

欧普照明 (603515) 2018年年度董事会经营评述内容如下：

一、经营情况讨论与分析

2018年公司实现营业收入80.04亿元，同比增长15.05%；实现利润总额10.42亿元，同比增长30.14%；实现归属于上市公司股东的净利润8.99亿元，同比增长32.03%。报告期内主要工作及经营亮点回顾如下：（一）照明板块 1、家居业务 2018年，面对房地产下行压力及消费者购买渠道的多元化趋势，公司迅速应对市场变化，积极推进渠道能力转型，全面夯实在零售渠道及流通渠道的综合竞争力。（1）零售渠道公司以消费者为核心，全面赋能经销商由“坐商”向“行商”，“卖产品”向“卖方案”的经营模式转型。一方面，公司对经销商进行分级分类管理，积极推动优质门店通过持续性的消费者互动、精准的主动营销策略抢占市场份额。另一方面，公司协助终端打造场景化的展示方式、标准化的服务体验、个性化的灯光设计，为消费者提供整体家居照明解决方案。并且，公司持续丰富产品组合，满足消费者在不同装修阶段的产品需求，进一步增强经销商的盈利能力。（2）流通渠道 2018年公司进一步完善了流通渠道的管理体系建设，如：细化业务代表职责及考核要求、严格执行终端网点的市场标准、强化市场稽核管理的体系化建设等，全面打造渠道的精细化管理能力。同时，公司通过极致性价比的产品组合、持续精准的展示物料投放，实现网点的有效覆盖，并提升欧普照明产品及品牌的市场曝光度。截止至2018年底，流通网点数量超过10万家。（3）线上渠道 2018年行业线上流量增速承压，竞争激烈。公司基于多平台、多品类的战略布局，配合策略性的产品价格调整、产品结构优化、及持续性的渠道精准投放，实现电商业务的份额增长。报告期内，公司电商业务销量位居行业前列，且“双11”活动销量连续第六年获得照明家装行业第一。在业绩稳定增长的同时，公司不断夯实供应链、物流、配送等服务能力的建设。2018年公司新建吴江自动分拣流水线、新增广东电商仓库，大幅提升配货的准确性及订单的配送速度，为消费者提供优质的服务体验。另外，为更有效的服务于电商平台多元化的业务布局，公司持续优化升级订单管理、商品管理、运营分析等系统建设。并基于多维度的分析报告，提升运营决策效率，建立电商业务系统化、数据化的经营管理体系。 2、商用业务 公司凭借深入的行业研究、强大的产品定制能力、专业的供应链及售后服务体系在商用照明市场受到广泛认可。2018年，公司持续提升经销商中小项目的综合服务能力，并重点聚焦于细分行业，针对不同的应用场景及照明需求，提供差异化的照明解决方案，全面提升用户的商业价值。期内，公司在各细分行业持续输出多项标杆性项目，分别为小米集团、上海国际结算中心、中国平安集团等总部大楼提供绿色、节能的办公照明环境；为盒马鲜生、海屯生鲜等新零售超市提供商超照明解决服务方案；为沈阳地铁、上海地铁5号线等市政工程提供照明设备；为三一集团、海螺水泥（600585）的工业厂房提供灯具产品的替换升级。多年来公司持续建立在建筑设计院、设计师群体中的品牌影响力，连续六年携手“祝融奖”中国照明应用设计大赛，通过“欧普与大师有约”、“寻迹”等活动，与上万名全国设计师分享在照明应用领域的专业知识与前瞻性的研究。同时，公司连续三年参与

