

# 佛山电器照明股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2023-04

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（请文字说明其他活动内容）
活动参与人员	民生证券、信达证券、开源证券、方正证券、天风证券、申万宏源证券、时代财经以及线上网络投资者
时间	2023年6月28日
地点	全景网演播厅、全景网
形式	线上及线下
上市公司接待人员姓名	董事、总经理：雷自合先生 独立董事：李希元先生 财务总监：汤琼兰女士 董事会秘书：黄震环先生
交流内容及具体问答记录	<p><b>问题 1：公司 2023 年营收目标是否有上调？</b></p> <p>公司 2023 年一季度实现营收 21.94 亿元，同比增长 7.03%，归母净利润 6622 万元，同比增长 6.28%，营收和利润均保持了增长。考虑到今年宏观环境情况，2023 年公司的营收预算目标是 89 亿元，但是我们会努力争取做到超预期。</p> <p><b>问题 2：汽车零部件的国产替代正在加速，公司如何抓住发展机遇？</b></p> <p>中国是汽车的第一大制造国也是第一大消费国，特别是近年来新能源汽车快速增长，汽车零部件也快速地国产化替代，我们并购南宁燎旺就是希望能够切入汽车车灯市场，自并购以来，我们加快对南宁燎旺“一院三中心”的建设，并不断引进高端研发</p>

人才，完成多项新产品的设计、开发工作，并获得了客户的认可，同时正在进行多项新技术的研发工作，南宁燎旺研发实力得到快速提升。第二，我们加大了生产自动化、智能化制造设备的投入，制造实力不断加强。第三，南宁燎旺加强市场拓展，由传统车灯往新能源、智能化汽车照明转型，取得了较大的突破，客户结构得到了进一步优化。下一步，公司也计划将车灯业务拓展到华南地区、华东地区。同时我们也非常关注车灯行业格局，也在寻找优质车灯企业，若有机会不排除继续并购。

**问题 3：通用照明的新兴业务方面，有什么规划？通用照明的基本盘方面，有哪些提升份额的举措？**

新赛道方面，下一步的规划主要有以下几点：一是坚持走“内涵式发展与外延式扩张相结合”的道路，实施“产融结合”，围绕有技术、有市场、有前瞻性的细分领域筛选优质标的持续开展并购，快速打造公司新的利润增长点。二是依靠创新驱动，构筑技术优势。坚持把产品创新往差异化和功能性两个方向进行突破，聚焦到人无我有的差异化产品和满足消费者日益增长的健康生活需求的功能性产品上来。在健康照明领域，与细分领域龙头和“专精特新”企业合作，重点推出医疗器械级别的视力防治产品；在海洋照明领域，抢抓国内海洋牧场建设机遇，加速海南产业基地建设，进一步拓展集鱼照明、养殖照明和船舶照明等业务；在植物照明领域，与高校合作，推出适用于高经济价值作物的特定光配方照明产品及解决方案；在智能照明领域，引进行业高端研发团队，加强与领域内优势科研单位和高校的产学研合作，输出行业领先的智慧城市照明、智慧隧道解决方案。

在通用照明基本盘方面，我们将在以下几个方面努力提升市场份额：

一是攻坚大客户大项目。将拓展大客户、大项目作为工作的重中之重。今年以来，公司高层领导带头分赴不同省份走访市场，拜访重点客户，了解市场需求，提振客户信心，拓展业务订单。通过“一项目一专班”狠抓落地，与大自然家居、美涂士建材等签订战略合作协议，相继中标中海地产、融创物业、平安集团、南方电网、万科地产等集采项目，推动兴国县红军桥、北京海淀区教室照明改造等标杆项目落地。二是千方百计抢订单。组织团队前往日本、泰国、马来西亚、新加坡等地加大市场拓展力度，提升市场份额。吹响国内市场拓增量“冲锋号”，召开多场经销商大会，宣讲渠道新政策；实施系列营销策略，开展线上新品发布会、线下订货会、参与专业照明展销会，拓展了订单。三是持续开展三精管理，在主要财务指标方面与标杆企业展开对标，进行降本控费，提升运营效率，增强公司核心竞争力。

