

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：2014-004

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	于腾达（兴业证券）、高俊芳（金元证券）、陈兴华（金元证券）、邓锐（银河证券）、骆林（英大证券）、刘钦（国投瑞银）、栾庆帅（富安达基金）、翟彦垒（长盛基金）、亓辰（易方达基金）、李嘉（诺安基金）、周志敏（创金合信基金）、魏海龙（任行投资）、韦潇华（太和投资）、杨景（泰康资产）、徐舜（广证恒生）
时间	2014年8月12日 9：30 - 11：00
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） 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：今年上半年公司的主营业务业绩情况如何？ 答：从公司已经发布的 2014 年半年度报告来看，公司的营业收入同比增长了 26%，净利润同比增长了 27%，公司的整体业绩是持续向好，不断增长的。在封装业务方面，虽然收入有所下降，但是通过调整产品结构和营销策略，改善了产品的毛利率，增强了封装业务的盈利能力；在显示屏业务方面，海

外市场一直保持稳定的增长态势，今年上半年 LED 显示屏整体增长 20%左右，未来也将保持持续增长的发展趋势；照明业务方面，公司的照明工程业务有一定的增长幅度，未来增长情况也会持续，照明渠道和照明电商现在还处于培育阶段，占公司整体业绩比例并不大，公司会通过不断调整组织架构，加强团队管理，使得未来照明业务有进一步的发展。

问题 2：公司在新产品研发方面有什么亮点吗？

答：公司在今年上半年成功研发了用于户外全彩 LED 显示屏的世界上最小尺寸的防水贴片 SMD 显示器件，解决了近距离观看户外 LED 显示屏的清晰度难题；同时公司还研发出 P3.9（3.9mm）户外高清 LED 显示屏，具有户外高亮度、高防护等级、大角度、高对比度的特点，希望将来能获得客户的认可和广泛推广。

问题 3：在并购方面公司主要着眼点是什么？

答：今年公司通过使用自有资金的方式分别收购了康硕展、豪迈瑞丰的 51%的股权，这两家公司都处于 LED 行业的不同细分领域，康硕展主要是生产销售 LED 创意异形屏，其优势是在于自主设计能力比较强，创意屏系列产品领先于业内 LED 企业，能够弥补公司在创意异形 LED 显示屏产品方面的不足，同时康硕展在显示屏销售渠道方面，既出口至国外也在国内进行销售，能够很好的填补公司显示屏业务在国内渠道的空缺；豪迈瑞丰是一家以 LED 户外照明产品出口海外为主业的公司，具有较强的海外市场拓展能力，拥有一批较为成熟的海外照明客户，有效地增强了公司在照明业务方面的发展动力。

问题 4：公司与中超合作后，每年获得收益有多少？

答：公司在 2011 年与中超联赛有限责任公司签订了 5 年

的合作协议，公司通过提供 LED 显示屏设备的方式置换每场比赛 12 分钟的广告展示时间，2012 年这部分的广告时间是全部用于公司自身的品牌推广，2013 年至 2014 年，我们与中超公司签署了相关协议，将可对外销售的 10 分钟时间销售给中超公司，公司作为中超联赛的官方合作伙伴保留了 2 分钟用于自身的品牌推广，每年的销售收入是 1500 万元，附加的服务费是 300 万元左右，共计是 1800 万元。

问题 5：中超公司的收益不断看涨，今年与中超合作的公司都有哪些？

答：今年与中超合作的公司包括中国平安、汇源、DHL、壳牌、福特，其中中国平安、汇源、DHL、壳牌是中超公司的三级赞助商，福特是中超联赛的高级合作伙伴，赞助的金额介于冠名商与二级赞助商之间。在这五家赞助商中，中国平安每年要向中超公司支付 1.5 亿的冠名费，比之前万达广场的冠名费多了一倍。

问题 6：明年和后年的这 12 分钟广告时间已经对外销售了吗？

答：明年和后年的时间目前还未正式销售，尚在洽谈过程中。

问题 7：公司与中甲联赛的合作模式也是采用 LED 显示屏设备置换广告时间吗？

答：公司通过提供 12 家中甲足球俱乐部高清 LED 显示屏，除了获得 90 分钟比赛期间的 30 分钟广告时间外，我们还获得了中甲足球俱乐部不超过三分之一的商务开发权。

问题 8：目前国内的足球联赛商务开发的运作模式是怎样

的？

答：目前国内足球联赛的商务开发主要是通过利用联赛的资源，打造优势的体育营销平台，与赞助商、合作伙伴共同开发足球联赛的商业价值，同时赞助商借助足球联赛的营销平台，获得比赛现场的显示屏广告推广时间、每场比赛的电视和网络转播宣传、比赛球票上品牌 LOGO 的推广机会等。目前来看，中国足球联赛的商业价值是逐渐上升的，未来足球联赛的商务开发前景可期。

问题 9：公司与中甲足球俱乐部合作未来的优势会体现在哪些方面？

答：首先，随着近年国家领导层对足球事业日益重视和支持，教育部也在上个月表示将逐步建立健全小学、初中、高中和大学四级足球联赛机制，国内对足球的关注度会越来越高，中国足球联赛的发展也会提升。其次，中甲联赛作为中超联赛的次级联赛，在地域分布上能够弥补中超联赛的不足，比如中超联赛在深圳、长沙、重庆、武汉、乌鲁木齐等地是没有覆盖的，而中甲联赛在这些区域是有比赛的，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，扩大品牌建设的覆盖区域。同时，相比一个足球俱乐部单独进行商务运营来说，公司与 12 家中甲足球俱乐部合作，能够整合有效资源，统一进行商务开发，发挥更大的经济效应。

问题 10：如果进行中甲联赛的商务开发，公司的人员配置情况如何？

答：从公司对足球联赛商务运营的深入了解，中超公司负责商务开发的团队大概在 20 人左右，公司的全资子公司雷曼传媒现有十人左右的团队，后续我们会进一步扩充，保证人员配置符合发展的需要。

问题 11：公司为什么把显示屏的重点放在海外市场，而不是重点开发国内市场？

答：公司的显示屏业务主要面对国外的高端、优质客户，这些客户对产品质量要求比较高，对价格的敏感程度不是特别高，销售价格比较稳定，相关的投入能够保证产品的质量，但是在国内，以价格战获取市场份额的情况比较多，产品的价格相对较低，难以生产高质量的产品。但是雷曼的发展方向是在未来成为资本控制和品牌输出型的企业，通过输出技术、品牌、文化管理做到更好的资源整合，使企业价值最大化。

问题 12：公司在前几天发布了控股股东计划减持的公告，主要是出于什么考虑呢？

答：主要是股东个人的发展需要，减持计划最大限度实施后，控股股东直接和间接持有的股份占比仍超过公司股份总数的 60%。

问题 13：为什么上半年北美地区的显示屏收入有所降低？

答：主要是由于北美市场相关客户的全年需求量分布不同，导致上半年的显示屏收入有所下降。

问题 14：目前国内 LED 显示屏规模达到多少？

答：根据相关研究报告显示，目前国内 LED 显示屏的规模能够达到 200 亿人民币左右。

问题 15：公司在欧洲市场主要采取什么经营策略？

答：公司通过持有雷曼欧洲 51%的股权，进行全部本土化的销售和售后服务，以满足不同客户的需求，提高对市场变化

	<p>的反应速度。</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8月12日

(以下无正文)