萌芽期 · 1989-1996

1989年，爱普生研发出了全球第一台LCD投影仪VJP-2000。1995年,单片LCD投影仪正式进入市场。同年，富可视研制成功全球第一台多晶硅多媒体机。1996年,爱普生推出了3LCD技术,使得投影仪的稳定性和色彩表现方面有了极大突破。同年，DLP技术正式商品化,第一台DLP投影仪诞生。LCD与DLP技术的迅速发展,爱普生、明基、奥图码、JVC等一批老牌投影仪厂商占据投影仪市场。但是此时的投影仪没有智能操作系统，需要手动操作，由于外形体积大，多用于商务、教育等场合。

### 启动期 · 1999-2013

1999年，夏普推出全球第一台16：9DLP数据投影仪。2000年，富可视推出全球第一台DVI笔记本投影仪。2008年，德州仪器推出全球第一台家用LED投影仪。2011年，天津科技大学实现对投影仪外型的相关技术的突破，让投影仪更加便携。开始出现可联网的投影设备。投影仪产品开始慢慢向家用场景发展。投影仪的体积逐渐变小，中国家用投影仪市场开始起步。

### 高速发展期 · 2014-2022

2014年极米发布搭载了安卓操作系统的智能投影Z3。2017年，峰米便通过众筹上市的“米家激光投影电视”进入激光领域。2021年10月，峰米连续发布峰米R1 Nano超短焦激光投影仪、峰米X1激光投影仪以及峰米P1口袋激光投影仪三款划时代激光投影新品，真正引领了激光投影时代。投影仪的智能操作系统更加完善。中国智能投影仪行业迅速发展，相关企业数量增多。中国消费者对智能投影仪行业的发展更加关注。

[4]

1: 中国投影网

2: 搜狐

3: <http://www.ty360.com...>

4: <http://mt.sohu.com/2...>

5: 《投影那些事儿》投影...

## 智能家用投影仪产业链分析

智能家用投影仪产业链的上游包括核心零部件供应商和投影技术提供商，核心零部件供应商主要包括光机供应商、Wi-Fi模组供应商、音响供应商和CPU供应商。投影技术供应商包括DLP投影技术供应商、LCD投影技术供应商、3LCD投影技术供应商和LCOS投影技术供应商。涉及企业有深圳光峰科技股份有限公司、上海日亚电子化学有限公司等。中游为智能投影仪设备商，由于LCOS技术开发成本高以及3LCD技术市场渗透率较低，现阶段中国智能家用投影仪主要使用LCD投影技术和DLP投影技术。涉及企业有深圳市光峰小明有限公司，成都极米科技股份有限公司等。下游为终端零售渠道。从销售渠道来看，由于电商行业的迅速发展，线上销售额占比提高。涉及企业有京东、淘宝等。<sup>[5]</sup>

### 上 产业链上游

[6]

#### 生产制造端

核心零部件供应商、投影技术提供商

#### 上游厂商

深圳光峰科技股份有限公司 >

上海村田激光技术有限公司 >

丹拿音响（上海）有限公司 >

查看全部

#### 产业链上游说明

核心零部件主要包括光机、Wi-Fi模组，音响和CPU。光机的主要成本由激光光源、灯泡光源、DLP芯片、3LCD芯片构成。从智能投影仪整体成本构成上来看，光机占全部硬件成本的50%-65%。以激光光机为例，光源成本占比在40%左右，光处理芯片占比在15%左右，镜头成本占比在10%左右。投影技术主要包括DLP投影技术、LCD投影技术、3LCD投影技术和LCOS投影技术。DLP投影技术应用数字微镜器（DMD）进行反射调制，DMD器件控制其表面微镜阵列中每一个微镜的翻转角度，利用人眼视觉暂留效应进行成像。LCD投影技术通过电压大小控制液晶器件的旋转角度，从而对透射光偏振方向进行调制，多晶硅技术的发展使得液晶器件的体积逐步减小。3LCD投影技术通过三片式液晶板投影连续成像技术，将灯泡发出的光分解成红、绿、蓝三种颜色的光，每种颜色分别透过各自的液晶板，最后通过棱镜成像DLP核心技术和元器件的制造由德州仪器主导，爱普生和索尼共同持有3LCD技术的核心专利。

