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：2017-016

|  |  |
| --- | --- |
| **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、嘉实基金、银华基金、交银施罗德基金、重阳投资、申万菱信基金、淡水泉投资、宝盈基金、建信基金、泓德基金、上投摩根、中海基金、盈峰资本、宝赞投资、平安资产、银华基金、友邦保险、重阳投资、Platina Capital、Green Court Capital、Robeco等。 |
| **时间** | 2017年11月22日-29日 |
| **地点** | 深圳福田 香格里拉酒店  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  中国区CEO 丁龙  证券事务高级代表 刘斯 |
| **投资者关系活动主要内容介绍** | 1. **照明行业是否有整合的趋势？**   在传统照明时代，因光源、灯具相对分割，产品差异化与品牌效应较弱，导致市场格局极度分散。  进入LED照明时代后， 技术与产品迭代周期加快，光源/灯具一体化趋势明显，提升了灯具的技术与制造壁垒。同时，随着消费升级，用户对灯具拥有多样化、个性化的设计需求，且逐步从单一的产品购买转向对整体照明解决方案的需求。  以上的这些变化，带来了LED照明产品形式多样、更新速度快、技术要求高、生产难度加大等特点，使得研发能力、设计制造能力和快速响应市场能力成为企业赖以生存的决定性因素，而行业里原先集中于低技术壁垒的中小企业并不具备这样的能力。   1. **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. 在激励机制方面，公司通过设定共同的目标，共享的激励机制，实现了前后台的联动。   **3、 公司线上、线下渠道的产品是否有差异？**  线上、线下产品有一定的区隔性，线上主要聚焦于标准化产品，线下以体验性产品为主，并且未来装饰型产品的比重会逐步提升。  **4、 请介绍公司终端拓展的规划**  欧普线下家居业务的渠道形态主要分为两类：1、专卖店；2流通渠道（即：五金网点）。目前，专卖店数量超过3,500家，流通网点数量超过100,000家。基于家居照明风格化产品系列的多样性，专卖店的终端形态也在逐步丰富，以支持全系列产品的推广。未来，公司会根据全国省级、地级、县级、乡镇城市的划分持续拓展终端，提高网点覆盖率。   1. **未来销售收入的增长主要源于什么？**   一方面源于照明行业的整合趋势。另一方面源于产品客单价的提升。照明行业进入LED时代后，照明产品可融入更多附加功能。公司上半年进一步完善了灯具标准接口平台，在其基础上开发了娱乐、安防等多功能模块，实现智慧照明产品的新突破；例如新推出的JBL音响吸顶灯，通过对灯具设计及结构的优化，创新性的在灯具上嵌入音响模组。   1. **在大宗原材料持续上涨的情况下，公司如何保持毛利率的稳定？**   公司主要通过以下两方面缓解原材料价格上涨对毛利率的影响：   1. 优化产品结构，提升高附加值产品的比重； 2. 提升产品制造能力和生产效率，降低产品的单位成本； 3. 提前锁定大宗原材料的价格以及相关的战略备货。 4. **公司在丰富产品品类、提升收入规模的同时，SKU的数量是否也在增加？公司如何控制SKU的数量？**   SKU数量的增加会导致库存周转情况的恶化，造成非良性的运营。为了保持供应链的高效率管理，SKU的数量不会有大幅度的增加，公司会控制每一个事业部SKU的总数。新SKU产品的产生会伴随旧SKU的淘汰。   1. **请介绍公司信息化系统建设的情况**   公司多年来不断优化供应链体系，提升供应链运营效率，成功实施并上线经销商管理系统，实现客户供应链数据可视化，进而提升订单预测的准确率，实现精准补货，同时，库存周转率得到进一步提升。   1. **请介绍公司在品牌方面的工作**   公司一直重视品牌的建设和培育。近几年，公司不断在人流量大的场所和空间投入广告（如：机场、高铁等），以此提升消费者对于品牌的感知度。 2016年12月，公司荣获中国建筑装饰协会建筑电器委员会颁发的“2016年中国照明行业领军品牌”。  **10、 如果房地产下行对公司业务是否有压力？**  若房地产下行，对公司家居照明业务会有一定影响，但也蕴藏着机会。   1. 不断拓展庞大的替换市场。公司通过：1、线下引导经销商切换销售模式，由“坐商”转向“行商”，进入庞大的替换市场。2、线上建立欧普大家的服务平台，挖掘潜在的替换市场。以此降低房地产市场未来交易量若出现萎缩而产生的行业风险。 2. 照明行业在不断洗牌进程中，这对优质企业是非常好的发展时机和整合机遇。LED技术切换后，照明行业在不断洗牌，成本的压力越来越大，包括中国对环保要求的提升，很多小企业必然会面临淘汰。 3. 市场容量依然很大，公司目前仅占2%-5%左右，还有很大的提升空间。 |
| **附件清单** | 无 |
| **日期** | 2017年11月22日-29日 |