

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：2022-25

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"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 路演活动 <input type="checkbox"/> 现场参观 <input checked="" type="checkbox"/> 其他（ <u>电话会议</u> ）
参与单位名称及人员姓名	胡红伟                      安信资产管理有限公司 黄思皓                      广发基金管理有限公司 黄鹏                         广州瑞民投资管理有限公司 朱思                         安信证券研究中心 高建锋                      深圳市丹桂顺资产管理有限公司 钟震                         深圳市丹桂顺资产管理有限公司 郭佳惠                      安信证券 黎晓楠                      上海混沌投资 王林                         国融证券股份有限公司 姚飞                         兴合基金 周刘为                      巴富罗投资管理公司 赵梓焜                      兴证全球基金管理有限公司 王茹鸣                      平安养老保险股份有限公司 龚宇琼                      健顺投资 刘海啸                      海富通基金管理有限公司 侯博文                      上海迎水投资管理有限公司 姜宇帆                      上海明河投资管理有限公司 范军                         浦银安盛基金管理有限公司 吴萍                         财信证券 刘金宇                      深圳市杉树资产管理有限公司 余伟毅                      坤易投资 郑栋                         恒生前海基金管理有限公司 李曾卓                      景顺长城基金管理有限公司

	劳开骏 毛萌 魏来	兴银基金管理有限责任公司 天运资产管理有限公司 上海璞远资产管理有限公司
时间	2022年7月1日 16:00-17:00	
地点	利亚德会议室	
上市公司 接待人员 姓名	李楠楠 刘阳	董事会秘书兼副总经理 证券部副经理
投资者关 系活动主 要内容介 绍	<p>本次会议以电话会议的方式举行，会议中，董秘李总对公司情况做了接受并回答了投资者的提问。具体内容如下：</p> <p>2022-2024 年公司的战略定位在技术引领和产业布局方向上，重点是围绕智能显示这个业务板块，而把 Micro 作为核心开展工作。下面我从几个方向来解读下公司在技术、产品、市场等各个方向围绕这个目标所做的工作和布局：</p> <p><b>一、Micro 技术进展和产品拓展</b></p> <p>利亚德在显示领域已经做了 27 年，一直以来技术都是最重要的投入点，这些年在技术层面也多次引领 LED 显示领域进入新的发展阶段，从 90 年代的全彩屏，到 2012 年推出原创的小间距电视，再到 2020 年率先落地 Micro LED 的量产。在 Micro 之前，我们更多的是沿着下游应用环节自己去做技术的提升和变革，但 Micro 的不同在于它需要整个产业链的配合，才能实现更大应用领域的拓展，除了现在已经开启的大尺寸的商显领域，未来大规模进入消费电视，以及更小尺寸的应用，像 VR 眼镜、车载屏、watch 等，需要产业链共同去努力，甚至不只局限在 LED 产业链，比如我们在研发的 COG 模式，就需要把面板公司引入进来，那么利亚德作为首家量产 Micro LED 的厂家，我们也会朝着目标，与 Micro 生产环节的各个厂家做更多的合作共同来推进行业发展。</p> <p>原来我们 Micro 产品是计划从 0.9mm 往小去延展，最小已经做到 0.4mm，目标是希望能进入更小间距产品的应用，它需要产业链从芯片端</p>	

做出更小尺寸的 chip，然后通过巨量转移，最后形成显示产品，这是我们一直在投入的研发方向；另一个方向，我们是结合市场情况和客户需求，开创性地将 Micro 的技术应用向更大间距去扩展，6 月 30 号公司发布了 Micro 的新技术和新产品，这是过去一年半公司通过工艺制程的改进和技术研发在这个方向上取得的一些成绩，该系列产品采用最先进的 Micro LED 全倒装芯片及封装技术，具有高稳定性、高可靠性（解决毛毛虫问题），对比度提高了 3 倍，亮度提高了 1.5 倍，均匀度更好，能耗更低，性价比更高（接近金线灯价格）等综合技术与产品优势。所以我们说 Micro LED 迈入通用显示的时代已经开启，无论是较大间距还是更小间距，都将是 Micro 应用的空间。

与此同时，依托技术突破，公司 4K Micro LED 百寸以上的电视产品最低价格首次突破 50 万元大关，为 Micro LED 显示技术进军 TO C 市场奠定坚实的基础。

此外，在发布会上，我们请利晶公司总经理对利晶公司在工艺上的改进也做了讲解：

首先，巨量转移良率大幅提升。利亚德 Micro LED 芯片应用技术进一步成熟，Micro LED 芯片批量应用由  $89*150\ \mu\text{m}$  微缩至  $75*125\ \mu\text{m}$ ，基于半导体制程的无衬底 Micro LED 芯片应用技术已实现小批量样品开发。此外，创新的固晶封装技术，进一步提升 Micro LED 固晶封装良率，PCB 基巨量良率已提升至 99.995%。

其次，ASIC 和驱动 IC 联合开发量产。利亚德 Micro LED 全系列产产品（P0.4-P1.8）搭载 ASIC 控制芯片及共阴驱动芯片，（以 P1.2 为例）同等功耗下亮度提升 1.5 倍，同等亮度下功耗降低 40%，对比度提高 3 倍，真正实现兼顾显示品质与成本的最佳平衡。

## 二、LED 产品标准化程度提高

去年，利亚德开启了下沉市场，这个市场对于产品成本的要求更高，也就意味着对标准化程度和规模化生产的要求更高点，所以，公司针对这个市场的情况研发了一款更具性价比的产品用于推广；同时，我们在

