

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：2022-27

<p>投资者关系活动类别</p>	<p> <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>） </p>																																		
<p>参与单位名称及人员姓名</p>	<table border="0"> <tr><td>姚飞</td><td>格林基金管理有限公司</td></tr> <tr><td>李顺帆</td><td>诺安基金管理有限公司</td></tr> <tr><td>刘扬</td><td>创金合信基金管理有限公司</td></tr> <tr><td>陈继业</td><td>上海沅杨资产管理有限公司</td></tr> <tr><td>卢超</td><td>深圳市翼虎投资管理有限公司</td></tr> <tr><td>苏华立</td><td>上海睿郡资产管理有限公司</td></tr> <tr><td>魏永辉</td><td>德邦证券</td></tr> <tr><td>周志敏</td><td>创金合信基金管理有限公司</td></tr> <tr><td>梁晓明</td><td>西部利得基金管理有限公司</td></tr> <tr><td>任嘉</td><td>北京古槐资本投资有限公司</td></tr> <tr><td>熊小铭</td><td>广东正圆私募基金管理有限公司</td></tr> <tr><td>刘义峰</td><td>上海盛赢投资管理有限公司</td></tr> <tr><td>张凯</td><td>恒越基金管理有限公司</td></tr> <tr><td>陈飞达</td><td>万家基金管理有限公司</td></tr> <tr><td>张齐嘉</td><td>上海鼎锋资产管理有限公司</td></tr> <tr><td>施同亮</td><td>摩根士丹利华鑫基金管理有限公司</td></tr> <tr><td>刘海啸</td><td>海富通基金管理有限公司</td></tr> </table>	姚飞	格林基金管理有限公司	李顺帆	诺安基金管理有限公司	刘扬	创金合信基金管理有限公司	陈继业	上海沅杨资产管理有限公司	卢超	深圳市翼虎投资管理有限公司	苏华立	上海睿郡资产管理有限公司	魏永辉	德邦证券	周志敏	创金合信基金管理有限公司	梁晓明	西部利得基金管理有限公司	任嘉	北京古槐资本投资有限公司	熊小铭	广东正圆私募基金管理有限公司	刘义峰	上海盛赢投资管理有限公司	张凯	恒越基金管理有限公司	陈飞达	万家基金管理有限公司	张齐嘉	上海鼎锋资产管理有限公司	施同亮	摩根士丹利华鑫基金管理有限公司	刘海啸	海富通基金管理有限公司
姚飞	格林基金管理有限公司																																		
李顺帆	诺安基金管理有限公司																																		
刘扬	创金合信基金管理有限公司																																		
陈继业	上海沅杨资产管理有限公司																																		
卢超	深圳市翼虎投资管理有限公司																																		
苏华立	上海睿郡资产管理有限公司																																		
魏永辉	德邦证券																																		
周志敏	创金合信基金管理有限公司																																		
梁晓明	西部利得基金管理有限公司																																		
任嘉	北京古槐资本投资有限公司																																		
熊小铭	广东正圆私募基金管理有限公司																																		
刘义峰	上海盛赢投资管理有限公司																																		
张凯	恒越基金管理有限公司																																		
陈飞达	万家基金管理有限公司																																		
张齐嘉	上海鼎锋资产管理有限公司																																		
施同亮	摩根士丹利华鑫基金管理有限公司																																		
刘海啸	海富通基金管理有限公司																																		
<p>时间</p>	<p>2022年7月6日 10:00-11:00</p>																																		
<p>地点</p>	<p>利亚德会议室</p>																																		
<p>上市公司接待人员姓名</p>	<table border="0"> <tr><td>李楠楠</td><td>董事会秘书兼副总经理</td></tr> <tr><td>刘阳</td><td>证券部副经理</td></tr> </table>	李楠楠	董事会秘书兼副总经理	刘阳	证券部副经理																														
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，董秘李总对公司情况做了介绍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>一、Micro 技术进展和产品拓展</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</p>
---------------	--

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。

利晶公司在工艺上也做了较大的改进：

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 μm 微缩至 75*125 μm ，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。

四、公司近况介绍

6 月份以来，以北京上海为代表的各个地方近期都陆续在恢复，上半年没有太多受疫情影响的是海外这部分。以前我们的海外市场以欧美为主，由平达的销售团队及其渠道网络去进行覆盖，对于亚非拉市场只有非常零散的一些业务。从去年下半年海外疫情形势缓和后，海外开始加速恢复，为了满足海外需求的爆发，进一步扩大海外市场，公司在去年底对整个海外业务重新做了规划，一方面继续以平达为中心去发展欧美市场，同时，新设团队开拓亚非拉市场。虽然上半年部分团队成员因为疫情管控的原因出国受到阻碍，但截至 5 月底，我们国际团队已经顺利到达当地并开展商务活动。所以现在海外的增速相对来说还是比较符合预期的。

五、投资者提问：

1、请问公司 Micro 消费电视发布以来的推广进展？

答：公司是在 2019 年底发布的 Micro 消费大电视，主要是 0.9 间距

的 162 寸 4k 电视，当时推出时价格是 88 万，由于价格太高，我们并没有做太多的宣传。经过一两年的发展，通过重新评估，这次 630 发布会上我们将这款电视的价格定为 49.9 万，降幅达到了 40%以上，这个价格下我们就可以做更多市场的培育了，但大规模应用于 To C 市场目前还不具备条件，需要有更大的技术突破比如 COG、量子点等技术成熟后才能大幅降低成本售价来打开市场空间。

2、您觉得巨量转移技术上需要突破的瓶颈有哪些？

答：市面上巨量转移技术的路径有多种。首先，我们所采用的是激光的转移方式；其次，巨转所使用的设备是境外定制的；此外就是巨转过程的良率和效率了，利晶产线刚投产时巨转环节的良率是 98.9%，现在提升到 99.995%，转移效率 1000-1500 颗/秒，都属于行业领先水平。

3、请问公司在 Micro 产业链的布局是否能支持 Micro 行业爆发的来临？

答：Micro 的爆发要看成本下降速度。分两块来看：

首先，目前我们已经发布了 0.9-1.8mm 的 Micro 产品，基本能覆盖小间距 80%以上的市场，与传统金线灯的小间距相比，这系列产品性能指标更高，且极具性价比，因为产品刚发布，我们还需要进行整个市场的培育，这需要一个过程，但应该不会太长就能推广开。

第二块是更小间距的 Micro，这部分还有一些技术需要突破，也需要整个产业链上下游有更多的合作，比如在 COG 方向上，我们与 TCL 华星已经推出了玻璃基透明直显屏，现在还在做下一步的研发，在量子点技术上我们与 Saphlux 合作也取得了阶段性进展，除此之外，在整个生产过程的关键环节我们也与主要的一些厂家开展了合作，等等，目的就是希望能推动整个行业的发展，尽快将 Micro 的成本降下来，只有这样才能实现 Micro 在更大显示市场的应用，如常规尺寸的消费电视、VR 眼镜、pad、手表、车载屏等。

	<p>4、麻烦您介绍下公司 VR 业务技术突破和未来的规划？</p> <p>答：这个业务的核心在于我们全资收购的美国 NP 所拥有的光学动作捕捉技术和产品，业绩贡献来自于 NP 公司和北京虚拟动点公司，以 NP 为主。NP 公司在海外是以硬件软件的销售为主。在国内，通过虚拟动点拓展中国市场，主要是做定制化解决方案的开发和实施，同时，积累数据资产，希望未来能进行二次开发和利用。</p>
附件清单 (如有)	无
日期	2022 年 7 月 6 日