

## 深圳市联域光电股份有限公司

### 投资者关系活动记录表

编号：2024-018

<p>投资者关系活动类别</p>	<p><input checked="" 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"/> 业绩说明会  <input type="checkbox"/> 新闻发布会                               <input type="checkbox"/> 路演活动  <input type="checkbox"/> 现场参观  <input type="checkbox"/> 其他_____</p>
<p>活动参与人员</p>	<p>东北证券共 2 位</p>
<p>时间</p>	<p>2024 年 11 月 5 日</p>
<p>地点</p>	<p>公司会议室</p>
<p>形式</p>	<p>现场会议</p>
<p>上市公司接待人员姓名</p>	<p>1、董事会秘书、财务总监：李群艳女士                  2、证券事务代表：黄慧颖女士</p>
<p>投资者关系活动主要内容介绍</p>	<p style="text-align: center;"><b>一、简要介绍公司 2024 年前三季度业绩情况</b></p> <p>2024 年前三季度，公司实现营业收入 114,359.77 万元，同比增长 9.68%；实现归属于上市公司股东的净利润为 9,405.04 万元，同比减少 29.60%。</p> <p>从产品类型上看，公司户外工业照明产品仍是公司最主要的收入来源，公司营收的约 80%都来自户外工业产品，为公司核心产品线；从生产区域来看，越南生产基地贡献持续提升。</p> <p>公司前三季度净利润下降的原因涵盖多个方面。第一，公司在中山、越南拓展生产基地，产能扩张下前期运营成本增多，尤其是第三季度伴随着中山基地逐步试投产，制造费用明显增长；同时，为了提升公司的核心竞争力，公司加大了对优秀、高素质人才的招聘力度，提供了具有竞争力的薪酬待遇和培训资源，管理费用相</p>

应增加；另外，今年汇兑收益减少也导致公司财务费用相较去年同期有所增加。

未来，随着新产能的逐步释放和运营效率的提升，公司的盈利能力将得到改善。

## 二、问答环节

### 1、公司产品的销售模式？

答：公司主要以 ODM 模式进行销售，一方面公司根据客户提供的应用场景、产品规格、性能等具体要求，进行产品研发、设计和制造业务，另一方面公司也会根据自身市场调研能力，紧跟市场前沿需求为客户提供产品设计及产品方案。

### 2、公司 2024 年前三季度管理费用、财务费用增长明显的原因是？

答：公司 2024 年前三季度管理费用为 5,616.75 万元，较上年同期增加 2,332.88 万元，增长 71.04%，主要系为了提升公司的核心竞争力，公司加大了对优秀、高素质人才的招聘力度，提供了具有竞争力的薪酬待遇和培训资源，同时，中山主体建筑已经于去年年底转固，折旧费用等有所增加。公司 2024 年前三季度财务费用为 -985.75 万元，较上年同期增加 754.57 万元，增长 43.36%，主要系汇兑收益减少所致。

### 3、公司的研发投入情况？

答：公司始终坚持自主创新的战略，重视研发投入，保持高比例研发投入。2022 年、2023 年、2024 年 1-9 月，公司的研发投入分别为 5,527.81 万元、7,459.67 万元、6,296.94 万元，占当期营业收入的比例分别为 5.07%、5.40%、5.51%。

### 4、目前，客户的库存情况？临近西方的圣诞节以及中国的春节，客户是否会增加库存量？

答：目前，公司客户的库存处于正常、安全的水平。

一般来说，考虑到圣诞节、春节等因素的影响，客户会提前备货。

**5、公司是否有并购、收购的计划？**

**答：**公司目前暂无资产并购、收购计划。未来，公司将密切关注市场和行业发展动态，根据自身发展规划及资产、资金规模情况，寻找适合的投资标的，积极运用相关资本工具提升竞争力，推动公司高质量发展。

**6、公司对“智能照明越南生产基地建设项目”的投入预计是多少，预计什么时候可以投产？**

**答：**“智能照明越南生产基地建设项目”预计项目总投资金额 23,645.55 万元，项目建设周期为 36 个月。

**7、公司主攻北美市场的原因？未来市场策略？**

**答：**户外、工业 LED 照明产品在北美渗透率相对较低，目前尚处于高速发展的阶段，未来整体市场需求依然较大；北美地区照明产业历史悠久，具备众多知名品牌商，长期占据照明市场的重要地位，北美地区消费能力强、市场空间广阔、品质要求较高；而公司在户外照明、工业照明细分产品领域及北美市场深耕多年，取得了较为明显的先发优势，在北美照明市场需求快速增长的背景下，公司也将持续受益。

未来，公司将持续巩固在北美市场的先发优势，同时，通过与国际或区域知名品牌商深度绑定，借助大客户品牌效应及销售网络将市场区域拓展至欧洲、亚洲等地区，持续进行全球化布局。

**8、公司相较于其他竞争对手的竞争优势有哪些？**

**答：**公司自设立以来一直专注并深耕于户外和工业照明领域，通过持续的自主创新与市场开拓，已形成较为领先的核心技术、完善的产品体系，在行业内树立了良好的市场口碑，综合竞争优势明显。公司竞争优势主要体现在以下几方面：

(1) 技术研发及产品设计优势

公司始终坚持自主创新开展生产经营,截至 2024 年 9 月 30 日,公司共有专利 358 项,其中境内专利 244 项,境外专利 114 项。

在光学设计上,公司持续优化显色指数、光通量、光分布等光品质,改善 LED 眩光缺陷,使得出光均匀,技术层面上实现户外、工业照明等中、大功率产品的高光效、低眩光;在散热方面,公司研制可伸缩式湍流散热体,其利用扰动流体的强度来增强对流散热系数,破坏散热器表面的流体速度边界层和温度边界层,使散热效果得到强化。

在智能照明领域,公司积极推进适应植物自控光谱、无线组网实现照明的智能控制电路等新技术的研发,推动产品智能化、物联化水平提升。公司自研 LED 灯具标准化接口技术,并取得美国发明专利,可一站式集成雷达微波、红外、光控、蓝牙等智能感应器,以嵌入式软件作为控制核心,实现无线组网、远程及自动化控制。

(2) 客户优势

户外、工业及特种照明领域产品对稳定性、可靠性要求较高,客户尤其是国际知名品牌商对供应商的资质要求普遍较高,多采用严格的供应商认证制度,一旦生产企业完成认证并进入品牌商的供应商名录后,品牌商在后续产品的技术改进、更新换代和备件采购等方面对合格供应商存在一定的技术和产品依赖。因此客户通常会与其建立较为长期稳定的合作关系。

(3) 快速响应的定制化能力优势

公司为户外、工业照明领域少数具备快速响应、交付能力的企业之一。细分照明市场需求不断变化,产品迭代更新快速。在产品端,公司形成了丰富的产品线,适应细分照明市场绝大部分复杂、严苛的应用场景,款

	<p>式规格高度齐全；在设计端，公司针对灯具产品进行二次光学设计，匹配 3D 仿真结构设计，并针对散热结构实行热学仿真，做到完整的可视化设计，设计与实际产品高度匹配，从而保证产品交付进度。</p> <p><b>9、公司的业务是否有季节性特征？</b></p> <p>答：公司营业收入无明显的季节性变化。</p> <p><b>10、公司是否有进一步的分红规划？</b></p> <p>答：公司在关注可持续发展的同时高度重视全体股东的投资回报。未来，公司将按照相关规定及公司的分红政策，同时，综合考虑公司经营情况和资金需求计划等确定合理的利润分配方案。</p>
附件清单（如有）	无
日期	2024 年 11 月 5 日