

	林璟	华福证券股份有限公司（自营）
	郭强	Hel Ved Capital
	王晓强	易知（北京）投资有限责任公司
	卢尧之	明河投资
	马慧伶	银华基金
	吕伟志	景泰利兴资产管理有限公司
	李翔	乾璐投资
	王棋	三鑫资产
	秦健丽	青岛朋元资产管理有限公司
	趣时资产	趣时资产
	刘迪	东证融汇证券资产管理有限公司
	冉世林	中信期货
	张姣	复霈投资
	高世镐	青骊投资
	衡攀宇	南华基金
	李惠	东财基金
	张誉宁	海南华银天夏私募基金
	严艺鸣	长江资管
	陈晓晨	凯石基金
	汤逸纯 Mark	PAG/Polymer
	黄皓	九泰基金
	黎晓楠	混沌投资
	丁晨霞	睿郡资产
	孙金成	民生加银
	李昂	东海基金
	甘静芸	博时基金
	毛龙飞	沙钢投资
	刘文婷	中山自营
	刘玮奇	浙商资管
	翟秀华	兴证全球
	李时樟	世纪证券自营
	金豪	浙商自营

陈祥辉	德邦资管
罗娟	恒升基金
忻子焕	中航信托股份有限公司
李延峥	富荣基金
王佳佳	长城基金
周武	华夏久盈
刘鹏翔	光大证券权益投资交易部
董丰侨	Prudence
夏嘉鑫	东方财富证券
Fiona 刘馨竹	路博迈 Neuberger Berman
边悠	明亚基金
冯东东	朴石投资
唐谷军	北京东方睿石投资管理有限公司
杨渝	弥远投资
童松	长江自营
王棋	三鑫资产
周晓东	汇泉
Devin 候	Willing Cap
郭昀松	中银基金
陈扬	方正自营
尹世君	睿远基金
胡金戈	Octorivers
吴佩苇	西部自营
Clarie 曹	SPQ Cap
刘强	国君资管
孙颖	乾璐投资
龙铮	惠理基金
魏晓雪	路博迈公募
薛溥天	山西证券资管
金彦	东证衍生品自营
彭翔远	东吴自营
李冠頔	融通基金

	姚铁睿 许运凯 陆莎莎 1 邱天 崔建波 乔敏 翁晋翀 章孝林 程亦涵 陈浩然 黄志豪 张翔 李荣庆 颜敏浩 徐博 章勇佳 李琦 汤权银 罗立晨 李佳勋	坚果投资 浙商自营 中银证券资管 天风资管 方正富邦 永赢基金 浙商自营 爱建自营 建信信托 云禧基金 睿璞投资 西部利得 中泰自营 筌筌资产 中信建投资管 深圳市惠富私募证券投资基金管理 财通证券 广银理财 人保资产 中银基金
时间	2023 年 3 月 1 日 15:00-16:00	
地点	利亚德会议室	
上市公司 接待人员 姓名	李楠楠 刘阳	董事会秘书兼副总经理 证券部副经理
投资者关 系活动主 要内容介 绍	<p>本次调研以电话会议的方式举行，交流中，董秘李总介绍了公司情况并回答了投资者的提问。具体内容如下：</p> <p>一、市场行情分析</p> <p>2022 年的业绩预告发完了，结合过去这一两年的情况，和公司对于 2023 年及往后的规划，我来给大家做一个汇报。</p>	

疫情三年 LED 行业需求出现了下滑或萎缩，但 2021 年属于比较特殊的一年，需求非常旺盛，甚至还出现了上游原材料供不应求，大幅涨价的情况。对此我们也做了一些分析，除了是因为 20 年的疫情恢复所带来的需求回暖之外，我们认为两个行业内的原因才是带动了这轮 LED 需求大增的根本原因：

