

证券代码：300162

证券简称：雷曼光电

深圳雷曼光电科技股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2014-001

投资者关系活动类别	☒ 特定对象调研 ☐ 分析师会议 ☐ 媒体采访 ☐ 业绩说明会 ☐ 新闻发布会 ☐ 路演活动 ☐ 现场参观 ☐ 其他（请文字说明其他活动内容）
参与单位名称及人员姓名	张广荣(国海证券)、薛冀颖（鹏华基金）、黄瑜（招商证券）、孙远峰（华创证券）、喻言（华创证券）、梁忠（瑞信方正）、季超（East Capital）、李文琳（宏利资产）、Bob Min（Evenstar capital）、Xuming Bao（Trivest Advisors）、阿部英樹（三井住友）、徐思晓（Turiya Advisors）、裴培（瑞信方正）、Roger Lin（Evenstar capital）、陈虹（瑞信方正）、Manish Nigam（瑞士信贷）、Asit Shah（Treeline）
时间	2014年5月16日 9:00 - 10:00
地点	深圳市南山区松白公路百信旺工业园二区八栋五楼会议室
上市公司接待人员姓名	李漫铁（董事长 总裁） 罗竝（副总裁 董事会秘书） 刘才忠（财务总监）
投资者关系活动主要内容介绍	本次投资者关系活动的主要内容如下： 一、观看公司宣传片。 二、交流环节： 问题 1：请简要介绍公司基本情况。 答：雷曼光电于 2011 年 1 月在深交所创业板上市，是深圳首家上市的 LED 国家高新技术企业，产品涵盖高端 LED 显示屏、LED 照明、LED 封装器件三大领域，除此之外，依托 LED 产品优势，公司主营业务也由 LED 封装、LED 显示屏、LED 照

明扩展至 LED 传媒、LED 节能两大服务领域。

问题 2：公司的各项产品在供需方面的情况如何？

答：公司有 LED 封装、LED 显示屏、LED 照明三大产品线，首先从 LED 封装来看，今年行业内封装业务的形势是比较看好的，主要是因为 LED 照明的爆发对封装的需求量增大，尤其是照明领域的封装目前的需求是比较紧张的。雷曼光电过去的重点是在全彩封装方面，上个月刚刚发布世界最小户外全彩贴片 SMD 器件——黑钻 2623。业内户内 SMD 高清显示屏已得到了推广使用，最小点间距达到 1.5mm，但基于 SMD 器件的防水防潮性能，户外贴片 SMD 显示屏发展相对较慢。这两年户外防水 SMD 器件技术逐步成熟，开始有了批量应用。而户外高清 LED 显示屏受制于 SMD 器件的制约，目前最小点间距只能做到 P6（6mm），不能满足高清晰度户外显示的应用需求，公司本次研究出来的封装产品，最小点间距为 P3.9（3.9mm），每平方像素点达 65746 点，具有户外高亮度、高防护等级、大角度、高对比度等特点，填补了近距离户外 LED 高清显示屏的空白。在白光器件方面雷曼正在扩产，以适应照明领域快速增长的需求。

在 LED 显示屏领域，约 95%的收入是来自海外市场，主要是北美和欧洲市场。现阶段海外市场持续向好，以往公司主要业务积累在户外显示屏安装领域，今后将对显示屏租赁领域进行深入的业务拓展，通过收购欧洲雷曼公司，本地的销售团队将会在更大程度上促进海外显示屏的销售。

在 LED 照明领域，主要分为照明工程领域、合同能源管理（EMC）领域、照明电商领域和照明渠道领域四部分。其中照

明电商和照明渠道是新成立的业务板块。公司近期创立了照明子品牌“雷米照明”，并已在互联网（天猫商城）进行销售。LED 渠道板块同时也是我们的一项重要战略，目前还处于业务布局阶段。雷曼的品牌过去是一个工业品牌，随着公司优势的日益积累以及品牌的不断推广，雷曼作为消费品牌具有先导性优势，未来希望雷曼照明逐步发展成为一线的照明品牌。

