

极米科技股份有限公司

2026 年度“提质增效重回报”行动方案

为贯彻落实“以投资者为本”的上市公司发展理念，优化公司经营效率，维护公司全体股东利益，树立良好的资本市场形象，并基于对公司未来发展前景的信心、对公司长期价值的认可，极米科技股份有限公司（以下简称“公司”）于 2025 年 4 月制定并披露了《2025 年“提质增效重回报”行动方案》；回顾 2025 年全年，公司根据方案内容积极开展和落实相关工作，在推动上市公司持续优化经营、规范治理和积极回报投资者，大力提高上市公司质量，助力信心提振方面取得了积极成效。

2026 年 3 月 30 日，公司召开第三届董事会第八次会议审议通过了《关于 2026 年度“提质增效重回报”行动方案的议案》，以进一步提升公司经营效率，强化市场竞争力，保障投资者权益，树立良好的资本市场形象。主要措施如下：

一、聚焦经营主业，提升核心竞争力

公司自 2013 年成立以来迅速成长为国内投影设备行业领导品牌。根据 IDC 数据，2016 年和 2017 年公司出货量分别位居国内投影设备市场第四和第二；2018 年公司出货量首次位居中国投影设备市场第一，至 2025 年公司出货量已连续八年保持中国投影设备市场第一；2020 年公司销售额首次在中国投影设备市场拔得头筹，至 2025 年已连续六年保持国内出货量及销售额双第一。

根据洛图科技（RUNTO）数据，2025 年，全球整体投影机市场的出货量估测约为 2,034 万台，同比微增 0.5%。其中海外市场增速达 8.7%，显著高于全球大盘。海外投影设备市场体量庞大，但相对于中国市场而言，智能化渗透速度较慢，公司作为中国投影市场龙头企业，将加速推进智能投影全球化进程。公司产品的创新设计与底层研发实力持续获得国际权威机构的广泛认可：报告期内，在工业设计领域，公司 XGIMI AURA 2、Z9X Pro、Play 6 等多款产品荣获 2025 年 iF 设计奖；在全球核心行业展会中，TITAN Noir Max 与 Horizon 20 Max 分别在 2025 年美国消费电子展（CES）与德国柏林国际消费电子展（IFA）上，累计

获得数十家海外头部科技媒体评选的“展会最佳产品”荣誉；此外，在亚洲高端视听领域，Aladdin Marca Max 及多款核心产品荣获日本 VGP 2025 特别大赏及多项细分品类金奖。凭借卓越的产品力与品牌势能，公司在海外核心市场已取得显著的商业转化，2025 年，公司投影仪产品在亚马逊欧洲区域全年 GMV 位居品类第一，并首次实现美国亚马逊黑五期间单月（11 月）GMV 排名第二。

在日益激烈的出海竞争中，公司作为行业头部企业，将凭借更加深厚的技术储备、更高的品牌认可度、更加多元的销售营销网络以及更加深入的全球业务布局，在未来投影设备市场的长期竞争中确立并保持更大的领先优势。

报告期内，面对复杂多变的宏观消费环境，公司持续推进研发创新战略和供应链体系提质增效，实现资源高效配置和成本有效控制，整体推动公司成本管控、效率提升及核心盈利能力稳步增强。报告期内，公司实现营业收入 34.67 亿元，较上年同期增长 1.85%；实现归属于母公司所有者的净利润 1.43 亿元，较上年同期增长 19.40%；实现归属于母公司所有者的扣除非经常性损益的净利润为 1.14 亿元，较上年同期增长 23.99%。

2025 年以来，公司持续创新、优化产品矩阵。在入门级市场，公司持续迭代 Z 系列、Play 系列产品，推出便携投影 Play 6、轻薄投影 Z6X Pro、Z9X 等新品，进一步夯实入门级 DLP 投影份额优势，在中高端市场，公司继续加快中高端激光投影产品布局，推出家用旗舰 RS 20 系列、首款极米长焦超高端电影机 T10，持续突破家用高端投影性能；海外市场方面，公司继续坚定实施品牌出海与全球化业务布局，在海外推出 MoGo 4、Horizon 20 及 Vibe One 系列等新品，其中高端产品 Horizon 20 系列在“黑五”、圣诞大促期间供不应求，渠道方面，海外线上亚马逊、独立站等渠道收入实现快速增长，线下已深度布局欧洲、北美、日本、澳洲等区域超 6,000 个点位，全球品牌认知度稳步提升；新业务拓展方面，公司加快布局行业显示、车载光学等新业务，在行业显示领域，依托深厚的自研光机、画质算法与全产业链能力，极米行业显示产品“泰山”系列已于报告期内完成首批交付，并正在逐步构建覆盖全球的经销商网络；在车载光学领域，公司智能座舱产品已交付上车，目前已搭载于问界 M8、问界 M9、尊界 S800、享界 S9 等多款热门旗舰车型，成为国内头部新能源车企座舱显示方案的重要供应链合作伙伴。

