

	珈元资管 汪元刚 宝新资管 闫 鸣 合正普惠 杨 钊 中和资本 蒋馨仪 淡水泉投资 贾婷婷 景泰利丰基金 吕伟志 源乘投资 彭 晴 明河投资 姜宇帆 中欧瑞博 江 昕 杉树资产 杨 奥 Manulife Group 李文琳 中原英石基金 赵梓峰 淳厚基金 王晓明 德华创业 杜 波 象舆行投资 胡婷婷 明河投资 姜宇帆 农银理财 公晓晖 长城资管 胡纪元 摩根士丹利 施同亮 东方衍生 翟淑星 凯石基金 陈晓晨 平安理财子 李 杰 凯斯博投资 林晓文 泰康养老 张斯莹 建信信托 吴晓鹏
时间	2022 年 1 月 19 日上午 9:00-9:50 2022 年 1 月 19 日下午 13:30-14:30
地点	深圳市南山区松白公路百旺信工业园二区雷曼大厦
上市公司接待人员姓名	左剑铭先生（副总裁、董事会秘书） 屠孟龙先生（技术总监） 梁冰冰女士（证券事务代表） 王丹女士（证券事务主管）
投资者关系活动主要内容介绍	<p>本次投资者关系活动的主要内容如下：</p> <p>一、公司介绍</p> <p>公司董秘左剑铭先生介绍公司 2021 年度预计整体经营情况，主要内容如下：</p> <p>预计 2021 年公司实现营业收入 12.5 亿元-13.2 亿元，较上年同期增长 52.7%-61.2%；归母净利润 4600 万元-5900 万元，扣非净利润 2,950 万元-4250 万元，实现扭亏为盈。预计 2021 年非经常性损益对归属于上市公司股东的净利润的影响金额</p>

约 1650 万元。

公司国内市场开拓成效显著，在专用显示赛道基本盘的市场份额持续提升，商用显示赛道逐渐起量，家用显示业务目前正处于加速布局阶段。公司预计 2021 年度能够达成第二期股权激励计划的第一期业绩考核目标。

二、互动问答环节

问题 1：请问 2021 年公司营收增长的主要驱动因素有哪些？四季度疫情反复，对于公司国内国外业务有什么影响？

答：2021 年公司营业收入的增长主要来自国内市场专用显示、商用显示的快速拓展，国际市场的销售也已经率先恢复至 2019 年的疫前水平，目前国际市场在手订单充足，下游需求比较旺盛。在海外新冠疫情常态化管理的趋势下，预计新冠疫情对国内外业务的整体影响不大。

问题 2：分不同的应用市场来看，2021 年公司营收中专显、商显、家显市场的增速情况怎么样？公司于 2021 年下半年相继发布了多款巨幕显示产品，完善了家显市场产品矩阵，2022 年公司在三块市场的发展战略是什么，有什么侧重吗？

答：专用显示市场中，COB 超高清显示产品替代 SMD 显示产品的速度加快，未来公司将通过产能释放和客户拓展的方式，进一步提升专用显示市场的市占率。

商用显示市场中，公司于 2020 年推出的雷曼 LEDHUB 智慧会议系统，在 2021 年实现营收超千万元，增速近 10 倍，预计未来两年还将继续维持高速增长。

家用显示市场是公司未来将着力开拓的市场之一，To C 端的超大屏电视显示市场为千亿级规模，未来公司将从产品、渠道和品牌端齐发力，抢占蓝海市场。

问题 3：商显和家显市场相对专显市场对价格比较敏感，伴随小微间距的发展趋势，目前 COB 产品相对 SMD 产品的成本比较情况怎么样，COB 的渗透率如何？

答：SMD 和 COB 是在小微间距的两种主流技术路线，当点间距在 P1.2 以下时，COB 产品具备成本优势，且可靠性更高，随着显示产品向小微间距化发展，预计未来 COB 产品的渗透率会逐步提升。

