

证券代码：300162

证券简称：雷曼光电

深圳雷曼光电科技股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2014-006

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 （请文字说明其他活动内容）
参与单位名称及人员姓名	王睿智（华夏基金）、顾鑫峰（华夏基金）、李音临（广发证券）、申烨（广发证券）、于腾达（兴业证券）、王翔（银华基金）、董岚枫（银华基金）、潘明（国联安基金）、孟昊（鹏华基金）、耿嘉洲（万家基金）、章秀奇（上投摩根）、周联隼（上投摩根）、陈军（中银基金）、徐海炎（金鹰基金）、王冬（弘硕投资）、刘明达（明达资产管理公司）、吕伟志（景泰利丰资产管理公司）、彭昭昱（红筹投资）、汤志彦（彤源投资）
时间	2014 年 10 月 16 日 15：30 - 17:00
地点	深圳市南山区松白公路百旺信工业二区八栋五楼会议室
上市公司接待人员姓名	李漫铁（董事长 总裁） 罗竝（副总裁 董事会秘书） 张雪松（雷曼传媒子公司总经理）
投资者关系活动主要内容介绍	本次投资者关系活动的主要内容如下： 一、观看公司宣传片。 二、交流环节： （一）本次活动特别提示 罗竝：鉴于公司已于 2014 年 10 月 13 日披露了 2014 年前三季度业绩预告，并将发布公司第三季度报告，根据证监会、深圳证券交易所等监管机构对创业板上市公司的监管要求，公司将严格按照有关规定，在接待过程中，根据公平信息披露原

则，请各位投资者在本次调研活动中避免有关敏感信息的询问，获取未公开信息。

（二）主要关注问题及答复

问题 1：请简要介绍一下公司的基本情况。

李漫铁答：雷曼光电于 2011 年 1 月在深交所创业板上市，是深圳首家上市的 LED 国家高新技术企业，主营业务涵盖 LED 封装器件、LED 显示屏、LED 照明、LED 传媒、LED 节能五大领域，目前公司主要侧重于加大力度夯实业务基础，扩大市场份额，强化公司整体竞争力。除此之外，公司也在积极开拓体育传媒产业，现已与 12 家中甲足球俱乐部签署赞助合作协议，获得各中甲足球俱乐部每场 90 分钟比赛时间的 30 分钟广告时间及 LED 商业广告开发权，拓宽了公司在足球联赛商务开发的运营空间，为公司进行品牌升级和业务融合提供了良好的契机。

问题 2：公司的封装、显示屏及照明业务占公司比重分别为多少？

李漫铁答：从公司已发布的 2014 年半年度报告来看，LED 封装业务占比大约为 25%，LED 显示屏业务占比大约为 60%，LED 照明业务占比大约为 15%。

问题 3：从比例看，公司较为侧重 LED 显示屏业务，这块业务目前发展如何？

李漫铁答：LED 显示屏业务的 90%出口至北美及欧洲，现阶段海外市场持续向好，同时在今年 5 月份，公司发布公告以自有资金 5204 万元收购康硕展公司 51%的股权，康硕展主要生产销售 LED 创意异形显示屏，其优势在于自主设计能力比较强，创意屏系列产品能够领先于业内 LED 企业，另外在显示屏销售渠道方面，既在国内进行销售也出口至海外，能够很好

的填补公司显示屏业务在国内渠道的空缺，增强了公司在显示屏业务的发展动力。

问题 4：未来公司还会进行收购活动吗？

李漫铁答：如果在 LED 产业内寻找到在发展战略上与公司具有良好互补性、协同性的标的公司，雷曼会借助资本市场的优势进行相关的并购活动，将原有的业务板块做大做强，增厚公司业绩。

问题 5：中超公司进行的商务开发有哪些？

李漫铁答：中超联赛有限责任公司作为中国足协授权的商务开发公司，已开发的资源包括每场 90 分钟比赛时间的 55 分钟的广告时间销售权、中超联赛的赞助商称号权益、赞助商标志的媒体宣传权益等。

问题 6：作为中超联赛的赞助商，能够获得哪些利益？

李漫铁答：作为中超联赛赞助商，获得的权益为每年 3 月至 11 月 240 场比赛中每场比赛的规定广告播放时间、赞助商称号、中超球票 logo 广告、采访球员背景板的广告宣传等利益。

问题 7：公司参与中甲足球联赛的商务开发的原因是什么？

李漫铁答：首先，中甲足球联赛作为中超足球联赛的次级联赛，正处于低谷期，随着中超足球联赛的关注度的提高以及广大受众群体的增加，次级足球联赛也会具有比较好的前景，另外，中甲联赛能够覆盖到中超联赛未覆盖到的同样具有经济实力的城市，比如重庆、成都、武汉、深圳等，对于侧重体育营销的品牌公司来说，在介入足球营销时，地域的覆盖程度也