1. 坚定实施品牌出海与全球化业务布局

海外市场已成为公司长期高质量发展的核心增长引擎。报告期内，公司坚定推进全球化战略，在产品形态适配、渠道拓展与本地化品牌建设方面持续深耕。产品端，公司紧贴海外消费者需求，推出了 MoGo 4 系列、Horizon 20 系列及 Vibe One 系列等差异化新品，其中高端旗舰 Horizon 20 系列在“黑五”、圣诞大促期间供不应求，得到了消费者广泛认可。同时，公司海外新品斩获多个奖项，AURA 2、Z9X、Play 6 等多款产品荣获 2025 年 iF 设计奖；在全球核心行业展会中，TITAN Noir Max 与 Horizon 20 Max 在 2025 年美国消费电子展（CES）与德国柏林国际消费电子展（IFA）上，累计获得数十家海外头部科技媒体评选的“展会最佳产品”荣誉；此外，在亚洲高端视听领域，Aladdin Marca Max 及多款核心产品荣获日本 VGP 2025 特别大赏及多项细分品类金奖。软件生态方面，在日本区域爆火的《西瓜游戏》Apple Arcade 版本正式上线，其 IP 衍生游戏《西瓜星球》也于 2025 年 12 月正式上线，公司将持续强化硬件设备与软件内容生态的协同赋能。

凭借卓越的产品力与品牌势能，公司在海外核心市场已取得显著的商业转化，IFA 展会新品发布后，线上亚马逊、独立站等渠道收入实现快速增长，2025 年，公司投影仪产品在亚马逊欧洲区域全年 GMV 位居品类第一，并首次实现美国亚马逊黑五期间单月（11 月）GMV 排名第二。未来，公司将加强产品与品牌出海的精细化运营，提升线上线下协同效应，进一步增强极米品牌在海外市场的认知度。

2. 持续深化技术创新与产品迭代

公司始终将技术创新视为立身之本，坚定投入研发资源用于技术及产品储备，持续深耕底层技术与前瞻布局。公司采用自主研发及产学研合作模式，与长春理工大学、重庆大学、电子科技大学等高校共同开展联合研发及人才培养。报告期内，公司投入研发费用 4.0 亿元，新增取得授权发明专利 56 项，累计已取得发明专利 449 项。

公司坚持以市场及用户需求为导向，将技术储备落地为产品力。公司持续创新迭代产品，推出便携投影 Play 6、轻薄投影 Z6X Pro 三色激光版、Z9X 等新品。其中，Z9X 率先于行业搭载了全新的 0.39 英寸 DMD 芯片，在更为轻薄的

机身内实现了真 4K 超高清分辨率与更高对比度。同时，公司继续加快中高端激光投影产品布局，推出家用旗舰 RS 20 系列、首款极米长焦超高端电影机 T10，持续突破家用高端投影性能天花板，为消费者带来更高品质的影音体验。旗舰机型 RS 20 Ultra Max 高亮版搭载了最新的纯三色激光方案与四重消散技术。在亮度与画质表现上，该产品结合全新一代 Qualas 32 激光器，实现了高达 5,200CVIA 流明的亮度、20,000:1 的 FOFO 对比度及 $\Delta E < 0.8$ 的专业级色准，该产品配备极米自研 X Master 大师红圈镜头，将专业级无损移轴功能下放至家用领域，结合自研 Eagle-Eye 鹰眼计算光学 5.0 系统，在色彩、亮度与智能化体验上持续突破，为消费者带来高品质影音体验。在超高端家庭影院领域，公司投影产品 T10 搭载工业级大尺寸 0.78 英寸 DMD 显示芯片，将专业工程级别的硬核参数与极致视听表现完美融入高端家庭影院场景，进一步拓宽了公司在超高端价格带的产品护城河。

3. 加快拓展光学应用边界，行业显示与车载业务正式落地

公司不断拓展技术与产品的应用场景，加快布局行业显示、车载光学等新业务。在行业显示领域，依托深厚的自研光机、画质算法与全产业链能力，极米行业显示产品“泰山”系列已于报告期内完成首批交付，并正在逐步构建覆盖全球的经销商网络，近期，极米行业显示也已作为技术支持方，与成都美术馆共同呈现“烟火指数·成都双年展”，以光影技术续写人文传承；在车载光学领域，公司智能座舱产品已交付上车，目前已搭载于问界 M8、问界 M9、尊界 S800、享界 S9 等多款热门旗舰车型，成为国内头部新能源车企座舱显示方案的重要供应链合作伙伴。此外，公司在 AI 可穿戴领域进行初步尝试，子公司深圳青眯旗下 Memomind 智能眼镜已于 2026 年 CES 展会发布。未来公司将继续拓展光学技术的应用边界，致力于为消费者带来更卓越的体验，并为股东持续创造价值。

