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：2021-05

投资者关系活动类别	☒ 特定对象调研 ☐ 媒体采访 ☐ 新闻发布会 ☐ 现场参观 ☒ 其他（电话会议） ☐ 分析师会议 ☐ 业绩说明会 ☐ 路演活动
参与单位名称及人员姓名	刘易 中信证券 吴桐 宁银理财 黄贤昭 宁银理财 罗立波 宁银理财 郑筱薇 宁银理财
时间	2022年2月16日 9:15-10:30
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 证券部副经理
投资者关系活动主要内容介绍	<p>本次投资者关系活动以电话会议的方式举行。会议中，董秘李楠楠介绍了公司情况并回答了投资者的有关问题，具体内容如下：</p> <p>利亚德上市之后已经经历了三个战略周期，前两个战略周期追求的是公司业务多元化发展和高增长。到了2019年，综合考虑客观和主观的一些原因，我们对于2019年-2021年采取的策略是深耕显示，稳健发展。首先是把业务重新回归到LED显示这个主业的层面，同时不断追求企业更加健康稳定地发展。2019年是战略调整第一年，我们在新产品新技术上的投入和开发都处于开始阶段，2020年虽然有疫情的影响，但我们推出的产品以及市场开拓并没有受到太大的影响，公司克服困难按照规划始终在稳步推进，进入2021年，随着疫情稳定，我们战略目标的实现取得的成果也更加明显。下面具体做一些介绍。</p>

一、新产品新技术研发推广进度

2020 年我们跟台湾晶电合资成立了利晶微电子有限公司，定位主要是做 Micro LED 的量产，在合资初期我们就将未来 2 年关于产能释放、市场推广进度等做了规划，原计划 2021 年产能达到 800KK/月，2022 年达到 1600KK/月，目前都是如期在推进甚至有提前，国内国外的市场我们都在同步推进。Micro LED 方向上，我们除了围绕利晶在做产品推广，技术端也在向几个方向去拓展。由于 Micro LED 生产工艺上的突破，行业原有的上中下游的格局已被打破，下游跨过中游环节与上游的合作甚至整合将陆续出现，我们也在围绕 Micro LED 整个的产业链做一些布局，储备核心竞争力。

二、市场变化带来的危机与机遇

2020 年疫情给全球经济带来了冲击，显示行业需求也有所萎缩，但利亚德由于把业务重心回归到显示，并持续做研发上的投入，做新产品的开发推广，在行业里优势比较明显，所以这两年显示订单都达到了预期，尤其是 2021 年，境内外显示订单金额均超过 2019 年，创历史新高。

2021 年我们新开发的产品进入市场非常顺利，对我们来说有一个比较大的变化在于我们陆续将产品进行了标准化。以往 LED 显示在高端市场以围绕客户需求做定制化开发为主，但渠道市场开启后，标准化的产品陆续成为主导，而 Micro LED 更是从诞生之初就是以几款标准化产品在推。小间距的直销市场，我们也将继续做进一步的标准化开发。

2021 年 LED 行业的另一个大的变化，是小间距电视在经过 10 年的发展后性价比进入到最优阶段，我们由此也正式开启了下沉市场的推广。下沉市场对价格更为敏感，对批量生产以及稳定性的要求也更高，基于这些有别于高端和中端渠道市场的特点，我们一方面开发了更具性价比的几款标准的产品来销售，同时，采取了“金立翔”的品牌来区别于原有的利亚德产品，另外，我们也专门新建了团队和渠道商来做这块市场。整体来看下沉市场的推广在 2021 年是超预期完成任务的。

2021 年上半年还出现了一些特别的事件，上半年 LED 显示订单加速增长，甚至出现供不应求的情况，很多厂商芯片缺货或者芯片成本大幅提高，影响了它整个的毛利净利水平。在驱动芯片缺货的情况下，利亚德采取的经营策略是跟供应商签订了供货协议，保证到 2022 年底前驱动 IC 供货量的稳定，虽然成本也有增加，但利亚德还好，我们 5 月份对产品做了提价，基本把相应产品成本的增加转移到了客户端，所以会看到利亚德显示板块毛利率没有太多变化。

三、高端制造将成为 LED 企业核心竞争力

随着 LED 产品的标准化和性价比的最优化，高端制造环节已经开始成为 LED 企业的一个核心竞争力，无论是对自动化程度、工艺的改良都提出了更高的要求，尤其是从今年上半年，行业上下游发生比较大的变化，具备高端制造能力的企业优势越来越明显。2021 年，利亚德在几个生产基地方面做了很大投入。一个是将我们位于深圳的几家工厂合并在一起，缩小管理半径，从采购端到供应链端再到生产端，整个过程一体化控制，大大降低我们的管理费用，提高生产效率；另一个是今年 3 月份开始新建的湖南长沙生产基地，7 月份投产，12 月份 6000KK 每个月的产能已经达产。这些工厂，包括无锡的 Micro 生产基地，都是以高端制造为定位的。我相信，在行业整合进入到集中度越来越高的时代，拥有高端制造水平的公司将会成为行业发展的引领者。

