

基于这些情况以及第三方机构的评估，公司对海外平达、国内的照明和文化公司做了相应的商誉减值，这也使得公司在 2020 年的净利润自上市以来首次出现亏损。

二、2020 年取得的进步

2020 年国内显示部分保持了不错的增长，尤其是 Micro LED 在技术上取得的突破以及量产基地的投产。小间距等常规显示产品包括我们针对细分行业推出的新产品也取得了预期性的发展，可以判断未来整个显示板块在业务中的占比会持续上升，这与我们“深耕显示”的战略目标是一致的。

1、Micro LED 投产后的效果

2020 年 10 月底在无锡的 Micro LED 量产基地正式投产，投产之后产能基本一直处于满产状态，因为在做合资公司产能设计计划的时候，也是考虑到了疫情的原因，所以把初期的产能设定得相对来说比较低，但投产后整个国内对于 Micro LED 的需求爆发的很快，使得我们在去年年底就迅速将扩产计划提上日程。最初我们是规划在 2022 年实现达产状态，现在来看这个规划预计会提前，这也是由市场需求所带动的。

目前，我们对 Micro LED 产品的推广以国内市场为主，主要是考虑到一个是它属于新产品，为了确保客户使用过程中能获得及时的服务和维护以保证产品的稳定性，二是海外疫情还比较严重，人员流动还不是太方便。所以其实海外 Micro LED 市场推广还未开启。如果 2021 年全球疫情得到稳定，我们的产能也及时到位，那么我们将迅速加大海外的拓展力度。

Micro LED 在产品方面的规划没有变化，目前仍以商用的自发光产品为主，背光产品在小批量送样。2021 年如果时机成熟，我们也计划推出消费电视的 Micro LED 产品，正式进入到 to C 市场。我们在消费领域用到的品牌是 Planar，2020 年公司用了大半年的时间在做 Planar 品牌电视的市场培育，也开始研发和推广音频、灯光等消费电子产品，营造消费电子生态。所以 2021 年也会是利亚德真正走入到消费市场空间的开端，对于利亚德来说也是业务的重大突破。

2、行业分析

从 2010 年小间距电视研发成功到现在，LED 产业经过了十年的发展，现在已经成为最主流的大屏显示产品，它替代了原来的拼墙技术，为 LED 的应用打开了更广阔的市场空间。

到 2020 年随着 Micro LED 这种新技术的出现，LED 未来可能会替代 LCD 的一些市场应用空间，LED 产业将进入到一个新的发展周期。新技术的迭代，也必然会带来更多的行业机会。

除了行业发展带来的新机遇，疫情也是产业集中度增强的外部诱因。当前环境下，随着新技术和新市场的拓展，行业优胜劣汰，很多不以技术为核心的或者说企业抗风险能力比较弱的公司都在这个过程当中被淘汰掉了，行业集中度开始发生比较大的变化，我们作为这个行业里的龙头企业，感受也比较明显。从去年 11 月、12 月开始，整个行业里龙头企业订单的增速非常明显，我们的产能也从 10 月开始基本就一直处于满产状态，最初以为是国内疫情得到控制后上半年没有落地的一些订单的集中性的爆发，但是从目前来看，应该还是因为行业集中度提升和整合所带来的行业调整，而知名度和市占率比较高的企业享受到这种行业调整所带来的红利会越来越明显。

三、2021 年的展望

从各个团队反馈的信息来看，公司对 2021 年业务发展的目标比较一致也很清晰，显示板块包括国内直销和渠道，目前来看 2021 年的增速还是比较快的。所以我们觉得国内显示，除非发生极端情况，比如疫情重新爆发，正常的话应该会回到原来的轨道上。

显示板块除了 Micro LED 在技术上的突破，2020 年我们在另外几个方向上也一直在做市场和产品的培育。一是会议产品，2020 年的特殊情况加快了会议产品的启动，在市场布局和拓展上都有较大程度的进步；二是消费电视，2020 年我们在打造品牌、营造氛围，符合前期指定的计划；三是透明屏，虽然也受到了疫情的影响，但订单还是向上增长的；再有一个是电影屏，这是我们筹备最早但去年因为疫情没有太多进展的一个新产品，2020 年我们在电影屏产品研发和配套资质的申请上仍在做努力，希望今年能有结果。

2021 年我们将继续沿着“深耕显示，稳健发展”的战略目标，对新产品新技术持续不断地进行研发，并加大对原有产品的市场推广。夜游文旅两个板块，短期内会稳定在一个规模水平，同时公司也将逐步调整两个板块业务发展的方向。VR 板块主要业绩贡献来自美国，同样也是受到了疫情的影响，但因为它技术含量高，毛利率相对比较高，同时人员等固定支出也比较少，所以整体营收和利润下滑幅度不是太大。

整体来看，2020 年虽然公司遇到不可抗力对业绩有影响，但战略的推广还是在正常进行，对于 2021 年以及之后发展的前景还是比较看好的，确定性也比较大。

QA

1、公司对利晶的扩产计划有所提前，那提前达产后，未来还有没有新的计划？

答：我们在与台湾晶电合资时就是做了两期的规划，第一期是 2020 年-2022 年，2022 年底达产；之后是第二期的三年规划。如果提前达产，同时市场的需求又非常饱满，我们就将启动第二个周期的扩产。

2、公司三季报中库存大幅减少是什么原因？

答：去年因为会计准则有变动，夜游经济业务按照完工百分比法确认收入，之前记在“库存”里的“完工未结算”部分转成“合同资产”了。

3、公司直销和经销业务是怎么去作区分的？

答：利亚德从 95 年成立一直采用的是直销模式，因为我们基本都是需要接触到最终端客户来推广我们的产品，到 2017 年才开始加入经销模式。

从产品上来看，目前公司的高端产品仍然是由直销团队来做，中端产品通过渠道商去开发市场。我们在全中国每个省都有自己的省代，由他们来代理利亚德品牌的中端产品。

从地域上来看，直销主要对接垂直行业的客户，如军队等，还有一些一线城市、北上广等这些区域和行业。渠道以二线三线城市为主，现在随

	<p>着小间距性价比和性能的提升，将逐步下沉到地级县级市等。海外基本是用经销在做。</p> <p>4、请教下今年晶元光电跟台湾另一家公司共同成立了一家公司，您怎么看这个事情？</p> <p>答：其实晶元光电和隆达吸收合并，以及我们与晶电成立合资公司，都预示着产业链上下游的资源整合越发明显。常规的LED显示上游、中游和下游各自有各自的市场空间，相互的合作以供销关系为主。Micro LED是一个新型技术，并且巨量转移技术实现的路径也不太一样，目前不能完全判断说哪一种技术一定能够走到终极目标，所以这就需要上游和中游或者下游有一个整合过程，因为只有大家的技术路径一致，才能沿着技术路径去拓展新产品开发。所以可以看到，Micro LED出来以后，行业上中下游的整合也在兴起，这意味着Micro LED未来的市场空间是被所有做显示的公司所看到和认可的。所以我觉得未来这种LED产业里的龙头公司相互整合，或者进行资源配比，将会成为一大趋势。</p> <p>接待过程中，公司接待人员与投资者进行了充分的交流与沟通，严格按照有关制度规定，没有出现未公开重大信息泄露等情况。</p>
附件清单（如有）	无
日期	2021年2月3日