

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：2023-14

投资者关系活动类别	☒ 特定对象调研 ☐ 分析师会议 ☐ 媒体采访 ☐ 业绩说明会 ☐ 新闻发布会 ☐ 路演活动 ☐ 现场参观 ☒ 其他（ <u>电话会议</u> ）
参与单位名称及人员姓名	吴清宇 信达澳银
时间	2023年4月13日 15:00-16:00
地点	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	本次调研以电话会议的方式举行，交流中，李总回顾了2022年公司重点业务和策略，并就投资者的提问进行了解答。具体内容如下： 22年如果从数据上来看，整个的显示板块营收70亿，还是有所增长的，然后如果要是把商誉还有一些比如说员工持股计划的股权支付费用加回的话，大概有5个亿净利润，基本都是显示板块所贡献的，文旅夜游板块有大额亏损，这样算来整个显示板块的净利率水平也差不多是在6个多点，虽然没有达到我们以往的净利率水平，但是确实在去年这个比较特殊的年头，也尽力去做到这样一个业绩了。 去年对我们来说最大的一个突破是把Micro LED的成本做了比较大幅度的下降，P0.4-0.9间距产品的成本已经下降至接近2020年刚上市时的四分之一，这也是显示行业一个比较大的特点，随着技术越来越成熟，不管是工艺方面还是前沿的研发技术方面，整个的降本趋势是很明显的，小间距电视当年也是走了这样一个路径，现在也都知道小间距电

	视已经开始普及化，所以我们认为 Micro 将来也会有这样一个路径，尤其是 Micro 产品的对比度、亮度等各种性能指标越来越好，我们觉得一旦 Micro 的稳定性增强，成本不断降低，市场势必也会被打开。 所以去年我们沿着 Micro 降本的思路一直在做努力，第一阶段在去年年中，我们推出了黑钻的系列，最开始利亚德生产的 Micro 灯珠采用的是 Nin1 的形式，去年通过技术突破做出了单个像素点的灯珠，我们把它称为黑钻。黑钻灯珠的成功研实现了将 Micro 的间距跨度从原来的 0.4-0.9mm，拓展到了 1.8mm 间距，也就是切入到了小间距电视的市场领域。不但是技术指标切入进去了，连成本也做到了跟小间距电视金线灯的价格相当了。 去年行业有个比较大的特点就是多种封装工艺并存，包括 SMD、IMD、COB、MIP 等，由于不同间距产品采用不同的工艺模式，性价比有所不同，故多种封装模式共存将会持续一段时间。但从间距逐步减小性价比逐步提升的趋势来看，COB 和 MIP 封装模式具有明显优势。尤其是 MIP 适用更小的芯片，减小间距和降低成本的空间更大，Micro LED 未来将成为通吃的显示产品，从大尺寸应用到小尺寸应用的趋势已经确定，使用的芯片也会越来越小，那么 MIP 优势将更加明显，所以我们将继续沿着自己的 MIP 工艺模式去做 Micro 产品。 2023 年我们将继续在降本方向上去做研发和投入，其中包括对利晶产能扩产，今年目标是达到 2000KK/月；第二个是与 Saphlux 共同投资山东省赛富电子有限公司将量子点 Micro LED 芯片导入 Micro 产品。 去年国内渠道面临着比较激烈的竞争环境，因为渠道市场尤其是下沉市场对于价格敏感度较高，在大环境的影响下需求压制比较明显，同时同行有些厂家为了去库存采取大幅降价的方式对市场也造成了干扰，利亚德没有通过增收不增利的方式去做市场，而是尽力保住营收规模的同时保证了自己的盈利能力，我们在年报中对直销渠道及利亚德和金立翔品牌的毛利情况也做了具体的分析。 海外表现比较好的是亚非拉市场。去年我们对亚非拉市场重点开拓，重新组建了团队，有系统有计划的去做市场推广，分了不同的品牌去覆
--	--

	盖高中低不同需求的客户，实现了比较大幅的增长。欧美市场以前一直通过平达的品牌和团队在做市场推广和经营，以高端客户为主，现在小间距电视已经达到最优性价比，那欧美市场也会有下沉市场的客户需求，所以今年我们也在跟平达探讨去做市场的渗透。 总体上 2023 年将会是行业调整的大年，包括新技术的变革、新产品的迭代以及新市场的渗透。我们将围绕自己的技术方向不断去做研发，同时与产业上下游加强合作，并加大新兴市场的开拓力度，努力实现战略目标。 投资者提问： 1、文旅夜游去年有亏损，今年情况如何，以及有什么规划？ 答：原来这块业务很多是由政府主导把城市核心区域进行亮化，一般规模比较大，但现在更多的项目是在已经点亮的基础上，重点去打造一些街区或旅游景点，项目额度相对变小，实施方式与之前也有比较大的区别。现在各地要恢复经济，通过文旅夜游项目的打造来带动消费是一个投资小见效快的方式，我们已经看到了一些迹象，所以也会选择一些比较优质的项目去做。 2、请问公司智能显示业务直销和渠道的比重大概是多少？ 答：目前，国内市场采用直销和渠道两种销售模式，以满足垂直行业客户的需求和拓展中端及下沉市场的需求；海外市场对产品标准化程度要求较高，基本采用渠道销售模式。2022 年，随着产品标准化程度提高，渠道销售规模和比重已经超过直销模式，渠道占比达到 56%，直销占比 42%，其他还有一些租赁和电子商务模式。单独看国内的话，直销占比大约有三分之二，渠道三分之一。 3、直销和渠道订单反映到收入端大概周期是多久？ 答：直销一般三个月左右，因为直销业务很多事以解决方案的形式提供给客户，不仅有硬件，还有配套的软件和服务在里面；渠道会更快
--	---

	一点，基本发货就确认收入了 4、Micro LED 的下游客户主要是哪些？ 答：Micro LED 大屏的终端应用市场其实与小间距一样。Micro 刚推出来的时候价格比较贵，间距只能做到 0.4-0.9mm，客户比较高端比如能源公司等，但去年我们推出的 Micro 黑钻系列不仅将最初的 Micro 产品成本降低到只有四分之一，而且产品间距也拓展到了 1.8mm，性价比的提升带来了客户群体和应用市场的拓展。 Micro LED 目前已经量产应用的是在大屏显示领域，之后是 VR/AR、智能手表的应用，最后会在手机、车载显示、消费电视等显示领域大规模应用。每个阶段的下游客户都是不断增加的。 5、Micro LED 的产能有多少？ 答：我们 Micro LED 显示屏的工艺流程是公司采用巨量转移技术及 MIP 封装结构，制作黑钻或者 Mini Micro LED 灯珠，并通过 SMT 制作 Micro LED 模组，加持结构、控制芯片、电源等制成 Micro LED 箱体，最终做成 0.4-1.8mm 间距的 Micro LED 显示屏。这个流程中 MIP 工艺都由利晶公司来做，利晶公司的产能今年已经由 800KK/月提升到 1400KK/月，今年底前将扩产到 2000KK/月。 接待过程中，公司接待人员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。
附件清单 (如有)	无
日期	2023 年 4 月 13 日