四、对未来的展望

单独看 2022 年，我们面临着几个新的机遇：

一个是由于疫情以及行业极端事件导致的行业出清加速，龙头企业的行业红利机会将会出现；

第二个是 Micro LED 市场，虽然目前整体订单规模还不大，但它代表着一种新技术对行业的突破，Micro LED 产品是显示行业的未来这个行业共识也没有变，市场空间非常大。更长远一点看的话，随着 COG 的落地和量产，那么向 To C 领域的推广也将对公司的发展起到比较大的影响；

第三个促进因素我觉得是海外市场的重新启动，过去 2 年各国都已经陆续采取措施来应对疫情，疫情的影响在不断减弱，海外也是如此，所以我们从去年已经开始在筹划海外的市场。以往利亚德海外的订单绝大部分来自欧美这些偏高端的地区，但随着小间距电视性价比的提升，我们将开始启动亚非拉等地区市场的系统性推广。所以 2022 年以及未来的一段时间，海外将是我们推广的一个重点，我们将从不同维度去推进。

投资者提问

1、想请您介绍一下 VR 这块业务的情况，去年 VR 增速很快的原因？应用领域是否发生变化等？

答：VR 板块去年订单水平创了历史新高，我们分析原因主要有以下几方面：

一是市场对于动作捕捉技术的认知度提升了。之前市场更多地是在谈 VR/AR，但全球范围内元宇宙概念的诞生，使大家更多地关注到作为底层技术的动捕技术和产品，NP 的光学动作捕捉技术在空间定位、动作抓捕等应用上精度高、延时低，体验感更好。

第二是 NP 公司动捕产品的技术迭代。经过几年的打磨，NP 公司的 Optitrack 产品在 2021 年升级为 3.0 版本，性能指标的提升深受客户好评，也催生了更多的应用。

国内的 VR 业务我们是通过北京虚拟动点公司在做，一方面是 Optitrack 产品的销售，同时也在围绕一些特殊行业做解决方案，另外在做一些数字资产的储备。海外 NP 公司仍然是以硬件软件的销售为主。

应用领域上，Optitrack 产品在文娱方面差不多能占到 25%-30%的比重，现在比例变化不大，但市场空间和范围被带动起来了。

2、去年裸眼 3D 屏在各地出现，不知道这块公司的订单需求怎么样？未来是会有爆发式增长还是会偏谨慎，您怎么看？

答：裸眼 3D 去年以来确实很火，很多地方的户外裸眼 3D 屏成为地标性建筑，吸引民众和游客前往参观打卡，对当地的经济带来了意想不到的活力。我们在多地也实施了裸眼 3D 项目，比如重庆、上海、成都、广州、

	<p>无锡等等，评价都很好，示范效应也很明显，提升了城市形象的同时也丰富了大众的夜间生活。加上去年以来，工信部、中宣部等六部委提出了“百城千屏”的活动通知，鼓励城市重要商圈、大型综合交通枢纽、网红地标、文化场馆等改造或新设超高清大屏，我们觉得这块将引来新机遇，需求还是很明显的。</p> <p>3、当前政府资金压力比较大，加上双碳的大背景，政府对于夜游包括文旅这些建设需求有压制，公司这块业务是否会持续萎缩？</p> <p>答：夜游项目的政策导向在 18/19 年应该还是比较明确了，在我们的业绩上体现也比较明显。这两年虽然整体经济环境不太好，但其实看到一些城市要去复苏经济反而在文旅方面的投入在增加。但跟之前不同的是，城市投入的规模缩小了，另外简单的亮化项目很少了，更多是在跟文旅相结合，所以总体来说，不利影响确实存在，但转变已在发生。我们对这块的规划是挑选优质项目，保持一定规模维持照明公司的正常运转，同时向文旅和显示方向转型。</p> <p>4、公司 Micro LED 的客户构成有具体分拆吗？</p> <p>答：目前 Micro LED 的订单大约一半来自国内，一半来自国外。国内以政府端应用为主，包括军队或者智慧监控等，另外就是一些对分辨率要求极高的企业；海外主要是一些大型企业。</p> <p>接待过程中，公司接待人员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	2022 年 2 月 16 日