### 中 产业链中游

品牌端

智能投影仪设备商

中游厂商

深圳市光峰小明科技有限公司 >

索尼（中国）有限公司 >

成都极米科技股份有限公司 >

查看全部 ▾

产业链中游说明

智能投影仪设备商主要有使用LCD技术的小明、轰天炮等。使用3LCD技术的索尼、爱普生等。以及使用DLP技术的极米、峰米等。LCD技术的应用成本低，其分辨率和色彩低于DLP技术和3LCD技术。LCD智能投影仪多采用LED光源以降低成本，面向低端消费市场。3LCD技术的应用成本高、光机体积大、画面表现力强。3LCD智能投影仪的光源以灯泡和激光为主，面向中高端消费市场。DLP技术拥有光机体积小、性价比高等优点，适用于便携性更强的智能家用投影仪。由于索尼和爱普生的业务涉及成品智能投影仪，中国智能投影仪企业较难获得专利授权。因此，3LCD技术在中国家用市场的渗透率较低。疫情之前，DLP技术凭借性价比高、体积小等优势，占据多数市场份额。由于受到疫情冲击，德州仪器的芯片出货出现下滑。根据德州仪器的年报数据，2020年DLP相关业务的营业收入同比下降17.4%。受主要供应商的DLP芯片短缺影响，中国智能投影仪DLP技术的市场份额随之下降。根据洛图科技数据，采用DLP技术的智能家用投影仪市场份额从2019年第一季度的74%下降到2022年第一季度的38%。为了降低DLP芯片缺货的影响，中国智能投影仪企业采用LCD技术替代DLP技术，LCD技术的市场分额快速上升。LCD技术在2022年一季度的市场份额达到62%，成为中国智能投影设备的主流投影技术。

下 产业链下游

渠道端及终端客户

终端零售渠道

渠道端

北京京东世纪贸易有限公司 >

淘宝（中国）软件有限公司 >

成都极米科技股份有限公司 >

产业链下游说明

智能家用投影仪的零售渠道主要分为线上渠道和线下渠道。线上渠道分为两种，一种是直接销售给客户的B2C模式，线上B2C模式的销售渠道主要包括第三方B2C电商平台和企业自营的官方商城。一种



是企业和电商平台合作，通过电商平台再售卖给客户的B2B2C模式。线上B2B2C属于电商平台入仓模式。企业直接客户为电商平台，而终端消费者为电商平台的直接客户。智能家用投影仪企业的线下销售渠道以经销商为主，占比超过70%，自营和客户直销占比不到30%。极米等企业正在探索加盟店等线下渠道的拓展方式。

- [5]

1：观研报告网

2：德州仪器官网

3：极米招股书及年报

4：光峰招股书及年报

5：<https://www.chinabao...>

6：<https://www.ti.com.cn...>

7：我国家用投影仪行业产...
- [6]

1：光峰招股书及年报

2：极米招股书及年报

3：德州仪器官网

4：洛图科技

5：奥维云网

6：<https://www.ti.com.cn...>

7：<http://runtotech.com/...>

8：<https://www.avc-mr.co...>

9：洛图科技——季度LC...

## 智能家用投影仪行业规模<sup>[7]</sup>

2017年以来，智能家用投影仪行业内企业逐渐增多，相关产业链趋于成熟，成本降低推动终端价格下降，使产品销量迅速攀升，市场规模随之上涨。2022年上半年中国智能投影市场销量为301万台,同比增长30.2%;销售额为62.7亿元,同比增长16.3%。中国智能投影的市场规模从2016年75万台，发展到2021年接近500万台。2017年-2019年间，每年以近100万的增量快速成长。

疫情下“宅经济”的发展也为智能投影带来众多新需求，市场规模维持较快增长。场景化应用范围扩大，同时也考虑到可能有10%的已经购买过的客户在五年后可能会更换投影设备，这也是影响未来市场规模预测的要因素。智能家用投影仪销量是根据IDC对智能投影仪的出货量预测，2022-2026年的出货量年增长率在20%左右，在不出现会有库存积压等问题的前提下，智能家用投影仪的销量规模和出货量规模的增速相似。