#### **问题 4：目前公司的几块业务的协同效应如何体现？**

协同效应体现在一方面公司收购南宁燎旺后，有利于加强双方在市场开拓、研发升级、渠道资源的共享，实现产业链融合发展，充分发挥佛山照明在车灯模组，南宁燎旺在车灯集成的优势，推动佛山照明车灯产品从车灯光源、模组延展至车灯灯具产品的跨越。另一方面 2022 年公司并购了 LED 中上游封装企业国星光电，经过持续近一年的资源整合，公司“产业链垂直一体化整合”初步成效，不断加强国星光电在 LED 芯片与南宁燎旺在车灯以及佛山照明在新赛道领域产品升级、市场开拓、研发资源、渠道信息的共享，实现上游紧贴下游需求制定研发方向，下游紧贴上游研发成果提升产品技术优势，国星光电为燎旺研发定制车规级 LED 产品提供有利条件，为佛山照明开拓新赛道提供研发资源，实现

垂直一体化和自主可控模式。

**问题 5：公司股权激励为何要设置研发费用目标？**

公司在股权激励业绩考核条件中设置研发费用的主要原因是公司高度重视技术的自主研发和创新，注重研发团队的建设，认为公司的竞争就是产品的竞争，产品的竞争关键在于产品核心技术的竞争，只有不断从原创技术和集成创新上发力，把产品创新往差异化和功能性两个方向进行突破，强化与一流研发机构和细分领域龙头的跨领域合作，才能走出一条“灯光+”的集成创新之路，确保公司中长期的竞争优势，进而促进公司可持续发展。

**问题 6：公司的海洋照明销售渠道建设情况如何？**

公司的全资子公司海南公司主要从事海洋照明业务，现有员工 94 人，其中研发人员 16 人，销售人员 57 人。在研发上，拥有与中科院深海所组建的深海照明工程技术联合实验室、与大连海洋大学等科研单位联合建立的“渔业与海洋专用 LED 灯具研发与应用工程技术中心”，在销售上设立了 3 大中心，分别是华南营销中心，华东营销中心，国外营销中心。海南公司从深海照明、集鱼照明、养殖照明等领域产品解决方案重点发力，在全国 8 个沿海省份和东南亚市场搭建了 27 个销售网点和 6 个体验区（馆）。在集鱼照明领域，完成了 200 多条中小渔船的灯光改造。下一步，我们将针对不同海域用户的反馈，重点从大幅提升捕鱼效率着手，引进国内外先进技术，迭代升级现有的集鱼灯和稳鱼灯，打造适用各种海况的捕鱼灯光系统解决方案。在养殖照明领域，推出了水产养殖智能灯光系统解决方案，目前已在全国布局了 40 多个水产养殖示范基地，并在多地的东星斑、鲟鱼、对虾、微藻等光照养殖上取得显著的增产增收效果，其中青岛对虾光照养殖示范项

目顺利通过了全国水产养殖专家组的现场验收，在全国进行市场推广。以上水产光照养殖技术的突破，也得到了湛江湾实验室的高度认可，并签订了战略合作。在深海照明领域，依托公司与中科院深海所的联合实验室，成功打破了技术壁垒，推出的深海照明中小功率产品实现了国产替代，大功率产品填补了国际空白，取得了中海油、狮子鱼、海有等大型企业深海照明产品订单。

**问题 7：公告显示，公司拟募投包括自动化改造、海南产业园等五个项目，请问目前项目募投进度如何？**

公司向特定对象发行股票有关议案已于今年 3 月 14 日、3 月 31 日经公司董事会、股东大会审议通过，于 4 月 19 日报深交所审核，并于 4 月 24 日收到深交所同意受理本次发行申请的通知。5 月 9 日，深交所上市审核中心对公司提交的向特定对象发行股票的申请文件进行了审核，并形成了审核问询问题。5 月 29 日，公司会同相关中介机构对审核问询函所提出的问题逐项予以落实并编制了《关于申请向特定对象发行股票审核问询函之回复报告》，同时对申请文件进行了相应补充和修订。目前，公司正在会同相关中介机构按照深交所的要求，对相关问询问题进行补充修订。后续，公司将严格按照相关规定，及时履行信息披露义务。

**问题 8：实现股权激励业绩目标的信心和实施路径是什么？**

本次股权激励是公司上市以来的第一次股权激励，近年来，公司不断加强研发、制造和管理，同时也在适时进行产业并购和拓展，形成良好的向上发展态势，公司的通用照明业务不断提升，市场影响力越来越高，这也说明，公司在内生发展和外延式产业布局是正确的，这也正是需要激励公司员工干事创业的时候。为了达到业绩考核目标，一方面，我们会做大做强照明基本盘，往