由中国建筑装饰协会发起的建筑装饰蓝皮书的巡回全国论坛，与多家大型建筑装饰企业深度沟通并促成战略合作，体现出欧普商用照明在多领域的差异化照明解决方案能力。3、海外业务 基于全球不同地区的市场容量及经济水平，公司重点聚焦于人口基数大、基础设施建设及城镇化进程较快的国家，并始终坚持自主品牌的发展战略。在重点市场，公司持续深耕本地化运营，建立与经销商的长期战略合作关系，2018年公司在欧洲、中东、南非、印度、印尼等地均实现了快速增长；在新兴市场，公司逐步加大品牌投放及产品开发力度，积极开拓渠道网络。报告期内，公司相继为海外企业办公大楼(如：华为沙特总部大楼)、大型连锁零售商(如：南非连锁商超SPAR)、医院(如：BHU hospital TATA trusts)、机场(如：缅甸仰光国际机场)等商业公共环境提供舒适、高效、专业的照明环境。同时，在欧洲地区，公司成功进入法国、希腊、瑞典、挪威等市场，并推出便捷灵活的智能照明控制系统，快速打入当地办公、学校等商用照明环境。4、到家服务平台 2018年，到家服务平台聚焦重点城市，成立6个城市服务中心，并以服务中心为载体，从筛选核心师傅、提升服务标准、建立系统管控、到追踪服务评价等方面持续优化到家服务平台。期内率先在上海、长沙开通面向终端用户的灯具安装、清洗、维修、换新服务。截止报告期末，欧普到家平台注册师傅超过50,000名。(二)家庭硬装(非照明)板块

1、电工转换器业务 2018年公司成立了电工转换器事业部，统筹规划电工产品(艺术开关、排插、断路器)的品类布局、技术创新、价格管理、质量及成本控制，构建了专业化的产品管理体系，实现企业资源的有效利用。同时，针对不同的渠道布局及市场类型，电工转换器事业部制定了差异化的产品发展路径及商业政策，实现电工品类在各渠道之间的协同发展。公司通过持续丰富艺术开关、排插、断路器等品类，与照明产品的销售形成有效联动，提升整体业务的盈利能力。未来，在智慧照明的趋势下，公司将结合照明产品在家用、商用环境中的使用需求，为用户打造最懂光的智能控制开关产品，进一步促进开关与照明产品的融合。2、集成整装业务

2018年，集成整装业务重点聚焦于室内空间的设计及改造，在原有集成墙面、集成吊顶、地板、晾衣架等产品的基础上，新增百变墙柜、标准背景墙等品类，逐步完善家居配套产品。同时，在渠道拓展方面，充分发挥现有照明渠道优势，不断提升重点市场的网点覆盖。公司未来将通过拓展集成整装业务，逐步提升一站式服务能力，实现对照明业务的有效带动。(三)智慧照明 公司坚定智慧照明的战略发展方向，以照明应用为核心，打造欧普智慧照明生态圈。基于多年来在物联网、云技术、智能算法及各种有线和无线通讯技术(如：WIFI、蓝牙Mesh、Zigbee等)的积累，公司智能照明产品通过云管端(云：云平台，管：行业应用，端：智能终端)全面完成了与国内外主流技术平台的互联互通，引领照明行业在智能领域的快速发展。截止至2018年底，公司智能照明产品(含智能控制模块)的销售占比已超过20%。在智能家居领域，公司以消费者需求为核心，聚焦于打造兼顾实用性、便利性与趣味性的智能化单品，为用户提供从单灯智能控制到场景化的全屋智慧家居解决方案。同时，公司积极开拓与多家平台企业在智能领域的跨界合作。报告期内，与华为深入合作，在实现技术层面互联互通的基础上，进一步将智能产品融入华为官方线上、线下商城渠道，共同打造智能家居生态系统。并且，公司将携手华为在智慧城市

等领域挖掘更多的合作机会。在商业智能照明领域，公司全面坚持智控系统的自主开发，开放与第三方平台的兼容，并率先在业内实现了蓝牙无线系统与有线系统的完美融合，有效促进了智控系统在商用环境中的普及应用。另外，围绕细分行业的照明应用技术需求，公司打造了不同的技术服务能力，使其可兼顾有效的智能基础设施建设及局部灵活性的要求。在智慧城市领域，公司开发了整合智慧安防、5G通信微基站、充电桩管理、公共广播、环境监测等多功能的灯杆产品，并以此为载体，打造了基于NB-IOT窄带物联网技术的路灯控制平台，更好地满足了智慧城市的城市管理需求。期内，公司在苏州实施了NB-

