在科创板上市仅4年,投影仪领域头部企业极米科技又启动了新一轮资本市场运作。近日,该公司向港交所提交上市申请,尝试“A+H”布局。就在不久前,该公司刚摆脱连续两年营收、净利负增长的困境,今年上半年净利润同比激增20倍,表面成绩颇为亮眼。

但这份成绩单难掩经营隐忧。同期极米科技经营活动产生的现金流量净额约为-4.4亿元,同比大跌357.61%,盈利质量堪忧。此外,单一产品依赖度高、产品与售后服务屡遭消费者诟病、海外市场拓展未见明显突破等长期存在的问题,也始终未能得到有效解决。在此背景下,极米科技亟需向市场讲出更具吸引力的新资本故事。

■新快报记者 梁茹欣 文/图

■极米科技自2023年起陷入营收、利润双降的困境,连续两年录得负增长。

利润飙涨20倍,现金流暴跌357%

极米科技赴港上市 新故事该怎么讲?

1 “投影仪一哥”光环褪色,市值4年缩水超310亿元

据公开信息,极米科技成立于2013年,总部位于四川成都,2021年成功登陆科创板。作为一家聚焦新型显示领域的高新科创企业,其核心业务围绕智能投影、激光电视等创新产品展开,形成了集设计、研发、制造、销售与服务于一体的完整业务链条。

根据弗若斯特沙利文的数据,极米科技的市场表现曾长期领跑。自2018年起,该公司连续七年蝉联中国投影行业销量第一名。2024年,该公司的销量与营收在中国中高端投影行业中均位列第一名,按营收计算的市场份额约为30.2%。

不过,近年来极米科技的市场估值却呈下滑趋势,“投影仪第一”的含金量渐减。2021年刚登陆资本市场时,该公司股价表现强劲,一度攀升至614.43元/股,对应总市值突破400亿元,成为当时科创板中备受关注的热门个股。但好景不长,截至10月9日收盘,该公司股价已跌至115.65元/股,总市值仅余80.96亿元。短短4年间,其市值蒸发规模已超310亿元。

在此背景下,极米科技选择再度向资本市场发起冲击。9月30日,该公司发布公告称,已于9月29日向港交所递交了在境外发行股份(H股)并在港交所主板上市的申请,并于同日在香港联交所网站刊登了本次发行的申请资料。

极米科技此前披露,此次赴港上市旨在“满足公司国际化战略推进及海外业务布局需求,进一步提升国际品牌知名度与综合竞争力”。关于本次H股发行的募集资金在扣除发行费用后,将主要投向三大方向:一是全球范围内的品牌建设与产品营销推广;二是研发综合能力提升与产品品类扩张;三是补充营运资金及支持其他一般企业经营需求。

实际上,当下国内投影市场已从高速增量期进入存量竞争期,极米科技也处于业绩调整的关键时期。尽管该公司将赴港上市解读为推进国际化的重要举措,但在多重经营压力叠加下,其核心目的更可能是借助外部融资,缓解现金流与盈利层面的双重压力。

2 今年上半年公司业绩回暖,难掩现金流与存货压力

业绩层面,极米科技自2023年起陷入营收、利润双降的困境,连续两年录得负增长。2023年营收同比下降15.77%,归母净利润同比降幅达75.97%;2024年营收同比降幅收窄至4.27%,归母净利润仍小幅下降0.30%。

今年上半年,极米科技业绩有所好转,实现营业收入16.26亿元,同比增长1.63%;归属于上市公司股东的净利润8866.22万元,同比大幅增长2062.34%。该公司称,业绩增长主要得益于继续推进研发创新战略和供应链体系提质增效,采取提升关键零部件通用性等措施,推动资源高效配置和成本有效控制,使得核心盈利能力持续增强。

值得注意的是,极米科技的现金流状况已出现明显问题。同期经营活动产生的现金流量净额约为-4.4亿元,同比下滑357.61%。与此同时,公司应收账款账面价值为2.73亿元,占期末资产总额比例为4.99%。这一规模虽占比不算极高,但结合现金流的恶化情况,进一步加剧了企业短期资金周转的潜在风险。