高附加值产品转型升级，进一步提升公司竞争力和市场占有率。另一方面，公司将继续坚持走内涵式发展与外延式发展的道路，适时寻找优质的相关标的进行并购，继续优化公司的产业布局。同时，如公司定增项目的顺利落地，也能为公司带来较大的营收和利润，因此我们有信心能够完成本次股权激励定下的目标。

**问题 9：贵单位业绩和股价都一直很低迷！请问贵单位有什么规划？**

股票价格受宏观环境、行业发展、公司发展、市场情绪等综合因数影响。公司将不断完善公司治理、努力做好战略和经营，在深耕现有业务的基础上，努力开拓新赛道，寻找新的业务增长点，不断增强企业竞争力，持续提升企业价值。

**问题 10：公司在产品研发上投入情况如何？接下来是否有进一步的研发投入计划？**

2022 年公司研发投入为 5.04 亿元，同比增长 2.94%。未来，公司将按照公司规划加大研发投入，强化照明核心技术和原创技术布局和攻关，以科技创新为公司高质量发展注入源源不断的动能。

**问题 11：公司现有的产品布局是怎样的？**

在产品布局方面，自 2021 年以来，公司先后收购控股了南宁燎旺和国星光电，实现了车灯照明和 LED 封装业务的拓展，在原有的通用照明板块上，形成了通用照明、汽车照明、LED 封装三大板块业务，同时，公司按照“稳住基本盘，开拓新赛道”发展战略，在智慧路灯、海洋照明、动植物照明、智慧照明、健康照明等新赛道领域进行业务拓展，公司新赛道的布局初见成效。

**问题 12：在水产养殖照明方面，公司有相关的技术储备吗？**

公司已与国内在水产养殖、渔业捕捞、海洋领域的顶尖大学、科研院所开展深度合作，并与公司联合构建“渔业与海洋专用 LED 灯具研发与应用工程技术中心”，并联合开展渔业与海洋专用 LED 灯具研发与应用合作等项目。目前公司已掌握 LED 光照对大西洋鲑、红鳍东方鲀、欧洲舌齿鲈、大菱鲆、凡纳滨对虾、皱纹盘鲍、方斑东风螺、东星斑、微藻等主要养殖生物不同生理阶段生长与发育需求的 LED 光要素特种参数；已申请发明专利共 11 项，并在多地开展示范应用，并取得良好效果。

**问题 13：公司车灯模组产品的销量如何？未来会有车灯模组产品产能的规划吗？**

目前，公司车灯模组产能利用率高，已接近产能瓶颈。公司正在进行非公开发行股票募集资金，其中一个募投项目是车灯模组生产建设，预计项目达产后新增产能 1,600 万个/年，将大幅提高公司车灯模组产品的产能。

**问题 14：相比于同行业的照明产品生产商，公司有什么核心竞争优势？**

公司核心竞争优势主要有：一是渠道优势。公司一直坚持深耕细化渠道的市场策略，经过多年的发展与沉淀，公司在国内市场主要有四大销售渠道（五金流通渠道、家居渠道、工程渠道、电商与零售渠道），形成了覆盖全国的营销网络布局；在海外市场，公司积极拓展国际市场业务，产品远销北美、欧洲、东南亚、非洲、大洋洲等 120 多个国家及地区，并不断完善海外销售渠道。依托强大和完善的销售渠道，公司产品能够快速进入市场，极大地提高了公司的市场开发能力和竞争力。二是品牌优势。公司深

