

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：2014-003

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	林照天（平安证券）、于建科（银泰证券）、冯明远（信达澳银）、钱翔（信达澳银）、沈俊（申万菱信）、方建（南方基金）、张铁乾（创海富信）、吴明鉴（中银国际）、李鹏（中银国际）、李建伟（宝盈基金）、黄武祥（前海融地资产管理）
时间	2014年6月17日 10:00 - 11:30
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） 刘才忠（财务总监）
投资者关系活动主要内容介绍	<p>本次投资者关系活动的主要内容如下：</p> <p>一、观看公司宣传片。</p> <p>二、交流环节：</p> <p>问题 1：LED 行业正处于上升期，想了解一下公司近期的亮点。</p> <p>答：上月末，公司对以股权转让和增资方式收购康硕展公司 51%股权的事项进行了公告，交易的金额的是 5204 万元，根据公司管理层几个月的审慎调研、反复评估和分析，康硕展主要是生产销售创意异形屏，其异形屏产品技术壁垒较高、品牌形象良好，经过多年的发展，现已拥有核心的研发、生产、销售、维护团队，能够弥补公司在创意异形 LED 显示屏的不足，</p>

因此双方在品牌、产品、渠道方面都有很强的互补性。

其次，随着世界杯的开赛，足球的关注度也越来越高，公司在中国足球赛事处于低位的时候，与中超公司进行了合作，成为中国足协的战略合作伙伴，现在中超的商业价值在快速提升，其广告价值也将会有较大的增长，给雷曼创造了很好的品牌推广和市场开拓的机会。

问题 2：公司提供给中超的显示屏的运行情况如何？

答：与中超合作期间，公司提供的显示屏运行情况一直都是很稳定的，每个赛季开赛前和比赛过程中，公司都会有相应的人员在比赛现场负责设备的维护，确保广告播出的显示效果和稳定性。

问题 3：收购康硕展后，公司的发展思路是什么？

答：公司收购康硕展后，会在近期引进创意设计的团队，不仅仅只是生产创意异形屏，而是在此基础上，引入创意的概念，制定显示、亮化等整套的解决方案，而方案的实施需要采用我们的产品才能够实现，基于创意设计的 LED 显示产品，附加值会更高。

问题 4：公司未来在体育传媒领域是怎样的布局？

答：随着大众对足球关注度的提高，足球赛事的商业价值在不断提升，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，与中超联赛的合作便是一项稀缺资源，并且这项资源未来还是看涨的。对于未来公司在体育传媒领域布局，公司期望能够参与中甲联赛的商业开发，中甲联赛作为中超联赛的次级联赛，现在处在价值低位，关注度较少，随着中国足球水平的提升以及中超关注度的提升，中甲的商业价值会在未来几年有

所提升。

问题 5： 公司获得中甲联赛的广告时间是多少？公司与中甲合作的期限是多久？

答：公司获得的广告时间是 30 分钟，协议期限不低于五年。

问题 6： 体育赛事的商业价值在于其传播的范围，对于中甲联赛来说，您认为未来会进行电视转播吗？

答：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，未来中甲联赛进行电视转播的机会和可能性比较大。

问题 7： 公司为什么不自行转卖中超的广告时间？

答：公司将 12 分钟的 10 分钟广告时间回购给中超公司，主要是基于与中超公司的业务配合。

问题 8： 中超联赛现在所用的显示屏所有权是雷曼的吗？

答：显示屏的所有权是公司的。

问题 9： 中甲未来提升商业价值的优势是什么？

答：中甲联赛在全国的分布与中超联赛具有一定的互补性，比如中超联赛在湖南、深圳、新疆等地是没有比赛的，但是中甲在这些区域是有的，对于关注体育营销的品牌来说，就会选择合适的渠道进行推广，未来中甲的商业价值被开发出来后，也将会是一项稀缺资源。

问题 10： 现在照明行业的竞争很激烈，公司在照明领域有怎样的布局？

答：在 LED 照明领域，公司除了有照明工程事业部、国际照明事业部负责国内和国外的照明业务外，今年公司又进行了新的业务布局，成立了照明电商和照明渠道业务板块，在照明电商方面，公司创立了照明子品牌“雷米照明”，并已在互联网（天猫商城）开始进行销售。在 LED 照明渠道方面，目前还处于业务布局的阶段。

问题 11：公司在 EMC 项目方面有什么规划吗？

答：公司在选择合同能源管理项目的时候，侧重于选择资金比较充裕、抗风险能力较强的交易对方进行合作，去年公司成功中标山西行政村亮化工程、佛山市狮山镇政府采购项目，今年会在其他地区进行更广泛的业务拓展。

问题 12：如果企业想在照明领域获得成功，需要具备的优势是什么？

答：随着照明产品技术的逐渐成熟，价格的不断下降，照明产品走向民用面临着较大的价格压力，这需要企业在产品和供应链方面具备一定的优势，形成规模经济效益；其次，需要企业具有品牌和管理方面的优势，树立良好的企业形象，扩大市场影响力。

问题 13：未来公司在媒体领域会不会有并购项目？

答：如果今后有合适的标的，并且能够和雷曼起到很好的协同效应的公司，我们会考虑。

问题 14：在小间距市场公司有什么优势？

答：雷曼主要侧重于室外小点间距市场的开发，今年已发布了世界最小户外全彩贴片 SMD 器件，此项技术雷曼是完全领先的。目前来看，室外小点间距是前景很好的细分市场，由于

	<p>LCD 抗紫外线的的能力弱，室外亮度及尺寸都不能达到标准，而以往户外高清 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，但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。</p> <p>问题 15：公司的显示屏产品在国外的比重达到多少？</p> <p>答：公司的显示屏出口业务达到 90%以上，考虑到公司的封装器件主要销售国内显示屏生产企业，为了避免共同竞争，除了中超项目、深交所项目等大型项目外，主要是以出口为主。</p> <p>问题 16：今年显示屏的出口形势怎么样？</p> <p>答：公司的显示屏产品主要出口至北美和欧洲，今年的出口形势还比较乐观，公司通过近几年在海外市场的发展，显示屏业务一直在稳定的提升。</p> <p>问题 17：公司有没有考虑过向篮球、排球等其他体育媒体方向发展？</p> <p>答：现阶段我们更看好足球，其影响力和受众群体在不断的提升，未来足球会有更好的发展空间，公司也不排除今后向其他体育传媒领域发展。</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	2014年6月17日
----	------------

(以下无正文)