

股票代码：300389

股票简称：艾比森

深圳市艾比森光电股份有限公司

2024年5月8日投资者关系活动记录表

编号：2024-007

投资者关系 活动类别	<input type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 现场参观	<input type="checkbox"/> 分析师会议 <input checked="" type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 路演活动 <input type="checkbox"/> 其他（电话会议）
活动参与人员	通过“同花顺”平台参与公司2023年度网上业绩说明会的投资者	
时间	2024年5月8日	
地点	“同花顺”平台	
上市公司 接待人员姓名	董事长丁彦辉先生，董事、总经理丁崇彬先生，副总经理、董事会秘书孙伟玲女士，财务总监张玲容女士，独立董事谢春华先生和保荐代表人殷凯奇先生	
投资者关系活动 主要内容介绍	<p>公司于2024年5月8日15:00-17:00在“同花顺”平台举办了2023年度网上业绩说明会，本次业绩说明会采用网络在线的方式举行，公司就投资者较为关心的问题进行了回答，主要如下：</p> <p><b>1、公司未来几年的发展战略是什么？</b></p> <p>答：公司经营管理层基于对市场趋势及自身发展的综合研判，制定出三年(2023-2025)战略发展规划纲要：“内外双攻，掌控节奏，以品牌、渠道、产品、组织为四大抓手，高效推进BP落地，稳步实现三年百亿的阶段性战略目标”。2023年已实现签单约53亿元，力争2024年实现签单80亿元，2025年实现签单100亿元。</p> <p><b>2、公司LED产品的竞争优势有哪些？公司是否有持续的研发投入？</b></p>	

答：在全球 LED 显示屏提供商中，艾比森是产品品类布局最为全面的公司之一。面向全球客户各类场景（广告体育、舞台影视、企业商显、可视化与仿真等）均有对应的产品组合匹配需求，针对一些特殊场景还能提供专业的行业视听方案。2023 年，公司合计推出 55 款新产品，有力支持业绩增长及毛利率提升。公司将继续高度重视研发能力的建设，积极培养和引进优秀的研发人才，并加大研发投入，以进一步提升公司的研发实力，为公司的持续创新和发展提供坚实支撑。

### **3、公司 2023 年业绩增速较快，原因是什么？**

答：业绩增速较快的主要原因如下：（1）不断完善全球销售网络，签单及收入延续高增长态势；（2）优化公司治理结构，保障公司长期稳定发展；（3）实施多轮股权激励，促进团队凝聚力提升；（4）坚持科研创新，丰富产品组合；（5）数字化赋能管理变革，推动高质量运营。具体可参见《2023 年年度报告》第三节“管理层讨论与分析”的相关内容。

### **4、请问行业龙头利亚德也在加强出海，是否会出现竞争激烈导致公司毛利下降，海外达不到预期？**

答：公司自从 2005 年开始发展海外市场业务，经过数年的不断完善和发展，已经在 140 多个国家和地区形成了约 6000 家的渠道合作网络，同时行业首创 ACE 工程师培训项目，累计培养了约 3000 位 ACE 认证服务工程师，建立了 7\*24 小时全天候、专业的服务能力，形成了艾比森独特的海外市场竞争能力。2023 年公司把握住市场需求恢复的机遇，贯彻与实施“内外双攻”战略，通过一系列卓有成效的方式对海外和中国市场都增强了市场拓展力度，取得了显著效果，成为推动公司业绩增长的主要动力。展望未来，公司将进一步增强全球市场销售及服务能力。

LED 显示从广告传媒、舞台租赁等进入到商业显示、数据可视化等领域，客户受众更为广泛，品牌知名度成为重要的价值资源。公司坚持通过多品牌差异化定位、活动营销、社交媒体、展会展厅等多种途径传递品牌价值，吸引客户兴趣，巩固客户信任，构建竞争壁垒。艾比森基于多年来市场地位的积累及品牌形象的构建，Absen 品牌已成为全球 LED 显示领域的头部品牌，出口额已创新高。

**5、公司一季度销售上升但利润下降，能否解释下原因？**

答：2024 年第一季度，公司致力于提升市场占有率，采取积极的销售策略，毛利率虽较 2023 年第一季度有所下降，但仍处于行业较高水平区间。公司保持基于战略需要的长期性投入，持续加强国内外营销网络、研发能力、运营能力等方面的建设。期间公司重点参加了多场国际展会，举办了春季发布会、千人级别的生态伙伴大会等，全方位进行市场营销布局和开拓工作。2024 年第一季度的销售、管理、研发费用较 2023 年第一季度增幅明显，对净利润产生影响。

**6、公司的产品战略是什么？**

答：公司将广告、舞台、商显、可视化和一体机五个基本场景作为 LED 显示的主力场景，深挖场景下用户的核心需求，用极致思维为用户创造价值，以终为始打造该场景下的战略爆品。

**7、二季度订单充足吗，国外市场集中在哪些国家？**

答：公司产品远销美洲、欧洲、澳洲、亚洲、非洲等 140 多个国家和地区，优秀产品案例包括总统新闻发布会、进出口博览会、世界杯、NBA 球赛、纽约时代广场等，目前已成功实施了数万个应用实例。虽然近几年海外市场曾面临较大市场波动，公司仍坚持长期投入，与客户共同

	<p>应对挑战，在社会经济恢复后率先获得了较好的市场回报。</p> <p><b>8、公司对市值管理有什么计划？</b></p> <p>答：公司将持续以经营管理提升效益来创造企业内在价值，始终保持对未来发展的坚定信心，扎实做好主业经营，提高核心竞争力，同时继续做好信息披露，加强与资本市场沟通，增强市场对公司的信心和价值认同，为投资者持续创造价值。</p> <p><b>9、公司有新的产品吗？</b></p> <p>答：公司一直重视研发建设和投入，2021年至2023年公司累计投入研发费用约4亿元，持续加大在Micro LED、虚拟拍摄、LED一体机、户外小间距、LED防火阻燃、家庭影院等核心技术研发投入，有力支撑报告期内公司产品市场竞争力的全面提升，以及在XR虚拟制作、家庭影院、户外裸眼3D显示、Micro LED、COB等前沿技术的持续领先。2023年，公司合计推出55款新产品，有力支持业绩成长。</p>
附件清单（如有）	
日期	2024年5月8日