

证券代码：300269

证券简称：联建光电

## 深圳市联建光电股份有限公司

### 投资者关系活动记录表

编号：调研 2015-003

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
参与单位名称及人员姓名	博时基金 肖端瑾 长城基金 乔春
时间	2015年12月22日下午14:00
地点	公司
上市公司接待人员姓名	董事会秘书 钟菊英 证券事务代表 王峰
投资者关系活动主要内容介绍	<p>钟菊英：欢迎两位，下面我首先介绍公司的基本情况及本次公司重大资产重组情况：</p> <p>公司作为全球领先的LED显示屏制造商，十余年来为国内1000余家主要广告公司提供数字设备，成为中国户外广告行业最大的设备提供商之一。近年来公司依据自身核心竞争力和长期发展规划，将打造数字户外传媒集团作为战略目标，通过提供包括公关策划、代理执行、广告平台、互动活动、广告资源和广告设备在内综合、完善的服务内容，整合传播服务业务产业链条，在客户和用户之间搭建完整的传播服务平台，为客户提供定制化、一体化的传播方案，也为用户获取广泛、全面的媒体信息提供了广阔的渠道。</p> <p>公司作为上市公司，利用资本市场优势，通过投资并购整合行业，积极推进实现“数字户外传媒集团”的战略目标不断做大做强数字户外传媒。</p> <p>公司于2012年成立联动文化（北京）有限公司，整合全国的户外LED广告资源，以城市户外LED数字大屏媒体广告为主营业务，拟打造一个全国覆盖最广的城市地标广告联播网。迈出从设备制造向媒体跨界第一步。接下来，公司于2013年收购分时传媒，深入布局户</p>

外广告业；2014年并购易事达，进一步拓展数字设备海外市场，使公司在全球客户覆盖超100个国家；同时收购友拓，拓展了公关传播板块业务，使公司实现外延升级；2015年，参股精准分众，布局移动互动营销。公司以数字设备技术、品牌公关服务和户外媒体网络等业务为核心的“数字户外传媒集团”的雏形已经形成。

本次并购四家公司，是公司基于打造“数字户外传媒集团”的战略指引，积极完善相关业务链条、提升公司传播业务综合实力的重要举措。公司将通过本次并购，进一步完善“数字户外传媒集团”的架构，原有数字设备技术、品牌公关服务和户外媒体网络等几大核心业务将得到进一步增强。

本次的交易方案是收购深圳市力玛网络科技有限公司（以下简称“深圳力玛”）、上海励唐营销管理有限公司（以下简称“励唐营销”）、山西华瀚文化传播有限公司（以下简称“华瀚文化”）、北京远洋林格文化传媒有限公司（以下简称“远洋传媒”）四家公司，交易总金额19.6亿，其中33%用现金支付，业绩对赌五年，其中深圳力玛对赌六年。此次并购将进一步完善公司“数字户外传媒集团”整体布局，无缝对接受众户外行为轨迹。未来公司将持续投资并购户外广告资源，形成联建互联的数字户外传媒集团，让营销更有效。

深圳力玛是一家专业的网络广告综合服务提供商，为客户提供包括广告产品、广告增值技术服务与广告专业投放管理一体的综合服务。深圳力玛已为20000多个中小客户提供专业的网络广告服务，且每年客户量增长迅速，目前主要为客户提供基于奇虎360搜索引擎的互联网营销服务；今年9月份成立红玛广告，立足于为KA客户和大客户提供基于互联网（包括移动互联网）的整合营销方案，并与今日头条、凤凰资讯和腾讯媒体等展开合作，未来红玛广告将进一步扩展其合作的互联网媒体范围；今年已自主为中小广告主开发定制DSP广告平台，预计明年上线。

