

## 深圳市洲明科技股份有限公司

## 2023年度总经理工作报告

各位董事：

## 一、2023年度的主要经营指标

单位：亿元

	2022 年度	2023 年度	同比增减	同比增减幅度
国内营收	30.06	33.74	3.68	12.24%
海外营收	40.70	40.37	-0.33	-0.81%
营收合计	70.76	74.10	3.34	<b>4.73%</b>
国内业务占比	42.48%	45.53%	3.05%	
海外业务占比	57.52%	54.48%	-3.04%	
国内毛利率	16.69%	18.34%	1.65%	
海外毛利率	34.27%	37.55%	3.28%	
综合毛利率	26.80%	28.80%	2.00%	

2023 年度，公司实现营业总收入 74.10 亿元，较去年同期增长 4.73%，得益于国内经济温和复苏，体育赛事、娱乐活动、沉浸式体验需求较好。

2023 年度，公司实现毛利率 28.80%，国内外业务毛利率同比均有所改善，主要得益于公司连续多年在国际市场的深耕、渠道的提前布局及品牌优势，公司产品及解决方案的附加值逐渐体现。

2023 年，公司实现归母净利润 1.44 亿元，较去年同期增长 127.06%；实现扣非后归母净利润 1.53 亿元，较去年同期增长 187.10%；报告期内，公司营收稳健增长、净利润有所改善，盈利能力提升。

## 二、2023年度经营重点介绍

## “引领技术，聚焦产品，巩固销服，提质增效”

公司以坚决的技术投入，持续做好 COB 和 MIP 等技术及 Mini/Micro 产品的领先；在产品领域，公司致力于产品标准化、归一化、平台化，不断聚焦精品产品，提升产品与服务质量，持续提升产品竞争力；在销服领域，公司坚持准直销与渠道两手抓的策略，不断升级全球化的销服网络，持续构建对行业头部客户的需求响应能力，同时深耕渠道，匹配符合渠道需求的产品和解决方案，提升客户

满意度；公司将持续优化组织和管理流程，不断改善运营资产效率，改善经营质量，为公司未来持续增长注入动力。

## **(1) COB、MIP 等技术领先，实现户内外应用场景全覆盖**

2023 年 6 月，公司 Mini/Micro 全场景产品发布，点间距覆盖 P0.3-P4.0，自研固晶混编算法，固晶效率提升 50%以上，综合产品良率达 98%以上；自有独家专利 EBL+多层光学处理技术，实现产品超低摩尔纹、观看无反光、触摸无痕迹，对比度高达 30000:1，呈现极致纯粹黑；全系列产品自适应洲明自主 UOS 系统，将色彩精准还原、精细显示；配备公司独有 UIV 画质引擎和自研控制系统，屏幕节能提升 50%，灯珠可靠性提升 10 倍。

目前 COB 封装在 Mini/Micro LED 以下市场占据主导地位，但在 MIP 封装技术日趋成熟、同步具有低成本、良好显示效果和高兼容性等优势，随着芯片尺寸与像素间距逐步缩小，MIP 封装模式的优势将更加明显。公司计划于 2024 年底，将现有的 Mini/Micro 产能 3000KK/月扩产至 10000KK/月，其中 COB 产能 4000KK/月，MIP 产能 6000KK/月，以先进的技术、全面的产品覆盖和充足的产能投入积极迎接 Mini/Micro LED 市场的快速增长。

目前公司实现的 MIP 灯珠 0404 成功开发并实现模组量产，自研无衬底封装技术打通 0202 器件制造关键步骤，推进产品成本持续快速下降，加速 Micro LED 产品商业化进程，并进一步提升产品的色彩均匀度与可维修性，有望将像素间距突破至 0.3mm 以下。

未来，公司将全面进行 COB 与 MIP 技术路线及产品的布局，落地解决方案及应用，同步开展 COG 和硅基 Micro LED 技术研发工作，时刻把握前沿技术的发展机遇，稳步提升市占率，为进入消费级别市场做好技术储备。

## **(2) 聚焦精品策略，通过标准化、归一化、平台化实现产品飞轮**

公司聚焦精品产品策略，在以客户为中心的基础上，提高产品标准化、归一化、平台化程度，既形成规模效应有效控制成本、提高周转，又能快速响应客户需求，形成产品飞轮。

公司通过精准的销售预测和对市场动态的深入分析来定义一系列标准化产品，优化产品组合，提高已被市场广泛接受和验证的标准化产品比例，聚焦具有较高销售潜力和客户满意度的产品，从而提升整体的市场竞争力。

公司同步提升标准化产品的归一化程度，如统一产品设计、规格和生产流程等，确保在不同的生产批次和不同的销售渠道中，产品能够保持一致的高质量标准，助力提高生产效率，减少因产品差异性导致的额外成本，加快产品上市速度，更好满足客户需求。随着生产规模的扩大，单位产品的生产成本将逐渐降低，将有效实现规模效应，提供更具性价比的产品，巩固与扩大市场份额。