IOT单体路灯控制系统项目，涉及超过1万台智慧路灯的应用。(四)技术创新 公司始终秉持"以人为本"的照明应用理念，立足于光的本质，引领照明产品从"LED节能照明时代"进入"LED优质照明时代"。基于多年来对光谱的深入研究，公司于2018年正式推出"真彩光"光谱，为消费者提供更清晰、更舒适、更健康的视觉体验。2018年，公司在透镜技术、核心部件自制、平台化等方面均实现技术突破，进一步引领市场发展。在透镜技术方面，新推出的微棱镜反射技术、精灵透镜技术，在节能、环保、发光效果及成本上具备显著优势，并可广泛应用于射灯、筒灯、天棚灯、投光灯、家居装饰灯及道路照明产品中。在户外照明产品方面，公司持续加大对核心部件及技术平台的研发投入，自主开发了路灯智能电源和太阳能控制器，进一步完善了户外路灯关键部件的知识产权体系。报告期内，公司自主开发的中高端路灯、超大功率投光灯系列，为公司在大型户外照明应用领域(如：新农村、街巷、园区、市政道路、隧道等)开辟了新的业务机会。(五)智能制造 2018年公司持续推进垂直供应链的整合，通过投产自动喷涂产线、建造广东崖门电镀工厂，逐步打造灯具的表面处理能力及元器件加工能力，在实现制造降本、生产效率提升的同时，为消费者提供更为优质的产品和服务。在规模化生产方面，公司自2013年起持续导入自动化产线，在光源、筒射灯、吸顶灯、电工等品类上引入多个自动化组装机器人及多套自动与半自动设备。截止至2018年底，工业机器人的装机数已超过400台，大幅减少了产线的用工人数量，提升了生产效率，凸显制造端的规模化优势。在仓储物流方面，公司引入了智能化仓储控制技术，在减少人力成本的同时，进一步提升出货效率及平面仓储量，为未来构建仓储与物流的智能化体系奠定了基础。

(六)品牌建设 随着公司产品逐步多元化、市场趋于国际化，对品牌形象提出了新的要求。报告期内，公司正式启动了"品牌大理想"工作，对品牌进行了重新梳理及定义。最终，确定了以"生命力、自在、创新"为核心的品牌理念，并于2019年3月正式对外发布了"超越所见See Beyond"的品牌标语，将以此引领未来若干年的品牌建设，致力于将欧普照明打造为引领行业发展、创造行业价值，不断通过技术创新、产品创新、渠道创新，为消费者打造舒适、自在光环境的全球照明领袖品牌。2018年，公司展开了一系列线上线下整合营销传播方式，多维度提升消费者对欧普照明品牌的认知度。在线下，公司统筹投放高品质的户外机场及高铁媒体广告，覆盖北京、上海、广州、西安、南京等重点城市；在线上，顺应互联网时代媒体趋势，公司通过社会化营销手段、网络视频广告、搜索引擎广告等方式将年轻化、智能化的品牌形象触达消费者。同时，为推广公司专业化的品牌形象，公司于2018年3

月和10月相继参与了德国法兰克福照明展及中国香港国际秋季灯饰展等国际展会，进一步增强欧普照明品牌的全球影响力。报告期内，公司接连斩获多项殊荣，分别荣获"中国百强企业"、"亮点奖2018年度中国灯饰照明行业——行业领袖品牌"、"2018中国好公司"、"最具长期投资价值上市公司"、"中国智造金长城奖最具成长性企业"等奖项，全面彰显公司在行业及资本市场的品牌影响力。

二、报告期内主要经营情况 2018年，公司实现营业收入80.04亿元，同比增长15.05%；实现利润总额10.42亿元，同比增长30.14%；实现归属于上市公司股东的净利润8.99亿元，同比增长32.03%。

