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：2018-007

|  |  |
| --- | --- |
| **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** | 南山人寿、国泰人寿、国泰投信、台新银行、台湾人寿、国泰世华银行、第一金投信、保德信投信、统一投信、群益投信、瀚亚投信等 |
| **时间** | 2018年6月27日-6月29日 |
| **地点** | 台北 |
| **上市公司接待人员姓名** | CFO、董事会秘书 韩宜权中国区CEO 丁龙 |
| 投资者关系活动主要内容介绍 | 1. **房地产下行对公司业务的影响？**

家居灯具业务销售为公司主要收入来源之一。该类产品的需求一方面来自于住房装修市场，另一方面来自于已有住房灯具的更换升级，前者受房地产市场景气程度影响较大。未来如果宏观调控导致房地产市场持续长期低迷，公司家居灯具产品销售将会阶段性受到影响。为应对该等风险，公司在优化供应链能力、强化终端销售网络零售能力的同时，持续加大对家居替换市场以及商用照明领域的开发力度，并通过服务能力的升级，保持稳定增长态势。1. **请介绍公司家居线上线下的渠道布局？**

家居线上渠道主要以直营模式为主，已覆盖天猫、京东、唯品会等主流电商平台；家居线下渠道以经销商模式为主，主要分为零售渠道（拥有超过3500家专卖店）和流通渠道（拥有超过10万家网点），覆盖全国一二三四线城市。1. **近几年家居线下客单价的情况**

欧普照明于2014年开始从传统照明向LED照明切换，并开始将品类从标准化的吸顶灯、光源逐步拓展至风格化的装饰灯，如：现代简约、新亚洲风尚、西式复古、水晶灯、北欧极简等装饰灯系列。装饰灯占比的提升带动了整体线下门店的客单价水平。未来，随着产品的迭代以及智能化产品比例的提升，客单价仍旧会有提升的空间。1. **2018年成本端是否会有压力？**

从2017年至今，主要大宗原材料价格（如：铜、冷轧板等）均处于上涨态势，给公司成本端造成一定的压力。公司会通过后端研发结构调整、制造降本以及提前锁定大宗原材料价格等方式在一定程度上缓解来自成本端的压力。1. **请介绍公司研发投入的情况**

2017年公司研发费用占比收入在3.2%左右，金额超过 2亿元，拥有超过1,600项专利技术，位列行业领先。同时，公司非常重视智能照明及健康光谱领域的研究：1、智能照明领域的研究。目前已与华为、腾讯等平台合作，实现照明产品与家居产品的互联互通，让用户实现从单灯控制到全屋智慧家居的消费体验；2、针对消费者需求的光谱研究。根据儿童、成人、老年人生理、心理及照明使用场景不同, 对光源光谱进行升级，设计符合其需求的灯光, 将最佳光色效果与显色性体验提供给消费者。 |
| 附件清单 | 无 |
| 日期 | 2018年6月27日-6月29日 |