

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：2023-013

<b>投资者关系活动类别</b>	<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 checked="" type="checkbox"/> 其他（电话会议）			
<b>参与单位名称</b>	中信资管      曹苍剑      上善如是      艾靖东 东方证券      曹伏飙      中信证券      程子盈 长江证券      冯源        容光投资      高鹏飞 安信资管      胡红伟      东吴基金      陈伟斌 中邮人寿      朱战宇      招商资管      吴彤 国信证券      詹浏洋      西南证券      李明明 大家资产      徐博        德邦资管      徐佳 博裕资本      严祎祎      民生银行      杨云杞 睿兴资产      徐媻        兴合基金      姚飞 泰信基金      李茜茜      立格资本      李学来 诺安基金      陆伟成      国寿养老      马志强 青岛朋元      秦健丽      上海石锋      施佳斌 睿郡资产      张航        朴易资产      宋伟 裕晋投资      张恒        枫池资产      孙关世禧 远致瑞信      张艺海      沅京资本      汤晨晨 鹏扬基金      章宏帆      一创证券      陀旋 永赢基金      郑奇波      致顺投资      朱贺凯 三鑫资管      郭玉燕      西部利得基金 刑毅哲			

	山东鲁商私募 郭嘉                      九和岛基金    卢瑞 标朴投资        周明巍                      欣至峰投资    周文佳 锦成盛资产    王懿晨                      远致瑞信        黄宇 狐尾松资产    胡亚男                      Brilliance        胡誉镜
时间	2023 年 10 月 27 日
地点	公司总部会议室
上市公司接待人 员姓名	财务总监                      刘欣雨 董事会秘书                  陈一帆
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进行，接待人员与投资者进行了沟通交流，主要内容如下：</p> <p><b>一、2023 年前三季度经营情况介绍</b></p> <p>2023 年第三季度，公司实现营业收入 17.70 亿元，同比增长 1.15%；实现归母净利润-3,023.13 万元，剔除第三季度投资收益（不含外汇损益）-4,972.69 万元以及外汇损失 2,591.05 万元带来的影响，公司第三季度实现剔除以上 2 项后的归母净利润为 4,540.61 万元。</p> <p>2023 年前三季度，公司实现营业收入 50.69 亿元，同比增长 3.12%；由于 2023 年第三季度归母净利润负向影响，造成 2023 年前三季度归母净利润为 1.91 亿元，同比下滑 24.75%；实现经营活动净现金流 3.76 亿元，同比增长 77.83%；实现毛利率 29.49%，较上年同期提高 2 个百分点。</p> <p>在 2023 年前三季度毛利率有所提升的情况下，公司净利率仍然出现同比下滑，主要原因有以下两点：一是国内外市场需求增长不及预期，尤其是高端市场需求降级、项目确认周期延长等问题，导致营业收入增长不达预期；二是为保障公司的</p>

销服体系具备领先性，技术布局具备先进性，公司在销售费用和研发费用上仍保持战略性投入，保障公司更加长远稳健的发展，使得公司在 2023 年第三季度单季度营业收入同比小幅增长 1.15% 的情况下，销售费用和研发费用合计占当季度营业收入比例由 2022 年同期的 16.22% 上升至 2023 年 19.43%，提升了 3.21 个百分点，收入增幅不及费用增幅最终导致毛利率提高但净利率下滑的结果。

## 二、投资者交流环节

**1、三季度业绩分区域来看，分别是怎样的？根据在手订单情况来看，四季度业绩预计如何？**

答：2023 年前三季度，公司国内营业收入 23.04 亿元，同比增长 4.74%，占总营业收入 45.4%；海外营业收入 27.65 亿元，同比增长 1.81%，占总营业收入 54.6%。今年前三季度，国内市场温和复苏，毛利率得到改善；在海外市场方面，高端市场需求不及预期，但整体海外营收仍保持韧性，小幅增长。在美洲市场，受经济环境影响，高端产品客户价格敏感度提升，采购决策周期延长，导致该部分收入不及预期，前三季度收入同比小幅下滑。欧洲市场方面，受益于第三季度体育赛事、演艺演出等活动，欧洲市场前三季度改善效应明显，同比增长显著。在亚非市场，因 2022 年公司在中东区域落地了几个大型活动和项目订单，使得 2022 年前三季度亚非地区收入基数较大，2023 年前三季度亚非地区收入同比小幅下滑。亚非地区作为公司重点布局市场，需求和潜力巨大，预计未来市场将逐渐恢复到正常增长水平。

从目前在手订单及市场环境来看，公司对第四季度保持乐观态度，预计未来营业收入将保持良好的发展势态，公司将致力于提高生产效率和产品质量，以满足不同客户需求并实现

可持续发展。

**2、公司第三季度销售与研发费用较高，后续将如何优化？**

答：从公司整体战略角度出发，需保障销服体系的领先性和技术布局的先进性，因此仍保持战略性投入，导致相关费用上升。同时为配合公司的销售战略，在巩固自身经销渠道的同时，加强准直销业务，因此公司在人员薪资、差旅及市场推广活动等方面投入较大。公司根据预算目标进行费用管控，因年初对市场行情预判较为乐观，收入目标及其费用预算也相对较高。目前，在保证未来 3 至 5 年长期发展的情况下，公司已对战略目标及费用预算进行优化和调整，根据市场情况及投入产出比进行调整和管控，优化组织结构，提升运作效率，减少费用开支。