三、公司关于公司未来发展的讨论与分析 (一)行业格局和趋势 1、行业竞争格局 2018年在中美贸易战、房地产市场严控、消费增速减慢等多重压力下，国内LED照明产业整体增速放缓。根据CSA Research发布的《2018中国半导体照明产业发展蓝皮书》显示，预计2018年中国LED半导体照明行业总产值达7,374亿元。其中，LED下游通用照明领域仍是最大的照明应用市场，产值达2,679亿元，同比增速承压，但特色灯具、高附加值产品和系统性服务保持逆势增长。在原材料价格、运输、人力成本上涨、环保政策趋严等背景下，掌握核心竞争力的大型灯具企业在2018年仍保持稳定增长，并利用其资金、技术、品牌、渠道等资源优势，持续提升市场份额。长期看，LED半导体照明行业将进入快速整合及持续洗牌阶段，拥有核心技术、自动化生产程度高、具备高资本壁垒的公司将在激烈的产业升级竞争中占据更多的主导地位。同时，健康照明、新兴技术如人工智能、物联网、大数据等科技的加速渗透，将进一步拓展中国照明企业的可持续发展空间。 2、行业发展趋势 (1)LED半导体照明行业加速洗牌，照明应用领域品牌化、集约化程度加深《2018中国半导体照明产业发展蓝皮书》报告中指出2018年是中国半导体照明产业负重前行的一年，行业已从之前的高速增长转为平稳发展。受成本上涨、毛利下滑、增速乏力等压力，照明市场加速洗牌，优质照明企业的营收占比全行业持续提升。随着LED照明产品步入成熟稳定期，相关标准化体系的完善与生产自动化进程的加快，将推进行业的集约化整合。另外，在节能降耗、低碳经济、减少重复装修的背景下，大客户采购方式趋于集约化。大型房地产开发商的精装房联合采购、酒店餐饮连锁品牌的集团化采购、国外大型连锁商超的集中标准品采购等，将全面促进照明应用领域品牌化、集约化程度的加深。(2)LED将快速步入健康照明时代随着全光谱或类太阳光LED产品的广泛出现，高品质、健康照明的理念逐步实现了从概念倡导到产品化，并将广泛应用于家居照明(如：老人灯、节律灯、儿童灯等)及商用照明(如：医院健康照明、教室健康光等)领域。未来，随着技术的进一步提升及成本的逐步下降，LED将快速步入健康照明时代。(3)在智能家居的推动下，我国智能照明行业市场规模将加速扩大伴随人工智能、物联网、通信等技术的加速渗透，照明制造商持续加大在智能照明产品领域的研发、生产与推广投入，智能照明技术在家居领域的应用不断提升。国内照明企业开始逐步与家装企业、互联网企业、物联网生态平台开展深度的跨界技术合作。目前以智能音箱为代表的语音平台已成为家居智能照明的控制

