

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：2020-011

| | |
|------------------|--|
| 投资者关系活动类别 | <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 type="checkbox"/> 利润说明会 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 路演活动 <input type="checkbox"/> 现场参观 <input checked="" type="checkbox"/> 其他（电话会议） |
| 参与单位名称 | 彭雾 广发证券发展研究中心 刘寻峰 北京鼎萨投资有限公司 钟昕 仁桥（北京）资产管理有限公司 房至德 中信证券股份有限公司 陈蒙 西部利得基金管理公司 董丰侨 Prudence Investment Management (Hong Kong) Limited 方圆基金管理(香港) 陈启航 生命保险资产管理有限公司 吴若宗 淳厚基金管理有限公司 崔文涛 广发证券发展研究中心 赵文 华能贵诚信托有限公司 徐斌毅 天治基金管理有限公司 王勃 平安资本有限责任公司 俞忠华 上海原点资产管理有限公司 周紫光 中信建投基金管理有限公司 郭斐 交银施罗德基金管理有限公司 黄抒帆 上海铭大实业（集团）有限公司 王莉 上海盘京投资管理中心（有限合伙） 武苇杭 中银基金管理有限公司 |

| | |
|---------------|--|
| | <p>杜建韬 进门财经</p> <p>吴悠 嘉实基金管理有限公司</p> <p>刘宏毅 华润元大基金管理有限公司</p> <p>张恒 深圳市裕晋投资有限公司</p> <p>卢华权 中信证券股份有限公司</p> <p>俞海海 三亚鸿盛资产管理有限公司</p> <p>耿正 广发证券发展研究中心</p> |
| 时间 | 2020年10月27日 19:00-20:00 |
| 地点 | 电话会议 |
| 上市公司接待人员姓名 | 投资者关系总监 廖广南、证券投资总监 邓凯君、证券事务代表 陈偲、行业专家 徐正光 |
| 投资者关系活动主要内容介绍 | <p>本次投资者关系活动以电话会议交流的方式进行，接待人员与投资者进行了沟通交流，主要内容如下：</p> <p>一、2020年三季度经营情况介绍</p> <p>2020年是一个多变的年份，新型冠状病毒的疫情席卷全球，给人类带来了前所未有的挑战。国内、国外的各行各业经历着巨大的变化。中美之间既竞争又联系的政治经济关系牵动全球各方的眼球。LED行业在这样的宏观经济和世界格局变革的背景下，也受到一定程度的影响。国内业务在经历上半年的疫情后，防控局势取得基本胜利，行业从第三季度开始出现回暖的迹象，显示市场持续回暖。2020年9月公司创单月订单纪录的新高。本次疫情也使得一些行业，例如城市公共服务、基层社会治理、城市应急管理的数字化变革需求变得异常强烈。远程会议、远程教育、虚拟影像制作等新领域出现异常高速的发展。随着国内疫情走向终结，LED显示做为数字可视化和智慧交互的核心终端必将迎来爆发。进一步来说，我国新基建对LED显示和照明行业的提振，以及国家“促消费，扩内需”的政策落实，必将激发商业新零售、夜间经济、文旅产业、互动式体验消费等多场景的巨大需求。</p> |

同时，虽然海外市场今年由于疫情的起伏和变化，销售规模较之去年有明显的变化。不过，从历史经验来看，LED 的行业需求趋势并没有改变。因为疫情的原因而压抑的需求，必将在不远的将来的某一段时间爆发出来。

由此，公司坚持原有的产品、技术、销售等核心竞争力，继续加大投入研发和技术，特别是 Mini LED 产品，形成稳定的各项技术和 Umini 产品系列。在实现 P0.9, P0.7, P0.5 等产品的基础上，力争年底 P0.3 及以下尺寸产品能够投放市场。销售上，公司推出星火+燎原计划，携手伙伴，共同营造健康的行业发展；在产品上，提出产品+服务的理念，开拓和巩固市场提供助力。

