

证券代码：300162

证券简称：雷曼光电

深圳雷曼光电科技股份有限公司

2021年8月13日投资者关系活动记录表

编号：2021-005

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 type="checkbox"/> 现场参观 <input checked="" type="checkbox"/> 其他（电话会议）
参与单位名称及人员姓名	长城证券 邹兰兰 长城证券 张元默 国投瑞银 苏超 华夏久盈 姜微 华夏久盈 胡朝凤 益民基金 张博 中邮基金 周喆 银华基金 刘宇尘 信达澳银 童昌希
时间	2021年8月13日下午3:00-4:00
地点	深圳市南山区松白公路百旺信工业园二区雷曼大厦
上市公司接待人员姓名	李漫铁先生（董事长、总裁） 左剑铭先生（副总裁、董事会秘书） 梁冰冰女士（证券事务代表） 王丹女士（证券事务主管）

<p><b>投资者关系活动 主要内容介绍</b></p>	<p><b>本次投资者关系活动的主要内容如下：</b></p> <p><b>一、公司介绍</b></p> <p>公司董事长、总裁李漫铁先生介绍公司 2021 半年度整体经营情况，主要内容如下：</p> <p>公司是业内领先的 LED 高科技产品及解决方案提供商，主要从事 LED 产业链中下游业务，专注于 LED 超高清显示及 LED 照明产业，在业内率先推出并量产基于 COB 先进集成封装技术的 Micro LED 超高清显示产品，建立了包括基于 COB 封装技术的 Micro LED 超高清显示、雷曼 LEDHUB 智慧会议系统、LED 创意显示、LED 智慧照明在内的 LED 全系列产品生态及解决方案体系。</p> <p>2021 年上半年公司实现营业收入 56,773.80 万元，较上年同期增长 44.51%；归属于上市公司普通股股东的净利润为 2,039.83 万元，较上年同期增长 259.92%。其中：</p> <p>分地区来看，国内市场开拓成效显著，营业收入大幅增长。2021 年上半年，公司国内业务实现总营收 2.49 亿元，较上年同期增长 158%。国内总营收与国际总营收占公司总收入的比例分别为 44%、56%，国内、国外业务占比结构持续优化。</p> <p>分产品来看，LED 显示业务实现国内外市场营收双增长。2021 年上半年，公司 LED 显示业务收入 4.01 亿元，其中国内 LED 显示业务收入 2.36 亿元，较上年同期增长 177%；国际显示业务实现营业收入 1.65 亿元，较上年同期增长 29%，较 2019 年同期增长 22%。此外，公司 LED 照明业务实现营业收入 1.58 亿元，且接单额较上年同期明显增长。</p> <p>基于 COB 技术的 Micro LED 超高清显示产品产销两旺，市场份额持续提升。生产方面，公司持续使用自有资金对 COB 产品进行扩产，产量产值齐升，制程良率达到 98.49%。销售方面，2021 年上半年，公司基于 COB 技术的 Micro LED 超高清显示业务实现总收入 1.96 亿元，占总营收的比重为 34.51%，</p>
----------------------------------	--

较上年同期增长 147%，其中 COB 显示国内收入较上年同期增长 177%，较 2019 年同期增长 281%，COB 显示国际收入较上年同期增长 32%。雷曼 LEDHUB 智慧会议系统也在 2021 年取得了突破性进展，营业收入较上年同期增长 236%。

## 二、互动问答环节

**问题 1：请问公司如何看待小间距市场向超小间距发展的趋势？**

答：近日，《广东省制造业高质量发展“十四五”规划》将超高清视频显示列入十大战略性支柱产业。而在超高清视频显示产业中，Micro LED 显示将是未来一项重要技术，前景十分广阔。随着专用、商用、民用显示市场对清晰度的要求越来越高，小间距向微间距发展是必然的选择。

微间距我们通常指的是像素点间距在 1.0mm 以下。在小间距时代，SMT 贴片技术是主流的技术，但进入微间距时代，基于 COB 技术的 Micro LED 显示产品在寿命、显示效果、成本等方面的优势更加凸显，尤其是在大尺寸显示应用领域，COB 技术成为升级迭代的最佳技术路径，而公司在 COB 技术的储备和应用方面具有行业领先优势。

**问题 2：请公司介绍一下 COB 产品的下游应用情况？**

答：公司 Micro LED 大尺寸超高清显示目前的主战场是安防、应急、交通、能源、监控、指挥调度中心等专业显示市场，此部分收入占比最大。其次主要应用在广电传媒、企业会议、展览展示、影院、商业零售、校园教育等商业显示市场。未来，公司还将继续培育以家庭影院为代表的家用显示市场。