随着智能家用投影仪行业内参与竞争的企业增多，中小品牌的性价比策略将会对大品牌的产品价值和形象塑造产生影响。此外，中高端智能投影仪的亮度、分辨率、技术方案的差异化程度缩小，行业准入门槛开始降低。因此，中国智能家用投影仪市场规模的增速将会放缓，2021至2026年销售额的年复合增长率预计为20.7%。在未来，中国智能家用投影仪消费市场的主要增长点在于超高清产品的推广、更先进的软件算法、产品在租房群体中的普及等，智能家用投影仪的渗透率将进一步提升。

中国智能家用投影仪市场规模预测（按销售额计算）

洛图科技、奥维云网、IDC





## 智能家用投影仪政策梳理

| [8]  | 政策  | 颁布主体 | 生效日期    | 影响 |
|------|---|------|---------|----|
|      | 《新一代人工智能发展规划》   | 国务院  | 2017-07 | 5  |
| 政策内容 | 该政策支持人工智能开源软硬件基础平台、建立大数据人工智能开源软件基础平台、终端与云端协同的人工智能云服务平台、新型多元智能传感器件与集成平台、基于人工智能硬件的新产品设计平台、未来网络中的大数据智能化服务平台等 |      |         |    |
| 政策解读 | 该政策有效促进人工智能技术算法的研发和终端应用，对智能投影仪搭载的人工智能算法有明显的支持作用。人工智能开源软硬件基础平台等相关资源将加速推动智能投影仪的智能化发展                        |      |         |    |
| 政策性质 | 指导性政策   |      |         |    |

| [8] | 政策                          | 颁布主体    | 生效日期    | 影响 |
|-----|-----------------------------|---------|---------|----|
|     | 《超高清视频产业发展行动计划（2019-2022年）》 | 工信部等三部门 | 2019-02 | 5  |
|     |                             |         |         |    |



|      |  |
|------|--|
| 政策内容 | 该政策明确要求至2022年，中国超高清视频产业总体规模超过4万亿元，4K产业生态体系基本完善，8K关键技术产品研发和产业化取得突破。政策鼓励企业研发CMOS图像传感器、光学镜头、专业视频处理芯片、编解码芯片等核心元器件                  |
| 政策解读 | 该政策有效促进智能投影仪的上游光学镜头和投影技术的行业发展。CMOS图像传感器是反射式液晶显示技术LCOS的核心元器件之一，由于技术成熟度问题，LCOS技术目前应用较少。在政策支持下，LCOS技术将得到快速发展，使用LCOS技术的智能投影仪成为发展趋势 |
| 政策性质 | 指导性政策  |

|      |  |      |         |    |
|------|--|------|---------|----|
| [8]  | 政策   | 颁布主体 | 生效日期    | 影响 |
|      | 《产业结构调整指导目录（2019年本）》修正版  | 发改委  | 2019-10 | 5  |
| 政策内容 | 该政策将薄膜场效应晶体管LCD、等离子显示屏、有机发光二极管、激光显示、3D显示等新型平板显示器件及关键部件归为鼓励类项目              |      |         |    |
| 政策解读 | 产业结构鼓励类项目将获得中国政府的税收优惠、免征关税等政策支持。该政策对智能投影仪的LCD技术、LED光机、激光光机等技术研发和生产有直接的促进作用 |      |         |    |
| 政策性质 | 鼓励性政策  |      |         |    |

|      |   |            |         |    |
|------|---|------------|---------|----|
| [8]  | 政策  | 颁布主体       | 生效日期    | 影响 |
|      | 《关于促进消费扩容提质加快形成强大国内市场的实施意见》   | 发改委等二十三个部门 | 2020-03 | 5  |
| 政策内容 | 加快构建“智能+”消费生态体系，加快新一代信息基础设施建设，推进线上线下融合等新消费模式发展。政策鼓励企业利用物联网、大数据、云计算、人工智能等技术推动各类电子产品智能化升级 |            |         |    |
| 政策解读 | 该政策支持智能化消费产品的终端应用，鼓励企业利用新兴技术对电子产品赋能。智能投影仪作为智能化电子产品，该政策对智能家用投影仪行业的发展有显著的推进作用             |            |         |    |
| 政策性质 | 鼓励性政策   |            |         |    |

[8]

