

证券代码：300232

证券简称：洲明科技

深圳市洲明科技股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2022-001

投资者关系活动类别	☒ 特定对象调研 ☐ 分析师会议 ☐ 媒体采访 ☐ 利润说明会 ☐ 新闻发布会 ☐ 路演活动 ☐ 现场参观 ☒ 其他（电话会议）	
参与单位名称	中金公司 李澄宁 花旗银行 Oiman You 中金公司 方良润 考拉资本 孙浩然 鹤禧投资 宋正园 中泓汇富 余一奇 创金合信基金 陆迪 浙商基金 胡博清 上国投 吴韦荣 顶天投资 商国广 Longrising 吴雨哲 国泰君安 黄行辉 善道投资 张彦琨 融昌资管 邬李畅 德汇集团 王省之 广发证券 林俊龙 恒力股权投资 何欢 长流汇 陈钰涛 宁泉资产 钱敏伟 上海宁泉 余璟钰 西部利得 陈蒙 银湖资产 刘昌慧 BALYASNY ASSET MANAGEMENT, LP GUOMinz 途灵资产 赵梓峰 中证信用 杨晓东 交银施罗德 米硕茂 恒源资产 温俊峰 明河投资 姜宇帆 国信证券 朱张元 宽远资产 陆忆天 裕晋投资 张恒 Prudence Investment Management (HK) Ltd DongFengqiao 国君资管 肖凯 宁泉资产 陈冠群	

	长江证券 冯源 登程资产 邵一凡 中植国际 侯恒星 创金合信 周志敏 禹田资本 刘元根 璞远资产 魏来 天弘基金 张磊 中金公司 杜文欣 信达澳银 童昌希 Eastspring asset management 许骁骅
时间	2022 年 1 月 24 日 16:00-17:00
地点	电话会议
上市公司接待人员姓名	董事会秘书 祝郁文 证券事务代表 陈一帆
投资者关系活动主要内容介绍	一、2021 年业绩情况介绍 公司 2021 年度预计归母净利润 2.02 亿元 - 2.51 亿元，同比增长 71.47%-113.22%。 1、四季度，毛利较高的海外销售占比较三季度下降。三季度海外销售恢复的不错，且当时认为海外疫情的影响预计在四季度会逐步恢复正常，特别是公司对海外租赁板块的业务寄予厚望，实际情况是海外四季度出现南非新毒株疫情，欧洲各国防控措施升级，造成海外需求没达到预期的爆发增长，另一方面，四季度海运成本及订舱出现反弹，影响了交付，部分订单确认收入有所延后。 2、四季度，国内低端产品市场竞争加剧，公司渠道产品开始降价，一方面毛利降低，另一方面渠道产品的销量比例提升，进而拉低公司整体毛利。公司认为随着行业回暖及供应链的回归，相关产品会呈现出降价规律，市场空间将进一步扩大，特别是低端产品降价，将会是行业长期存在的现象，未来公司将通过控制产品成本，改善低端产品销售拉低整体毛利的风险，

	将这部分业务占比控制在合理范围，综合平衡收入、毛利和净利。 3、2021 年度公司整体商誉减值约 1 亿元，其中全资子公司清华康利，受宏观经济及行业政策影响，销售收入和利润均不达指标，因此进行了大额商誉减值；2021 年度公司业务体量增大，应收账款相应增加，基于审慎原则，严格按照会计政策计提坏账准备约 1 亿元，其中部分属于 To G 业务，长期来看回款问题不大。 2021 年上半年公司订单需求火爆，到四季度虽略有放缓，但全年来看仍保持较大的同比增幅，说明 LED 行业呈现回暖趋势，同时伴随着行业出清市场集中度上升，预计 2021 年度公司 LED 显示业务市占率提升 2pct. 。 二、投资者交流环节 1、2022 年一季度业绩展望，一季度毛利可以改善吗？ 公司对于 2022 年一季度情况较有信心，从一月份的订单量来看，同比 2019、2020、2021 年差不多，一季度订单大头主要集中在三月份，公司会持续根据市场变化调整策略实现订单目标。2022 年从需求端来看，包括海外疫情后恢复，公司产能将按照计划逐步释放。2021 年四季度公司在冲击销售目标的时候，提高了渠道产品的销售，对毛利产生了较大影响，经过对市场的整体判断分析，果断在 2021 年 12 月调整销售策略。2022 年度公司的经营理念有所刷新，将会把毛利、净利作为重中之重，在考虑销售目标达成的同时，更加注重销售收入的质量，做好平衡；同时公司会从研发、设计、成本控制等各个环节去做改善，降本增效。因此，无论从公司经营理念的转变来看，还是从供应链回归正常及订单情况来看，预计 2022 年行业整体趋势向好。
--	--

2、四季度海外订单情况，对海外订单的预期，订单景气度如何？

四季度，公司在海外租赁业务板块做了充足的签单及备货准备，虽然出现的南非新毒株疫情，延缓了相应的需求和交付，但是目前来看海外疫情管控没有那么严格，相应的订单将陆续的恢复；此外，年底部分海外发出商品尚未确认收入。