此外，产品标准化、归一化有助于提升产销研的平台化管理效率，降低整个供应链的成本与供应链风险，更有效地进行管理库存，减少库存积压风险。

### **(3) 渠道与大客户双轮驱动，加强铁三角作战能力**

公司持续升级全球化的销服网络体系，深化渠道体系建设，实现与生态合作伙伴的共同繁荣发展，实现业务飞轮。

公司采用“经销+准直销”的销售模式，旨在最大化市场覆盖率并满足不同客户群体的需求。随着公司产品标准化策略的深入推进，经销模式在提高公司产品市场渗透率方面的优势将显著凸显，尤其是对于寻求标准产品和快速交付的客户，而对于有特定需求和定制化服务要求的客户，准直销模式则能够提供更为个性化和灵活的服务。

公司致力于加强铁三角作战能力，即销售、技术和服务的紧密结合。公司将持续提升售前售后服务质量，确保能够及时响应并满足客户的各种需求。同时，公司还将加强行业纵深拓展，积极开发大型客户，并提升大项目运作能力。通过精准的项目把控和资源的合理分配，公司将能够更好地服务于高端市场，提升盈利能力。公司通过不断优化和巩固经销、代理商和分销商的销售模式，以及加强准直销的铁三角能力，提高市场渗透率和客户满意度，为公司的长期发展和市场扩张打下坚实基础。

### **(4) 精细化管理升级，提升运营和周转效率**

公司高度重视精细化管理转型，在费用、应收、存货方面加强管控，提升管理质量和运营效率。

为提升管理效率并确保公司稳定发展与持续增长，公司采取了一系列费用控制措施。公司通过更加及时和精细的成本费用预算管理，设定明确的目标，将期间费用率控制在合理水平，并在此基础上，优化组织结构，聚焦核心业务发展，降低管理成本。同时，推行强考核强应用，激发组织活力、提升人效。

公司充分关注存货问题，采取多管齐下的策略，积极出台相关消耗库存的策略，如成立专门的存货消耗小组，负责监控和优化库存水平，制定有针对性的促销政策和存货管理计划。此外，公司通过产品标准化策略提高产品标准化程度，加强销售和生产计划的管理，从而提升了整个供应链的管理水平，积极推动存货的快速周转。

在应收账款管理方面，事前公司谨慎接单，加强了对新接订单质量的把控，综合评估订单的回款能力，同时制定明确的账期规则，根据客户的具体情况设置合理的账期，在保证公司资金流动性的同时，避免了账期过长带来的风险。事后通过完善应收账款管理制度，设定明确的应收账款管理任务目标，并组建了跨部门的应收账款管理团队，致力于加强应收账款的回收工作，确保及时回款，减少坏账损失。

### 三、2024年度工作计划

#### 1. 聚焦飞轮计划，打造持续成长的动力机制

2024年，基于总体战略，公司将打造以销服体系为核心的业务飞轮及以组织人才为核心的人才飞轮，实现产供销的高效协同运作及组织活力倍增。在销服领域，公司坚持准直销与渠道两手抓的策略，持续构建对行业头部客户的需求响应能力，同时深耕渠道，匹配符合渠道需求的产品和解决方案，不断升级全球化的销服网络，提升客户满意度；在产品领域，公司致力于产品标准化、归一化、平台化，不断聚焦精品产品，提升产品竞争力；在组织人才领域，公司在2023年基础上将继续健全完善互利共赢的长效激励与约束机制，有效地将社会利益、股东利益和公司员工利益结合，调动员工的积极性与创造性，激发公司的创新活力与组织效能，实现公司高质量发展。

#### 2. 抓住Mini/Micro LED行业变革机遇，占据行业领先地位

公司战略布局长远，提早识别到了Mini/Micro LED的行业变革窗口，并率先进行了COB和MIP等技术布局。2024年，随着成本的不断下降和应用场景的不断扩展，LED行业正式迎来了Mini/Micro LED时代。公司将抓住行业重塑机遇，借助全球化销服网络的优势，不断为客户提供有竞争力的Mini/Micro LED产品，在产品竞争力和产能上构筑行业领先的优势。同时将加大“LED+AI”的技术布局，不断探索在Mini/Micro LED时代新的应用场景和市场机遇。

### 3. 激活组织活力，提升运营效率

2024年，公司将持续优化组织和管理流程，不断改善运营资产效率及作业效率。公司将围绕“以客户为中心”的核心思想，持续优化客户需求的端到端运作流程，打造高效率组织，提升产销研协同能力，提升产品与服务质量，持续提升客户满意度。同时，公司将继续深化数智化建设，在LTC/IPD/ISC等领域升级现有的数智化系统，实现柔性智造，构筑行业标杆。

深圳市洲明科技股份有限公司

总经理：林洺锋

2024年4月22日