1: 中国政府网

2: 工信部官网

3: 发改委官网

4: <https://www.ndrc.gov...>

5: <https://wap.miit.gov.c...>

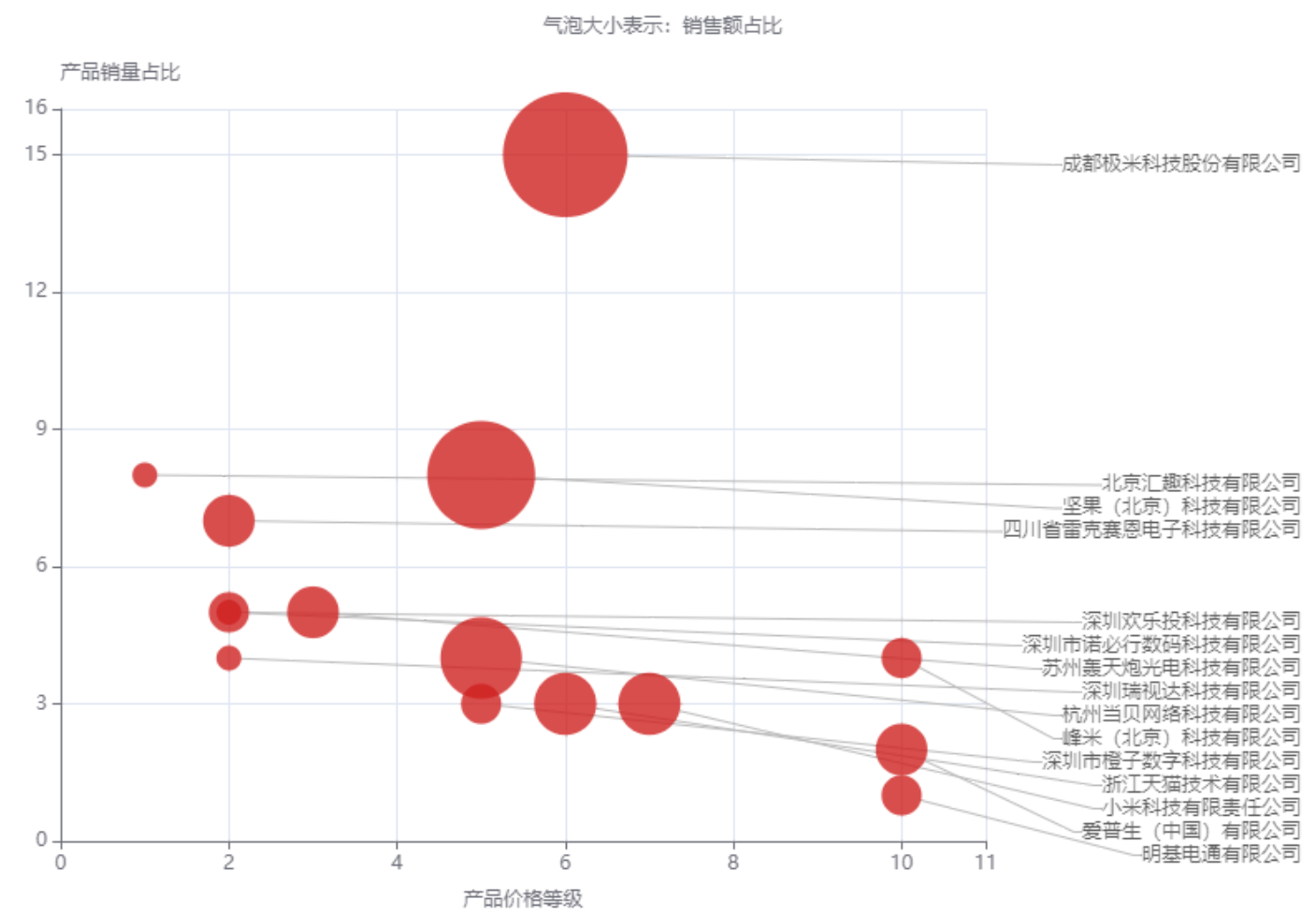
6: <http://www.gov.cn/zhe...>

7: <http://www.gdgn.gov....>

8: 三部门关于印发《超高...