根据 DISCIEN 数据，2020 年国内 LED 小间距显示屏 COB 技术渗透率约在 9.4%，今年预计将超过 10%。随着 P1.0 以下产品的渗透率不断提升，基于 COB 技术路线的显示产品的市场占有率将提高，DISCIEN 预测到 2025 年 COB 占比将达 24%。

问题 4：请问上游原材料涨价、海运费上涨等因素对公司毛利率造成的影响大吗？

答：公司采取了采购研发联动、降本增效、提前备货等多项措施对冲成本上涨等问题，出口海运费均由客户自行承担，因此从全年来看，原材料、海运费上涨等情况对公司毛利率的影响相对较小。

问题 5：Micro LED 显示技术的发展受制于巨量转移技术等难点的制约，这块领域的技术难题目前进展如何，公司怎么看待？

答：巨量转移技术需要将小尺寸芯片先转移到载板，再转移到基板上，目前的良率和可靠性都较低，成熟度不够，暂未实现大批量商用。现阶段使用固晶机机械臂可较经济地实现 Micro LED 芯片的批量转移，在芯片微缩化的将来，预计巨量转移技术将逐渐成熟并实现商用。

问题 6：2022 年 1 月 10 日工信部、中央宣传部、交通运输部、文化和旅游部、国家广播电视总局、央视总台等六部门近日联合印发《“百城千屏”活动实施指南》。“百城千屏”活动以试点示范工程为引领，通过新建或引导改造国内大屏为 4K/8K 超高清大屏，丰富超高清视音频服务场景，加速推动超高清视音频在多方面的融合创新发展。公司能不能简要谈谈“百城千屏”项目给 LED 显示行业带来什么发展机遇，对于

COB 技术的渗透有什么影响，公司有什么比较优势，现在有没有具体的进展？

答：“百城千屏”活动开展的时间为 2021 年 10 月至 2023 年 6 月，活动将以试点示范工程为引领，虽然产业链搭建结构目前还未明确，但是对生产显示屏的厂商有很大的推动作用，公司也很重视。“百城千屏”活动的第一阶段以户外 8K 显示为主，预计后续会逐渐渗透到户内 8K 显示。在户内小间距显示应用领域，基于 COB 技术的超高清显示产品有望受益。

问题 7：未来 LED 直显行业的竞争格局，是否会出现价格战？

答：小间距显示市场中，SMD 显示屏占比约为 90%，COB 显示屏占比约为 10%。据 DISCIEN 测算，公司目前在 COB 微小间距显示屏的市占率约 30%。公司 COB 产能规模化使得产品成本具备比较优势，但公司经营策略不是通过价格战抢占市场，目前暂无价格调整计划。同时，专用显示领域的客户相对产品价格而言，更为重视产品性能。

问题 8：TO C 端直显电视的市场规模如何，目前的竞争格局怎么样？

答：据第三方数据，2020 年高端直显潜在家用客户共 80-100 万户，按照每台电视售价 10 至 20 万测算，民用市场超千亿，目前小间距 LED 的渗透率不足 1%，增量空间显著。

电视大尺寸化已经成为未来不可逆的趋势。相较境外竞品，公司产品具有很强的价格优势；相较以 SMD 和 IMD 封装技术为主的境内竞品，公司基于 COB 技术的 Micro LED 巨幕产品不仅具备价格优势，还在显示可靠性方面长足提升，未来公司将积极探索面向 C 端消费市场的推广及销售策略，加大家用显示市场的开拓力度。

问题 9：公司 COB 扩产的进度情况如何？

答：公司在过去两年持续使用自有资金对 COB 产线进行了

	<p>多次小步快跑式扩产，随着公司产品线的扩容以及下游需求的释放，未来公司将适时进一步扩充产能以满足 COB 业务发展的动态需求。</p> <p>接待过程中，公司接待人员与投资者进行了充分的交流与沟通，严格按照有关制度规定，没有出现未公开重大信息泄露等情况。</p>
附件清单(如有)	无
日期	2022 年 1 月 19 日