

证券代码：300296

证券简称：利亚德

利亚德光电股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2021-004

投资者关系活动类别	<input checked="" type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 路演活动 <input checked="" type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 其他（ <u>电话会议</u> ）
参与单位名称及人员姓名	汤其勇 长盛基金 武斌 申万宏源
时间	2021年2月25日 10:30-12:40
地点	利亚德会议室
上市公司接待人员姓名	李楠楠 董事会秘书兼副总经理 刘阳 投资者关系
投资者关系活动内容介绍	<p>本次投资者关系活动以现场会议和参观的方式进行。会议中，公司董秘对公司经营情况及未来规划进行了介绍，并回答了提问。</p> <p>一、2020年业绩概述</p> <p>公司已经发布了2020年业绩预告，比较大的变化是做了商誉的计提。一方面是营收受到疫情的影响，尤其是海外的销售和订单影响比较大，到目前为止海外的疫情还没有完全得到控制，可能影响会持续一段时间。但从海外团队反馈的信息来看，至少2021年整个海外的情况应该不会比2020年差。</p> <p>另外受影响比较大的是夜游经济和文旅两个业务板块。虽然国内疫情控制得比较迅速，但疫情之下，很多政府客户对资金的使用重新做了规划，导致一些项目被暂缓或推迟；加上自2018年以来政府去杠杆政策的执行，夜游经济业务一直受到压制，在公司的营收利润占比逐年在降低。</p>

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、公司显示产品政府客户较多，这部分会受到政府节省开支的影响吗？

答：智能显示单个项目额度都不大，政府节省开支对这块影响不大。

2、会议一体机渗透率如何？

答：会议一体机市场刚开始启动，增速很快但渗透率还较低。一方面客户从使用传统电话会议系统转向使用视频会议需要一个认知和接受过程，另一方面，在软件使用的便利性、网络传速速度等方面有提升后，应用空间会放大。

3、小间距未来的新增市场有哪些？

答：小间距产品随着技术成熟和成本下降，能呈现的产品形态更加多样化，能满足的应用场景也更多。未来在应用场景的拓展、客户群体和地域的下沉将是主流，另外，产品间距越来越小也将是个趋势，比如透明屏现在是以较大间距为主，未来都有可能往更小间距发展。

4、Mini背光产品的规划是怎样的？

答：预计2021年下半年Mini背光产品正式上市，目前在送样的是27

	<p>寸以内的 Mini 背光产品，75 寸以上的正在研发阶段。因为背光产品都是定制开发的，下半年随着客户陆续推出背光终端产品，利晶的背光产品也会相应上市。</p> <p>5、军队行业订单是否有增长？</p> <p>答：我们旗下有专门对接军队行业客户的子公司，去年随着军队预算和支出的带动，这块增速不错。今年对这个公司的规划除了继续推高端显示产品，还会有围绕显示产品的配套解决方案，比如加入 VR 产品和技术用于跟踪、培训等。</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 25 日