

深圳市联域光电股份有限公司

投资者关系活动记录表

编号：2024-004

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 type="checkbox"/> 其他_____
活动参与人员	天风证券、中信建投、国投证券、国泰君安、长江证券、浙商证券、广发证券、民生证券、华创证券、南方基金、健顺投资、鼎萨投资、中欧基金、光大保德信基金、华泰柏瑞基金、华安基金、奇盛基金、宏利基金、中银基金、华富基金、浦银安盛、富安达基金、银华基金、生命保险共 35 人。
时间	2024 年 1 月 12 日
地点	深圳市宝安区燕罗街道罗田社区象山大道 172 号正大安工业城 6 栋 6 楼会议室
形式	现场交流、线上会议
上市公司接待人员姓名	1、董事、副总经理、董事会秘书：甘周聪先生 2、财务总监：谭云峰先生 3、财务副总监：李群艳女士 4、证券事务代表：黄慧颖女士
投资者关系活动主要内容介绍	<p style="text-align: center;">1、公司相较于其他竞争对手的竞争优势有哪些？</p> <p>答：公司自设立以来一直专注并深耕于户外和工业照明领域，通过持续的自主创新与市场开拓，已形成较为领先的核心技术、完善的产品体系，在行业内树立了良好的市场口碑，综合竞争优势明显。公司竞争优势主要体现在以下几方面：</p>

(1) 技术研发及产品设计优势

公司始终坚持自主创新开展生产经营,截至 2023 年 6 月 30 日,公司共有专利 278 项,其中境内专利 217 项,境外专利 61 项。

在光学设计上,公司持续优化显色指数、光通量、光分布等光品质,改善 LED 眩光缺陷,使得出光均匀,技术层面上实现户外、工业照明等中、大功率产品的高光效、低眩光;在散热方面,公司研制可伸缩式湍流散热体,其利用扰动流体的强度来增强对流散热系数,破坏散热器表面的流体速度边界层和温度边界层,使散热效果得到强化。

在智能照明领域,公司积极推进适应植物自控光谱、无线组网实现照明的智能控制电路等新技术的研发,推动产品智能化、物联化水平提升。公司自研 LED 灯具标准化接口技术,并取得美国发明专利,可一站式集成雷达微波、红外、光控、蓝牙等智能感应器,以嵌入式软件作为控制核心,实现无线组网、远程及自动化控制。

(2) 客户优势

户外、工业及特种照明领域产品对稳定性、可靠性要求较高,客户尤其是国际知名品牌商对供应商的资质要求普遍较高,多采用严格的供应商认证制度,一旦生产企业完成认证并进入品牌商的供应商名录后,品牌商在后续产品的技术改进、更新换代和备件采购等方面对合格供应商存在一定的技术和产品依赖。因此客户通常会与其建立较为长期稳定的合作关系。

(3) 快速响应的定制化能力优势

公司为户外、工业照明领域少数具备快速响应、交付能力的企业之一。细分照明市场需求不断变化,产品迭代更新快速。在产品端,公司形成了丰富的产品线,适应细分照明市场绝大部分复杂、严苛的应用场景,款

式规格高度齐全；在设计端，公司针对灯具产品进行二次光学设计，匹配 3D 仿真结构设计，并针对散热结构实行热学仿真，做到完整的可视化设计，设计与实际产品高度匹配，从而保证产品交付进度。

2、进入户外、工业照明赛道的壁垒有哪些？

答：进入公司所处细分赛道的主要壁垒有以下四方面：

（1）技术壁垒

公司所处细分领域户外、工业及特种照明市场的产品，有别于家居、商业照明等标准化产品，需要根据实际使用环境的不同进行有针对性的选型搭配或定制设计。中、大功率产品尤为关注安全性、稳定性、差异化的配光设计及散热等产品特性，技术难度更高。此外，细分照明行业产品迭代更新速度快，需紧跟市场趋势进行设计创新，如特种照明中球场灯需进行超远距离投光设计，植物灯需实现对光谱的高精度分析，且随着物联网的发展，灯具智能化水平已成为厂商的核心竞争因素之一。

因需进行持续的研发投入、长期技术积累和不断技术创新，一般而言，先进入细分照明领域的制造商产品规格、品类更为齐全，具备领先的中、大功率产品技术优势和设计经验，能更快响应客户的定制化需求，实现快速交付。而其他照明市场制造商较难以凭借规模优势进入上述细分照明领域，使得本行业在产品技术上具备较高的壁垒。

（2）认证壁垒

国际市场上，欧美等国家对电磁兼容、安全防护、环保等要求较高，照明制造商需要满足当地认证才能实现产品在上述国际市场的销售，如美国 UL、DLC、FCC 认证，欧洲 CE 及 ROHS 认证，澳洲 SAA 认证等，上述认证