从经营结果和财务数据上来看，截至 2020 年 9 月 30 日，公司总资产和净资产继续增加，不断提升股东的权益和价值。本报告期归属上市公司股东的净资产达到 34.6 亿，同比增加 16.63%。销售收入单季达到 12.99 亿，在今年疫情影响整个行业和去年同期基数较高的双重不利的情况下，同比变化差距不大。归属上市公司股东的净利润三季度达到人民币 7455 万，较上半年两个季度累计净利润之和相当，扣非净利润三季度单季甚至超过上半年两个季度总和，基本扭转因为疫情和行业调整给公司带来的不利局面。三季度经营活动产生的现金流净额达到 1.69 亿元，比去年同期仅仅减少 1%左右。公司业绩明显出现拐点。反而是，人民币升值对于公司的业绩产生了一定的影响。我们预计随着美国大选结果的逐步明朗，中美贸易关系的逐步缓和，人民币将结束今年上半年以来的单边升值过程。期望人民币汇率的波动对公司的业绩影响也将回归到比较合理的水平。

同时，公司积极实现回笼资金，降低应收款。截至 3 季度报告期末，应收类资产显著降低。

公司财务数据变化的主要项中，对于未来业绩具有显著影

响的几个数据中预付账款增加显著，研发支出较上年同期大幅增加——同比研发占销售收入的比重提高 30%左右。预付账款的增加主要是由于公司增加预付供应商货款，增加备货和提货，为市场需求的增加做准备，研发支出的增加主要是投入 Mini LED 等高端产品和未来主要需求的产品、技术、工艺的储备。

公司在第三季度扭转了上半年不利的经营情况，各项指标明显好转，利润、收入、经营性现金流净额等各项重要财务指标达到甚至超过上半年两个季度的经营之和。2020 年 9 月订单数更是达到历史单月最高纪录，为第四季度和 2021 年的业绩奠定扎实的基础。同时，公司产线利用率明显高于上半年，随着公司销售收入和上年同期保持相当的水平，产能利用率进一步提高，新增产能布局明年的 Mini LED 等新产品的订单需求和销售新高度而配备相应的智能化制造产能显得极为迫切。

为建设智能化新产能布局的公司本次再融资项目如预期进展。公司于 9 月底公告收到深圳证券交易所上市审核中心出具的《关于深圳市洲明科技股份有限公司申请向特定对象发行股票的审核中心意见告知函》。公司将择机完成本次非公开发行的工作，为公司未来三年的增长提供有力的支持。

二、投资者交流环节

1、公司在后续的 Mini LED 显示市场将如何布局？

答复：公司非常重视发展 Mini LED 业务，目标是将 Mini LED 显示屏产品打造成为公司未来的明星业务，将充分运用自身深耕小间距 LED 显示多年的行业经验、技术优势、渠道布局进一步提升公司在全球市场份额。公司对 Mini LED 的布局是从产品创新研发、制造、营销等多维度全面布局。

(1) 研发布局

洲明始终重视研发，作为行业引领者，公司已经积累起雄厚的技术积淀，特别是 Mini LED 产品的研发持续大力投入。

多年来，洲明在 Mini LED 领域研发人员和费用投入始终处于行业领先水平，研发费用持续增长。

（2）生产制造布局

洲明十分重视提升智能制造能力。洲明除深圳福永总部外，还拥有深圳坪山、惠州大亚湾两大 LED 智能制造基地。

目前，洲明拥有数量众多的 Mini LED 显示设备智能化生产线，无论是设备数量，还是现代化、规模化、标准化水平均处于行业领先地位，可实现洲明 Mini LED 显示全系列产品量产。

根据规划，洲明将陆续投入大量资金用于惠州大亚湾产业基地升级，并在福永总部与大亚湾基地新增数条 Mini LED 显示智能化产线。

公司也将充分利用资本市场发展 Mini LED 产业。Mini LED 产能布局规划与传统 LED 产品不同，需重新规划布局，除现有 Mini LED 的生产线外，公司定增方案中募集的近 50% 的资金会投向 Mini LED 领域的设备。

