

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

2021 年 10 月 27 日投资者关系活动记录表

编号：2021-009

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（电话会议）
参与单位名称及人员姓名	兴业证券 仇文妍 华泰资管 杨 帆 汇丰晋信 李 凡 圆信永丰 马红丽
时间	2021 年 10 月 27 日 10:00-11:00 2021 年 10 月 27 日 15:15-16:15 2021 年 10 月 27 日 16:15-17:15
地点	深圳市南山区松白公路百旺信工业园二区雷曼大厦
上市公司接待人员姓名	左剑铭先生（副总裁、董事会秘书） 梁冰冰女士（证券事务代表） 王 丹女士（证券事务主管）
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、公司三季报解读 公司副总裁、董事会秘书左剑铭先生介绍公司 2021 年前三季度整体经营情况，主要内容如下：

	2021 年前三季度，公司实现营业收入 9.23 亿元，同比增长 40.59%；归母净利润 4,510.35 万元，同比增长 7,137.19%；扣非净利润 3,808.47 万元，同比增长 498.89%。前三季度总体毛利率为 24.04%，同比略有下降，但逐季毛利率连续三个季度回升；期间费用率为 18.9%，较去年同期下降 6.7%。在营收提升、利润增长的同时，公司费用管控力度有所加强。报告期公司业绩及发展驱动因素如下： 1、国内 Micro LED 超高清显示业务快速增长。2021 年前三季度，公司国内业务实现总营收 3.88 亿元，较上年同期增长 88%。公司基于 COB 技术的 Micro LED 超高清显示业务实现总收入 2.97 亿元，较上年同期增长 95%，其中国内 Micro LED 收入较上年同期增长 102%。报告期内，公司积极开拓国内市场，5G+8K 的超高清视觉新变革的推动下，加强国内区域销售网和展示厅建设，增强体验式营销，聚焦客户需求，在 Micro LED 专用及商用显示应用领域市场份额持续提升，从而带动国内营业收入实现快速增长 2、出口订单充足，海外业务收入同比增长。2021 年前三季度，公司海外业务实现总营收 5.35 亿元，较上年同期增长 19%。其中海外 LED 显示业务收入 2.70 亿元，较上年同期增长 46%；海外 LED 照明业务收入 2.65 亿元。报告期内，公司继续保持海外市场竞争优势，并加强国际区域市场的覆盖，2021 年前三季度出口订单需求持续增加，实现海外业务收入同比增长。 3、推出家用 Micro LED 私人巨幕影院，全方位布局三大产品赛道。报告期内，公司深耕 Micro LED 超高清显示，坚持引领基于 COB 技术的 Micro LED 产品创新，自主创新研发 Micro LED 私人巨幕影院，成为公司超高清显示产品走入消费 C 端的里程碑，标志着公司初步形成专业显示、商业显示、民用显示三个产品赛道的全方位生态布局，进一步夯实公司业务发展基
--	---

础。

4、实施股权激励，积极助推公司发展。报告期内，公司深入推进绩效考核工作，对高级管理人员、核心技术及业务骨干人员实施股票期权激励计划，充分调动个体活力，共同创造价值，分享发展成果，汇聚更多优秀人才，推动企业可持续发展。

二、互动问答环节

问题 1：请问公司智慧会议系统的竞争优势在哪里？市场空间如何？目前的推广情况如何？

答：公司 LEDHUB 智慧会议系统采用了基于 COB 技术的 Micro LED 超高清显示屏，可实现超级投影仪、视频会议、电子白板、高清影院、电脑、手机等六机合一，适应智慧会议新生态的发展趋势。与液晶会议一体机相比，可实现超大尺寸，满足中大型会议室显示需求；与投影相比，不受环境光及光学焦平面影响，保证很高的清晰度和画面还原能力；同时，由于采用了公司自主研发的、工艺成熟的 COB 面板，还可满足多点触控等人机交互的会议需求，具有超高的可靠性。综合来看，公司 LEDHUB 智慧会议系统是中大型会议室的最佳选择。

