

证券代码：000100

证券简称：TCL 科技

TCL 科技集团股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2021-005

投资者关系活动类别	<input type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input type="checkbox"/> 业绩说明会议 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input checked="" type="checkbox"/> 路演活动 <input type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 其他
参与单位名称及人员姓名	中国人寿养老保险、摩根大通、正心谷资本、天风国际证券、渣打银行、中信证券、中信建投证券、中信建投基金、中再资产、中庸资本、中颖投资、中融鼎投资、中航基金、佐原投资、中国银行、中国民生银行、中保理想投资、致合（杭州）资产、农银理财、浙商证券、浙江中纬资产、浙江龙航资产、长见投资、长城证券、泽泉投资、遠雄人壽、远赢基金、远望角投资、源禾投资、圆信永丰基金、裕富资本、昱珩泰投资、英大证券、英大基金、野村证券、阳光资产、亚太财险、雅居乐、雅城科创、旭辉资产、兴业证券、中金基金、兴华基金、信泰人寿、信达证券、信邦投资、新时代证券、新华资产、西藏源乘投资、西部证券、天隼投资、天风证券、天安人寿、太平洋证券、太平基金、台湾元大证券、顺时国际投资（北京）、石溪投资、深圳正圆投资、深圳市红筹投资、深圳市承泽资产、深圳山石基金、深圳前海汇杰达理资本、深圳铭远投资、中金公司、中国进出口银行、深圳广汇缘资产、深圳承泽资产、申万宏源、上海银叶投资、上海银利伟世投资、上海懿坤资产、上海耀之资产中心、上海兴银投资、上海晓煜投资、上海天猷投资、上海拓璞、上海朴信投资、上海猛虎投资、上海晶通、上海金攀投资、上海集元资产、上海漠鐘、陕西星河投资、山西证券、山东铁投、山东铁发股权投资、厦门益亨投资、瑞银证券、瑞达基金、青衫资产、前海无锋基金、前海骏杰资产、前海创富、前方基金（香港）、平安证券、平安理财、平安基金、鹏扬基金、鹏华资产、盘京投资、宁波宝鸿投资、明亚基金、明世伙伴基金、明达资产、名禹资产、民生证券、民生银行、民生通惠资产、美楷基金、联储证券、开源证券、君康人寿、九泰基金、景熙资产、菁菁投资、金元顺安基金、金鹰基金、交通银行、江西省国资汇富产业整合投资、江西济民可信集团、江苏瑞华投资、江苏第五公理投资、建信养老金、基石资本、汇华理财、汇鸿国际资产、汇丰银行、华西证券、华泰证券、华泰保兴基金、华泰柏瑞基金、华强集团、华能贵诚信托、华金证券、华富基金、华创证券、华安财保资管、互兴资产、湖南楚恒资产、湖北鼎龙控股、鸿商集团、宏远汇智投资、宏源汇智投资、恒远资本、鹤禧投资、杭州白犀资产、海通资管、海通证券、海螺投资、果实资本、国资汇富、国元证券、国信证券（香港）资产、国信证券、国联证券、国海证券、广州天创私募证券投资基金、广银理财、广发证券、广东初江、广东君心盈泰投资、广东钜洲投资、冠捷科技、格行资产、格林基金、富利达资产（珠海）、富邦投信、复朴投资、沅沛投资、丰和正勤投资、方正富邦基金、方圆基金、泛海投资集团、东吴证券、东吴基金、东海证券、东方阿尔法基金、东财基金、东北证券自营、东北证券、鼎萨投资、德华安顾人寿保险、丹金恒信、大成基金、创金合信基金、创金合信、承泽资产、晨脉投资、财信证券、财通基金、博笃投资、博道基金、比利投资、北京泽铭投资、北京信托、北京润达盛安投资、北京明澄私募基金、北京金泰银安投资、北京诚盛投资、百年保险、WT Asset、UG Investment、TPV、Tairen Capital、Rockhampton、FSI、Cloudalpha capital、Atlantis Investment Management、Aspen Capital Management

