

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：2025-07

| | |
|---------------|--|
| 投资者关系活动类别 | <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 checked="" type="checkbox"/> 其他（ <u>电话会议</u> ） |
| 参与单位名称及人员姓名 | 褚旭 浙商证券 蔡天琦 浙商证券 陈韞中 广发基金 |
| 时间 | 2025年4月28日 13:30-14:30 |
| 地点 | 电话会 |
| 上市公司接待人员姓名 | 刘阳 董事会秘书兼副总经理 梁青筠 证券事务代表 |
| 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，会议中，董秘刘总做了业绩分析和未来发展的展望，并回答了投资者的提问，主要内容如下：</p> <p>一、2024年业绩分析</p> <p>2024年公司从报表数据上来看确实不太理想，主要原因是 NP 公司的商誉减值及其他一些减值。公司从 15、16 年开始通过外延并购增加了几个业务板块，虽然对业务的增长带动很明显，但也形成比较大的商誉，最高的时候有 27 个多亿，2024 年这次计提减值后商誉余额只剩 1.3 亿，再次减值的风险大大降低。其他财务指标也遵循审慎性原则进行会计处理。剔除掉这些减值的影响的话，从经营层面来说，利亚德 2024 年其实还是盈利的。</p> <p>造成数据下滑的另一个原因是 2024 年市场竞争加剧尤其是国内市场，公司面对新的形势进行了大调整和改革。包括几个方面：</p> <p>1、渠道市场：2024 年渠道订单下滑严重，且利润水平低，营销体系呈现扁平化，与公司直销团队撞单的情况增多，内耗也比较严重，所以</p> |

我们对国内市场采取了“直渠融合”销售策略，从中央集权控制的直销渠道双市场运营，向“省长制”策略转型，以省级分公司为考核单位，下放市场拓展权力，整合原直销体系的技术服务优势与渠道网络的市场渗透能力，实现客户需求精准触达；

2、海外市场：以前是通过我们收购的平达公司在运营和管理，它的定位一直都在偏高端的应用市场，市场渗透不高，另外对于一些新产品、新市场的拓展也远远不够，所以去年我们对于海外市场做的调整也很大，包括更换 CEO、对研发、生产、供应链以及财务等核心部门通过打通数据由集团来进行垂直化的统一的管理；

3、降本增效：一方面加大数字化建设，提高办公效率决策效率等，另一方面优化组织架构，裁撤不必要的部门和人员，实行全员薪酬考核等；

4、产品技术研发：2024 年我们研发费用的比重其实是加大的，即加大了前沿技术 Hi-Micro 以及量子点的研发力度，也通过材料和工艺等的提升增加产品的竞争力。“创新驱动发展”是利亚德多年来秉持的发展理念，只有拥有自己的核心技术能力，才能保证公司从长远来看始终保持竞争优势，而不是陷入到靠低价占领市场的红海市场里。

所以总体上对利亚德来说，2024 年公司减轻包袱，大幅改革调整，虽然改革有代价，但对于往后的 2025 年及更长远，公司将轻装上阵，改革到位后能实现业绩的触底反弹。正好 2025 年是公司新的战略周期的开始，我们也根据新的形势，提出了“拥抱 AI，领创视效，实现第二增长曲线”的战略目标。

二、2025 年工作重点

1、目标：所有的经营单元，子公司分公司，销售团队都以利润为中心去进行考核。

2、显示板块：

- 坚定执行国内直渠融合及海外双品牌策略；
- 加快新产品的研发和推广：一个是 Hi-Micro 产品，这是 Micro 显示又一次技术上的重大突破，我们采用的是 30 微米以下无衬底的倒装芯片制成，把它跟其他显示产品放在一起对比，显示效果提升显著，有视角广、无偏色等特点，更适合虚拍，会议，电影，指挥

等一些高端场所。我们会加快 Hi-Micro 产品在国内外市场的推广和销售。Micro LED 已经连续两年实现营收翻倍，今后也会成为我们营收净利增长的重要来源。