（3）营销体系建设

洲明的营销服务网络已覆盖全球 160 多个国家和地区，拥有 3000 余个营销渠道和服务网点，并设立美国、俄罗斯、英国、澳大利亚、日本等 15 家海外分子公司及办事处，国庆阅兵庆典、奥运会、世博会、世界杯、两会都能看到洲明的产品。

（4）产品体系建设

洲明大力促进 Mini LED 显示的产业化发展与全面应用，迅速响应市场需求变化。从 2017 年推出第一款量产 Mini LED 显示产品，到今天的第四代 UMini，洲明始终引领着 Mini LED 显示的技术与产品革新。

总体来说，公司在研发、制造和营销共同发力，同时利用资本市场赋能，产品创新上积极做行业的引领者，目前在各大项目案例中也获得大客户们的积极反馈。

关于 LED、LCD、Mini LED、Micro LED 市场上比较关

注，我们也做个简单的解释：

LED 即发光二极管，LED 显示屏使用的是主动发光技术，而手机、电脑、电视等产品使用 LCD 液晶显示面板技术，非 LED 主动发光形成的显示产品。随着 LED 显示技术的发展，以半导体技术为生产工艺的 Mini LED、Micro LED 将是我们终极显示的产品方向，Mini LED 也是在这样的趋势下发生发展出来的产品。目前在讲的苹果产品系以 Mini 相关技术为基础的背光显示技术，其本质仍为背光显示。公司所做的产品是以 LED 灯为像素来直接发生延展图像、让人类可以直接看见的直接显示产品。目前 LED 直显主要用于 100 寸以上的屏幕，但随着未来显示间距的不断微缩化，Mini LED 将最终走进终端显示——家庭等显示场景都有可能被 Mini LED 直显替代，也缘于 LED 产品比 LCD 在功耗、显示饱和度、色彩、动态脱敏等等各方面性能更具有优势。

公司将是未来主动显示的主要领导者，公司不仅在产品技术、生产制造等各方面已有领先优势，同时在算法、工艺、功耗等多方面有长期储备，包括已获得国家科学技术一等奖项目也是跟 Mini LED 有相关的重要技术壁垒，因此在 Mini LED 布局上公司具有自己核心技术能力、核心产品能力、渠道能力，这是洲明过去核心竞争力，也会是我们未来的核心竞争力。

2、如何利用原有小间距资源和自身优势扩展 Mini LED 板块？

答复：Mini LED 和小间距是传承的关系，是小间距的微缩化产品，对小间距不仅仅是替代关系，Mini LED 会有更多新场景出现，有更大更广阔的应用市场空间。

Mini LED 技术区别是去封装化，性能上是实现更好分辨率和显示效果，公司在小间距市场已经累积较强的技术和市场沉淀，这些都可以延用在 Mini LED 领域。

客户层面对我们的技术能力和产品性能也是充分肯定，即

便在今年疫情的影响下，公司 Mini LED 依旧保持较高增速，同时带动小间距的增长和结构改善，是满足客户不断升级的显示需求的产品呈现。

3、公司如何看 Mini LED 市场空间、竞争格局？具体落到公司能做什么不一样的产品？

答复：我们认为 Mini LED 市场空间非常大，核心驱动因素是时代进步带来消费升级，5G 时代就是视频、影像的时代，屏幕会变成贯穿日常的必需品；除了对原有传统的 LED 显示产品的更新需求外，各行各业都希望通过视频，影像、动画来实现体验和消费的升级，应用场景无处不在。无论是大型会议、远程办公、网络教育这些传统的数字化更新的场景，还是电竞、娱乐、短视频、网络直播、虚拟拍摄、电影制作等新场景都有巨大的需求。

随着产品销量的增加，Mini LED 显示作为类半导体产品，同一款产品的销售价格和成本都会同步下降，Mini LED 使同样尺寸的产品可以比之前做的越来越小，而分辨率反而提高、对比度显著提高、功耗小、能效高等，开启了替代大屏电视、投影等传统显示产品的新机会、新需求。Mini LED 做为技术和行业的发展的趋势，无处不在。

