

证券代码：300232

证券简称：洲明科技

深圳市洲明科技股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2022-007

| | |
|----------------------|---|
| 投资者关系活动类别 | <input type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input checked="" 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 type="checkbox"/> 其他（电话会议） |
| 参与单位名称 | 华宝基金 李莉伊 宁泉资本 陈冠群 平安基金 季清斌 泰信基金 黄睿东 混沌投资 戴惟 西南证券 王谋 李明明 苟宇睿 |
| 时间 | 2022年8月26日 15:30-16:30 |
| 地点 | 公司总部会议室 |
| 上市公司接待人员姓名 | 集团常务副总裁 胡艳 集团显示产品线总裁 田守进 集团财务总监 刘欣雨 董事会秘书 邓凯君 证券事务代表 陈一帆 |
| 投资者关系活动主要内容介绍 | 本次投资者关系活动以电话会议的方式进行，接待人员与投资者进行了沟通交流，主要内容如下： |

一、2022 年上半年经营情况介绍

1、营业收入：2022 年上半年，公司实现营业总收入 31.65 亿元，较去年同期增长 7.97%；海外业务营业收入 17.59 亿元，较去年同期增长 51.87%；国内业务营业收入 14.06 亿元，同比小幅下滑。目前，海外新冠疫情对市场的扰动较小，LED 显示市场需求得到了释放。国内在整体经济形势承压、新冠疫情反复的背景下，公司国内经营业绩也展现了一定的韧性。

2、利润率：2022 年上半年，公司实现归母净利润 1.22 亿元，较去年同期增长 34.22%；实现扣非归母净利润 1.19 亿元，较去年同期增长 143.02%；实现毛利率 26.54%，较去年同期增长 2.25 个百分点；实现归母净利率是 3.85%，较去年同期增长 0.75 个百分点。报告期内，公司业绩质量显著提高，一方面，公司 2022 年度调整经营策略为追求“有利润的收入，有现金流的利润”，该策略得到有效的落实。另一方面，得益于国内外营业收入的结构性变化，毛利率较高的海外业务占比进一步提升，使整体毛利率得到改善。

3、现金流：2022 年上半年，经营性现金流净额为净流入 316.87 万元，扭转去年同期经营性现金流净额为净流出的局面，公司上半年严控接单质量，加大回款管理的经营成效有所体现。

二、投资者交流环节

1、COB、COG 与硅基的 MICRO LED 情况介绍？

答：COB 是现在市场的主流技术，工艺成熟度相对较高，是目前能实现量产的技术方式，预测未来相对较长时间内都是市场的主流。COG 是未来可能的技术方向之一，目前来看成本相对较高，良率相对较低，无论是技术还是供应链链成熟度均有待提升。硅基 MICRO LED 主要应用于更小的间距的应用场景，如穿戴设备。公司显示产品市场定位于 110 寸以上的直显市场，

目前公司 Mini LED 直显产品主要采用的是 COB 全倒装芯片封装技术，理论路线最短，随着制造工艺与产业链的成熟，有望快速降本，提高市场渗透率。

2、国内 LED 市场 Q3 和 Q4 的展望？

答：对于国内 LED 市场，从短期和长期两个维度展望。看短期，对国内市场持谨慎乐观的态度，原因是新冠疫情的反复带来的不确定性因素仍将持续。看长期，对国内市场整体持乐观的态度，原因在于：LED 光显技术进步激发光显需求、市场蛋糕将不断扩大，公司打造的 2022 冰雪盛会、央视春晚等经典案例形成示范效应，客户对于公司整体解决方案的需求度和认可度提升从而提升市场份额；疫情影响下部分 LED 项目需求被延缓释放，该部分需求将会在未来逐步释放。

3、VR/AR 技术的情况介绍？

答：公司 VR/AR 技术主要的应用方向是影视拍摄、虚拟演播厅、公司展厅等 XR 虚拟拍摄业务。公司客户群体主要是电影制作公司、媒体等。对于 XR 虚拟拍摄业务，公司成立了专业的硬件+系统+内容解决方案团队，根据不同的场景、不同的客户群体提供个性化、定制化的产品解决方案。目前，公司 XR 虚拟拍摄业务销售主要集中在海外，国内 XR 虚拟拍摄业务正在打开市场。国内 XR 虚拟拍摄市场仍处于探索阶段，未来会逐步跟上海外步伐，这块的市场空间将被打开，逐步成为公司新的业绩增长点。

4、公司经销和直销的情况介绍？公司如何管理经销商？

答：根据 2022 年半年度报告，公司经销和直销的占比为 77.03% 和 22.97%。目前，公司销售模式比较稳定，采用“经销为主、直销为辅”的销售模式。公司经销网络遍布全球 160 多个国家，拥

有 4500 多家销售渠道和服务网点渠道，10 余家海外分子公司及办事处。公司成立之初即开 LED 显示行业经销模式的先河。公司在管理经销商方面已经积累了丰富的经验，形成了相对完善的制度体系。公司坚持组织经销商的赋能计划，提高经销商的销售能力、产品能力以及技术能力，实现与经销商合作共赢、良性互动。

5、公司对人员管控的规划情况介绍？

答：公司着眼于提高员工平均人效，努力实现队伍规模的优化和效率的提升,管控成本费用，提升团队活力与竞争力。公司推动人才结构的置换，保留、引入高产出的人才，实现队伍质量的改善。

6、公司如何做好产品成本管控与产品品质的平衡？

答：从长期大趋势来看，随着上游制造工艺水平提高、技术进步以及良率的提高，原材料成本每年将呈现一定的下降趋势。从公司角度看，公司一直强化对供应链的管理和原材料的管控，通过管理每年实现一定幅度的采购降本。对于原材料采购，公司不仅关注价格，也会关注交期、品质等，实现保证产品品质前提下的成本管控。

7、公司存货金额上涨原因以及存货管控措施情况介绍？

答：公司存货金额上涨主要受到 2022 年上半年疫情影响，供应链流通不畅，关键部件的采购难度加大，公司对部分关键部件实施了囤货策略,同时疫情导致需求萎缩，降低了原有库存的消耗速度。从总体上来讲，公司的库存规模仍在可控的范围内。目前，公司成立了专门的机构，制订了专门的存货管理计划,采取了有针对性的存货管理措施，预计未来存货规模将得到有效管控。

| | |
|----------|---|
| | <p>会议沟通过程中，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 | 2022年8月26日 |