

证券代码：300162

证券简称：雷曼股份

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：2015-001

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 type="checkbox"/> 其他（请文字说明其他活动内容）
参与单位名称及人员姓名	王娜（世纪恒丰）、巩伟（源乘投资）、王晓（行健资产）、薛缘（中信证券）、鞠兴海（中信证券）、付羽（明己投资）、林阳（华夏基金）、刘无私（瑞华投资）、朱子（富安达基金）、吴畏（长江证券）、张东海（招商投资）、杨涛（中信证券）、姜龙（宏道投资）、封晴（交银施罗德）、韦智芳（融通基金）、邓文慧（东方证券）、翁伟皓（上银基金）、杨青松（明曜投资）、武天祥（国投瑞银）、秦闻（浦银安盛基金）、
时间	2015年10月27日 10:00 - 12:00
地点	深圳市南山区松白公路百旺信工业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）、张雪松（雷曼传媒子公司总经理）、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：请介绍公司的整体情况以及公司向体育领域发展的战略转变。 李漫铁答：公司于 2004 年成立，2011 年上市，目前 LED 和体育双主业发展，今年 8 月将公司证券简称更名为“雷曼股份”，以切合我们双主业发展战略。

公司成立后以战略新兴产业 LED 为主营业务，我们的业务处于 LED 产业链的中下游，包括中游封装产品，下游应用产品，LED 显示屏和 LED 照明。最近两年加大对体育领域的投资，未来公司将坚定的实施 LED 和体育双主业战略。

目前 LED 产业竞争激烈，但前景光明，LED 照明光源渗透率还将进一步提高。我们继续夯实 LED 主业，今年收购拓亨科技，以弥补公司海外照明业务开拓不足的短板。公司最近几年 LED 盈利能力不足，主要是受 LED 封装业务这一块重资产拖累所致。我们也在进行调整和布局，以其增强 LED 业务的盈利能力。

我们公司是体育商务资源运营商。早在 2011 年之前，公司的 LED 显示屏就有提供到欧洲的五大联赛赛场。2011 年公司成为中超联赛的官方赞助商，为中超联赛 16 支球队的主场提供 LED 显示屏，采用资源置换的方式获得每场比赛 12 分钟的广告权益。2014 年，公司开始进入中甲，为 13 家俱乐部赞助赛场 LED 显示屏，获得每场比赛 30 分钟的广告权益及其他商务开发权益，包括球赛门票 logo 广告，赞助商称号，背景板广告宣传。我们把 30 分钟广告和其他商务权益分成 6 个商务权益包进行销售。

雷曼现在已经在体育赛事 LED 产品及服务领域占据了绝对的市场，每年为包括中超、中甲、足协杯、中国之队等在内的近 600 场顶级足球赛事提供优质的赛场全彩显示屏设备以及广告片编辑服务。公司现在拥有中超、中甲国内顶级足球赛事的稀缺商务资源。

2015 年我们广泛布局体育产业，有公司投资，考虑到前期投入风险有大股东个人投资。公司与我个人共同发起设立雷曼凯兴体育文化基金，体育领域目前盈利和成熟的标的稀缺，需要进行前期投入和培育。我们利用体育基金储备和培育符合公司发展战略的标的。

我个人投资了深圳人人足球俱乐部。在习主席重视足球发展，国家不断出台促进足球发展政策的背景下，深圳作为一个1000多万人口的一线城市，需要一只伟大的球队，作为深圳的足球名片。人人足球将结合青少年训练，球员经纪，依托中国的人口优势，实现未来几年盈利的目标。

考虑到前期投入及风险控制等因素，我个人投资了面向球迷的互联网产品“第12人”APP。体育产业是表演业，是粉丝经济。中国13亿的人口基数，未来足球人口将会上亿，市场有足球APP的需求。从今年3月开始，我们开发了一款深度服务于中国球迷的足球APP，并于7月份已向市场发布。其主要面向关注中超、中甲、中国国字号以及国内业务足球领域的深度球迷群体，围绕用户需求开展了包括独家资讯、球队社区、球迷电商、比赛竞彩、线上游戏等丰富的板块内容。这款APP推出至今，我们在不断的探索和总结，寻找盈利模式。

