

证券代码：300296

证券简称：利亚德

利亚德光电股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2024-11

投资者关系活动类别	<input checked="" type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 现场参观 <input checked="" type="checkbox"/> 其他（ <u>电话会议</u> ） <input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 路演活动
参与单位名称及人员姓名	韩杨 首创证券 王潇麟 乐雪资本
时间	2024年4月29日 14:30-15:30
地点	会议室
上市公司接待人员姓名	李楠楠 董事会秘书兼副总经理 刘阳 证券部副经理
投资者关系活动主要内容介绍	<p>本次调研以现场会议的方式举行，交流中，董秘李总介绍了公司的情况并回复了投资者的提问，主要内容如下：</p> <p>一、2023年业绩回顾</p> <p>1、国内市场分析</p> <p>2023年，公司对国内需求预测偏乐观，国内渠道业务增长未达预期，渠道业务订单下滑超过30%，公司实现营业收入76.15亿元，未达预期较上年同期下降6.61%；归属于母公司的净利润28,571.08万元，比上年同期增加1.60%。</p> <p>由于2023年国内渠道业绩下滑，智能显示2023年营业收入较2021-2022有所下降，略高于2019年营收水平；但随着公司重回主业的战略引导，智能显示营收比重稳定在85%；2023年上游原材料多次涨价，公司稳定住毛利率水平，比2022年有所提高。</p> <p>2023年工程市场（直销和渠道工程商所处）的显示屏产品替换周期</p>

拉长，1-2 季度增长符合预期， 3-4 季度出现旺季不旺的情景，尤其是 4 季度还略有回落。

2023 年渠道市场（渠道批发商所处）需求下滑，二季度开始多家封装企业上调价格，出现了去中间化的趋势。

报告期，直销服务的中高端市场营业收入较上年同期略有增长，渠道服务的中端及下沉市场需求下滑，营业收入较上年同期下降幅度较大，收入占比近三年最低。

报告期，面对上游供应链多次涨价，渠道业务受影响较大，毛利率较上年同期下滑 10 个百分点，主要是利亚德品牌渠道产品下滑引发；直销业务毛利率受影响较小，毛利率还提高了 2 个百分点，甚至超过了 2021 年。

基于国内经济环境的特点以及行业去中间化的趋势，利亚德从去年 11 月份开始探讨直销和渠道业务融合的发展策略，用了大约一个季度的时间确定了公司整体的方向，将直渠融合方案陆续落地下来，从中央集权控制的直销渠道双市场运营，向以省级分公司为考核单位，下放市场拓展权力，促进区域业务高速发展。

所以 2024 年对于利亚德来说，国内市场是一个比较大的挑战，我们要用一种新的营销方案去做市场拓展，预计二季度往后会看到新的方式所带来的成效。

2、境外市场结构分析

欧洲地区，公司以平达公司品牌经营，面对中高端客户群体，近三年收入、毛利率变化不大，报告期，收入增长 9%，欧洲由于以工厂收入为主，故毛利率低于其他境外地区。

北美地区，公司以平达公司品牌经营，面对中高端客户群体；2022 年，市场需求迅速恢复，积累订单落地，收入较上年同期增长 28.03%，由于原材料囤货价格原因，毛利率下滑 3.68 个百分点；2023 年，由于 2022 年增加基数较大，较去年同期收入下滑 15.76%，北美地区进入了正常增长轨迹，较 2021 年增长 8%，毛利率恢复，甚至高于 2021 年毛利率水平。

亚非拉地区，多品牌经营，以中端及下沉市场客户为主，伴随着 2021 年开始的市场需求爆发，公司持续在该地区加大产品、团队、市场等方面投入，2023 年营收占比达到海外智能显示收入总额的 27%，且营收连续两年保持 30%以上增长，毛利率持续提升，是境外毛利率水平最高的区域。

二、2024 年展望

2024 年会有一些新的市场机会释放出来。公司在 4 月 17 日举办了合作伙伴大会，对外发布了 2024 年的发展战略，具体来说：

1、继续技术引领，发展新质生产力。随着 Micro LED 技术日渐成熟，成本大幅下降，Micro LED 产品已经从高端应用下沉至常规小间距需求领域，性价比急速提升，市场规模迅速放大。2024 年，利亚德持续深耕极具竞争力的高阶 Micro LED MIP 产品，并迅速扩产（厦门新建 MIP 产线），继续引领 Micro LED 的技术创新和市场大规模应用，实现 Micro LED(MIP、COB)业务持续高增长。