一个原因就是在于新技术和新产品的出现。比如 2020 年底利亚德和台湾富采集团成立了 Micro LED 量产基地，21 年上市销售，Micro LED 其实不只是一款新产品，更是将来会改变 LED 显示领域的一个新兴技术，实现量产是技术上的一个突破。未来 Micro 的成长空间，我们把它定义为人眼需要看到的显示，大部分都会用 Micro 来做。但是它需要更多的 Micro 产业链产品和技术的成熟，然后以及某些原材料的替代，所以才会有 COB、COG 等这些不同的工艺结构出现。2021 年利亚德推出 MIP 后，行业里面也出现了 COB 的产品，它也是突破了原有的 SMT 的产品结构。不管是 MIP 还是 COB 这两种工艺一旦成熟，不仅能把原有 LED 产品的性能指标大幅提升，同时对于产品的稳定性和降本都有一个很好的预期在里面。所以 21 年基于这样的预期也带动了市场对于 LED 行业的关注。

第二个原因是在 LED 显示产品里占比最高的小间距，到 21 年经过了 10 年产品技术的更新迭代，已经达到了性价比最优的时点。大家会看到，以往小间距 LED 更多是应用于政府的机关，但是现在小间距大屏已经成为很通用的或常见的一款显示产品，除了家用目前还没有大批量进入之外，商用领域除了政府机构、大型企业外，包括像舞台，商业零售用户都开始使用 LED 来做展示，它的功能性和产品的多样性也出现了很多变化。我们认为 21 年市场大规模的需求也是因为 LED 本身的这个特性所带来的。

但是 22 年这个行业不管是上游中游还是我们下游的公司，确实受环境变化的影响需求没有办法释放出来，所以在对前两年的情况做了分析后我们认为：在疫情稳定，整个经济环境逐步恢复之后，2021 年所代表的行业特性的东西在 23 年及往后会陆续的释放出来，所以我们也是从 2023 年这个春节回来之后，一方面看到了市场的一些变化，因为从订单

量上也会看到一些新的机会，然后也看到这个行业里面，新的成熟的产品都会有不同的一些展现。所以 2023 年我们对整个行业和公司尤其是代表未来趋势的 Micro 产品是有比较好的一个预期在里边的，这是我们整体的一个情况。

二、公司未来规划

2023 年利亚德从三个角度给自己做了计划。

1、从业绩角度：

利亚德希望今年能够突破百亿营收。公司上市有 11 年的时间，营收百亿一直是我们的一个目标。所以今年，在市场环境稳定，正常发挥的情况下，我们希望营收上能够实现百亿目标，同时净利率水平能够回归到正常，因为 2022 年文旅夜游板块出现大额的亏损，导致我们净利率也比较低，我们也希望今年这个板块不再亏损，那么整个集团的综合净利率也会有所提升。

2、从技术角度：

Micro 的产品去年虽然市场行情和需求不好，但是利亚德在 Micro 的降本上还是取得了阶段性的进展。公司从 2020 年底推出 Micro 之后，一直是定位在间距 0.4-0.9mm，采用的是 Nin1 的方式，优势很明显但当时的成本售价相对来说也比较高，所以只能定位在一些高端的客户。这两年 Micro 虽然也取得了一定规模的业绩，但更大的突破是我们在降本上达到了一个新的阶段。去年六月份我们全球发布了 Micro LED 黑钻系列产品，一方面将 Micro 的间距扩展到了 1.8mm，渗透到了现在小间距产品的领域范围内，同时，在成本上，黑钻系列达到了小间距金线灯的价格基准。另外，黑钻系列在亮度、对比度、稳定性等各项产品性能指标有大幅度的提升，同时通过我们研发的 ASIC 芯片还能够在节能方面的有 40%-50% 的下降，这样一款产品它未来的需求将会更加明显，应用的领域也会更多。所以 2023 年对我们来说，降本仍然是最主要的一个经营策略。Micro LED 以及现在整个 LED 行业会有一个趋势，就是产业链的联动和大企业之间的合作会越来越多。利亚德在推出 Micro 的时候是跟富采集

