证券代码：300232 证券简称：洲明科技

**深圳市洲明科技股份有限公司投资者关系活动记录表**

编号：2019-006

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **投资者关系活动类别** | ■特定对象调研 □分析师会议  □媒体采访 □利润说明会  □新闻发布会 □路演活动  ■现场参观  □其他 | |
| **参与单位名称** | 中泰证券：邓明星  国金证券：马航 | 华富基金：黄嗣杰  盈峰资本：张珣 |
| **时间** | 2019年7月18日 10:30-12:00 | |
| **地点** | 公司福永总部2楼会议室 | |
| **上市公司接待人员姓名** | 董事会秘书徐朋/投资者关系经理黄靖 | |
| **投资者关系活动主要内容介绍** | 本次投资者关系活动以现场参观及会议交流的方式进行。首先，接待人员与来访者进行了沟通交流，随后投资者在接待人员的带领下参观了公司展厅，了解了公司的发展历程、主要产品及经营现状。随后主要内容如下：  一、公司经营情况的讨论分析  1、公司简介  深圳市洲明科技股份有限公司于2004年成立，2011年创业板上市，是一家全球领先的LED应用产品与解决方案供应商。公司目前已形成了LED显示屏、LED照明两大业务板块，集团母公司洲明科技携手各控参股子公司专注于小间距LED显示屏、租赁类显示屏、体育类显示屏、创意类显示屏、固装类显示屏、传媒类显示屏、标识标牌、智慧城市照明服务、文创灯光布局等业务领域。公司始终秉承着“显示光彩世界，照明幸福生活”的企业愿景，致力于构建显示与照明协同发展的产业资本平台，成为全球LED视显方案领导者，为城市光环境提供智能化、信息化、一体化的解决方案与运营服务。  2、2019年上半年经营情况回顾  2019年上半年，公司积极应对外部贸易环境的变化，深耕主营业务，持续加强国内外市场的开拓，为客户打造行业领先的LED应用综合解决方案，经营业绩保持稳健增长。根据公司《2019年半年度业绩预告》数据显示，公司2019年上半年归属于上市公司股东的净利润为25,142万元—27,556万元，比上年同期增长25%—37%。  二、投资者交流环节  1、公司上半年小间距业务开展情况怎么样？  在国内方面，在智慧城市的建设热潮下，公安、交通、人防、能源、司法等作为城市运行的核心组成部分，对数据高清化、可视化的需求将持续涌现。2019年上半年公司在控制系统及解决方案上持续加大开发力度，为客户提供统一、便捷、高效的调度应用控制系统，目前，公司的可视化解决方案在智慧公安、智慧交通、智慧人防、智慧应急等多个应用场景成功运行。在海外市场，高端会议室、展厅、高端零售店的旗舰店、会展等需求依然旺盛，公司借助良好的品牌优势和完善的销售服务体系优势，不断开拓海外市场。  2、小间距行业的发展趋势和特点是怎样的？  第一，小间距商用显示市场渗透率不断提高。在万物互联和智慧城市的背景下，LED显示屏的功能不再局限于“单向传播”，而是转向“智能交互”阶段，显示屏将成为人与数据的交互核心，为用户带来场景化、沉浸化体验。随着产品的不断创新、成本的不断下降及交互感的持续升级，小间距LED在会议室、教育、商场以及电影院等商用显示应用领域发展迅速。根据奥维云网数据显示，2018年中国商用显示市场规模预计达766.4亿元，同比增长率达39.1%，其中小间距LED的渗透率仅为8.7%，但增速高达76%。小间距LED在商显市场的加速应用有望打开千亿级的市场空间。  第二，点间距不断缩小，Mini LED显示进入量产时代。根据LEDinside的预测，2018年P1.2~P1.6的小间距LED占全球小间距市场的比重约为39%，已成为全球小间距LED显示的主流产品。随着消费者对显示效果要求的逐渐提升及成本的进一步下降，未来几年P1.2~P1.6以及更小间距P1.1以下的产品将最具成长动能，预计2018~2022年的年均复合增长率分别达32%和62%。随着Mini LED技术成熟度提升，成本逐渐下降，未来Mini LED将逐渐实现向商用甚至民用领域的应用。  第三，市场竞争逐渐向技术、质量、品牌和服务等综合实力竞争转变。LED显示屏经过多年的发展，当前国内LED显示屏行业已经进入了新的发展阶段。由最初的粗放竞争逐渐转向以资本、技术为代表的综合实力的竞争，企业综合实力、品牌的竞争决胜要素逐步强化。未来随着行业的发展，品牌影响力大、综合服务能力强的企业将享有更高的品牌溢价，获得更多客户的认可，市场份额将进一步向优势企业集中。  3、中美贸易摩擦对公司影响如何？  中美贸易摩擦对公司影响不大，主要原因如下：  （1）LED上中下游全产业链都在中国，尤其是小间距技术，中国公司与海外公司相比，无论是从技术上还是成本控制方面都占据绝对优势。  （2）公司在美国已建立了生产基地，已实现了部分产品在本地自产自销，在一定程度上缓解了贸易摩擦对公司的影响。  （3）公司在美国已建立了完善的渠道建设、本地化服务等销售服务体系，并且已完成了对美国纳斯达克上市公司Trans-Lux Corporation的收购，借助该公司的品牌和渠道优势以及本地化的服务人员，使得公司在美国市场的销售额及毛利率得到了较大的提升，有效提升了公司在美国市场的快速响应能力及综合竞争力。  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** | 2019年7月18日 | |