

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：2022-24

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 checked="" type="checkbox"/> 其他（电话会议） <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	胡剑 国信证券 徐博 中信建投证券股份有限公司 朱宇 阳光资产管理股份有限公司 侯吉冉 长盛基金管理有限公司 胡慧 经济研究所 赵梓焜 兴证全球基金管理有限公司 李梓澎 经济研究所 黄鹏 广州瑞民投资管理有限公司 张昌平 西部利得基金管理有限公司 梁晓明 西部利得基金管理有限公司
时间	2022年6月28日 16:00-17:00
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>本次会议以电话会议的方式举行，会议中，董秘李总对公司情况做了接受并回答了投资者的提问。具体内容如下：</p> <p>2022年是公司未来三年战略周期的起点，我们从技术、产品、市场各个方面都做了比较详细的规划，在这里给大家阐述一下。</p> <p>一、公司在 Micro LED 领域取得的进步和未来规划</p>

未来三年，利亚德的战略定位是“技术引领，产业布局”，更多是指在智能显示业务里，我们会把更先进的技术继续去推进，保持自己在全球 LED 显示领域领军企业的地位。2020 年底，利亚德联合台湾晶电率先在全球范围内实现 Micro LED 的量产，这几年我们也一直在围绕 Micro 的方向做更多研发和投入。整个 21 年，Micro LED 的市场推广、订单水平和产能扩产都沿着制定的计划有序开展并顺利完成。2022 年，我们继续沿着降低 Micro 成本的方向在做努力，具体来说有两个维度：

现有工艺和制程上取得阶段性进步。公司将于 6 月 30 日召开新品发布会，对我们这一年多在 Micro 领域的进展向客户和投资者做一个汇报。我们原来推出的 Micro 是集中在 0.9mm 以下，以 0.9mm 的销量为主并且在市场上有一定的份额，21 年我们看到市面上其实出现了多种不同方式生产的 0.9mm 的产品，各家采用的工艺不同，有正装 COB、倒装 COB，SMD, 4in1 等，相比之下我们的优势在于性能指标上，比如亮度、对比度、节能、稳定性等，成本上的优势相对弱一点，但经过一年多的努力，我们已经可以通过工艺和制程的改进将成本售价做一定幅度的下调了。

技术上的突破。在现有 Micro 设备和巨转工艺的基础上，我们研发了一种新技术，使得 Micro 的产品间距可以向更大间距去扩展，比如 1.2mm、1.5mm 等。这里重申一下，我们的 Micro 产品有两个必要条件，一个是所使用的芯片单边距离小于 100 微米，市面上这样的芯片或者使用这类芯片的公司极少，另一个是使用巨转的技术和设备进行封装。利亚德的 Micro 产品，无论之前已经量产上市的，还是即将发布的，都是满足这些条件的。6 月 30 日的发布会将做具体介绍。

从更长期来看，未来三年我们有一个“产业布局”的策略，通过深入 Micro 产业链各个环节，参与投资或合作研发，驱使 Micro 成本能够大幅度下降，从而开启更大的市场空间。

二、公司在其他 LED 领域的布局及规划

除了 Micro LED，过去几年传统 LED 包括小间距的应用也越来越多，在 21 年的年报中，我们首次 LED 产品分成了三大类：

一个是显示系统：以软硬结合的行业解决方案为主，通过直销方式

对接境内外高中端垂直行业用户，比如冬奥会这种大型项目；

二是显示单元：包括 LED 箱体和 LED 模组，根据市场不同，采用不同的品牌通过渠道方式进行销售；

三是显示标准品：针对一些显示产品在特定应用场景的大规模使用，推出标准品，比如会议一体机、消费电视等，通过直销或渠道的模式进行推广，去年我们又启动了电子商务的销售模式，未来随着标准品的规模和更加统一化，我们会加大电子商务的推广力度。

由于这两年产品标准化程度的提高，以及下沉市场的开启，优化产品成本，扩大产能成为行业内公司获取核心竞争力的重要措施，所以利亚德在 2021 年也对产能做了提升。首先是在深圳的南方产业园，一方面将之前位于深圳不同地方的几个生产线汇集到一个产业园，缩小管理半径，减少管理费用，同时将产能从 3600kk/月提升至 6000kk/月；第二个是在长沙新建了南方生产基地，产能 6000kk/月，去年底已全部达产。此外，还有北京生产基地、无锡 Micro 生产基地以及欧洲的生产基地。目前，我们在全球的产能规划已完成阶段性目标，已经达到了产生规模化效应的要求。