是进入当地市场的必要前提，也是国际品牌商对照明制造商资质审核的重要依据之一，体现制造商的产品竞争力；在我国，LED 照明产品属于国家《实施强制性产品认证的产品目录》所列产品，企业生产的 LED 照明产品必须具有 CCC 认证才能生产、销售。

因此，新进入或潜在进入的制造商缺乏长期经验积累和技术沉淀，其产品难以在较短时间内通过严格的测试获得相关认证。

（3）品牌客户准入壁垒

户外、工业及特种照明市场，制造商主要采用 ODM 和 OEM 模式与客户展开合作。国际知名品牌商通常具有严格的供应商资质审核和管理体系。资质审核方面，品牌商针对产品的质量、外观、功能等制定详细、严格的验收标准，制造商需要通过品牌商复杂的检测和认证后才可进入品牌商的供应链体系，进入周期长达 2-5 年；管理方面，进入品牌商供应体系后，品牌商通过定期稽核的方式考察已进入其供应链体系的制造商的生产合规性以及供货能力。优质制造商通常兼具先进的制造技术及稳定的产品品质。

新进入行业的制造商通常技术实力和响应速度有限，难以获得该类大客户的认可，因此本行业具备较强的品牌客户准入壁垒。

（4）质量管控壁垒

工业、户外照明主要为中、大功率且批量化安装的产品，需适应更苛刻的外部环境，其维护成本较其他照明产品更为昂贵，因而对灯具的质量、稳定性、良率及质保期等提出更高的生产技术要求。在此要求下，采购工业、户外照明产品的客户也对材料品质的精细管控、产品生产的制程控制、出货控制及新产品的评审和测试等提出更为细化的生产管控质量标准。先进入行业的制

造商一般已具备成熟的管理体系，针对不同灯种实行精细化的管理并达到相关质量控制要求，并有能力给予客户一定的质保期作为售后保障。

因此，新进入行业的制造商由于缺乏长期的生产实践经验以及成熟的质量管理体系，短时间内难以达到客户对质量及质保的双重要求。

3、公司 2023 年三季度业务增长较快的原因是？

答：公司 2023 年三季度业务增长较快的主要原因是：（1）公司存量客户库存逐步消化，需求回升，下单量增加；（2）公司业务员积极开拓新客户成效渐显；（3）人民币汇率波动也对公司业绩有一定的影响。

4、中大功率 LED 海外市场新增的市场需求来源是什么？

答：近十年来，我国进一步加大对节能照明工程的推广，以 LED 照明为代表的节能照明产品在技术进步下得到广泛使用。而海外地区相比而言 LED 照明渗透率较低，略晚于我国 LED 推广及替换阶段。在全球节能环保理念贯彻、各国行业政策扶持及智能照明兴起的背景下，海外地区具备更高的替换需求。

5、未来公司如何提升现有客户的销售收入？

答：未来，针对现有客户公司主要从以下三方面提升销售：

（1）现有产品市场渗透率提升：目前，户外、工业 LED 照明产品在全球处于渗透率快速提升状态，市场需求广阔，现有国际及北美区域照明品牌销量逐年增长，公司作为其 ODM 厂商，与品牌客户多年深度合作绑定，销售收入将随上述客户的销售增长同步提升；

（2）区域拓展：目前，公司的大客户主要为北美及全球知名照明企业，其销售区域遍布全球，公司主要为其提供在北美市场的产品，未来随着与公司客户的深入

	<p>合作，公司也将努力争取现有客户其他区域的订单；</p> <p>(3) 品类拓展：随着海内外 LED 替换进程的加快，客户呈现更加多元化的产品需求，公司将根据日益多元化的户外、工业照明需求完善和补充产品线，布局植物照明、体育照明、防爆照明等特种照明领域，为客户提供引领市场前沿的产品设计和产品方案，不断推出满足市场及客户需求的新产品，从而提高公司的市场份额并巩固公司的市场地位。</p> <p>6、公司如何看待 LED 户外、工业照明现在以及未来的市场格局？</p> <p>答：户外、工业照明的中、大功率 LED 照明领域，产品技术难度较高，行业的进入门槛相对较高，单价也普遍较高。目前该行业集中度依然较低，未来，随着户外、工业照明需求向复杂化、定制化演进，对企业的研发、制造、服务等要求将进一步提升，未来头部企业的竞争力也将被强化，产业集中度也将进一步提升。</p> <p>7、公司未来是否会考虑实施股权激励？</p> <p>答：公司高度重视对员工多样化的激励，未来将根据资本市场环境、公司业务发展及经营情况适时推出股权激励计划，并按照规定及时履行信息披露义务。</p>
附件清单（如有）	无
日期	2024 年 1 月 12 日