- 海外市场：加大租赁屏，户外屏的产品种类和推广，以前平达在北美市场主要以室内市场为主，但随着显示产品性价比稳定性的不断提升，户外屏、租赁屏等市场需求开始起量，为了弥补之前的短板，我们除“Planar”品牌外，增加“Leyard”品牌，通过双品牌，实现产品全覆盖、市场全覆盖。从产能布局上来看，目前欧洲斯洛伐克工厂已非常成熟，很大程度上缓解了关税战的影响，同时，我们在沙特地区合资公司建厂的进度也将提速，预计今年基本能建成，这样我们海外的生产、营销，包括服务等本地化部署将更加完善，也更有保障；

- 量子点直显屏：这是我们跟合作伙伴 Saphlux 合作研发推出的一个产品系列，早在 2023 年 4 月便发布了全球首款 4K 162 英寸量子点 Micro-LED 直显屏，2024 年 4 月又展出了量子点直显一体机产品，今年 4 月进一步推出了新一代 MG Micro 量子点冷屏，双方在合作上不断深入，也为显示技术的发展提供了新的发展方向；

- 加大系统集成力度：利亚德做集成项目有多年经验也有丰富的资质，2019 年军运会利亚德是作为总制作方来实施项目，冬奥会、建党 100 年等都是典型的大型集成项目，只是目前集成项目占公司营收比重还很低，但现在单纯靠硬件，一个是项目额度低，一个是毛利低，所以我们从今年开始在专注 LED 显示产品的同时，也将逐步向成为显示产品应用场景的软件、内容、运营及服务的整体生态服务商转型。

3、ai 与空间计算板块：

这个板块我们拥有核心的光学动捕技术和产品，随着 AI，机器人等领域的蓬勃发展，我们一方面在技术上不断去做延伸，增加了无标记动捕技术，光学+无标记的融合方案，Lydia 动作大模型等；同时也在加大特殊行业的拓展，加强与机器人公司的合作，此次首届人形机器人马拉松比赛中，获得第二名成绩的松延动力的机器人稳健的步态就是用了我们提供的技术和数据进行的训练。

另一个与 AI 的结合在于，公司运用 AI 大模型等技术，对内构建了企业 AI 服务平台与“领视” AI 知识库，提升工作效率；对外推出融合了自研大模型的“领视”智慧综合服务平台，对设备全生命周期管理，还有个客服小助手，可以进行故障诊断等。在显示产品方面，公司也在大力推进 AI 会议一体机、全息柜、互动屏等的结合。

在 To C 领域，今年 4 月 16 日，公司也正是推出了我们的消费产品 AI+AR 眼镜及 AI 玩具（手办），后续将陆续在平台上线。

投资者提问：

1、公司海外业务占比相对较小，国内压力是否更大？关税对公司北美业务的影响如何？

答：从 2021 年开始公司海外显示业务占整个智能显示板块的比重不断在提升，从 2021 年的 30%到去年已经提升至 45.64%，但确实国内占比比同行要高，去年受下游需求不振的影响，收入同比有所下滑，影响了整体的业绩。面对市场环境变化，及渠道市场扁平化的趋势，公司提出并实施了“直渠融合”的策略，择优选择合作伙伴并进行赋能，强化销售团队建设，加强以区域为单位的销售团队的“作战”能力；同时通过提升管理效率、降本增效，提供更具竞争力的产品和方案，加大集成项目力度扩大销售额度等方式来有效应对，相信随着各项举措的深入推进，2025 年公司业绩有望稳步回升。

整体来说，中美关税博弈对利亚德影响不大。公司北美业务占营收比重约 20%，其中显示部分除美国子公司平达的组装产线，大部分经由公司位于欧洲斯洛伐克的工厂生产后销往北美，另外一部分业务是 NP 公司的 AI 与空间计算业务，拥有生产工厂，且 80% 以上业务在北美自产自销，在美国期望“制造业”回流的背景下，本地生产企业理论上会获得更多的政策支持。

2、请介绍下公司海外工厂的布局情况？

答：我们在 2016 年进行海外建厂布局，当时我就认为国际形势变化莫测，只有将工厂建设到境外，才有可能在未来抵抗贸易战。目前我们对美国市场基本 90%以上的产品都出自位于欧洲的斯洛伐克工厂。但我们也不能排除其他地区贸易关税战的可能性，所以我们也提前布局了沙