4、定期报告披露公司 3 季度整体下滑，能否介绍下其中海外订单影响情况。

答复：海外市场虽较去年同比虽有一些下降，但环比有所上升。我们相信随着疫苗问世及疫情防控常态化，疫情的影响还是会逐步淡化，短期波动不影响长期趋势。此外，现在海外还有虚拟制作 XR、体育赛事等等新兴活跃的需求出现。一旦疫情有所好转，海外会出现国内市场的反弹和爆发。洲明要做全球领军的 LED 视显解决方案供应商，我们不会撤出海外市场，相反我们加强与客户、供应商的合作，前

几年在海外本地化的投入、本地化团队的建设在疫情期间起到重要作用，一些行业数据显示洲明的海外市占率反而快速提升。我们要做好布局，疫情期间苦练内功，转危为机，在一些小企业出清的过程中体现龙头实力！

5、介绍一下目前 Mini LED 营收规模、成本在小间距产品中是什么位置及未来的降价节奏？

答复：业务数据和财务数据以公告为准，去年 Mini LED 有约 1 亿元收入，今年 1~3 季度较去年同期有大幅的增长。现在的 Mini LED 刚起步，从公司订单情况看，市场需求非常旺盛，公司拿下了一系列重要行业、重要领域、重要客户的标杆性项目，为公司扩大市场影响力、导入更多需求打下了坚实的基础。目前市场价格 Mini LED 是小间距产品数倍的水平。

6、海康在渠道和软件优势明显，那我们对比海康会有什么优势吗？我们的销售模式是经销还是直销？

答复：无论海康或其他业内的友商和我们都既是竞争也是合作的关系。LED 行业经过多年沉淀，龙头企业的效应还是明显体现出来了。在疫情期间，无论是从财务数据还是市场占有率数据看，我们发现在疫情期间已经有些中小企业正在逐步出清。

LED 显示行业产业链是从上游供应到生产制造、售前售后非常系统的供应体系。海康在整体解决方案的应用、以及监控业务产品配套方面有一定积累，在特定行业的渠道渗透从省级、市级、县级也很全面，我们认为它确实在特定领域有自己的行业优势。但洲明更擅长于做产品，在工艺、技术、终端应用客户方面有更加深厚的专业积累和品牌效应。在更多的专显市场，比如疫情之后的应急指挥中心、疾控中心到成熟的大数据中心，这些需求我们认为在每一个应用领域客户需求都是不一样的。作为一个专注 LED 显示的公司，

我们从前端产品设计到解决方案有一个长期的积淀。此外，除了专显市场还有更大的商显市场，公司无论是在海外渠道的布局，还是我们在全中国现在正在推行的星火、燎原计划，都是优先于同行业在做渠道下沉，这是我们在营销体系上的长期积淀，所以我这个行业看起来要进来容易，但是要把它做精做细，并且每个细分行业能够做到龙头是需要长时间积淀。

7、如何看待友商跟上游深度绑定，我们有没有和芯片厂探讨合作？

答复：LED 产业链包括上游提供晶圆、中游企业做封装、下游做产品。公司产品技术路径包括 SMT、COB、IMD，甚至 CSP，我们会立足应用端。

和上游深度绑定是很好的合作方式，我们也采取和一些上游供应厂商合作的方式。但是公司从目前的经营策略不会去涉及前端的晶圆制造阶段，更多是做好本职工作，主要落在应用端、产品技术端。

8、未来 Mini LED 每平米的成本和售价大概是什么水平？

答复：关于价格，通常认为 Mini LED 一定比小间距贵，实际并非如此，LED 屏对灯的要求比较高，不同显示效果的灯的价格也截然不同。从价格趋势上来说，Mini LED 会受的产品升级迭代和量产、竞争等多方面因素影响产品单价下降。如果只是做硬件厂商，未来会进入激烈的价格竞争，因此公司也会通过硬件结合系统平台捆绑的模式来提高产品的内在价值。

电话会议沟通过程中，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 | 2020年10月28日 |