团通过合资的形式在做，未来能够大规模的应用的话，一定是多家企业集团把整个产业链打通，从芯片端到 MIP 封装模组端以及下游的应用端一起联动起来。小间距产品经过这十年的发展，相对来说高端一点的产品用到的都是金线灯，那我们黑钻系列目前的成本和售价已经可以与金线灯的小间距对标，下一步的目标是继续做降本投入。为此，我们对利晶的产能做了扩产的规划，逐季度释放产能，计划到年底实现翻倍。同时在研发上往两个方向去做投入，一方面就是沿着降本和提高良率的方向，使得 Micro 能覆盖更多的小间距产品，另一方面是把间距做到更小为进入到更小屏幕的应用范围做储备。

3、从业务角度

智能显示板块：因为去年国内需求被压制得更明显，所以我们觉得今年国内显示的增速会更快一点。一般一季度是淡季，我们目前能看到的是国内直销订单量跟去年同期比是有一定比例提升的，直销团队今年在做计划的时候也相对来说比较乐观。国内渠道从目前订单量来看还没有到大量出现的时间点，预计到三月底相对来说会有比较确定的迹象，但整体来说预期还是比较乐观的。海外业务欧美市场受经济下滑预期的影响可能增速会稍微弱一点。亚非拉市场是利亚德 2022 年新组建的团队，市场规划、产品研发等都做了针对性开发，去年亚非拉的增速相对不错，今年对亚非拉团队定的目标也是在 30%以上，所以整个显示板块将仍然是我们今年实现百亿营收目标最主要的贡献力量。

文旅夜游板块：去年应该是我们这些年做文旅夜游业务营收的最低点。今年以来我们得到的反馈是说文旅夜游已经开始从原来的城市亮化向夜间消费的项目去转型，因为政府也想通过这种文旅项目带动消费投入，那相对来说这种项目资金的融资渠道也会更通畅一些。我们旗下很多相关的子公司今年遇到的这种政府的需求要比往年都多一点。所以我们今年给文旅夜游板块定的目标是提高盈利水平，从而保障全集团综合的净利率水平。

虚拟现实板块：利亚德的虚拟现实业务一直是依托于我们收购的美国 NP 公司的光学动作捕捉技术，NP 的营收模式以对外销售软件和硬件

为主，我们收来之后主要在做国内市场的开发，同时也是在做行业的解决方案。过去这两年随着元宇宙概念的提出，各行各业都在提元宇宙的探索，所以在做行业解决方案渗透的时候，我们就有了很多的市场机会，因为我们旗下的子公司不只是做虚拟现实的公司，包括很多显示板块、创意板块或者旅游业务的板块的项目陆续都会涉及到元宇宙的元素，因此 2023 年我们对这块业务有了新的规划，就是把旗下相关业务都整合到虚拟动点的业务范围内，这样一是可以帮助旗下的公司去做解决方案的支撑，二是希望能够在数字资产或者数字人方面取得一些新的突破，通过资源整合形成合力去真正把元宇宙的一些项目和方案做出来。

三、投资者提问

1、公司显示业务采取了多个品牌的策略，这些品牌是怎么定位的？各自的差异性体现在哪？

答：目前显示产品在国内有两种销售模式，直销和渠道。直销产品用到的都是利亚德的品牌，因为我们直销的定义就不只是提供产品，更多是根据行业特点打造解决方案。渠道不管是利亚德的品牌还是金立翔的品牌我们之前是只提供产品的，也就是通过下游的渠道合作伙伴来做产品的大面积推广，但今年我们在渠道业务上可能会有一些突破，就是某一些产品也会用解决方案的方式渗透到终端，目前在做尝试，因为渠道如果只有产品的话它的客户黏性会差点。利亚德从 2018 年开始渠道业务，经销商经过几年的优胜劣汰相对来说已经比较稳定，所以我们也希望能更多地给渠道合作伙伴赋能。渠道有“利亚德”和“金立翔”两个品牌，利亚德品牌面对的客户一般集中在二线三线城市，不管是商业企业还是政府客户都会用稍高端一些的产品，然后金立翔品牌主要是对应下沉市场，比如县级市、地级市，客户对于成本的要求还是排在第一位，所以我们主推的产品也是性价比最高。海外市场，目前最大的品牌就是 Planar，也就是我们收购的美国平达公司，它主要面对欧美市场。2021 年开始，我们看到小间距已经可以进入到国内下沉市场，而亚非拉地区更大规模的客户都属于下沉市场，也就是说它对于成本的要求要稍高一