2、深化全球布局，实行双品牌战略。持续加大海外市场投入，实行双品牌战略，以平达（Planar）品牌继续扩大高端显示市场，以利亚德（Leyard）品牌扩大发达国家中端和经济型市场；继续扩充亚非拉市场的人员并加大市场拓展投入，扩产斯洛伐克工厂以形成对美欧市场产品的支撑，启动沙特合资工厂建设，三年内逐步实现利亚德国内国际业务均衡的目标。

3、全面生态共建，加速直渠融合，迎接生态合作新时代。继续加强并扩大各业务板块与合作伙伴的合作深度、广度、力度，共建生态；实施直销渠道融合发展，扩大区域业务，统一调度和协调省内集团各种业务和资源，加大授权、培训和独立核算，形成合力。

4、加强企业数字化升级，全面提升管理效率。加强企业生产、管理数字化升级，优化管理流程及薪酬体系，严控成本费用，提升管理效率，清理亏损企业，实现全年盈利目标

5、全面推进文旅夜游业务和 AI 空间计算创新业态的发展。以 AI 空

间计算技术创新，打造更多具有创新性和竞争力的文旅产品，为旅游产业的繁荣发展注入新的动力。

投资者提问：

1、去年国内智能显示板块业绩未达预期主要因为国内渠道业务下滑，大概是什么原因？今年这块会怎么样？

答：去年渠道市场有两个特点，一个是我们上游供应商陆续涨价，第二是市场景气度不是特别好，渠道主要面对的是中低端市场，需求复苏要慢一点；第三是渠道纯批发的模式下，毛利空间不断被压缩，市场出现去中间化趋势。综合这些原因最终导致国内渠道业务大幅下滑。面对这样的市场情况，我们提出了“直渠融合”的策略，希望通过新的营销模式壮大区域业务能力，同时与合作伙伴深度合作，为客户提供更及时有效的服务。

2、如何看待 MIP 和 COB 两条技术路径？

答：越来越多的显示屏厂商均在布局 Micro LED，目前能实现 Micro LED 量产的工艺路径主要是 MIP 和 COB 两种方式。利亚德一直以来主推的是 MIP 方式，因为我们发现当芯片尺寸逐渐变小后，MIP 方式的成本下降趋势变明显，而 LED 行业有个特点就是随着产品成本的下降，性价比的提升，市场空间会不断拓展开，所以到目前，我们仍然认为 MIP 未来发展空间会更大，MIP 适用更小的芯片，减小间距和降低成本的空间更大。但同时我们也看的 COB 方式 2023 年很多公司做了大规模产能投入，对原来 SMD 的 1.25mm 间距的小间距产品进行了大规模的替代。所以在一段时间内，两种方式会同时存在。

所以 2024 年在 Micro 方向上，P1.0 以下 Micro LED 显示产品，公司将采用 MIP 封装结构，同时推进高阶 MIP; P1.25 和 P0.9Micro LED 显示产品，通过自产和 OEM 方式采用 COB 封装结构，推出 COB 产品和量子点 COB 产品。

	<p>3、海外这边公司有什么样的预期？</p> <p>答：海外今年机会比较多，首先亚非拉市场我们继续扩充人员并加大市场拓展投入，力争保持高增长；其次对于欧洲地区，原来这块市场基数不高，今年我们也加大拓展力度，根据客户需求针对性开发产品，继续扩产斯洛伐克工厂，以形成对美欧市场产品的支撑；然后北美地区，原来我们是用 planar 品牌在做欧美市场的辐射，其中大部分在北美地区，但 planar 定位以中高端市场为主，自 2023 年下半年开始北美中端下沉市场的需求陆续出现，所以我们将 2024 年采用“双品牌”策略，以 Planar 品牌继续扩大高端显示市场，以利亚德 Leyard 品牌扩大中端和下沉市场。通过上述策略，逐步提升公司海外业务占比，实现国内国外业务均衡发展。</p> <p>4、北美地区客户主要是什么场景？</p> <p>答：下游跟国内差不多，也是监控指挥调度为主，然后也有一些大型的企业客户，现在是有越来越多的企业端的需求在出现。</p> <p>活动过程中，公司人员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	2024 年 4 月 29 日