

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：2020-005

投资者关系活动类别	<input checked="" type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input type="checkbox"/> 利润说明会 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 路演活动 <input checked="" type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 其他
参与单位名称	中欧基金 方申申 中欧基金 蓝小康 华银精治 谭鹏飞
时间	2020年9月1日 10:00-12:00 2020年9月2日 9:30-10:30
地点	洲明科技总部会议室
上市公司接待人员姓名	投资者关系总监廖广南、投资者关系经理施冬冰、 证券事务代表陈偲
投资者关系活动主要内容介绍	<p>本次投资者关系活动以现场交流的方式进行。接待人员与投资者进行了沟通交流，主要内容如下：</p> <p>一、公司半年度报告的解读说明</p> <p>1、半年度经营情况分析</p> <p>受海内外疫情的影响，公司经历了上市以来最大的一次业绩跌幅。2020上半年，公司实现营业总收入18.6亿元，同比下降26.82%，最终实现归母净利润7,947万，同比下降了68.82%。其中智慧显示贡献了主要收入15.67亿元，占总体收入比84%，同比下滑16.5%，主要原因是Q2海外疫情爆发造成海外显示业务下滑；其次景观照明业务上半年收入同比下滑80%，是由于项目整体节点延后，几个项目预计延迟到下半年。</p>

但上半年国内显示业务订单量有所增长，Q2 国内显示板块收入环比增长约 185%，国内新基建的政策、海外虚拟影视制作新需求给公司带来了更多机遇，公司已经明显的感受到业绩的拐点已经到来，下半年会逐步收窄恢复！

2、公司经营情况&未来展望

当今时代面临许多挑战，国际冲突对抗和疫情对行业产生了巨大的影响，但 LED 行业经过多年发展已经形了较高的行业壁垒，脱离了粗暴的硬件价格竞争阶段。公司通过持续地技术研发，多年来在交通、能源、应急、医疗、紧急救援、商业会议、体育、影视等多领域实践深耕、对客户需求的精准把握，形成了“端+云”的一体化解决方案，使公司在新的需求发展周期具备领先优势，应对市场变化的能力不断加强。

Q2 是最困难的时期，但业绩拐点已经到来，我们从六月业绩看出，显示业绩订单量明显增长，尤其国内的增长大大弥补了海外下滑。目前主要增长点除了专业显示、还有智慧路灯、Mini LED 以及影视虚拟制作应用，这个月产能开始全面恢复趋于紧张，新技术新产能布局步伐加快。

风物长宜放眼量。疫情虽然对公司短期造成冲击，但从长远来看，也孕育了许多机会，新基建、数字城市催生了数据交互的巨量需求，公司的 Mini LED 屏、5G 智慧灯杆、“端+云”智慧城市解决方案等业务布局，恰如其分的契合时代风口，公司将大有作为！

3、未来主要增长领域介绍

● Mini LED 介绍

洲明很早便开始在 Mini LED 领域进行布局，并率先完成 Mini LED 技术和应用上的多项突破。公司的 Mini LED 显示产品具有超高对比度、超广视角、高峰值亮度、HDR 显示等特点，显示画面柔和且无颗粒感，具有震撼的视觉效果。

洲明自 2019 年发布 Mini LED 系列产品以来，已在市场上

屡屡获得重大突破,包括今年国家两会使用了洲明 Umini 的产品、公司与中央电视台合作进行了 5G+4K 的转播,以及与深圳市政府合作推动 5G+8K 发展,都为公司 Mini LED 市场做了较好的铺垫,即将迎来爆发期。凭借在性价比、可靠性、观看舒适性等方面的诸多优势,洲明 Mini LED 实现了在更大规模的商业显示市场甚至民用市场的持续渗透,公司为拥抱 Mini LED 更加广阔的市场空间做好了充足的技术准备和产能准备。

- 影视虚拟制作应用介绍

LED 显示在影视虚拟制作应用的优势:(1)相较于绿幕拍摄演员代入感和沉浸体验感更强;(2)剧组能所见即所得,提升效率;(3)大幅降低后期制作工作量和制作成本。

市场空间:不完全统计,平均每个影棚投入 1500 万-5000 万人民币不等,如美国电影《曼达洛人》,其 LED 投入额超过 6000 万人民币。按照现有的需求估计,整体影视虚拟制作应用市场空间可观。

公司的显示产品在影视虚拟制作应用的核心竞争力体现在:①产品优势:市场先入打磨,与客户需求高度契合②渠道优势:欧美租赁市场是雷迪奥一贯的优势领域。

- 智慧灯杆市场介绍

2019 年以前,全国智慧灯杆建设都是试点阶段,“三一四”文件之后,智慧灯杆建设进入了实质性规划建设阶段。5G+灯杆的模式得到了认可,地级以上城市在政府工作报告和新基建计划中位居前列。公司自 2015 年进入深圳市智慧路灯课题和标准的制定,主导编写深圳发布的全国第一个标准文件,在智慧灯杆早有先发优势。2020 年智慧灯杆进入实际地爆发阶段,公司保持先发优势,成功完成深圳前海和其他城市的先行示范案例。产品上洲明不只是做“端”,而是前后端接通,公司在总体上具有头部优势。

二、投资者交流环节

1、行业的产品总体价格差异是不是有产品结构影响？对比同行我们渠道的优势是什么？

公司的商业模式以经销为主，在这一方面深耕多年。经销收入占比较高，同时商业模式决定产品价格上需让利经销商，有利于规模扩张和营收、现金流风险把控。

2、去年景观照明利润基数比较高，去年出了一些政策或有影响，我们的应对措施？

从市场前端信息反馈，景观照明已经全面恢复，也是拉动经济增长的很重要的一环，比如重庆的“两江四岸”的项目，各地大规模的景观项目已经开始招投标，我们也中标了一些不错的项目。从趋势看，景观又会成为各地政府提升城市形象的抓手，并且可能会加强。

上半年政府很多资金都放在了防疫和体现民生的项目上，很多订单我们没在 630 确认收入，行业惯例下半年都是项目施工的旺季，另外康利公司在收购时是有业绩承诺的，对于子公司完成业绩目标我们有信心。

3、商显下一轮需求是怎样的趋势？规模和增速？

疫情后，连锁店、广告屏等呈现出“新”商显模式。许多大型连锁商场场景对使用 LED 显示屏来进行产品宣传、交互体验表现出了强烈的需求；户外、建筑物、地面、内置玻璃屏都往多媒体方向发展；机场、地铁等之前使用喷绘的广告位，LED 也开始替代。“新”商显量的提升能有效降低了成本，从而刺激更多需求。公司在“新”商显的订单会在下半年比较集中交付。

规模上，我们海外显示业务都是以商显为主，国内政府端客户的收入占比将随着商显比例的上升而结构化下降。

4. Mini LED 商显的单价比小间距贵多少？渗透率？

今年是 Mini LED 是大规模增长的元年，价格处于保密阶段。Mini LED 与小间距在客户场景上有一些交叉，也有自己

	<p>新的增长市场。价格上跟小间距比呈倍数差，但市场也是呈倍速增长。</p> <p>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	2020年9月2日