证券代码：603515 证券简称：欧普照明

**欧普照明照明股份有限公司**

**投资者关系活动记录表**

编号：2017-012

|  |  |
| --- | --- |
| **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 □现场参观□路演活动 □其他 |
| **形式** | □现场 □网上 √电话会议 |
| **参与单位名称及人员姓名** | 中信证券 金星、甘骏等多家机构投资者 |
| **时间** | 2017年10月27日10:00-11:30 |
| **地点** | 上海万象城 欧普照明股份有限公司 |
| **上市公司接待人员姓名** | 董事会秘书、CFO 韩宜权证券事务高级代表 刘斯 |
| 投资者关系活动主要内容介绍 | 1. **公司对经销商的终端运营提供哪些帮助和支持？**

在消费升级的态势下，公司不断丰富家居照明类产品系列，设计师团队、研发团队、产品团队不断提升产品的附加值，从光源、吸顶灯拓展至装饰灯（如：新亚洲风尚、西式复古等风格化产品系列）。随着产品品类的多样化，公司进一步丰富终端形态，2017年新增一批千坪大店。为支持终端门店的升级以及全系列产品的推广，公司从以下几方面为经销商提供帮助，以培养经销商的大店运营管理能力：1. 物料宣传支持

在新品推出环节，公司召开经销商会议，向经销商讲解新品的特点和卖点，并针对产品做相应的推广（如：纸板、电子版等推广资料）； 1. 建店支持

店面建设方面，按每平米提供建店补贴支持以及道具支持；1. 销售人员支持

随着公司不同风格化产品的持续推出，公司不断推进零 “欧普零售运营师/培训认证师”、“金牌店长孵化” 等培训体系，以此提高销售人员对消费者的服务水平；1. 协助经销商拓展家装设计师渠道

同时，从公司组织架构层面，公司办事处人员的考核目标以门店零售运营能力为指标，引导办事处人员协助经销商提升终端的运营效率。1. **灯具作为非标品，消费者的需求逐渐个性化，未来照明应用领域是否会出现大品牌？**

未来在照明应用领域，极有可能出现大品牌。1. 从行业角度，随着LED技术的切换和不断成熟，很多中小企业被淘汰，原先的国际照明巨头也逐步退出中国市场。目前，在照明应用端存在一个空白市场。
2. 在品牌方面，公司从2017年开始陆续扩大品牌、市场宣传等方面的投入，如：在机场、高铁等人流量大的区域进行广告推广，以提升消费者的品牌感知度。
3. 在产品方面，公司不断提升产品的设计感，将设计部迁至中山古镇，让产品设计能以最快的速度贴近市场，并且引领整个市场的变化。
4. **公司的核心竞争优势是什么？**

公司拥有综合的运营体系，从产品研发、制造、供应链管理到销售渠道，均在行业内具备一定的竞争优势。1. 在研发端，公司每年在光谱研究、新材料运用、智能化照明等领域进行开发和投入，以满足消费者多样化的产品需求。
2. 在制造端，基于欧普个性化需求，公司设有独立的团队，从事自动化软件、硬件的研究和设计，串联各类标准机器设备，研发符合欧普需求的自动化设备。
3. 在渠道端，公司拥有超过3,500家专卖店、100,000家流通网点，覆盖至全国省会、地级市、县级市和乡镇城市。同时，公司与经销商拥有长达数十年的稳定合作关系。
4. 在信息化能力方面，公司建立了企业内部的SAP系统和经销商管理系统，旨在设立从厂家到终端门店全流程的信息化管理布局。
5. **请介绍到家服务平台的发展情况**

公司正在从单一的产品供应商向服务提供商转型，旨在解决用户更深层次的痛点。欧普到家服务平台将全国的安装水电工、物业纳入APP平台。用户在欧普专卖店购买灯具之后，扫描二维码安装APP后即可发送安装需求。自今年第一季度正式上线到家服务平台，已注册的水电工数量接近上万名。公司通过到家服务平台，鼓励经销商走入社区，掌握消费者习惯，并着力挖掘庞大的家居照明替换市场。 |
| **附件清单** | 无 |
| **日期** | 2017年10月27日 |