终端之一，智能照明系统通过接入诸如天猫、小米、百度等语音控制平台，以及小米、华为等手机入口端设备厂商的智能家居生态平台，进入终端消费者的日常生活。未来，在智能家居的推动下，我国智能照明行业市场规模将加速扩大。根据中商产业研究院预测，2020年中国智能照明行业市场规模有望超过270亿元。(4)智慧城市不断探索，智慧路灯迎来更为广阔的发展空间未来随着物联网、5G网络、云计算等新一代信息技术的广泛应用，智慧城市已成为必然趋势。智慧路灯作为智慧城市的重要载体，不仅可以提升城市照明的管控水平，实现节能减耗，还可以集成视频监控、环境监测、无线网络、灾害预警、充电桩等多项功能，一体化建设实现智慧城市的信息化与智慧化管理，为市民提供智能、安全、美观、舒适的生活体验。作为智慧城市建设中的重要组成部分以及受益于政策的大力扶持，智慧路灯将迎来更为广阔的发展空间。(二)公司发展战略 公司始终坚持自主品牌，系统加强品牌建设，紧紧抓住产业消费升级，以用户需求为导向，技术创新为动力，以智能化制造为基础，发展成为行业领先的照明系统及集成家居综合解决方案服务商。1、在产品和渠道上不断精进。在产品上，深入理解家庭、零售、餐饮、酒店、工业、道路等多种场景下的用户照明需求，提供从单品到设计服务的多样化选择方案，并且建立相应的以用户为中心的快速服务能力。在渠道上，巩固现有的线下和线上布局，强化渠道优势，并且积极尝试新渠道的拓展，进行渠道下沉及升级。2、以技术创新为动力，坚持"以人为本"的设计理念，加大对照明技术投入，进一步引领对光的理解及运用；同时，继续"智慧照明"的战略重心，以物联网技术及人工智能为手段，打造欧普智慧照明生态圈。3、全面提升供应链效率，通过新工厂建设及现有产线的技术升级，不断进行工艺创新，打造行业领先的智能制造及供应链能力。4、通过实施、深化"超越所见"的全新品牌理念，坚定全球化自主品牌战略，聚焦战略市场区域扩张，构建全球化运营基础与体系。(三)经营计划 1、家居照明业务 公司将通过差异化的商业政策及运营策略，更有针对性的帮助区域客户成长，聚焦"两高客户"(高成长、高份额客户),促进优质经销商的能力转型。同时，将加大在细分市场、空白市场的渠道覆盖，并积极开拓新兴渠道的发展机会。在线上渠道，公司将持续完善多平台、多品类的战略布局，进一步提升智能化产品的比重，为未来构建一站式智能家庭硬装生态圈奠定基础。2、商用照明业务 公司在商用照明智能单品的基础上，全面提升智能控制系统在细分行业的应用。并且，公司将持续优化具备行业专业能力与市场开拓能力的运营商体系建设，强化项目经销商在细分行业的综合服务能力。另外，公司将通过搭建项目全流程跟踪系统、提升快速交付及现场保障能力，进一步夯实商用照明的供应链服务能力。3、海外业务 公司将聚焦重点国家，通过差异化的市场资源投放、专业化的产品及服务，提升海外的市场份额及市场资源投入产出效率。同时，公司将持续加大海外市场的品牌投入和本地化人才的储备，逐步扩大欧普照明品牌在全球的影响力。4、电工转换器业务 电工转换器业务将以用户为核心，建立艺术开关、排插、断路器与灯具品类之间的产品组合，以此满足家居及商用客户全品类的购买需求，进一步促进网点的盈利能力。同时，在品牌建设方面，将推进"OPPLE艺术开关"品牌的独立建设与推广，进一步提升欧普电工类产品在消费者心中的影响力。5、智慧照明 公司将于2019年加速智能产品、

技术、服务在各渠道的应用及推广。一方面，公司将持续推进技术平台的迭代，提升蓝牙系统的成熟度；另一方面，将有序推动与其他平台企业的跨界合作，让更多用户体验到智能产品带来的美好生活。在智慧城市领域，公司将继续开发基于NB-IOT技术的智能路灯，并推出聚焦于智慧园区、智慧学校、智慧公园等场景的智慧庭院灯以及结合多功能灯杆的整体解决服务方案。6、技术创新 公司将推进灯具的平台化与模组化设计，通过机电一体式(即：机械安装过程中实现电路的自动连接)的快接接口模块，进一步简化生产流程、降低运输包装成本，实现灯具的批量化、规模化生产及灯具安装的便捷性。同时，公司将结合户外照明应用场景，在光学专利设计、电源新技术以及新材料应用等领域持续精耕细作，优化路灯全系列产品，逐步完善户外太阳能照明的应用。7、智能制造 公司将有序推进粤港澳大湾区区域总部的建设；同时，将重点聚焦于前后台信息化平台的打通，提升供应链的响应速度及生产灵活性，为终端用户提供更为优质、个性化的产品及服务。

(四)可能面对的风险 1、市场竞争风险从宏观来看，国内经济预期增速下行，而国外经济增速分化及政治环境的复杂性为市场带来了不确定性。从行业角度看，一方面LED照明市场竞争较为激烈；另一方面，外部跨界竞争加剧，公司面临的市场竞争压力可能增强。为此，公司将通过夯实核心竞争壁垒，加速行业整合，拓展新的业务平台。2、房地产行业波动风险 公司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，2016年以来，为了抑制部分城市房价过快上涨的势头，国家陆续出台了限购、限贷等一系列房地产行业宏观调控政策，我国商品住宅需求随之增速放缓。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，通过服务能力的升级，保持快速增长态势。

