

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：2024-10

投资者关系活动类别	<input checked="" type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 现场参观 <input checked="" type="checkbox"/> 其他（ <u>电话会议</u> ） <input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 路演活动
参与单位名称及人员姓名	桑永亮 华夏久盈资产管理有限责任公司 高扬 汇华理财有限公司 宁书颖 中金资管 李卫 青骊资产 李仕鲜 鼎和财产保险股份有限公司 李金龙 东方基金管理股份有限公司 章耀 国信证券股份有限公司 陈婷婷 浙商证券
时间	2024年4月28日 10:15-11:15
地点	电话会议系统
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	<p>本次调研以电话会议的方式举行，交流中，董秘李总介绍了公司的情况并回复了投资者的提问，主要内容如下：</p> <p><b>一、2023年业绩回顾</b></p> <p><b>1、国内市场分析</b></p> <p>2023年，公司对国内需求预测偏乐观，国内渠道业务增长未达预期，渠道业务订单下滑超过30%，公司实现营业收入76.15亿元，未达预期较上年同期下降6.61%；归属于母公司的净利润28,571.08万元，比上年</p>

同期增加 1.60%。

由于 2023 年国内渠道业绩下滑，智能显示 2023 年营业收入较 2021-2022 有所下降，略高于 2019 年营收水平；但随着公司重回主业的战略引导，智能显示营收比重稳定在 85%；2023 年上游原材料多次涨价，公司稳定住毛利率水平，比 2022 年有所提高。

2023 年工程市场（直销和渠道工程商所处）的显示屏产品替换周期拉长，1-2 季度增长符合预期，3-4 季度出现旺季不旺的情景，尤其是 4 季度还略有回落。

2023 年渠道市场（渠道批发商所处）需求下滑，二季度开始多家封装企业上调价格，出现了去中间化的趋势。

报告期，直销服务的中高端市场营业收入较上年同期略有增长，渠道服务的中端及下沉市场需求下滑，营业收入较上年同期下降幅度较大，收入占比近三年最低。

报告期，面对上游供应链多次涨价，渠道业务受影响较大，毛利率较上年同期下滑 10 个百分点，主要是利亚德品牌渠道产品下滑引发；直销业务毛利率受影响较小，毛利率还提高了 2 个百分点，甚至超过了 2021 年。

基于国内经济环境的特点以及行业去中间化的趋势，利亚德从去年 11 月份开始探讨直销和渠道业务融合的发展策略，用了大约一个季度的时间确定了公司整体的方向，将直渠融合方案陆续落地下来，从中央集权控制的直销渠道双市场运营，向以省级分公司为考核单位，下放市场拓展权力，促进区域业务高速发展。

所以 2024 年对于利亚德来说，国内市场是一个比较大的挑战，我们要用一种新的营销方案去做市场拓展，预计二季度往后会看到新的方式所带来的成效。

## **2、境外市场结构分析**

欧洲地区，公司以平达公司品牌经营，面对中高端客户群体，近三年收入、毛利率变化不大，报告期，收入增长 9%，欧洲由于以工厂收入为主，故毛利率低于其他境外地区。

北美地区，公司以平达公司品牌经营，面对中高端客户群体；2022年，市场需求迅速恢复，积累订单落地，收入较上年同期增长 28.03%，由于原材料囤货价格原因，毛利率下滑 3.68 个百分点；2023 年，由于 2022 年增加基数较大，较去年同期收入下滑 15.76%，北美地区进入了正常增长轨迹，较 2021 年增长 8%，毛利率恢复，甚至高于 2021 年毛利率水平。

亚非拉地区，多品牌经营，以中端及下沉市场客户为主，伴随着 2021 年开始的市场需求爆发，公司持续在该地区加大产品、团队、市场等方面投入，2023 年营收占比达到海外智能显示收入总额的 27%，且营收连续两年保持 30%以上增长，毛利率持续提升，是境外毛利率水平最高的区域。

## 二、2024 年展望

2024 年会有一些新的市场机会释放出来。公司在 4 月 17 日举办了合作伙伴大会，对外发布了 2024 年的发展战略，具体来说：

1、继续技术引领，发展新质生产力。随着 Micro LED 技术日渐成熟，成本大幅下降，Micro LED 产品已经从高端应用下沉至常规小间距需求领域，性价比急速提升，市场规模迅速放大。2024 年，利亚德持续深耕极具竞争力的高阶 Micro LED MIP 产品，并迅速扩产（厦门新建 MIP 产线），继续引领 Micro LED 的技术创新和市场大规模应用，实现 Micro LED(MIP、COB)业务持续高增长。

2、深化全球布局，实行双品牌战略。持续加大海外市场投入，实行双品牌战略，以平达（Planar）品牌继续扩大高端显示市场，以利亚德（Leyard）品牌扩大发达国家中端和经济型市场；继续扩充亚非拉市场的人员并加大市场拓展投入，扩产斯洛伐克工厂以形成对美欧市场产品的支撑，启动沙特合资工厂建设，三年内逐步实现利亚德国内国际业务均衡的目标。

3、全面生态共建，加速直渠融合，迎接生态合作新时代。继续加强并扩大各业务板块与合作伙伴的合作深度、广度、力度，共建生态；实施

直销渠道融合发展，扩大区域业务，统一调度和协调省内集团各种业务和资源，加大授权、培训和独立核算，形成合力。

4、加强企业数字化升级，全面提升管理效率。加强企业生产、管理数字化升级，优化管理流程及薪酬体系，严控成本费用，提升管理效率，清理亏损企业，实现全年盈利目标

5、全面推进文旅夜游业务和 AI 空间计算创新业态的发展。以 AI 空间计算技术创新，打造更多具有创新性和竞争力的文旅产品，为旅游产业的繁荣发展注入新的动力。

### 三、关于外延业务

公司自 2017 年收购 NP 公司后，增加 AI 与空间计算业务板块；为了拓展国内市场，以及扩大业务范围，2018 年开始启动国内团队运营，并在 2020 年国内设立虚拟动点公司独立运营。