过去几年，公司充分发挥市场营销优势，已经成功地将直销的单一的销售模式拓展到渠道销售模式，也从中端渠道市场进入到下沉市场的推广。除了国内，海外市场我们也加大了拓展力度。去年之前，我们海外市场集中在以中高端产品为主导的欧美地区，因为利亚德于 2015 年收购美国平达，定位就是通过其渠道商布局中高端市场，对于亚非拉市场没有作为重点去开发。但是从去年，随着小间距性价比达到最优化，性能也更加稳定，加上我们在国内通过金立翔品牌将小间距成功推向了下沉市场，所以我们也看到了新的契机，认为亚非拉市场具备了进入的条件。今年上半年，我们重新组建团队，经过市场调研后开发了新的产品，下半年将通过 Lemass 和利亚德两个品牌正式开始在亚非拉市场的销售。

所以未来的几年我们会根据不同市场的需求情况，采取多样化的销售模式以及多品牌的策略，来经营我们不同类型的显示产品，这也代表了利亚德目前在技术、产品、市场、品牌、产能等各个方面相对来说已经

有比较好的规划，未来的三年也会沿着这种规划去实施战略。

三、公司近况介绍

2021年LED行业迎来了一个爆发期，阶段性还出现了供不应求的情况，这个势头一直持续到去年底。但是春节之后国内疫情出现反复，多地阶段性要求居家办公或隔离，人员流动受到一些限制，业务受到一些影响。好在以北京上海为代表的各个地方近期都陆续在恢复，我们也在集体动员，提速追赶，只要疫情趋于稳定，还是比较有信心回到正常增长的轨迹上来。

目前，没有太多地受疫情影响的是海外这部分。以前我们的海外市场以欧美为主，由平达的销售团队及其渠道网络去进行覆盖，对于亚非拉市场只有非常零散的一些业务。从去年下半年海外疫情形势缓和后，海外开始加速恢复，为了满足海外需求的爆发，进一步扩大海外市场，公司在去年底对整个海外业务重新做了规划，一方面继续以平达为中心去发展欧美市场，同时，新设团队开拓亚非拉市场。虽然上半年部分团队成员因为疫情管控的原因出国受到阻碍，但截至5月底，我们国际团队已经顺利到达当地并开展商务活动。所以现在海外的增速相对来说还是比较符合预期的。

四、投资者提问

1、公司渠道这块一直发展的不错，去年超预期，而且之前市场比较担心小间距市场空间但实际上去年还出现了供不应求的行情，这个主要原因是什么？

答：去年从直销反馈的情况看，这几年很多大型企业或者政府机构在新基建政策的引导下对于大数据显示系统的需求是提升的，带动了我们的直销业务；然后渠道这部分除了原来利亚德品牌的中端市场的推进，我们还开辟了下沉市场，打开了一个新的市场空间。主要是这两个原因，去年显示板块增速不错。

2、公司会议一体机目前推广情况和市场占有率如何？

	<p>答：根据第三方机构迪显 2022 年一季度的报告，利亚德会议一体机的市占率排在第二。同时，从趋势上来看，大尺寸 LED 会议一体机的市场关注度和规模正逐步提高，这部分将是利亚德的优势所在，公司也将加大这块的推广力度。</p> <p>3、公司 VR 业务进展如何？</p> <p>答：这个业务还是以 NP 的光学动作捕捉技术和产品为核心。主要的业绩贡献来自于 NP 公司和北京虚拟动点公司。去年下半年开始，NP 公司订单加速恢复，一个是由于元宇宙概念的提出带动了整个产业的发展，同时，NP 公司发布了经过多年打磨升级的 3.0 版本的产品，新产品性能指标的提升催生了更多的应用。NP 公司在海外是以硬件软件的销售为主。在国内，通过虚拟动点开展业务，以定制化解决方案的开发和实施以及数字化资产为主，通过将捕捉的形体动作转化为数字资产将来进行二次开发和应用。</p> <p>4、公司的 Micro 有做 C 端的布局吗？</p> <p>答：To C 领域我们第一步规划是在 100 寸以上的大尺寸的消费电视上，现阶段想进入更小尺寸还有难度。我们在从多维度去做努力，包括 COG、量子点等技术上的投入，目标就是大幅降低成本。</p>
附件清单 (如有)	无
日期	2022 年 6 月 28 日