耕照明行业超过 60 年，“佛山照明”品牌影响力和品牌价值持续提升，连续 17 年入选“中国 500 最具价值品牌”榜单，2022 年佛山照明品牌价值达到 265.29 亿元。近年来，配合公司发展定位、产品设计、用户体验等方面的提升，公司启动品牌升级战略，围绕“专业、健康、时尚、智能”的品牌新形象进行推广和宣传，分别通过高端主流媒介平台、互联网新兴媒体、线下终端宣传加速品牌建设，实现品牌及产品传播效果最大化，形成全方位、多元化的宣传阵地，加速推动“佛山照明”从行业品牌向大众品牌转变，保持“佛山照明”品牌的活力与竞争力。目前，佛山照明品牌已成为中国最具影响力、最受欢迎的行业品牌之一，强大的品牌影响力成为公司销售持续增长的主要驱动力。三是研发技术优势。公司是国家高新技术企业，公司检测中心拥有国家 CNAS 认可资质、建有“广东省工程技术开发中心”、“广东省工业设计中心”、“广东省企业技术中心”、“光电研究院”等创新平台，荣获“国家知识产权示范企业”称号。建有“博士后科研工作站（分站）”、“广东省科技专家工作站”，深入挖掘和布局 LED 前沿技术，解决关键核心问题与行业共性技术问题。在光学、光谱学、电学、IoT、AI 等众多领域形成了具有自主知识产权的技术壁垒。公司及控股子公司累计获授权有效专利超 1900 项，主导或参与制订已发布的各级标准 160 项。公司积极整合内外部资源协同，与清华大学、复旦大学、中山大学、华南理工大学、中科院深海研究所、大连海洋大学等科研院所建立深入的产学研合作关系，促进了关键技术突破和科技成果转化，同时形成了畅通的研发人才培养通道，为公司保持技术领先、持续开展产品创新提供了有力的保障。四是规模优势。公司是最早从事照明产品生产销售的企业之一，多年的沉淀，形成了规模化的制造能力。经过多年连

续的投资，公司的生产自动化水平得到较大提高。大规模集中生产使公司具有明显的经济效益，不仅体现在产品的制造成本上，而且体现在原材料采购、议价等方面。五是 LED 产业链垂直一体化优势。公司通过控股国星光电，业务涵盖 LED 产业链中的上游 LED 芯片制造、中游 LED 封装和下游 LED 应用产品的全 LED 产业链，优化了产业链，提高公司在行业中的竞争力和影响力。

**问题 15：公司在产业链方面有什么优势？**

在公司控股国星光电后，经过前期资源整合，公司“LED 产业链垂一体化战略”初见成效，公司产业链逐渐向上延伸，业务涵盖 LED 产业链中的上游 LED 芯片制造、中游 LED 封装和下游 LED 应用产品的全 LED 产业链，优化了产业链，提高了公司在行业中的竞争力和影响力。

**问题 16：公司在销售渠道方面有哪些优势？报告期内的渠道建设情况如何？**

公司一直坚持深耕细化渠道的市场策略，经过多年的发展与沉淀，目前公司在国内市场主要有四大销售渠道（五金流通渠道、家居渠道、工程渠道、电商与零售渠道），形成了覆盖全国的营销网络布局；在海外市场，公司积极拓展国际市场业务，产品远销北美、欧洲、东南亚、非洲、大洋洲等 120 多个国家及地区，并不断完善海外销售渠道。依托强大和完善的销售渠道，公司产品能够快速进入市场，极大地提高了公司的市场开发能力和竞争力。南宁燎旺是中国汽车零部件灯具行业大型企业之一，积累了一批稳定的整车厂客户，并不断开发新客户，客户主体逐渐多元化，微车灯市场份额位居全国第一。国星光电客户结构优良，与行业头部显示屏厂商、国际知名家电企业等建立了长期合作关系，产

品多次在国内外大型活动和高端场所实力亮相，获得终端客户与市场的广泛认可。报告期内，公司持续优化渠道建设，坚持 To B 和 TO C 业务并举拓市场，做大做强基本盘。在 To B 业务上，以“项目制、专业化”为牵引，从项目源头拓市场，开拓各领域照明工程项目。在 TO C 业务上，重点拓展全国各地整装市场和专卖店、电商业务。

**问题 17：公司在那些地区建有生产基地？产能情况如何？**

公司照明年产品的生产基地主要在佛山高明，年产能约 7 亿只；车灯的生产基地主要有南宁、柳州、重庆、青岛，具有年生产超 500 万套车灯的生产能力。随着公司产业的布局，目前公司正在海口建设海洋照明生产基地，规划年产能为 121.4 万只。

**问题 18：公司如何采取措施降本增效？**

公司主要通过以下措施降本增效：一是降采购成本，加强大宗商品价格走势研判，与大宗商品专业研究平台合作，通过谈判议价、低位锁价、比价询价、优化调整供应商、实施新材料替代等措施降低采购成本。二是降制造成本，开展装配线自动化改造项目，持续推进机器换人，通过采取连线生产、工艺流程和包装方式优化、对生产车间实施标准成本考核，以及严控跑冒漏滴等举措降低制造成本。三是降“三项费用”。强化预算管理“硬约束”，按照预算进度对“三项费用”进行管控，做到无预算不开支，有预算不超支，非必要不列支。