该板块自设立以来一直保持较为稳定的收入规模和毛利率水平。

尤其是 NP 公司，作为该板块主要的业绩贡献方，毛利率始终保持在 70%以上，净利率保持在 30%以上。2023 年，NP 公司进一步升级迭代核心技术和产品，为进入更高端应用领域做好准备，我们希望 2024 年更高端市场被覆盖后能有新的订单和收入增量。

对于国内虚拟动点来说，2023 年最大的成绩是把我们多年以来深耕空间计算领域积累的数据进行了二次开发做出来 1.0 版本的动作大模型-Lydia，目前也持续在优化算法，加大数据量，2024 年希望能把动作模型跟声音、视频等相结合，为各行各业提供解决方案。

还有一块是文旅夜游板块。2023 年，文旅夜游需求大幅提高，但政府资金问题影响项目落地，营收较上年同期下滑 5.88%，且出现大额亏损。2024 年，公司将进一步结合市场情况优化项目质量，压缩板块业务占比。

**投资者提问：**

1、公司 2024 年的目标和规划具体有哪些？

答：2024 年对我们来说，一个目标是 Micro 产品要顺利做到 8-10 亿营收，因为这代表着像当年小间距一样，新产品出来经过几年的培育要先有一个市场的大规模突破，之后才会有一个爆发式的增长。所以 2024 年我们在厦门高阶 MIP 的产能落地是我们首先要完成的目标。

第二个目标是希望我们直渠融合策略能真正落地。直销从利亚德成立到现在已经将近 30 年时间，渠道从 2017 年成立团队到现在也已经六七年，把两个不同模式的业务团队融合在一起，除了人员，还包括产品，市场和客户，以及原有合作伙伴等，都会发生变化，对我们来说算是一个新的挑战。我们国内显示部分占比有 60%，新的策略顺利落地对公司未来的发展至关重要，所以公司会做好各方面的工作，确保策略达成。

第三个是对与欧美新增的市场。原来欧美体系我们是用 planar 品牌在做市场辐射，但 planar 定位在中高端市场，对于自 2023 年下半年开始出现的中端下沉市场的需求，我们将在 2024 年采用“双品牌”策略，以 Planar 品牌继续扩大高端显示市场，以利亚德 Leyard 品牌扩大发达国家中端和下沉市场，同时也会继续扩充亚非拉市场的人员并加大市场拓展投入，最终提升海外市场的营收占比，实现国内国外均衡发展。

2、公司在 4 月 17 日的合作伙伴大会上与华夏电影签订合作协议，对于电影院市场，公司有什么样的预期？

答：公司对电影院市场的布局很早就开始了，从产品研发，资质申请，商业模式探讨等方面。截至目前，公司已有自研及合作的 9 款 LED 电影屏通过 DCI 认证，是行业内通过 DCI 认证最多、LED 电影屏型号最全、产品全球落地应用最广的公司。LED 电影屏显示效果对观影感受的提升毋庸置疑，但对传统屏幕的替换需要一个过程，华夏电影是业内最具影响力的电影公司之一，此次两者合作属于强强联合，优势互补，希望后续在 LED 电影屏、虚拟拍摄解决方案、影视内容制作、影视数据资产、影院服务等方面产生合力，为影院市场提供高品质、多品类的影视设备和解决方案。

	<p>3、对于 Micro LED 今年有什么样的预期？</p> <p>答：利亚德 2020 年底推出 Micro LED 产品，当时就定义了只有用小于 100 微米的倒装芯片通过巨量转移方式做出来的才能叫 Micro LED。利亚德在最初研发时走的是两个路径，一个是 MIP，一个是 COB，但经过一两年的论证，会看到利亚德主推的是 MIP，因为我们发现当芯片尺寸逐渐变小后 COB 方式的成本下降趋势变小，所以后来利亚德一直把研发重心放在 MIP 上。截止到目前，我们仍然认为 MIP 未来发展空间会更大，MIP 适用更小的芯片，减小间距和降低成本的空间更大。</p> <p>但是，2024 年对于 Micro 我们也有新的安排。一个是我们自研自产的 MIP，主要定位在 1.0mm 以内的产品范围去做市场推广，这两年 0.9mm 间距成为主流，0.6mm 和 0.7mm 间距的产品的占比也在持续提升，整个行业间距微缩化的趋势明显，2024 年我们将用更小的芯片去做 MIP，进一步降低成本，这块的产能我们将落地到厦门，目前正在按计划推进；同时，我们也发现 COB 方式 2023 年很多公司做了大规模产能投入，对原来 SMD 的 1.25mm 间距的小间距产品进行了大规模的替代，我们也一直在紧盯 COB 的发展进展，基于当前环境，我们也会在 COB 方向上去做一些推广，由于 MIP 和 COB 方式使用的设备和工艺完全不同，所以我们会用 OEM 的方式去做 COB。</p> <p>所以 2024 年在 Micro 方向上，P1.0 以下 Micro LED 显示产品，公司将采用 MIP 封装结构，同时推进高阶 MIP；P1.25 和 P0.9Micro LED 显示产品，通过自产和 OEM 方式采用 COB 封装结构，推出 COB 产品和量子点 COB 产品。</p> <p>活动过程中，公司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。</p>
附件清单 (如有)	无

日期	2024 年 4 月 28 日
----	-----------------