特地区，今年将加速沙特工厂的建设，建成后，将成为中东地区最具规模的 LED 智能制造基地之一，甚至有望成为中东地区极具影响力的电子产品制造基地，除了显示以外还有照明、电源等方面。

3、NP 公司的盈利状况，以及计提商誉减值的原因？

答：NP 公司的光学动作捕捉技术属于全球领先水平，多年来毛利净利率水平相对都比较高，2024 年单体营收 2.82 亿，净利润 6000-7000 万。

从过往业绩来看，NP 公司大部分年份的营业收入增长率较高，个别年度增长速度下降，但很快又能恢复到较高的增长率，营业收入总体呈快速增长态势。但 2024 年出现了营业收入在正常年份连续下滑的情况，且长期复合增长率也显著下降。2024 年 NP 收入下降的主要原因有几个方面：（1）作为主要市场的美国在 2024 年需求有所下降，且主要的垂直行业--影视业出现长时间大罢工，导致电影行业受到严重影响；（2）NP 公司在 2024 年因厂房发生失火而重新装修并扩产，导致生产制造阶段性停顿和项目交付的延误；（3）新产品 Prime120 由于客户评估和生产制造方面的延误，一直到接近 2024 年底才开始实现销售业绩。结合过往业绩以及对未来业绩的合理预测，经评估机构专项测试后进行了减值。

过去利亚德通过外延并购的方式拓展了文旅夜游、Ai 与空间计算及海外显示业务，营收规模大幅增加，同时也产生了 27 亿元的商誉。这几年受内外部环境等多种因素影响导致商誉减值，对净利润产生了影响，但此次减值后，公司的商誉余额仅为 1.3 亿元，未来已无大额商誉减值风险。

4、在人形机器人领域公司主要提供哪些产品和技术，有哪些订单和客户？

答：在国内，这部分业务主要由旗下子公司虚拟动点来做相应技术和产品的开发以及业务的接洽。自 2024 年下半年具身智能机器人行业发生跨越式发展以来，虚拟动点也积极参与其中，依托核心能力赋能机器人公司，使其动作更像“人”。具体来说，我们具备的能力有如下几个方面：数据能力，服务能力，硬件能力，算法能力。数据方面，虚拟动点凭借业内领先的高质量动作数据库，帮助机器人训练提升效率，现阶段正与多家合作伙伴共建人形机器人动作数据集；服务方面，虚拟动点可以

| | |
|--------------|--|
| | <p>为机器人厂商提供包括人形动作采集，机器人动作采集，遥操作训练，模拟训练等一系列训练服务，与此同时，在硬件方面开发了小型摄像头，配合 SLAM 算法的积累，为机器人提供空间定位摄像头。</p> <p>5、NP 公司在海外是否有与机器人厂商接触？ 答：有，但因涉及保密条款，不便透露细节。</p> <p>6、2024 年文旅夜游板块的营收规模及盈利情况？ 答：2024 年公司文旅夜游板块营收 7.1 亿，近几年占营收的比重稳定在 10%左右，净利润为负，主要是部分项目存在客户资金紧张或周期拉长的情况，加大了回款压力。但 2024 年四季度国家出台了《关于解决拖欠企业账款问题的意见》，规范政府及大型企业付款行为，切实缓解中小企业资金压力，公司也采取了一系列措施加大催收力度，目前已陆续取得成效，2025 年，随着国家促进消费政策的实施，文旅产业迎来新的发展契机，旗下文旅照明子公司有多年的经验积累和相关资质认证，并且文旅业务将从文旅项目的创意建设演进为创意设计、施工建设、内容制作，以及参股投资和运营的文旅全链条服务，这个板块有望成为公司业绩增长的重要抓手。</p> <p>7、公司是否有新的股权激励计划？ 答：公司与 2021 年实施的员工持股计划目前处于第三个锁定期，暂时没有启动新的计划，后续会根据需要开展。</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 | 2025 年 4 月 28 日 |