**3、公司年底商誉减值预计会对全年业绩造成多大影响？**

答：目前，公司存量商誉 1.54 亿元。商誉减值的计提，需要根据对应主体公司经营业绩及未来现金流情况，运用财务模型进行测算，并按照会计准则进行合理计提。预计今年与去年相比商誉减值将会大幅减少，具体减值情况需根据年度商誉减值测试确认。

**4、公司目前 COB 产品的技术水平、生产情况和成本下降情况如何？如何看待未来 COB 产品在市场中的渗透情况？**

答：目前根据市场反馈，COB 渗透率已经达到 10%，达到“最佳效应点”，待配置和成本之间的平衡点再次突破，便能够大规模铺开。按产业规律，COB 的市场替代率在达到

15%-16%时将实现飞跃型发展，35%-50%的替代率或将在两三年之内实现。在 P1.2 以下，COB 对 SMD 产品的替代率高达 50%，同时具备成本及产品性能优势，并且随着成本的持续下降，对 P1.5 以下产品也在加速替代中。公司 COB 产品全形态已可满足全场景应用需求，点间距覆盖 P0.3-P4.0，自研固晶混编算法，固晶效率 UPH $\geq$ 30K，相比以往提升了 50%以上，固晶良率超过 99.999%，综合产品良率达到 98%以上，同时采用“两大核心+五大支撑+一大平台”，依靠大亚湾二期生产基地以及 Mini LED 项目形成强大交付能力。今年年中，伴随着规模效应及产业链的成熟，COB 产品价格与成本已快速下降，预计未来每年将保持 20%左右的降幅，进一步打开 Mini/Micro LED 产品的市场空间。

**5、请问子公司雷迪奥前三季度业绩情况如何？该如何展望未来业绩？**

答：2023 年前三季度雷迪奥收入不及预期，较去年同期小幅下滑约 5%。主要原因有以下两点：一是好莱坞罢工，XR 虚拟影棚市场受到一定程度影响；二是受海外经济环境影响，海外客户资金成本变高、对产品价格的敏感度提升、决策周期延长。针对以上情况，目前雷迪奥已调整产品及销售策略，收入及利润将逐季度改善，预计未来将逐步恢复到正常水平。未来雷迪奥将通过更加丰富的产品矩阵，覆盖更多客户需求，并持续在欧美、日本等发达国家和地区发力，保持业绩增速和贡献。

**6、请问 AI 对公司业务是如何赋能的？**

答：今年公司与国内多家 AI 龙头在模型应用领域取得突破，并成为行业中首家获得 GPT-4 官方接入许可的企业，同

时获取戴尔工作站全球 ISV 通用认证。公司借助生成式 AI 技术，提升内容制作效率及质量，加速相关产品迭代开发，有机地将硬件、系统、软件、内容结合，为客户提供整体化、智能化的内容展示及交互解决方案，提升客户粘性及认可度，帮助客户实现智能化展示和营销。接入 AI 的虚拟数字人产品已经获得多个行业头部客户认可，将以新型数字员工的身份广泛应用于线下门店的宣传与服务工作。公司将持续探索“LED+AI”应用新场景，提升内部运作效率和外部服务质量，全面拥抱数字经济新时代。

### **7、XR 虚拟拍摄及 LED 影棚的市场情况如何？**

答：目前，XR 虚拟拍摄市场的空间和机会仍然非常大。在欧美地区，以影视剧及高端商业广告拍摄为主的 VP 影棚仍然具备较大增长空间。VP 类影棚具有高技术标准、高资金投入、高毛利的特点，近年来，公司在海外承建了 110 多个，保持 XR 行业第一的领先地位。今年因好莱坞罢工及全球经济环境环境的影响，该部分业务短期内难以保持原先的高增长势头，但随着未来经济环境的改善，将逐步恢复到正常水平。此外，在国内和东南亚地区 XR 虚拟拍摄需求不断涌现，市场也在快速兴起。国内 XR 虚拟影棚的使用场景和技术标准较海外有所不同，相对投入较小，应用在包括但不限于演艺演出、展览展示、直播、教学等多种场景。这些场景更需要轻量化、一体化、易用度高的产品，这也将打开 XR 虚拟拍摄市场新的增长空间。公司目前可以提供的产品除高品质 LED 显示屏外，同时亦可提供包含渲染系统、控制系统、动作捕捉系统、虚拟数字人和虚拟场景的一体化解决方案。为更好服务客户，公司搭建了提供虚拟数字人和虚拟场景的数字资产平台，拥有数百套具备完全自主知识产权的数字资产，并为公司客

	<p>户提供一键导入、快速部署和所见即所得的虚拟拍摄服务。</p> <p><b>8、公司的虚拟数字人业务的商业模式及毛利率水平如何？</b></p> <p>答：公司目前虚拟数字人业务主要以定制化产品为主，根据客户的需求进行定制，为客户提供“硬件+系统+软件+内容+交互”的一体化解决方案，并提供升级迭代服务。该部分业务将根据客户需求产生多种不同形态的合作方式，目前该部分业务占公司收入比重较小，但其毛利率较高，预计未来业务体量将快速增长，成为公司重要的利润来源。</p> <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	2023 年 10 月 30 日