华瀚文化是太原两家主要的媒体资源公司之一，紧跟太原市“南移西进”的城市总体发展战略，重点打造太原市南城媒体资源圈，覆盖了太原市南城核心商圈以及交通干道的核心路段。华瀚文化主要媒体包括城市地标型LED高清显示屏，户外墙体、楼顶及围挡广告牌，户外电子三面翻，户外道路灯杆道旗广告等。华瀚文化可通过自有的户外媒体资源网络，为客户提供广告发布服务，借助华瀚文化在太原

的影响力，公司将批量式取得太原市的优质户外广告媒体资源，同时实现对太原本地广告客户的覆盖，也是公司在全国范围内展开地方性广告公司收购的重要实践。

励唐营销是一家专业提供活动传播服务的企业，可为客户提供线下活动管理全业务链一体化服务，建立了一套高效、健全的供应商管理体系，核心管理团队从事活动传播行业平均年限超过 10 年，拥有丰富的活动项目经验及团队管理经验。其与友拓公关在公关业务领域各有所长，二者结合，有利于提升本公司品牌公关服务业务的综合竞争力。

远洋传媒主要基于自身在全国范围内整合的第三方户外媒体资源，开展户外广告代理发布服务。远洋传媒已整合全国范围内的第三方户外媒体资源面积超过 400 万平米，累计媒体发布面积超过 80 万平米，拥有超过 1,200 家战略合作伙伴，具备全国 420 余个城市的媒体整合推荐执行能力。

公司原有业务和新收购业务之间具备良好的协同空间。通过本次并购，公司将发挥协同作用，提升公司市场竞争力和持续盈利能力。实现：

- ① 线上广告与线下广告的互动协同；
- ② 公关与活动业务的协同；
- ③ 代理与媒体的协同、全国业务与地方业务的协同；
- ④ 媒体业务与制造业务的协同；
- ⑤ 分时传媒、远洋传媒同类业务的协同；
- ⑥ 交叉销售

数字户外媒体的优势比较明显也比较独特，能无缝对接受众户外行为轨迹，对品牌传播起着无可比拟的作用，无法被互联网广告取代。新技术的应用也推动户外广告不断革新，并创造出新价值。通过公司一系列布局，将数字和户外营销融合互补，形成综合营销解决方案，最大化广告效果，增强竞争能力。

### **友拓公关和励唐营销都是公关公司，主要业务有什么不同？**

友拓公关主要为快速消费品、电子与高科技、金融等行业的企业及政府机构、非政府机构提供优质的公关、创意与数字传播服务，为客

户提供整体品牌传播策划方案。励唐营销主营业务为活动策划、专业设计（平面/3D）、专业施工搭建、展具制作、设备租赁与管理，到活动整体运营管理等一体化的链条式服务。

### **公司收购华瀚文化这种地方性广告公司对业务有什么帮助？**

华瀚文化是一家立足于太原市场的户外广告公司，在太原市场拥有较高的市场占有率，是太原市户外广告市场最大的户外广告公司之一。其他地区的户外广告公司因为区域性的因素很难进入本地市场，本地的其他户外广告公司规模较小，无法与华瀚文化展开有效的竞争，因此华瀚文化的竞争力较强。通过本次并购，公司将批量获得地方性广告资源，华瀚文化也可以为客户提供全国性的媒体广告服务。

### **互联网作为未来的趋势，会不会取代户外广告？**

户外广告资源是位置型媒体，是用户生活环境的自然组成部分，每天占据 2 个多小时，其核心价值在于其占领的优质地理位置和所能支持的展示效果。因此如 Google 和 Amazon 等公司也仍然进行户外推广，巩固品牌优势。另外新技术的应用推动户外广告不断革新，并创造出新价值。屏幕设备的数字化和新技术、移动互联网与物联网的应用（如 WIFI、iBeacon 等），不断提升户外广告的连接用户能力、购买效率和广告效果，并衍生出互动体验和购买入口的作用，这些优势是互联网无法取代。如德高在德国杜塞尔多夫安装免费 Wifi，亚马逊纽约地铁站提供“数字快闪”服务。

附件清单（如有）

无

日期

2015 年 12 月 22 日