我个人参与了投资瑞士盈方集团。我个人出资2500万欧元，占股3.5%，与万达集团、IDG、华人文化基金、东方明珠一起参与瑞士盈方的股权投资。

瑞士盈方体育传媒集团是全球第二大体育市场营销公司，在足球和冬季运动领域全球排名第一。参与瑞士盈方的投资，学习和借鉴国际体育传媒运营经验，站在更高、更国际化的角度看中国足球，为公司的体育战略提供协同，是公司足球文化、雷曼战略的一部分。

问题2：我们有留意到公司2015年前三季度体育商务营运收入大幅增长，2016年公司将如何提高这一块的收入？

李漫铁答：公司前三季度共实现体育商务营运收入3,341.78万元，同比增长93.75%。2015年公司拥有的中超、中甲商务资源销售出去50%，2016年的形式将会更加有利。中超的电视转播权卖出了80亿元，在这种背景下，公司拥有的商务资源价格也将提升。公司还将采取多方面的措施，增强公

司的体育资源销售能力。

问题 3： 公司与中超的合作期为 5 年，明年即将到期，公司续签将拿到多少商务权益？中超会不会采用市场采购的方式获得赛场显示屏，而不采用资源置换的方式？

李漫铁答： 中超将采用更加市场化的方式来进行运作，公司 12 分钟的广告权益将不会续签。雷曼通过近几年为中超提供服务，与俱乐部已经建立了良好的关系。公司将考虑为中超赛场提供易拉罐形状的球场异型显示屏作为新的广告载体，这个产品是我们的专利产品，会受到啤酒和饮料厂商的欢迎。相关事项现在已经进入前期的沟通阶段。

公司的中甲商务资源将延续到 2019 年。随着国内足球联赛转播权的升值，公司拥有的广告版权也将呈升值趋势。现在中甲每个商务权益包为 500-600 万元，目前还处于价值洼地，未来的商业价值巨大。

问题 4： 公司会采用股权激励的方式留住和引进人才吗？

李漫铁答： 公司在上市之前有给公司的核心管理层和骨干股权，上市之后没有实施过股权激励。我们有这方面的计划。

问题 5： 公司会参与 2 万所足球学校的建设吗？

李漫铁答： 在习主席的重视下，中国 2 万所足球学校的产业发展是大有前途的。公司未来体育产业生态链的布局不排除参与足球学校的建设。

问题 6： 公司目前中超广告的销售方式是怎样的？

李漫铁答： 我们有采取公司直销和代理销售两种方式。

问题 7： 公司目前在赛场投放了多少 LED 显示屏，维护成本是多少？

李漫铁答： 公司的 LED 显示屏覆盖了中超、中甲 30 个俱乐部，累计投入有 1 亿元。维护成本占比较小，中超公司有付服务费用。

	<p>问题 8：公司未来双主业发展，请介绍一下体育业务的团队背景。</p> <p>李漫铁答：本人是体育业务的团队带头人。我创业 22 年，擅长运营和品牌塑造。我们的体育团队是采用精英策略。</p> <p>张雪松答：本人 2011 年入职雷曼，见证和经历了雷曼体育业务的发展。本科学习财务管理、研究生学习财务投资。曾任职于广东电视，从事传媒工作。任职于同洲电子，负责投资并购，之后任职于雷曼传媒子公司总经理。</p> <p>体育团队的骨干成员有的曾任职于央视，在广告传媒领域都有着有丰富的从业经验。</p> <p>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》。</p>
附件清单(如有)	无
日期	2015 年 10 月 27 日

(以下无正文)