

证券代码：002724

证券简称：海洋王

海洋王照明科技股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2021-001

| | |
|---------------|---|
| 投资者关系活动类别 | <input checked="" type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 其他（请文字说明其他活动内容） <input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 路演活动 |
| 参与单位名称及人员姓名 | 包括国信证券：黄道立；长城基金：廖瀚博；前海开源基金：徐广进；平安基金：翟森；万和证券：田明华；诺安基金：李迪；睿亿投资：王鹭卿；聚鸣投资：蔡成吉；中欧基金：曹名长；招商基金：徐张红；平安养老保险：陈晓光；阳光资产：方圆；易方达基金：郭杰；宝盈基金：陈金伟；鹏华基金：马猛；前海人寿保险：韩硕果等 89 名机构投资者 |
| 时间 | 2021 年 4 月 16 日下午 |
| 地点 | 业绩解读电话会议 |
| 上市公司接待人员姓名 | 陈艳（职务：、轮值总裁、公司财务负责人、董秘） 朱立裕（职务：证券事务代表） |
| 投资者关系活动主要内容介绍 | 一、公司业绩完成情况介绍 15:10—15:25 2020 年公司实现营业收入 17 亿元，实现归属上市公司股东的净利润 3.01 亿元，同比增长 16.9%，扣非后净利润是 2.72 亿元，同比增长 22.67%。经营活动产生的现金流量净额 2.99 亿元，与当年净利润基本一致，公司的经营质量是比较好的。 在取得 2020 年成绩以后，公司也进行了一些反思，对未来做了规划。公司 21 年营业收入要力争达到不低于 25% 的增长，同时公司还会加强各类费用的管控，实现净利润水平的进一步提 |

高。为达到以上目标，公司主要会围绕以下几个方面开展：

1、销售方面

(1) 国内市场方面

LED 产品对传统的金卤灯、汞灯等旧光源产品仍有巨大的替代空间，公司将重点发挥 LED、激光等新光源、新技术产品的组合优势。与各层级客户构建战略合作关系，稳步推进核心业务增长；通过构建产品、服务、人员的差异化竞争优势，大幅拉升成长业务；识别新政策、新技术带来的关键客户需求，快速拓展新兴业务。

2021 年初，公司以原网电、铁路、油田、船舶场馆、军品事业部为基础，投资设立五家控股子公司，加强专业化运作，立足于客户需求，为客户提供更好更快的优质服务。

(2) 国际市场方面

公司继续深挖工程项目市场需求，扩大市场份额，实现亚非拉等不发达国家市场的重点突破；进一步深挖需求，形成稳定扩张的市场布局，突破海外照明市场。

2、研发方面

公司继续加大对新光源及新技术应用的投入，积极开展 LED、激光光源、4G/5G 传输技术、快速无线充电技术等技术研发工作。同时，通过引进高效光源及自主开发，提高产品性价比。

3、管理方面

公司持续开展 TQM 的践行和传播，对各部门、各体系的日常管理机制进行再构建，全力解决干部和关键岗位不能有效支撑公司高速发展的问题。

2021Q1 公司实现营业收入 3.15 亿元，比去年同期增长 63.71%，实现归属上市股东的净利润 2731 万元，比去年同期增长 103.37%，归属上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润是 2063 万元，比去年同期增长 477.91%。经营活动产生的现金流量金额是-8177 万元，比上年同期有所好转，公司预计累计到二季

度的净利润增长在 25~45%之间。公司会继续在核心业务、成长业务和新兴业务上加大力度，深化自主经营，以实现公司业绩目标。

二、互动交流 15:25—16:20

1、2011 年至 2015 年公司的经营业绩出现波动的原因是什么？ 2016 年后公司的经营业绩稳定提升的原因又是什么？

(1) 公司业绩出现波动，主要是公司内部管理出现了一些问题，如员工流失、产品开发滞后等问题；同时，2015 年工厂搬迁也造成部分员工心态浮躁，导致公司内部管理能力需要进一步加强。

(2) 公司在业绩波动期间开始强化内部组织能力，重塑八大管理体系，深化各部门自主经营机制，充分调动了员工的积极性和创造性，2015 年后公司的收入和净利润得以持续提升。

2. 公司销售人员的人均目标和未来招人规划是什么？

(1) 目前公司会根据各行业的实际情况制定出不同的人均目标。

(2) 每年公司根据各行业的业绩目标制定出新增人员计划，每半年评估人均销售额和人员招聘问题，作出人员的计划调整。

3. 目前专业照明市场空间有多大？公司未来业务拓展主要是提升原有市场份额还是进入新的行业？

(1) 根据外部权威机构的初步调研分析，专业照明市场每年更换需求的规模约为 600+亿元（不包含民用和商用照明）；专业照明市场的增量需求主要源于产能升级、新技术升级及照明的服务需求。

(2) 目前专业照明市场行业整体需求量大，公司仍然会继续深耕专业照明市场。

4. 未来随着竞争的加剧，产品是否面临降价的风险？

公司的产品价值多年来已经在客户处形成了一定的认知和口碑，不会采取低价恶性竞争。同时，公司有较好的 IPD 研发机制，能不断开发出迭代的新产品，以实现公司产品毛利率的稳定。

5. 下游客户采购模式是什么？

公司不同行业的客户有不同的采购模式，主要分为零星采购、框

| | |
|----------|--|
| | 架采购、代储代销采购。不管哪种采购模式，客户都需要根据实际应用场景最终确定采购的数量和金额。 |
| 附件清单（如有） | 无 |
| 日期 | 2021年4月16日 |