

证券代码: 603515

证券简称: 欧普照明

**欧普照明股份有限公司**

**投资者关系活动记录表**

编号: 2024-002

<b>投资者关系活动类别</b>	<input type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input checked="" type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 路演活动 <input type="checkbox"/> 其他
<b>形式</b>	<input type="checkbox"/> 现场 <input type="checkbox"/> 网上 <input checked="" type="checkbox"/> 电话会议
<b>参与单位名称</b>	天风证券、国联证券、广发证券、兴业证券、国投证券、海通证券、国君证券、中金公司、招商证券、中信建投证券、东方证券、华泰证券、浙商证券、东北证券、瑞银证券、高盛证券、华西证券、首创证券、大家资产、长信基金、景顺长城基金、华安基金、申万菱信基金、光大保德信基金、西部利得基金、大成基金、兴银基金、华富基金、德邦基金、华银基金、平安基金、新华养老、中邮人寿保险、恒安标准人寿保险、中信保诚资产管理、上海宽远资产管理、Point72、JP Morgan、Pictet Asset Management 等
<b>时间</b>	2023 年 4 月 28 日
<b>地点</b>	线上
<b>上市公司接待人员</b>	CFO、董秘、IR

**投资者关系活  
动主要内容介  
绍**

**1. 公司 2023 年全年及 2024 年 Q1 的业绩情况如何?**

答：公司 2023 年实现营业收入 77.95 亿元，同比增长 7.22%，其中 2023 年四季度营业收入增速 10.50%；2023 年毛利率为 40.3%，其中单四季度毛利率为 43.2%。全年归属于母公司股东净利润 9.24 亿元，同比增长 17.85%；归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润 8.48 亿元，同比增长 34.17%，均创历史新高。

2024 年一季度营业收入为 15.83 亿元，同比增长 5.35%，归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润 1.04 亿元，同比增长 36.88%。

**2. 请问公司 2023 年拟分红政策如何？未来分红政策如何？**

答：公司重视股东回报，2023 年度进一步提高现金分红水平，拟向全体股东每 10 股派发现金红利 8.5 元（含税）。

未来公司将继续在经营发展及股东回报上不断努力，保持稳健的分红政策，与广大股东共同分享公司长期发展带来的成果。

**3. 公司线下家居业务取得较好增长背后的原因？**

答：公司家居业务中，零售、流通渠道均实现了较好增长。其中，零售渠道不断升级产品与解决方案，持续优化终端门店形象与体验，升级全屋智能照明体验馆与专区；同时优化、升级产品品类布局；聚焦全国核心标杆门店的赋能，开展多元化主动营销方式，拉动了相关业务快速增长。

流通渠道受益于持续提升网点覆盖，2023 年末开拓网点超 11 万家；同时以优质的产品组合、有效的终端助销物料投放，打造终端标准形象，提升品牌在流通渠道的市场影响力。

#### **4. 请问公司新品有哪些技术亮点？**

答：公司聚焦战略规划，进行产品技术投入与新品发布。2023年公司研发费用率 5.4%，持续打造更贴近用户需求的产品，在主灯、无主灯、浴霸、移动单品等品类上陆续推出新品。其中，在报告期内，公司将软件算法应用于智慧照明，自主研发并迭代了 SDL (Software Defined Lighting, 软件定义光) ——智慧光谱技术，实现和自然光相仿的对人体生理节律调节效果；护眼灯领域推出小灯塔系列博睿护眼灯，与传统护眼灯相比，光效柔和，采用“欧普清澈光”更护眼；直流变频浴霸技术，核心送风模块尺寸更小，嵌入更便捷，同时精确控温，沐浴更舒适。

#### **5. 公司 2024 年各渠道业务规划？**

答：公司将持续提升渠道竞争力：（1）零售渠道围绕消费者需求，持续升级门店体验，赋能终端全域获客与标准化运营能力；（2）流通渠道将不断开拓网点，同时提高网点单店产出；（3）商照聚焦头部项目拓展，对重点细分行业如商业连锁、办公、工业等持续投入，提升市场份额；（4）电商渠道补齐线上中高端产品线，持续挖掘增长机会；（5）海外渠道持续开拓工业、商业照明业务，建立自身智能解决方案能力，并赋能经销商。

#### **6. 2023 年公司销售费用率提升的原因？未来投放方向？**

答：销售费用率提升主要是围绕线上、线下业务的营销资源投入，终端建设和店铺竞争力提升等投入。2024 年，公司资源投放方向将继续聚焦赋能门店运营能力，升级门店形象等方面。

#### **7. 为何公司交易性金融资产减少、货币资金增加？**

答：公司理财产品投资减少主要是因为市场环境变化，基于稳健

	性考虑，转向固定收益存款等，注重流动性和风险管控。
<b>附件清单</b>	无