点，在这个市场上，我们会多个品牌同时去做，比如说中东、新加坡、日本等这些地区会用利亚德品牌去做，其他地区可能就会用到其他品牌如 Lemass 去做，但海外不管是欧美还是亚非拉，目前多以渠道的销售模式为主

2、解决方案公司现在有一些布局，那这块目前来针对于哪些应用产品，应用产品落地会是怎么样一个情况？

答：原来的解决方案主要是围绕行业特性来做产品，它的产品因为行业不同也会有差异。比如说军队行业，它对产品的结构、形态等要求都是比较固化的。我们现在提到的解决方案，是配备相应的软件及控制甚至包括一些周边产品比如音频也会含在里面。所以相对来说，现在做解决方案加大了我们提供的产品范围。举一个比较明显的例子，冬奥会，除了大量的显示产品，现场的软件及控制都是由利亚德根据导演策划的方案来整体解决。那其他不同的领域里也都会有自己特殊的一些要求。

3、利亚德去年推出了一款 135 寸的会议一体机在京东上已经开始售卖了，这块公司的进步也蛮快的，所以想请教下室内 100 多寸的大屏显示要兴起，产品价格会在什么样的范围比较合理？比如说 135 寸的 P1.5 这个距离是不是就到了极限？

答：我们大部分的小间距产品用于室内，确实它的面积要更大一点，像 135 寸，162 寸这种尺寸在我们的营收比重里相对来说是比较少的，因为 led 做大屏成本优势要更明显。这两年我们推出来的会议产品，选用的是标准尺寸，比如说 108，135，以及 162 这几款尺寸也是根据会议室的大小，以及之前常用的形成规模的产品来推出的。不得不说，用 LED 来做会议室显示，尤其是中小型会议室，应该是 2020 年左右才开始的，然后这两年我们从行业的推广来看，LED 会议一体机的需求量是在上升的。就像您提到的，最开始大家可能考虑价格的问题，但是慢慢的我们看到需求上涨的原因，除了说小间距的这个价格在往下走之外，大家对于 LED 的应用已经开始有认可，比如说用 LED 的会议一体机，它在亮度，对比

	<p>度等方面会优于 LCD,要是中型或者偏大型的会议室都更会偏向于 LED 一体机,所以我觉得,现在这个情况在价格上应该相对来说比较稳定,但是 LED 确实有一点自己的问题就是稳定性比 LCD 稍差一点,因为它毕竟是一颗一颗灯构成的,在使用过程中受到暴力影响会有一些损伤,那就要求我们售后的服务要非常的及时。但是这两年, Micro 的工艺完全解决了产品稳定性的问题,那一旦我们的成本降到一定幅度,并且间距跨度到 1.8mm 再去做会议产品的的话,我觉得 LED 一体机未来的需求会逐步放量。</p> <p>4、想请您在具体介绍下 Vr 业务布局,以及 NP 公司经营情况?</p> <p>答: NP 公司主要集中是在做产品的更新换代,它的硬件和算法是它的核心竞争力,但在业务上没有做太多的延展,甚至包括它经销的模式,都是比较固定的。那利亚德一直是围绕着去打开中国市场对动捕产品的需求来开展业务,同时,想把我们的这个 VR 产品往下去做渗透。所以这两年,我们旗下有全资子公司专门是去做这个行业的解决方案的研发和推广,未来我们这块业务的趋势也是 NP 公司定位于硬件产品的提升,国内这部分的一方面做国内市场推广,同时做行业应用的落地。</p> <p>5、请您介绍下 Micro LED 的客户结构?</p> <p>答: Micro 的定位是替换掉大部分的小间距产品,应该会先从政府端启动,然后陆续的商业应用也会扩大,目前黑钻就是可以跨入到金线灯,金线灯确实在政府端的客户应用要多一点。所以目前的 Micro 国内以政府为主导,如果成本继续下降,那我想商业端的应用也就会带动起来了。</p> <p>接待过程中,公司接待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	2023 年 3 月 1 日