二、加大海外市场拓展力度，加速全球化业务布局

公司作为中国投影市场领军企业，坚定实施品牌出海战略，持续推进海外本土化团队建设，加速公司全球化业务布局。目前公司已在美国、日本、德国、新加坡等地设立了海外公司，海外渠道覆盖不断扩大，除亚马逊、日本乐天等主流线上渠道外，公司产品已经进入欧洲、美国及日本等区域市场的主要线下零售渠

道，并在东南亚、澳洲等新兴区域实现出货，公司用户已遍布 100 余个国家及地区。

家用智能投影产品在海外市场发展仍处于相对早期阶段，海外消费者对家用智能投影产品接受度在逐步提升，未来海外家用智能投影市场仍有广阔的市场空间，2026 年公司将通过以下几个方面继续坚定推进全球化业务布局：

（1）加强对海外各区域市场不同消费习惯与趋势的研究，推出符合当地消费者需求的产品，提升公司品牌在国际市场的认知度。

（2）深化欧洲、北美、日本等区域市场的精细化运营，加强本地化渠道拓展与软件内容生态建设。同时，加快亚太及其他新兴区域市场的拓展步伐。

（3）组建并强化海外销售及营销人才团队，支撑公司在海外的销售渠道、品牌建设与产品推广工作。

公司将持续加大对国际市场的拓展力度，力争早日实现由全球家用投影市场第一品牌成长为全球第一投影品牌的市场目标。

三、完善公司治理，夯实高质量发展基石

完善的公司治理体系是企业高质量发展的基石。公司高度重视公司治理结构的健全和内部控制体系的有效性，2026 年，公司将持续完善法人治理和内部控制制度，提高公司运营的规范性和决策的科学性，主要举措包括：

1.紧跟政策步伐，确保制度合规高效

2025 年，公司落实职工董事要求，依法民主推选职工董事，完成治理架构迭代，借力职工董事制度，实现治理效能与市场竞争力的同步跃升；2026 年，公司将围绕法律、行政法规、证监会部门规章以及交易所业务规则的最新要求，及时根据最新法律法规和相关规定，结合公司实际，系统梳理公司原有制度，进行全面的修订、补充和完善。秉持前瞻性和专业性的发展理念，持续完善内部控制体系，优化治理架构，以应对复杂多变的全球市场环境和加速迭代的技术需求。公司依据《公司章程》及相关法律法规，结合自身实际，全面建立健全内部控制制度，确保董事会及管理层高效运作，科学决策。

2.加强“关键少数”的规范运作意识及履职能力

“关键少数”在推动公司高质量发展中发挥着至关重要的作用。2026 年，为

确保公司“关键少数”了解最新的法律法规，提升其履职能力和合规知识储备，进而提升公司整体的规范运作水平，一方面，公司将及时收集、分析资本市场最新监管动态并传递给“关键少数”；另一方面，组织“关键少数”进行线上、线下学习，包括充分借助证监会、上交所及浦江大讲堂、上市公司协会及其培训平台等资源，继续邀请公司法律顾问、审计机构等中介机构就公司合规运作知识进行有针对性的宣讲和互动问答。

四、持续完善投资者回报机制，保障投资者权益

1.适时实施股份回购，稳定投资者信心

基于对公司未来持续发展的信心和对公司价值的合理判断，为了维护广大投资者利益，增强投资者对公司的投资信心，同时为促进公司长期健康发展，进一步建立公司、股东、核心骨干员工之间风险共担、利益共享的长效机制，公司自2021年3月3日上市以来已实施完成3次股份回购计划，第一次回购计划于2023年12月11日完成，第二次回购计划于2024年5月7日完成，第三次回购计划于2025年5月30日完成，第四次回购计划正在进行。

2026年2月，公司推出了新一轮的股份回购计划，拟使用自有资金不低于人民币5,000万元（含），不超过人民币10,000万元（含）以集中竞价交易方式回购部分公司股份，用于实施股权激励或员工持股计划，完善公司管理团队和核心员工持股的长效激励与约束机制。此外，结合公司长期发展战略、当前经营情况及财务状况，公司拟进一步增加本次回购股份资金总额，将拟用于回购股份资金总额由“不低于人民币5,000万元（含），不超过人民币10,000万元（含）”调整为“不低于人民币10,000万元（含），不超过人民币20,000万元（含）”。