3、市场规范风险 目前LED照明行业仍存在行业质量标准不明确、检测体系未完全建立、参与厂商众多但产品规格不规范、市场无序竞争等一系列问题，很多小型照明企业以低质低价的策略抢占市场，而消费者又不具备专业能力进行产品鉴别。该等问题如不能解决，将不利于LED产业的健康发展，也会对欧普照明等大型品牌照明企业构成冲击。4、原材料价格波动的风险 公司主要原材料为铜、冷轧板、PC料、亚克力等，其价格波动将对公司的生产成本产生影响。若原材料价格出现大幅波动，公司的盈利水平将可能因此出现波动。公司品牌溢价能力较强，将通过提高高附加值产品比重、提升制造和供应链效率等方式消化成本波动影响。

5、汇率波动风险 公司的主要经营业务位于中国境内，以人民币结算。但公司海外业务(外币资产和负债及外币交易的计价货币主要为美元)依然存在外汇风险。集团总部财务部门负责监控集团外币交易和外币资产及负债的规模，以最大程度降低面临的外汇风险；为此，公司会以签署远期外汇合约，货币互换合约以及其它合适的金融工具来达到规避外汇风险的目的。

四、报告期内核心竞争力分析 公司经过20余年在照明行业的深耕细作，逐步在品

牌、渠道、研发技术、生产运营、人才及管理等方面建立了核心竞争优势。

1、品牌优势 作为照明行业率先研发节能产品的企业之一，欧普照明2007年被认定为"中国驰名商标",从2008年国家推动节能照明以来，连续中标"绿色高效照明工程"项目。2009年欧普照明成为2010年上海(中国)世博会民企联合馆参展企业，为世博会民企联合馆提供了整体照明应用解决方案。此外，欧普照明成为2015年米兰世博会万科馆在照明领域的合作伙伴；2016年3月成功参展德国法兰克福照明展，成为入驻国际馆的中国照明自主品牌；同时，公司连续获得多项殊荣，分别于2016年6月被中国轻工业联合会评选为"2015年度轻工业百强企业",2016年12月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",2017年6月入围世界品牌实验室组织评选的2017年"中国500最具价值品牌"榜单，2018年相继荣获"中国百强企业"、"最具长期投资价值上市公司"等奖项，全面彰显公司在行业及资本市场的品牌影响力。

2、渠道优势 在家居照明零售渠道，公司凭借强大的营销团队和渠道网络资源，布局各地灯饰城、五金店、商超等网点，在全国省、直辖市、州、地、市、盟市场实现了较高覆盖，在县、旗、乡镇市场公司也实现了一定程度的网络覆盖。同时，公司不仅重视渠道网点数量的扩张，更重视网点经销商经营能力及网点运营质量的提升。为此，公司持续优化、升级零售门店运营以及销售管理行为的标准。首先，公司为培养经销商的运营管理能力，自主设计了经销商评估体系和数据库，定期对经销商进行评价和考核。同时，公司还积极建设销售管理信息系统，加强相关方的信息共享，在流程化的管理基础上确保各方责权利的协调一致，对各阶段的销售活动进行有效的监控和管理。其次，在销售终端，公司协助终端打造场景化的展示方式、标准化的服务体验、个性化的灯光设计，为消费者提供整体家居照明解决方案。此外，公司不断提升商用、电子商务、海外渠道的渗透力，实现全渠道的立体覆盖。在商用照明渠道领域，公司持续打造四大能力，即专属ETO(Engineering To Order)定制能力、专业照明设计能力、领先研发制造能力、完善的售后服务能力，为客户提供高标准的照明解决方案。在电子商务领域，公司顺应趋势加大电商渠道建设，布局新品类、新行业，为消费者提供更全面、更优质、更便捷的产品和服务。