产能上也做了更大的布局来应对市场的变化。

首先是在深圳的南方产业园，一方面将之前位于深圳不同地方的几个生产线汇集到一个产业园，缩小管理半径，减少管理费用，同时将产能从 3600kk/月提升至 6000kk/月；第二个是在长沙新建了南方生产基地，产能 6000kk/月，去年底已全部达产。此外，还有北京生产基地、无锡 Micro 生产基地以及欧洲的生产基地。目前，我们在全球的产能规划已完成阶段性目标，已经达到了产生规模化效应的要求。

利亚德在产品系列上已经比较全面，并且标准品的占比越来越高。我们在年报当中首次将 LED 产品分成了三大类：

一个是显示系统：以软硬结合的行业解决方案为主，通过直销方式对接境内外高中端垂直行业用户；

二是显示单元：包括 LED 箱体和 LED 模组，根据市场不同，采用不同的品牌通过渠道方式进行销售；

三是显示标准品：针对一些显示产品在特定应用场景的大规模使用，推出标准品，比如会议一体机、消费电视等，通过直销或渠道的模式进行推广，去年我们又启动了电子商务的销售模式，未来随着标准品的规模和更加统一化，我们会加大电子商务的推广力度。

目前，显示系统在我们整个营收里边占比要高一点，但未来标准品一定会有一个更大的提升空间，其实现阶段的显示系统对应的项目中所使用的显示硬件产品的标准化程度也在提高，只是因为它需要根据行业客户的不同，加入针对性的解决方案。另外，利亚德的会议一体机目前市占率已经提升至第二，从趋势上来看，大尺寸 LED 会议一体机的市场关注度和规模正逐步提高，这部分将是利亚德的优势所在，公司也将加大这块的推广力度。

所以由于多种要素的带动，在 LED 显示领域，产能的规划越来越成为行业的一个核心要素。

### **三、市场品牌策略的实施进展**

在市场和品牌方面，我们这两年做了很多铺垫，将来市场的推广方

式，我觉得随着产品标准化程度的提高和市场空间的释放，也会有一些结构上的调整。

目前相对来说占比最高的市场推广方式是直销，因为利亚德从成立之初就是以直销起家的，截止到现在，我们直销在营收的比重也有差不多 60%，直销所推广的产品就是利亚德品牌的显示系统。

从 2017 年开始，小间距电视进入中端市场，我们相应的启动了渠道销售的模式，品牌仍然是利亚德。到 2022 年，随着小间距产品性价比和稳定性的提升，进入下沉市场成为可能，我们采用了金立翔的品牌来区别于原来品牌的定位。经过跟渠道商一年的磨合和优胜劣汰，金立翔品牌在渠道市场上的成熟度越来越高。未来，我们将继续用这两个品牌去做这两个市场的推广。

除了国内，海外市场我们也加大了拓展力度。去年之前，我们海外市场集中在以中高端产品为主导的欧美地区，因为利亚德于 2015 年收购美国平达，定位就是通过其渠道商布局中高端市场，对于亚非拉市场没有作为重点去开发。但是从去年，随着小间距性价比达到最优化，性能也更加稳定，加上我们在国内通过金立翔品牌将小间距成功推向了下沉市场，所以我们也看到了新的契机，认为亚非拉市场具备了进入的条件。今年上半年，我们重新组建团队，经过市场调研后开发了新的产品，下半年将通过 Lemass 和利亚德两个品牌正式开始在亚非拉市场的销售。

所以我们也希望 2022 年除了欧美市场能够在它原有的份额上有一个比较稳定的增长之外，也能有亚非拉市场的一些补充。

**投资者提问：**

1、 请问消费电视售价大幅下降的原因是什么？

答：一是跟上游厂商有关，晶电提供的 Micro 芯片的成本比两年前已经下调了，然后我们的巨转良率也有提高，PCB 基巨量良率已从 98.9% 提升至 99.995%。此外，在工艺制程的其他环节也做了调整，所以整体成本下降了。

	<p>2、对于LED行业，您觉得咱们的核心竞争力是在哪方面？</p> <p>答：我觉得要分几个阶段来看。首先在代表行业未来发展趋势方面，利亚德从技术层面一直是行业领先的，从原来的全彩进入小间距时代，再迈入到Micro LED时代，利亚德一直在实现技术突破，是行业的先行者；</p> <p>接着，一旦新技术或新产品可以量产，那么肯定需要强大的市场推广能力，才能打开应用空间，这也是我们深耕行业二三十年所积累的實力所在，就像我们在发布会上所说，利亚德如果只有研发能力，而没有成型的市场推广方案或者健全的销售团队，那么也很难在市场上取得较高的市场份额，所以销售方式也很重要，目前我们已经有成熟的直销、渠道销售模式，也推出了电商模式，根据产品或客户类型的不同，我们采取不同的推广模式和销售策略，这也是我们的优势之一；</p> <p>再有一个，前面也提到未来产品标准化程度和规模化生产带来的成本优势，也越来越成为行业竞争的要点。所以为什么说小间距时代行业集中度是在提升的，就是因为规模化效应起到的作用在加大。以往做直销，高端客户更看重显示效果，只要产品质量够好就有客户有利润，但渠道甚至电商起量后，成本就是必须要考虑的因素，这时候有资金实力扩大生产规模并能有效管理生产就非常重要了。所以过去这两年，虽然经济大环境有波动，但我们依据对市场和对自身实力的判断，仍然对几个工厂做了较大的调整，实现了整体产能的翻倍。</p>
附件清单 (如有)	无
日期	2022年7月1日