

浙江阳光照明电器集团股份有限公司

2014年半年度现场业绩说明会会议纪要

一、说明会基本情况

会议时间：2014年8月26日13:30-15:30

会议形式：现场会议

会议地点：浙江省绍兴市上虞区凤山路485号公司七楼会议室

参加人员：公司总经理官勇先生、财务总监吴杰先生和董事会秘书赵芳华先生，以及部分公司股东和机构投资者。

二、说明会主要内容纪要

业绩说明会由公司董事会秘书赵芳华先生首先介绍了公司2014年半年报相关情况，其次由总经理官勇先生介绍了公司当前生产经营情况，最后是公司情况的问答环节。具体问答内容如下：

问：公司传统节能灯业务下降比较多，公司怎么看待？未来传统节能灯需求会怎样？

答：2014年上半年公司传统节能灯业务下降了17%，传统业务下降的快，但是LED增长得也快，上半年增长了60%。传统业务下降主要两个方面因素，一是客户、经销商的备库大幅下降，二是公司上半年对毛利率低的产品主动进行了调整放弃。传统节能灯业务从7月份情况来看，环比没有下降了，但是以后要起来也比较难了，公司会主动出击，调整思路，以LED发展为重点。

问：从公司半年报中发现，节能灯毛利率上升了4个百分点，是什么原因？接下来的节能灯产能作如何调整？

答：报表中毛利率上升较多有两个因素，一是公司主动调整了部分毛利率较低的节能灯产品，二是去年同期公司承担的国家节能推广项目的出货量较多，拉低了报表毛利率。公司原有节能灯产能有一部分跟LED是通用的，例如贴片机和插件机，只有部分光源设备会不通用，但这些设备的账面净值占净资产的比例已经不高了。

问：公司中报中描述未来一年将加大自动化设备的投入，这样人员会减少吗？毛利率可以继续上升吗？

答：现阶段，厦门公司拥有两条LED全自动化生产线，接下来上虞和厦门将陆续增加LED自动化生产线数量。鉴于用工成本不断上升的考虑，为实现目标毛利率，自动化设备的投入是公司必须采取的降本措施，今后单条生产线的人员精简，争取人均产值和人均创利额有所提高。

问：对行业及公司未来LED的情况怎么看？

答：就行业情况来看 LED 还是比较景气的，行业预测全年普通照明领域的销售收入增速将会出现 40-50%的增长，公司今年的目标增长 80%，也是行业中比较高的。今后几年，普通照明 LED 产品将会继续保持快速增长的势头，公司将会以高于行业平均增速的目标要求自己。

问：上半年公司各销售区域的完成情况如何？自由品牌的海外销售主要采用何种渠道？

答：欧洲市场延续了原来的良好发展趋势；美国市场继 2013 年取得突破后，上半年继续高速增长；亚太市场中的日本市场相对产品高端，上半年新增了国际上有影响力的品牌公司做为 ODM/OEM 客户，东南亚市场在国际品牌的引领下，多个客户开始接受阳光的 LED 产品，逐步主动以 LED 拓展市场。中国市场由于竞争复杂，在家用和商用照明市场公司将产品从传统照明到 LED 照明转变，业务量增长的同时 LED 的比例迅速上升。公司自由品牌海外销售主要以超市为主。

问：上半年LOW'S的增长使得北美增速较高，今后可以持续吗？

公司在全球市场发展采取均衡的策略，我们不会只依赖于大客户，我们在获取大客户认可的同时，也会注重其他客户或市场的拓展，只是有些工作不是当前就可以显现出来的。

问：目前LED发展速度较快，公司有否考虑通过外延式发展快速提高规模？

当前 LED 发展确实比较快，平时公司也有接触到一些并购项目，但是并购是个系统的工作，有些公司看得中，别人不一定愿意卖，有些别人想卖，公司不一定看得总，能否成功看机缘的。

问：公司对于并购考虑的因素有哪些？是否不限于国内？

公司对于并购考虑的因素主要是在业务上对公司有互补的，或者在产品方面有促进的，同时很注重并购后团队对公司有忠诚的、塌实干事业的。考虑的对象不限于国内。

问：公司的芯片采购商主要有哪些？台湾晶元的芯片采购情况如何？

答：目前公司采购的芯片有韩国的、中国的、台湾的，考虑到性价比，国内采购比例不断上升，台湾的芯片采购量在减少。采用国产的芯片在发达国家市场出口产品的时候部分还是存在专利问题。

问：路灯的芯片采购哪些？

答：路灯芯片以飞利浦和科锐为主。

问：电商的规划如何？上半年规模多少？价格怎么定位？

答：公司按照“三步走”发展思路进行，最后会实现线上线下的互动，公司电商的负责人有丰富的电商运营经验，之前在其他任职的公司业内有很好的销售业绩，目前电商业务由总经理亲自负责。上半年从4月份开始在天猫开旗舰店，销售规模还不大，今年目标是打好基础，研究电商发展模式。

问：公司与京东、阿里合作主要涉及哪方面？

答：一是充分利用京东、阿里平台发展电商，二是与他们进一步合作开启智能照明、智能家居的发展。

问：公司14年国内销售目标是多少？上半年完成了多少？

答：国内收入14年目标7亿多，上半年完成了3.54亿元。

问：国内市场公司如果采取降价措施对国内市场扩展会不会有提高？

答：价格的市场定位，不是一个简单降价就增加销量的问题，这需要系统衡量，综合考虑。

问：公司国内市场定位是室内民用和室内商用吗？

答：国内市场目前是室内民用居多，室内商用业务也在提高。

问：国内市场线下还是拓展经销商为主吗？

答：国内市场线下目前主要拓展灯城经销商和工程经销商。

问：公司有考虑与万达等地产厂商建立合作吗？

答：公司已经开始与地产企业寻求合作，但是地产的整个供应链系统也分集团公司与区域公司的，目前公司已部分进入集团层面，参与区域的供应，还要再拓展市场。

问：公司灯具的比例目前具体是多少？

答：LED业务的灯具比例上半年达到30%多，传统业务中灯具比例23%左右。

问：公司目前LED产能有多少？明年有什么规划？

答：目前公司LED的整体产能达到1000万/月。明年要向翻番的目标扩产。