## 智能家用投影仪竞争格局<sup>[9]</sup>

国产智能投影仪的出货量在整个智能投影仪行业中占比较大。目前智能家用投影仪的市场集中度高，极米、当贝、坚果等大品牌占据行业内超60%的销售额，行业头部效应明显。根据IDC数据显示，2021年中国家用投影仪出货量为348万台，同比增长16%。从出货量来看，极米出货量位居第一，占比21.2%。爱普生排名第二，占比8.4%。坚果排名第三，占比7.5%。从销售额来看，极米也位居第一，占比36.9%。坚果、当贝分别排名第二、三位，占比20.3%，5.6%。以DLP投影技术为核心的极米、坚果等品牌，通过其独特的智能操作系统，吸引价值偏好型消费者。以LCD投影技术为核心的汇趣、微影等品牌，吸引价格敏感型消费者。



气泡的大小代表销售额的占比，气泡越大，销售额占比越大。

## 上市公司速览

| 极米科技股份有限公司 (688696) |      |         |        | 深圳光峰科技股份有限公司 (688007) |      |         |        |
|---------------------|------|---------|--------|-----------------------|------|---------|--------|
| 总市值                 | 营收规模 | 同比增长(%) | 毛利率(%) | 总市值                   | 营收规模 | 同比增长(%) | 毛利率(%) |

|   |        |      |       |   |        |       |       |
|---|--------|------|-------|---|--------|-------|-------|
| - | 28.8亿元 | 9.02 | 37.00 | - | 18.8亿元 | 12.96 | 31.40 |
|---|--------|------|-------|---|--------|-------|-------|

[9]

1: 观研报告网

2: 奥维云网

3: 钛媒体APP

4: <https://www.chinabao...>

5: <https://www.avc-mr.co...>

6: <https://baijiahao.baidu...>

7: 我国家用投影仪行业产...

## 智能家用投影仪代表企业分析

1 峰米（北京）科技有限公司<sup>[10]</sup>

▪ 公司信息

|      |  |          |                    |
|------|--|----------|--------------------|
| 企业状态 | 存续   | 注册资本     | 5000万人民币           |
| 企业总部 | 市辖区  | 行业       | 科技推广和应用服务业         |
| 法人   | 赖永赛  | 统一社会信用代码 | 91110113MA004HRE1T |
| 企业类型 | 有限责任公司(法人独资)   | 成立时间     | 2016-03-30         |
| 品牌名称 | 峰米（北京）科技有限公司   |          |                    |
| 经营范围 | 技术开发；软件开发；零售机械设备、电子产品；货物进出口、技术进出口；产品设计。（... <a href="#">查看更多</a> |          |                    |



▪ 竞争优势

1.激光技术专利储备和研发背景 截至2021年末，光峰全球累计专利申请2,419项，授权专利1,434项。光峰研发的ALPD激光技术作为底层关键架构技术，已被峰米智能投影仪广泛应用。2018 年，光峰获得中国科技部认可，牵头承担了国家重点研发计划“战略性先进电子材料”重点专项——“三基色激光显示整机生产示范线”项目。峰米依靠其母公司强大的激光技术研发能力和专利储备，可规模化生产使用ALPD激光技术等核心技术的智能投影仪。峰米基于母公司光峰的技术研发优势，构筑其智能投影仪的技术壁垒。

▪ 竞争优势2

2.自研智能投影操作系统 峰米自主研发了智能大屏生态系统Feng OS，可搭载不同类型的家用显示产品。Feng OS系统让峰米旗下产品形成操作“系统+硬件+内容”的完整闭环，面向全行业打造全面开放的合作平台。峰米通过与视频运营方达成合作，使Feng OS系统可进行大型节目转播，累计完成2,5000余部影视作品的深度加工。2022年3月发布的Feng OS 2.0系统新增“一拍对屏”功能，用户可通过手机拍照构建3D空间模型，让投影画面自动校正，进一步提升用户观影体验

2 极米科技股份有限公司【688696】<sup>[11]</sup>



▪ 公司信息

|      |  |          |                    |
|------|--|----------|--------------------|
| 企业状态 | 存续   | 注册资本     | 7000万人民币           |
| 企业总部 | 成都市  | 行业       | 软件和信息技术服务业         |
| 法人   | 钟波   | 统一社会信用代码 | 915101000833108553 |
| 企业类型 | 其他股份有限公司(上市)   | 成立时间     | 2013-11-18         |
| 股票类型 | 科创板  | 品牌名称     | 极米科技股份有限公司         |
| 经营范围 | 计算机软硬件及电子产品的研发及生产；批发兼零售：家用电器、电子产品、玩具；批发兼... <a href="#">查看更多</a> |          |                    |