**问题 19：能否介绍一下公司近期发布的股票激励计划？**

公司于 2023 年 6 月 13 日在巨潮资讯网披露了《2023 年限制性股票激励计划（草案）》及相关公告，本激励计划拟授予的限制性股票数量不超过 1,300.00 万股，占本激励计划草案公告时公司

股本总额 136,199.46 万股的 0.95%，其中首次授予 1,170.00 万股，占本激励计划授予数量的 90.00%，预留 130.00 万股，占本激励计划授予数量的 10.00%，授予的激励对象包括激励计划公告时在公司（含全资子公司、控股子公司，不含国星光电）任职的公司董事、高级管理人员、中层管理人员、骨干员工，具体内容详见公司于 2023 年 6 月 13 日在巨潮资讯网披露的《2023 年限制性股票激励计划（草案）》及相关公告。

**问题 20：公司未来的战略布局是怎样的？**

公司按照“稳住基本盘，开拓新赛道”战略思路进行布局，持续在细分领域新赛道深耕细作，继续坚持以技术和服务为主线，聚焦品牌和价值，紧紧围绕向“中高端智能制造”升级，向“提供产品及整体解决方案”转型，向“智慧、健康、绿色的人本照明”跨越。同时，在应用端上发力，持续向物联网生态圈和细分领域拓展，不断开发出新的应用场景和产品，持续提高公司核心竞争力，加快公司新一轮的发展。

**问题 21：公司的核心产品在行业处于什么地位？市场占有率如何？**

公司的主营业务包括通用照明、汽车照明、LED 封装产品。在通用照明领域，公司是最早从事照明产品生产销售的企业之一，拥有约 1400 亩的生产制造基地，且经过多年连续的投资，公司的生产自动化水平得到大幅提高，拥有较强的生产制造实力。同时，公司深耕渠道建设，形成了覆盖全国的营销网络布局，产品远销北美、欧洲、东南亚、非洲、大洋洲等 120 多个国家和地区，综合实力居国内照明行业前列。在 LED 封装领域，主要依托控股子公司国星光电进行开展，国星光电于 1976 年开始涉足 LED 封装，

是国内第一家以 LED 封装为主业首发上市的企业，产品多次在国内外大型活动和高端场所实力亮相，是我国 LED 封装行业的龙头企业。在汽车车灯领域，公司在原有的车灯光源、模组基础上依托南宁燎旺向汽车车灯总成拓展，南宁燎旺在南宁、柳州、重庆、青岛、印尼均有生产制造基地，具备年生产超 500 万套车灯的生产能力，拥有稳定的客户，是我国规模较大的汽车车灯生产企业。

**问题 22：公司的海外市场销售情况如何？计划如何进一步扩大海外市场？**

今年海外市场受宏观经济下行压力的影响，整体市场需求较疲软。但公司通过加强研发，加快新产品的推出，加大市场开拓力度等措施，海外营业收入总体保持稳定，且灯具产品和智能产品占比持续提升，产品结构不断优化。接下来，公司将进一步拓宽客户渠道，开发电工、车灯业务客户，形成核心渠道与多渠道业务板块共同发展的渠道体系。做好产品规划，成立产品项目研究团队，针对海外企业进行深入研究，加强前瞻性技术储备，推出适合客户需求的新产品。加强自主品牌的推广力度，提升品牌影响力，最终增强公司的核心竞争能力。

**问题 23：如何看待 2023 年照明市场？佛山照明目前市占率多少？**

目前，照明行业市场增速放缓，竞争趋于激烈，更加考验企业的创新能力和运营能力，行业的整合将持续进行。同时，在技术升级和政策的推动下，照明产品围绕智能化、健康化的方向升级，拥有资金、技术、渠道、品牌优势的大企业有望在行业的整合中进一步提升市场份额。目前照明市场占有率尚未有权威的统计数据，但公司营收规模在行业中排名前列。

关于本次活动是否涉及应披露重大信息的说明	否
活动过程中所使用的演示文稿、提供的文档等附件（如有，可作为附件）	无