

证券代码：300833

证券简称：浩洋股份

广州市浩洋电子股份有限公司

投资者关系活动记录表

编号：2023-006

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 type="checkbox"/> 其他 _____		
参与单位名称 及人员姓名	樊俊豪 中金公司	吕沛航 中金公司	张艺矾 旌安投资
	许炯东 金信基金	申忆扬 长城基金	吴瑾 Neuberger Berman
	邬丹妮 泾溪投资	Gao Yan WCM	鲍志铖 懿德财富
	霍商贤 中信证券	王予澈 星石投资	刘文麟 博时基金
	史益帆 思晔投资	臧海亮 懿德财富	梁悦芹 闻天投资
时间	2023年5月25日至2023年6月9日		
地点	公司会议室		
上市公司接 待人员姓名	董事会秘书 劳杰伟先生		
投资者关系活动 主要内容介绍	<p>参观交流环节：</p> <p>公司组织了投资者团队的线下调研及参观交流等活动，投资者实地参观了公司荣誉展厅，在参观过程中对公司基本情况进行了介绍，主要内容如下：</p> <p>公司是一家集舞台娱乐灯光设备、建筑照明设备和桁架等产品的研发、生产与销售为一体的高新技术企业。2022年，国际环境日趋错综复杂，全球产业链和供应链面临重大挑战，地方保护主义、地缘政治导致逆全球化趋势加剧；国内需求收缩、供给冲击、预期转弱等不利因素持续演化，全球经济发展不确定性增强。面对日趋严峻的市场环境，公司董事会与经营团队高效统筹，稳中求变，继续聚焦主</p>		

业，努力开拓市场，完成了2022年年度的经营目标。2022年度公司实现营业收入约人民币12.23亿元，同比增长约97.80%；实现归属于母公司所有者的净利润约人民币3.56亿元，同比增长约161.97%。

2023年公司持续优化产线布局，提高产品生产效率，一季度创造了更好的经营业绩。第一季度公司营业收入3.3亿元，同比增长42.47%；归母净利润9965.54万元，同比增长62.65%。2023年公司将围绕以下重点工作开展：（1）继续加大研发投入，优化产品升级；（2）加快募投项目建设，持续释放产能；（3）加强业务推广及服务力度。

参观团队一行走进了展厅改造的国际灯光博物馆，了解舞台灯光设备的起源、发展和创新变革，展示了行业的发展现状及前景趋势；随后观看了浩洋新版舞台灯光秀，使投资者团队增强对公司产品的了解。参观结束后，投资者团队又来到了公司生产制造中心，全方位了解公司产品的组装、质检及测试各个环节情况。

Q&A:

1. 公司所处行业发展情况及竞争格局是怎样的？

行业起源于欧洲，发展于美国，随着我国制造业发展，特别是珠三角工业供应链的优势，行业的制造环节已大部分转移到我国珠三角地区，随着海内外的文化演艺娱乐产业的进一步发展，带动了舞台灯光设备行业的发展，目前行业规模大概在500-1000亿人民币左右。

公司主要是以高端舞台灯光领域产品为主，国内主要竞争对手包括广州市珠江灯光科技有限公司、广州彩熠灯光股份有限公司、广州市雅江光电设备有限公司以及广州市明道灯光科技股份有限公司等企业，海外竞争对手包括ROBE Lighting、Clay Paky等企业。

2. 海外演艺设备市场总体情况？

整体而言，在排除疫情因素的影响下，海外演艺设备市场需求是增加的。主要从以下三方面体现：1.全球范围内来说，每年各个国家及地区都有新场馆的修建，从而带来舞台灯光设备的需求；2. 随着经济的发展，居民可支配收入水平持续增长，包括演艺活动在内的精神文化消费需求有较大增长空间；3. 在演艺场景下，舞台灯光技术与艺术结合，推动产品更功能多样化与智能化，促使已有产品更新及迭

	<p>代。</p> <p>3. 公司募投项目进展情况如何？</p> <p>公司正在积极推进在建工程的实施落地，目前两个提升产能的募投项目正在有序加快推进中，新建的产能可高效满足公司的研发需求和有力支撑公司未来产值的提升，募投项目进展的具体情况可持续关注公司后续披露的定期报告。</p> <p>4. 公司未来海外整体规划如何？</p> <p>目前，公司海外业务占比在75%以上，并以欧美市场为主。整体上公司未来在维持欧美市场份额的前提下，将加强在“一带一路”沿线国家、南美等新兴国家及地区的市场拓展。</p> <p>5. 公司新产品的推广途径及其更新频率如何？</p> <p>公司新产品的推广主要是通过参加国内外专业性展会进行，国内展会主要集中在北京、广州两地；国际展会主要为美国、德国等国。公司管理层时刻跟踪行业发展趋势、提前布局；成立了专门的团队搜索与关注各类型可应用在公司产品上的新技术，持续加强研发投入，推进公司新产品的发展。总体而言，每年公司会基于客户需求对产品不断地更新迭代，从而达到具有竞争力的状态。</p> <p>6. 2023年公司怎么对待国内市场的复苏反弹？</p> <p>2023年公司仍以海外市场为主，国内市场为辅。但在国内居民可支配收入水平持续增长、文化消费升级的背景下，包括演艺活动在内的精神文化消费需求也在逐渐提高，公司将结合国内市场的实际需求，积极研发适应国内市场的产品品类及型号，抓住市场机遇。在保障外销增长的同时，将国内市场作为一个新的增量。</p>
附件清单 (如有)	
日期	2023年6月12日