问题 3：除了在这三大业务板块外，传媒业务情况如何？

答：在 LED 传媒领域，公司作为中超联赛 LED 设备制造类唯一合作伙伴，主要是以与中超战略合作为契机，进行广告资源运作，拓展 LED 广告媒体业务。随着近年国家领导层对足球事业的重视和支持，广州恒大足球俱乐部获得亚洲足球俱乐部冠军联赛等事项的积极影响，相信未来公司会在体育传媒方面有很好的发展。

问题 4：公司与中超的具体合作方式是什么？

答：公司和中超的合作是采用资源互换方式，主要是通过 LED 显示屏设备置换的方式获得中超的 12 分钟广告时间，并对广告资源进行商业运作。近年中超公司的商业价值在快速回升，其广告价格也将会有很大的增长，对雷曼未来的发展是一次很好的机会。

问题 5：除了与中超公司合作，在体育传媒领域公司还做了哪方面的工作？

答：公司于 2012 年成立了主营文化传媒的全资子公司，主要侧重于体育传媒领域的营销，公司通过获得广告资源开发中国足球市场的商业价值。现阶段中国足球市场的商业价值还有待进一步开发，据相关数据统计，英超联赛的商业价值是

30 亿英镑左右，现在中超联赛的商业价值被开发出来的是 25 亿人民币左右，目前基于国家对足球事业的重视、中国人口基数大的现状和足球热度的提升，公司在体育传媒领域将会有较大的发展。同时在今年我们还赞助了中甲联赛，我们期望利用雷曼光电在体育传媒领域的优势及产品优势，提升品牌知名度，拓宽销售渠道，开发更多的潜在市场。

问题 6：公司通过赞助的方式销售 LED 产品，对现金流会产生不利影响吗？公司为什么不直接销售 LED 产品呢？

答：从现金流的角度来看，通过赞助的成本本身不是太高，而赞助中超联赛的机会是属于稀缺资源，未来中国足球的商业价值会有更大的提升，公司用相对较低的成本换取一项长期并且正在上升的稀缺资源，在扩大品牌知名度以及市场推广方面都有积极影响。

问题 7：公司并购的具体方向是什么？

答：目前 LED 产业对于并购重组是个较好的时期，公司的并购整合会侧重于 LED 照明和 LED 显示屏的细分领域企业中，主要关注并购标的的互补性、协同性、盈利性和可持续性，利用资本市场的平台和产业整合的趋势促进企业快速发展。

问题 8：上游的芯片是公司自己生产还是从外面购买？高功率、中功率、低功率的芯片，公司使用的是哪种？

答：芯片属于整个 LED 行业上游，公司的业务涉及行业的中游——封装和下游——显示屏、照明等应用领域，不涉及上游芯片领域。公司的封装产品主要用于中功率和小功率芯片。

问题 9：公司的封装产品是专用于自身的下游产品，还是

对外销售？

答：公司的封装产品除了用于自身的产品外，还会有一半供应给其他客户。

问题 10：目前上游的芯片有供需紧缺的情况吗？

答：随着照明需求量的增加，白光芯片稍微有些紧张，但是在过去一两年内这种情况是不存在的。

问题 11：公司所用芯片情况如何？

答：公司现在使用的芯片主要包括高端 RGB 全彩芯片和蓝光芯片，我们的产品出口到海外，获得市场的一致认可，同时也是认可我们所使用的芯片。

问题 12：公司照明业务的主要竞争对手是国内企业还是国外企业？

答：目前的竞争对手还是来自于国内企业，公司照明业务板块还处于布局和进一步完善阶段，所以短期内还是和国内的企业竞争，我们会通过努力发挥自身优势，扩大照明市场的占有率。

问题 13：国外照明企业相对于国内企业的优势是什么？

答：国外照明企业的优势主要是品牌的认知度，而国内 LED 企业的品牌活的更大范围的认可目前还需要一定的积累过程。

接待过程中，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，同时已按深交所要求签署调研《承诺书》。

附件清单(如有)	无
日期	2014 年 5 月 16 日

(以下无正文)