是其重要考虑的因素，因此中甲足球联赛的商务开发权益是一项稀缺资源，未来的前景可期。

问题 8：公司获得中甲联赛的商务开发权的优势是什么？

李漫铁答：公司近三年与中超公司的合作一直比较顺利，在每个赛季的每一场比赛公司都会委派专业的团队对中超联赛进行现场服务，包括为中超公司和每个俱乐部编辑广告内容、对现场设备提供技术保障服务等来提高比赛现场广告播放的准确性和可靠性，同时公司于近期与中国足协杯进行合作，为其提供显示屏及赛事现场服务。基于以上良好的合作，公司已积累了一定的服务经验和同业口碑，成为覆盖中国足球赛场最广泛的高科技 LED 球场广告显示屏提供商和服务商，因此今年公司顺利地和中甲俱乐部签订了本次商务开发协议。

问题 9：公司获得的中甲联赛商务开发权益都包括哪些？

李漫铁答：包括每年 240 场球赛中每场球赛 30 分钟的广告权益、比赛球票 logo 广告、背景板广告宣传等一系列的商务开发权益。

问题 10：公司获得中甲联赛商务开发的政策机会会有哪些？

李漫铁答：十年前，由中国足协牵头成立中超联赛有限公司进行中超联赛的商务开发，但未对中甲联赛进行相关的商务开发，随着现在国家层面管办分离改革、商务开发权交回市场等政策的实施，使得商务开发更加市场化，中甲联赛的商务运营成为市场空白，因此在相关政策的助推下，公司取得了这项稀缺资源，同时受益于国家对体育产业的大力支持及对体育教育的日益重视，我们进行足球联赛的商务开发未来将会有良好的前景。

问题 11：未来公司对中甲联赛的商务开发有怎样的预期？

李漫铁答：目前公司已经与十多家中甲足球俱乐部成立了商务开发联盟，形成利益共同体，未来希望通过良好的开发与运营，提高中甲联赛的关注度，使各足球俱乐部的收入在弥补投入的基础上获得更多收益，也为提高公司业绩增添重要砝码。

问题 12：与国家队相比，中国的联赛有哪些优势？

李漫铁答：与国家队相比，联赛具有稳定的赛制，每个赛季 240 场比赛是固定的，同时球队允许外援的加入，提高了比赛的关注度和可靠度，使联赛具有较好的商业价值，但相比而言国家队的比赛次数是不固定的，次数也并不多。

问题 13：2016 年后公司是否会与中超公司继续合作？

李漫铁答：与中超公司的合作还有待于进一步的谈判，但从与中超公司近几年的合作期间来看，公司的服务一直都很稳定和可靠，并已成为中超联赛体系的一部分，同时到目前为止在中国的 32 支足球俱乐部中，公司赞助的数目为 28 支，占中国顶级足球俱乐部的 90%，使得公司在基于自身 LED 产品提供服务时在成本和服务经验方面具有相对的竞争优势。

问题 14：中甲联赛现在处于低谷期，人气如何提升？

李漫铁答：中甲联赛虽然还处于低谷期，但往往处于低谷期才意味着更大的机会，以往中甲足球俱乐部都是各自为政，无法进行资源的有效配置，但公司通过建立中甲足球俱乐部的商务联盟，进行整体的商务开发，能够符合市场需求，扩大中甲联赛的影响力，希望未来几年可以通过更加广泛的传播和有

	效的运营管理提高中甲联赛的关注度。 问题 15: 由于中超联赛与中甲联赛每年实行升降级制度, 如果与中甲足球联赛签署协议的俱乐部, 升级进入中超联赛, 该俱乐部的商务开发由谁负责? 李漫铁答: 如果升级进入中超联赛, 由中超公司负责, 如果该俱乐部又下降为中甲联赛, 合同会继续延续。 问题 16: 公司向爱达传媒销售的广告时间是 800 万元吗? 李漫铁答: 是的, 公司向爱达传媒销售的 2015 年赛季的每场比赛中 2 分钟广告展示时间的金额是 800 万元。 问题 17: 与英超和英冠相比, 英冠的商业价值是英超的十分之一, 未来中甲的商业价值是否也是中超的十分之一? 张雪松答: 英国的足球联赛与中国不能简单类比, 首先英国国土面积较小, 而中国幅员辽阔, 人口众多, 具有强烈的地域情结, 其次中甲联赛能够弥补中超联赛在地区上的局限性, 覆盖范围较广, 同时大力发展球迷队伍、获得广泛的受众基础, 也能够一定程度上增强中甲联赛的关注度和稳定性, 董事长李漫铁先生也回答到, 未来中甲足球联赛的商业价值目前暂时不好评估。 接待过程中, 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, 同时已按深交所要求签署调研《承诺书》。
附件清单(如有)	无

日期	2014 年 10 月 16 日
----	------------------

(以下无正文)