3、研发技术优势 公司研发中心围绕"以用户需求为导向，以深度挖掘LED前沿技术创新为动力，以智能照明趋势为前瞻"的研发战略，持续创造光的价值，设置了以营销事业部为引导，以预研研究部和平台为支撑的矩阵式研发管理模式。公司以自主研发为主，同时与国内外专业的科研院校与研究机构合作进行创新研究。公司的研发部门设立平台和预研研究部、家居照明研发部、专业照明研发部、照明电子研发部、光源研发部、项目管理部、标准与实验室中心等，这一集成式研发流程能使市场、研发、制造、供应链等功能部门紧密衔接，打通与用户的连接，高效可靠地完成大量新产品开发项目。在多年的打造、积累中，研发中心在光学、电子、材料、机械设计等方面形成了强大的核心竞争力领域。同时，欧普照明研发建立了先进的技术管理平台，如照明应用平台，可以从客户角度深入理解照明的根本需求，以此定义更贴近客户的基础照明产品。在产品及研发创新的同时，公司进一步优化产品和平台模组化及标准的快速接口，在提升消费者体验的同时，保持行业的成本优势，为未来定制化产品，制造及转型服务做好准备。近几

年，公司在物联网、传感器、近距离通讯平台、云计算、大数据处理等方面也逐步建立了核心技术优势，如基于欧普照明云平台的物联网系统，可以对接各类合作伙伴，进一步升级照明产品，并优化客户对产品的体验度。

4、生产运营优势 随着LED照明时代的到来和行业竞争日渐加剧，公司策略性地走出“规模化批量生产+高端定制化柔性化生产”的道路，一方面整合资源扩大成本优势，另一方面灵活满足部分客户的高端定制化需求。从2013年起，在产品模块化设计与开发、零部件标准化及通用化应用的基础上，公司陆续投产多条自动化生产线，大量引入工业机器人及各种自动与半自动设备，并同时得到自主开发、具有知识产权的信息化软件系统的有力支持。工厂不仅降低了对人工的依赖，更是大大提升了产品的质量和生产效率，直接降低了产品的单位成本。基于全球工业4.0趋势及国家2025战略，公司进一步推进自动化的投资建设，在取得降本增效、合理扩充产能结果的同时，优化了整体的供应链体系，提升了产品交付的稳定性。另外，面对日益增多的定制化需求，公司在吴江工业园已经打造出具备快速打样、快速实现定制化生产的工厂，该工厂在信息化系统的管理下，通过引进国外的先进设备和加工中心，大大缩短了产品的加工周期(样品打样一般1-3天，小批量订单一般20天即可)。相比以往“先设计产品-投资制作模具-再生产-测市场”的模式，欧普照明的定制化工厂能够在快速实现产品的同时，大大降低模具成本的投入。公司建立并完善了一整套运营流程与体系，有力地保证了公司运营体系的顺利推行和管理的精细化发展。公司有严格的供应商评估与控制体系、生产管理体系和品质控制体系，确保了原材料采购、产品生产、销售等环节的规范操作，并保证了产品品质满足客户的要求。在采购环节，公司针对不同原材料制定了分类评价制度，并采用与之对应的采购供方评定流程，包括供方选择、初审、送样检验、综合评审、合格供方建档、确定采购环节；公司还建立了供应商淘汰机制，根据供应商供应原料在质量、交期、成本等方面的情况综合打分，淘汰末位。在生产环节，公司持续加大对于产品品质控制的自动化、信息化投入，确保实时监控每个环节，从而保障生产要求得到有效实施，产品质量得到可靠保障。

5、人才及管理优势 公司始终认为人才是公司最核心的竞争要素，公司利用上海地区的人才聚集优势，加大团队建设力度，从飞利浦、欧司朗、华为、海尔等公司引进了多名研发、销售、管理等中高端优秀人才，为公司发展提供了强有力的智力支持。同时，公司始终重视人才培育与人文关怀，通过建立欧普大学、提供系统的培训计划，如Mini-MBA培训，建立了从主管到经理、到总监的阶梯式培训体系，搭建公司人才梯队；并将这套系统逐步延伸到公司的经销商和供应商，实现经验分享、共同进步。同时，公司不断完善内部管理制度建设，以国际化标准打造并优化信息系统、管理制度及流程等，进一步提高管理水平和管理效率。