公司对于接下来海外订单的预期比较乐观，一方面需求压抑太久，另一方面需求内生增长，尤其是公司商业显示、XR 虚拟拍摄应用这两块业务订单恢复情况较好，将会带动公司整体毛利提升。

公司全资子公司雷迪奥也在不断探索显示业务的应用边界，2020-2021 租赁业务受疫情影响大，但雷迪奥又拓展了固装、XR 虚拟拍摄业务，弥补了租赁板块的影响。公司 2021 年 XR 虚拟拍摄业务实现 8 个多亿的销售，同比增长 2.7 倍。雷迪奥市场开拓能力较强，产品具有优势，公司对 2022 年 XR 虚拟拍摄业务寄予厚望。

3、XR 虚拟拍摄国内应用场景和市场展望？

目前公司 XR 虚拟拍摄业务销售主要还是集中在海外，主要应用场景是电影工业，美国好莱坞在这方面有深厚的基础，雷迪奥与美国好莱坞自 2017 年开始有着非常稳定的合作；相对来说，国内的电影工业还没有真正的进入到虚拟拍摄的阶段。自 2021 年 3 月份开始，公司与国内的影视公司、内容制作方在横店影视城搭建虚拟拍摄的影棚，展示这一新型电影拍摄技术，且与爱奇艺等有项目合作，但涉及的金额相对海外来说比较小，还没有真正成为公司较大的业绩增长点。国内虚拟拍摄市场仍处于探索阶段，未来会逐步跟上海外步伐，这块的市场空间将被打开。

4、大亚湾产能情况，整体产值预期，达产的时间？

2021 年三季度末四季度初，大亚湾新增产能 3000kk Mini LED+6000kk 小间距 LED，逐步达到满产状态，目前正常运营。由于 2021 年订单、出货量增长较大，期间供不应求，部分订单通过外协解决。目前，随着大亚湾产能的释放，公司自有产能逐步能够消化全部订单，2022 年公司按照总体 100 亿的产值规划产能。

5、驱动 IC 成本问题，2021 上半年预付较多，会不会造成高库存值的问题，对原材料未来价格走势预判？

2021 上半年原材料端比较紧缺且一直在涨价，公司为了满足生产制造的原材料供应，付出比较大的现金支出，采取保供措施，与原材料供应商签订战略采购协议进行锁量，但是采购价格还是随行就市。因此，截止目前，公司并没有出现在原材料上计提大额跌价准备的情况。2021 年度公司存货跌价准备大概计提了 5300 万，都是正常按照帐龄去计提，原材料涨价计提在驱动 IC 这块有较小金额，影响微乎其微。

2021 年三季度开始，原材料价格都在回归，目前基本上恢复到了正常水平，原材料供给问题已经基本解决。

6、2021 年度商誉减值后的剩余分布，未来减值的预期？

2021 年度商誉减值后，公司预计剩余的商誉约 2.6 亿，其中清华康利约 1 亿元，占了大头；其他 1.6 亿包括文创智能、爱家照明、蓝普科技、雷迪奥、北斗星体育等多家公司，每家商誉都比较小，且都在正常经营，这几家公司商誉再减值的可能性较低，且减值额度有限。清华康利的景观工程业务可能会受到国家宏观经济及行业政策的影响，其商誉是否继续减值存在不确定性，公司已经在接单、应收等方面加强管控，优先保障公司的经营质量。综合来看，目前公司商誉相对于公司整体

	规模来说非常小，因此无需过度担心。 7、Mini 业务是否突破，产品普及的瓶颈，怎么样大规模推动行业发展？ 目前 Mini LED 最大的问题是没有到一个合理的性价比，所有厂商都存在这个问题。小间距现在是一个合理的性价比状态，毕竟从 2011 年到现在经过这么多年的发展，小间距在价格、性能等方面的综合表现比较好，现在市场主流产品还是小间距为主，对我们来说也是占到了公司业务的 80%。 从终端来看，Mini LED 的良率和制造效率还没有达到良好的状态，毕竟只经历了 2-3 年的时间，还需要更多的时间和整个行业的努力，去优化整体上下游产业链的良率和成本，才能达到一个好的规模。 8、公司有没有针对百城千屏的业务进行拓展，洲明的竞争优势是什么？ 2021 世界显示产业大会发布了《“百城千屏”首批公共大屏接入候选名录》，公司名列其中。公司会在 LED 显示市场发挥传统优势，在 5G+8K 方面已经做的很成熟；另一方面，我们的优势还体现在能够提供集终端显示“硬件+软件+内容+交互”的一站式解决方案，以公司重点业务裸眼 3D 为例，基于显示硬件，同时提供解决方案和内容制作，用内容赢得客户的需求。截止目前，公司裸眼 3D 业务在各大主要城市都有案例，且已实现盈利，未来将会成为公司新的业绩增长点。 会议沟通过程中，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。
--	---

附件清单（如有）	无
日期	2022 年 1 月 26 日