▪ 财务数据分析

<sup>[11]</sup>

| 财务指标         | 2017    | 2018     | 2019     | 2020     | 2021   | 2022(Q1) | 2022(Q2) | 2022(Q3) |
|--------------|---------|----------|----------|----------|--------|----------|----------|----------|
| 销售现金流/营业收入   | 1.1     | 1.14     | 1.08     | 1.11     | -      | -        | -        | -        |
| 资产负债率(%)     | 38.6229 | 48.5134  | 58.1888  | 68.4839  | 46.274 | 44.162   | 43.416   | 40.93    |
| 营业总收入同比增长(%) | -       | 66.0825  | 27.6041  | 33.6193  | 42.779 | 24.317   | 20.716   | 9.017    |
| 归属净利润同比增长(%) | -       | -35.2823 | 881.4297 | 187.7882 | -      | -        | -        | -        |
| 应收账款周转天数(天)  | 24.7739 | 13.6184  | 18.3443  | 14.4825  | 7      | 8        | 9        | 11       |
| 流动比率         | 2.5671  | 1.9936   | 2.3165   | 1.1227   | 1.915  | 2.032    | 2.043    | 2.858    |
| 每股经营现金流(元)   | -2.64   | -14.53   | 8.63     | 4.9418   | 10.723 | -2.722   | -1.565   | -4.024   |
| 毛利率(%)       | 19.1262 | 18.0406  | 23.3189  | 31.6311  | -      | -        | -        | -        |
| 流动负债/总负债(%)  | 98.6771 | 98.4878  | 69.4993  | 84.8544  | 83.882 | 83.286   | 82.925   | 62.631   |
| 速动比率         | 1.1379  | 0.6791   | 1.4094   | 0.5456   | 1.431  | 1.483    | 1.416    | 1.832    |

|                |          |          |           |          |         |         |         |         |
|----------------|----------|----------|-----------|----------|---------|---------|---------|---------|
| 摊薄总资产收益率(%)    | 2.0804   | 1.2235   | 8.3954    | 13.9772  | 12.689  | 2.353   | 5.244   | 6.466   |
| 营业总收入滚动环比增长(%) | -        | -        | 34.8532   | 32.9612  | -       | -       | -       | -       |
| 扣非净利润滚动环比增长(%) | -        | -        | 5286.4331 | 28.4842  | -       | -       | -       | -       |
| 加权净资产收益率(%)    | 7.79     | 2.19     | 18.43     | 38.92    | -       | -       | -       | -       |
| 基本每股收益(元)      | 1.63     | 0.94     | 3.07      | 7.17     | 10.09   | 2.43    | 3.85    | 4.71    |
| 净利率(%)         | 1.4514   | 0.5738   | 4.4134    | 9.5055   | 11.9747 | 11.9921 | 13.23   | 11.4261 |
| 总资产周转率(次)      | 1.4334   | 2.1322   | 1.9023    | 1.4704   | 1.06    | 0.196   | 0.396   | 0.566   |
| 归属净利润滚动环比增长(%) | -        | -        | 2249.2507 | 30.9023  | -       | -       | -       | -       |
| 每股公积金(元)       | 46.1383  | 46.6438  | 12.8963   | 13.0164  | 41.0831 | 41.3101 | 29.3492 | 29.4941 |
| 存货周转天数(天)      | 157.7149 | 111.4275 | 104.2119  | 108.8666 | 117     | 144     | 150     | 171     |
| 营业总收入(元)       | 9.99亿    | 16.59亿   | 21.16亿    | 28.28亿   | 40.38亿  | 10.13亿  | 20.36亿  | 28.82亿  |
| 每股未分配利润(元)     | -4.8235  | -3.8817  | 1.1222    | 6.4011   | 12.7458 | 15.1751 | 10.8094 | 11.6694 |
| 稀释每股收益(元)      | 1.63     | 0.94     | 3.07      | 7.17     | 10.09   | 2.43    | 3.85    | 4.71    |
| 归属净利润(元)       | 1470.57万 | 951.72万  | 9340.48万  | 2.69亿    | 4.83亿   | 1.21亿   | 2.69亿   | 3.30亿   |
| 扣非每股收益(元)      | 1.11     | -0.07    | 3.01      | 6.6      | 8.95    | 2.0533  | 3.32    | 3.9333  |
| 经营现金流/营业收入     | -2.64    | -14.53   | 8.63      | 4.9418   | 10.723  | -2.722  | -1.565  | -4.024  |