据第三方数据统计，全国共有 2000 多万间会议室，其中面积在 50 平方米以上的中大型会议室约有 80 万间，LEDHUB 替代现有会议显示工具的市场空间很大。目前 LEDHUB 智慧会议系统尚处于推广期，绝对规模不大，但每年的增长率比较可观。公司在全国多地设立了产品展厅，增强体验式营销，并组建专门的事业部进行推广，同时也在积极探索“城市合伙人”等渠道营销模式，未来值得期待。

问题 2：公司的巨幕影院产品售价低于行业内的同类产品，请问是怎么做到的？目前销量情况怎么样？

答：基于公司在 COB 研发技术和生产工艺等方面的能力储备，公司 Micro LED 私人巨幕影院产品应用了 100 多项自主专

利技术，不仅可实现大尺寸、超高清、超画质等极致体验，更能在保持优异显示效果的情况下大幅降低产品成本，为用户创造极高性价比。目前巨幕影院产品刚推出一个月，公司正在组建专门的事业部，积极探索面向C端消费市场的推广及销售策略，未来有望成为公司新的业务增长点。

问题 3：巨幕影院产品对普通消费者来说价格还是偏贵，请问是否存在市场空间狭小的问题？

答：公司的 Micro LED 私人巨幕影院产品具有高可靠、高亮度、高对比度、高色域，宽视角、寿命长等优势，可有效解决激光投影需要“遮光蔽日”等的使用痛点；另外，无缝拼接方式也能完美解决传统大尺寸液晶电视入户难的痛点，适用于高端住宅、私享影院、高端会所、CBD 办公等超大尺寸显示应用场所。

数据显示，近几年大尺寸家用电视的出货量持续增加，家用电视“大屏化”趋势明显。未来，公司将发布更多不同价位的产品，以适应更多不同层次消费者的需求。

问题 4：请问 COB 产品会对 SMD 产品产生替代吗？

答：不同技术路线的产品都有各自的适用场景。COB 产品目前以室内小微间距显示应用为主，广泛应用于安防、监控、教育、指挥、调度、商业、会议、家庭等多个领域。公司的 COB 产品凭借高可靠性及突出的显示效果，在室内小微间距显示应用领域具有较强的竞争优势，与室内小间距 SMD 产品存在一定的替代关系，且间距越小，替代能力越强。

公司在显示业务上坚持两条腿走路，COB 产品主打国内市场并逐步向国际市场推广，SMD 产品则主打国际市场。公司将继续加大基于 COB 技术的 Micro LED 显示产品在专用、商用、家用等多个赛道的生态布局和发展，全面延伸覆盖产业链，提升国内份额，同时公司也将继续夯实海外业务，加强国际区域市场的覆盖，实现海内外业务收入的增长。

	问题 5：请问海运情况怎么样了？能正常出货吗？ 答：目前，海运价格上涨和集装箱一箱难求的状况得到缓解，目前基本能够保证产品出货。 问题 6：请问公司对未来毛利率情况有何预期？ 答：从目前情况来看，原材料价格上涨、海运不畅、运费上涨等不利因素均有一定程度的缓解，公司采取的各项应对措施也取得了不错的成效，公司前三季度毛利率呈现逐季回升趋势。 问题 7：请问公司未来有何战略规划？ 答：目前，公司在专用显示、商用显示与家用显示三个赛道产品线的全方位布局初步闭环。未来公司将着力于专用显示赛道基本盘份额的提升，并不断拓展以 LEDHUB 智慧会议显示系统为代表的商用显示赛道、以 Micro LED 私人巨幕影院为代表的家用显示赛道的市场空间。公司将在三条赛道上努力把握行业机遇，推动公司业务快速发展，为投资者带来良好回报。 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。
附件清单(如有)	无
日期	2021 年 10 月 27 日