2.增加投资者回报，共享发展成果

为切实贯彻股东回报战略，公司基于2025年度经营业绩及财务状况，拟实施如下2025年度利润分配方案：截至2026年3月10日，公司总股本为7,002万股，以剔除回购专用证券专户的股份2,130,380股后的总股本为基准，拟每10股派发现金红利11.7839元（含税），共计派发现金红利约8,000.04万元（含税）。本次利润分配现金分红金额占2025年合并报表归属于母公司股东净利润的55.77%。该利润分配方案尚需提交股东会审议。

五、强化公司管理层与股东的利益共享、责任共担机制

1. 股权激励计划，充分调动管理层积极性

公司制定了与公司经营业绩紧密相关的激励计划。为了进一步建立、健全公司长效激励机制和约束机制，持续吸引和留住优秀人才，充分调动公司核心团队的积极性，有效地将股东利益、公司利益和核心团队个人利益结合在一起，使各方共同关注公司的长远发展，在充分保障股东利益的前提下，按照激励与约束对等的原则，依据《公司法》《证券法》《上市公司股权激励管理办法》《上海证券交易所科创板股票上市规则》《科创板上市公司自律监管指南第4号——股权激励信息披露》和有关法律法规和规范性文件，以及《公司章程》的规定，2025年，公司实施2024年股票期权激励计划的预留授予及2025年员工持股计划，通过对公司核心员工授予股票期权、员工持股计划份额的方式进行激励。公司将根据市场情况适时评估股权激励计划的可行性，完善人才激励机制和薪酬管理体系，保持核心团队稳定，确保激励措施的有效性和可持续性。激励计划的设定有助于促进公司发展、维护股东权益，为公司长远稳健发展提供机制和人才保障。公司在激励计划中业绩考核部分既设定了公司层面业绩考核要求，同时还基于严密的绩效考核体系作为设定了个人层面的业绩考核要求。

2. 制定与公司经营挂钩的薪酬政策

公司依据整体发展战略、业务特点、岗位价值、薪酬市场水平和行业标准等因素，结合国家相关的法律法规和经营管理情况，建立起具有竞争力、绩效导向的薪酬分配体系和绩效激励体系，包括宽带薪酬体系、浮动绩效奖金体系、其他激励机制和其他福利政策。

公司为管理层制定的薪酬方案充分体现绩效导向，根据其在公司担任具体管理职务、实际工作绩效打分并结合公司经营业绩等因素综合评定领取绩效薪酬。2026年公司将制定《董事及高级管理人员薪酬管理制度》，不断优化管理层薪酬体系与激励机制，继续践行绩效导向的薪酬政策，促进管理层与全体股东利益的深度融合。

六、提高信息披露质量，畅通投资者交流渠道

公司严格执行上市公司信息披露相关法律法规，按照真实、准确、完整、及

时、公平的基本原则履行信息披露义务，保证投资者充分了解公司重大信息。2026年公司将进一步提升信息披露质量，除高质量完成日常信息披露工作外，还将考虑到信息披露资料的可读性和有效性，定期报告披露后积极采用业绩说明会、图文或视频等可视化形式对报告进行解读，充分利用图表可视化形式，向投资者展示公司经营、产品、技术等情况，通过更简单、易懂的形式让投资者了解公司。

2026年，公司计划召开3次以上业绩说明会，并通过投资者热线、IR邮箱、上证e互动、券商策略会、公司官网、微信公众号、视频号等多种渠道与投资者建立密切联系，积极回复投资者问题。此外，公司还将邀请投资者参与新品发布会或投资者接待日等活动；2026年公司计划举办至少1次投资者开放日活动，邀请投资者进行线下面对面沟通交流。同时，公司将提升高级管理人员对投资者关系工作的参与度，加深公司与投资者之间的联系，增强投资者对公司的认同感，树立市场信心。

七、其他事宜

公司将持续评估“提质增效重回报”行动方案的具体举措，及时履行信息披露义务。公司将继续专注主业，提升公司核心竞争力、盈利能力和风险管理能力。通过良好的业绩表现、规范的公司治理积极回报投资者，切实履行上市公司责任和义务，回报投资者信任，维护公司良好市场形象，促进资本市场平稳健康发展。

本报告所涉及的公司规划、发展战略等系非既成事实的前瞻性陈述，不构成公司对投资者的实质承诺，敬请投资者注意相关风险。

极米科技股份有限公司董事会

2026年3月30日