▪ 竞争优势

1.技术创新优势明显 极米自主设计研发了光机，铸就硬件壁垒，产品性能领先。目前极米自研光机可以实现同等条件下光机亮度提升10%以上，在保证产品体积较小的情况下，实现整机亮度提升。极米也高度重视软件研发，高用户基数助力算法持续迭代升级，加强用户粘性。大量的用户使用数据以及使用反馈，是极米软件更新迭代的重要资源。同时，公司产品经理积极在APP端、论坛与用户交流，并分析电商平台用户评价，充分发挥高用户基数的优势，不断迭代推出更高效、更贴近用户实际需求的软件算法，形成良性循环，铸就了极米软件层面的先发优势。专注智能感知算法和画质优化算法，在行业中有明显优势。

▪ 竞争优势2

2.产品系列丰富多样 极米产品系列丰富，极米的H系列和RS系列为高端智能投影仪，产品性能优异，面向技术要求高的对中高端消费市场。极米的Z系列，产品性能适中，面向要求低，对投影仪观感要求不高的低端消费市场。极米NEW Z6X适用于小白和游戏爱好者，极米H3S适用于有小孩的家庭等等，不同系列的产品满足了市场差异化的需求。极米丰富的产品矩阵满足了智能投影仪市场的差异化需求，拉动了极米品牌的市场渗透率。

[10] 1: <http://www.leadingir.com/>

2: 立鼎产业研究网 极米招...

[11] 1: <https://baijiahao.baidu.com/>

2: <https://www.idc.com/>

3: <https://mp.weixin.qq.com/>

4: IDC数据库 大屏新智慧 ...

法律声明

**权利归属：**头豹上关于页面内容的补充说明、描述，以及其中包含的头豹标识、版面设计、排版方式、文本、图片、图形等，相关知识产权归头豹所有，均受著作权法、商标法及其它法律保护。

**尊重原创：**头豹上发布的内容（包括但不限于页面中呈现的数据、文字、图表、图像等），著作权均归发布者所有。头豹有权但无义务对用户发布的内容进行审核，有权根据相关证据结合法律法规对侵权信息进行处理。头豹不对发布者发布内容的知识产权权属进行保证，并且尊重权利人的知识产权及其他合法权益。如果权利人认为头豹平台上发布者发布的内容侵犯自身的知识产权及其他合法权益，可依法向头豹（联系邮箱：[support@leadleo.com](mailto:support@leadleo.com)）发出书面说明，并提供具有证明效力的证据材料。头豹在书面审核相关材料后，有权根据《中华人民共和国侵权责任法》等法律法规删除相关内容，并依法保留相关数据。

**内容使用：**未经发布方及头豹事先书面许可，任何人不得以任何方式直接或间接地复制、再造、传播、出版、引用、改编、汇编上述内容，或用于任何商业目的。任何第三方如需转载、引用或基于任何商业目的使用本页面上的任何内容（包括但不限于数据、文字、图表、图像等），可根据页面相关的指引进行授权操作；或联系头豹取得相应授权，联系邮箱：[support@leadleo.com](mailto:support@leadleo.com)。

**合作维权：**头豹已获得发布方的授权，如果任何第三方侵犯了发布方相关的权利，发布方或将授权头豹或其指定的代理人代表头豹自身或发布方对该第三方提出警告、投诉、发起诉讼、进行上诉，或谈判和解，或在认为必要的情况下参与共同维权。



**完整性：**以上声明和本页内容以及本平台所有内容（包括但不限于文字、图片、图表、视频、数据）构成不可分割的部分，在未详细阅读并认可本声明所有条款的前提下，请勿对本页面以及头豹所有内容做任何形式的浏览、点击、引用或下载。