**问题 3：请问原材料上涨对公司经营的影响？下半年影响会减小吗？是否会受到原材料供应不足而导致订单交付能力下降的影响**

答：上半年受到驱动 IC 等上游原材料涨价影响，优胜劣汰的趋势加速，小企业举步维艰，预计行业集中度将进一步提

升。预计下半年原材料价格仍处于高位，公司需继续努力克服原材料上涨的压力，以及汇率波动、海运受阻及费用上涨等困难。

公司的 COB 产品采用的都是相对高端的原物料，出于利润因素的考量，供应商会优先保障高端原物料的供应，因此对 COB 产品的毛利率和订单交付影响不大。此外，公司也有采取预付款、提前备货等多项措施保证公司订单正常交付。

**问题 4：COB 相对传统的封装形式 SMD、IMD（四合一）的区别和优势？**

答：IMD（四合一）技术在本质上仍属于 SMD 贴片技术，暂时还不能完全解决迈向更小间距时的技术及工艺问题。COB 技术融合了 LED 产业中游封装和下游显示技术，省去了支架成本以及部分制造环节，生产效率相对更高，并且点间距越小，COB 产品的综合成本优势越明显。另外，COB 产品的综合性能也更为出色，不仅失效率比 SMD 产品低近一个数量级，还具有高对比度、高刷新率、宽色域、广视角等显示优势。

**问题 5：请问公司照明业务毛利率为什么这么低？**

答：公司照明业务主要出口海外，上半年遇到的挑战很大，包括外运港口运输受阻及海运费大幅上涨、汇兑损失等不利因素。此外，照明业务订单交付周期较长，因此产品价格调整相对滞后，影响了上半年照明业务的毛利率。

**问题 6：公司二季度营收创历史新高，但是销售费用率下降 1%，请问是为什么？公司对未来销售布局有何规划？**

答：公司销售费用的绝对值是增长的，但销售收入的大幅增长导致销售费用率略有下降。公司目前已经成立了华北、华南、华东、华中、西北、西南六大国内营销中心以及 20 多个办事处，并加速产品展示厅建设，增强体验式营销。未来公司还将持续完善销售网络搭建，加强与包括战略客户、渠道商、城市合伙人等合作商的紧密合作，实现销售收入稳健快速增

长。

**问题 7: 请问公司 COB 产品在国内市场和国外市场的销售占比分别是多少?**

答: 公司约 90%的 COB 产品在国内销售, 约 10%的 COB 产品出口海外。未来随着疫情的进一步控制, 在可以去海外参展的情况下, 预计国外 COB 产品收入会迅速增长。

**问题 8: 请问公司 COB 业务是否会抢占 SMD 业务的部分收入, 存在替代关系, 造成收入结构性调整?**

答: 公司的 SMD 产品点间距在 2mm 以上, 面向大点间距的户外市场; 而 COB 产品的点间距在 2mm 以下, 面向小间距、微间距等户内市场, 不存在替代关系。

**问题 9: 请问公司 COB 产品未来成本下降的路径是怎样的? 公司对成本下降的速度是否有预期?**

答: COB 产品成本变动除受上游主材供应商供货价格影响外, 还受工艺和设计的改善、规模化、替代物料等多种因素影响, 预计未来成本下降幅度有可能达到每年 10%-15%。

**问题 10: 请问 COB 不同点间距产品的销售占比如何?**

答: 产品方面, 上半年点间距 P1.2 以下的 COB 显示产品收入大幅增长, 占比最高。点间距 P1.5 的 COB 显示产品收入实现稳健增长, 点间距 P0.9 的 COB 显示产品销售额比重逐步增加。

**问题 11: 请问公司 COB 扩产进展及未来扩产规划如何?**

答: 公司已持续使用自有资金对 COB 产线进行多次扩产。随着 COB 产品下游需求的不断释放, 公司将根据市场情况在未来合理扩充产能以满足 COB 业务发展的需求。

**问题 12: 请问公司对下半年的业绩展望如何?**

答: 公司二季度收入再创新高, 预计下半年也将延续增长态势。随着国家对超高清视频显示产业的重视, 以及大数据、可视化等带来需求的提升, Micro LED 未来增长的潜力巨大,

	<p>公司将努力把握行业机遇，给投资者带来良好回报。</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8月13日