除此之外,存货减值风险也尤为显著。作为主营投影整机的企业,极米科技2024年营收超八成来自长焦投影产品,产品结构高度集中。而据其在港交所披露的数据,截至2022年、2023年、2024年12月31日及2025年6月30日,该公司存货分别约为11.85亿元、10.98亿元、9.28亿元及11.51 亿元。其中成品占比分别为45.4%、43.0%、53.2%及53.5%。同期存货周转天数逐渐走高,分别为143天、167天、156天及170天。换言之,其存货变现速度正在放缓,这意味不仅占用大量资金,还进一步提升了存货减值的可能性。

3 “价格战”难扛、售后受诟病,新业务暂难破局

国内市场的“价格内卷”更直接放大了极米科技的盈利压力。

极米科技坦言,2022年至2024年,该公司收入呈下滑趋势,主要原因是随着消费需求转变,市场对高端型号产品的兴趣减弱,对入门级产品的偏好日益增长,导致该公司投影产品平均售价下降。作为应对,其对产品组合进行了相应调整,使得入门级及低价型号的销售占比相对更高。

其中便包括推出售价1500元至2500元的平价Play系列产品。即便如此,其调价力度仍难跟上市场节奏,国内智能投影的主流市场价格区间早已下探至1000元以下。洛图科技发布的数据显示,今年上半年,500元以下价格段因低价低质产品加速出清,份额从去年同期的33.2%降至22.1%,而500元至999元价格段顺势跃升为最大细分市场,销量占比32.8%、同比大涨10.4个百分点;与之相对的是,1000元至5000元中高端市场持续受挤压,仅5000元以上高端价格段份额微涨1.6个百分点至6.5%,对整体市场的拉动作用有限。

业绩承压的同时,极米科技的消费者口碑也面临挑战。新快报记者观察发现,社交平台上对其吐槽并不少见。有消费者反馈,其投影仪使用不足10次就出现故障,维修费用高达700多元。还有消费者称,花费3.6万元购入的旗舰机型,使用三年多后以旧换新,二手估价仅2200元,且此前送修时,即便支付了折扣后仍需1680元的维修费,设备也未修好,还被要求重新翻修。此外,黑猫投诉平台上,极米科技相关投诉已超450条,问题集中在产品质量不佳、售后服务不到位。

面对增长困境,极米科技正积极推进多元布局“自救”,包括加速开拓海外市场、聚焦车载新业务赛道等。但从目前来看,这些新方向尚未能为业绩提供足够支撑。以海外业务为例,2022年至2024年,该公司来自中国内地以外客户的收入从7.896亿元增至10.856亿元,营收占比从18.7%提升至31.9%;但2025年上半年,这部分收入降至3.987亿元,占比回落至24.6%,较2024年同期的4.476亿元、28.0%略有下滑。

极米科技眼下的困境十分明显:国内要应对愈演愈烈的价格内卷,还要化解消费者口碑层面的压力;海外市场的拓展在短期难有实质成效。后续能否在产品性价比与售后服务间找到平衡,同时为新业务打开突破口,或将决定其能否成功扭转当前的不利局面。

一周资讯

佛山照明一个月内4名高管辞职

佛山照明近日发布公告称,因工作调整原因,万山申请辞去公司董事长、董事等职务,李泽华申请辞去公司董事及董事会专门委员会相关职务。辞职后,万山将不再担任公司任何职务,李泽华将继续担任公司副总经理职务。公告显示,万山和李泽华原定任职日期均为至第十届董事会任期届满之日,即2027年10月9日。

就在半个月前,同样因工作调整原因,该公司董事陈明杰及常务副总经理张勇也相继离职。

惠达卫浴1.44亿元出售子公司告吹

曾引发市场关注的惠达卫浴资产处置计划,因无人问津而告吹。据惠达卫浴最新披露的挂牌进展,9月12日,该公司及控股子公司北流新盛达在北京产权交易中心以1.44亿元为首次挂牌底价对广西新高盛100%股权及债权进行公开挂牌。截至9月25日首次挂牌期满,公司尚未征集到意向受让方,此次挂牌转让程序终止。

智能床垫国家标准将于2026年3月实施

市场监管总局(国家标准委)近日批准发布《智能床垫》(GB/T 46272—2025)国家标准,将于2026年3月1日正式实施。在智能交互方面,该标准要求能够实现远程控制、提示、异常报警和语音交互,确保用户能通过终端便捷、多模态操作产品并接收警示。

(梁茹欣 据公开信息整理)

扫码了解更多“极智家”资讯