	(HK)、Morgan Stanley、华夏基金、大家养老、大家保险 共 215 名机构投资者
时间	2021 年 6 月 15 日
地点	电话会议
上市公司 接待人员 姓名	TCL 科技集团高级副总裁兼董事会秘书廖骞先生
投资者关 系活动主 要内容介 绍	<p>一、最新行业及公司情况介绍</p> <p>1、行业情况更新</p> <p>目前 TV 大尺寸格局重塑，长期看，供需关系的根本性改善决定面板行业周期性弱化趋势不变，大尺寸化及新品类拉动长期需求增长。</p> <p>到本月面板价格已连续上涨了 1 年，最直接原因是短期疫情爆发造成供需错配，现阶段错配开始走向平衡，供给格局上，尽管价格短期涨势的超预期导致部分落后产能未及时退出，但韩厂更多是出于内部供应保障考量，而非盈利，且从盈利竞争力、产线代际差距以及规模优势等方面看，国别转移及头部集中的趋势不变，供给改善、集中度提升导致行业周期弱化的趋势不变。</p> <p>在需求方面，从过去十五年来看，TV 是非常稳定的市场，不论是 08 年金融危机还是 20 年疫情，TV 销量始终稳定在 2-2.3 亿台之间。短期来看，北美市场近几周出现环比下降，但这是补贴退坡及疫情恢复带来的局域性影响。整个 TV 市场中北美占比 18-20%，与之相当的市场还有西欧、中国、印度东南亚以及南美和非洲市场。全球 TV 市场需求区域分化形成对冲组合，大家应更关注全球总出货数据。过去几年整体波动很平稳，我们不太认为个别地区的波动会导致全球全年 TV 销量出现下滑。</p> <p>中短期来看，整个 TV、IT 的组合型加权平均价还在逐季上移，价格中枢有较长期的变化。未来几个季度来看，随着 Q4 进入消费淡季，面板供需关系会从供不应求逐步到供需平衡。另外，从去年六月至今，各个尺寸的 TV 面板上涨幅度是不同的，32 寸为代表的小尺寸，涨幅达 180%，而像 65、75 寸这样的大尺寸，涨幅在 60-70%。我们认为未来小尺寸可能会出现滞涨甚至调整，而大尺寸我们依然认为，一方面短期会保持强势，同时中长期受益于大尺寸的战略清晰以及相对更高的集中度，波动将更平滑。</p> <p>库存方面，目前，面板厂库存还处于历史最低水平。整机厂方面，虽然在中国的部分厂商在部分区域的整机库存出现略微上升，但是从整体库存来看，目前仍然显著低于历史平均水平。</p> <p>2、公司情况更新</p> <p>面积产能上，2020 年全年营收 465 亿，包含三条满产满销大尺寸线 t1、t2、t6，以及两条小尺寸线 t3、t4。21 年 Q2 并表三星苏州 t10，以及 t7 爬坡。总体来讲，华星整体面积产能还会有大幅增长。</p> <p>产品结构上，过去我们主要产品是 TV，而从 19 年开始我们把 IT 产品和商显作为我们下一个成长的关键要素。我们以现有产线部分产能生产 IT 产品，打下很好的客户和产品基础。目前 TCL 华星在 IT 和商显上的利润率水平已经不低于 TV 产品，相信随着 t9 线投产，未来 IT 将成为我们除 TV 之外的另一个关键增量。</p> <p>在 TV 尺寸结构方面，目前我们 55 寸以上大尺寸产品占比较高，我们认为未来无论是大尺寸化还是 Mini LED 背光新技术的发展都会推动 TV 向 55 寸以上尺寸转移。所以</p>

产品结构调整中，除了扩大 IT、商显占比之外，我们的 TV 结构也在进一步向大尺寸靠拢。同时，我们的客户结构也在优化，我们今年成功导入了海外主要客户，并且提供高端产品。

我们希望华星光电可以从 2020 年 480 亿营收向更高水平迈进，此外，我们的半导体光伏及材料、金融投资产业，也将把整个 TCL 科技打造成一个成长性极强且稳健的企业。

二、Q&A

1、如何看待未来面板价格变化？

答：从未来一到两个季度来看，小尺寸价格应该会有向下调整的空间，而大尺寸调整空间不大。目前供给上小尺寸有货但并不宽裕；在 65 寸及以上，全球范围仍然缺货。这是由于全球生产 32 寸的厂商数量远大于生产 65 寸及以上的，同时大尺寸化趋势加速，面板整体价格提升，DDIC 的短缺短期不会缓解，所以终端厂商会继续选择在高价值产品着力，因此大尺寸和小尺寸预计将会分化。

2、如何看待面板长期供需结构？

答：第一，新线投产到产出需要 36 个月，在三年内没有大的变化。第二，过去 LCD 产品形态有巨大变化，显示效果在不断升级，老旧产线相对竞争力落后，尺寸变大导致先进代线更有优势。尽管价格向好的背景下，老旧产线退出进度放缓，但是在技术上以及切割效率上的巨大劣势最终会加速其退出，不会对行业格局产生影响。第三，印度的新建产线计划，我们知道中国从 2003 年进入行业，到 2008 年开始有规模的扩张到今天 2020 年，投资的规模达到数千上万亿，包括面板、模组、整机等领域，包括电力、水等基础设施，同时也需要很长时间，我们不认为印度在未来 5-8 年时间会挑战供需关系，目前也没看到正式建设的公告。假设未来 TV、IT 销量中位数可以保持稳定，随着每年 1-2 寸的尺寸增加，那么到 2025 年行业会出现绝对不足，并且先进产能的扩张更多是对老旧产能形成挤压。

3、苏州线当前经营情况？

答：苏州线 2021 年 3 月 31 日并表、Q2 贡献业绩。关于苏州线，第一是我们接手后正在推进完成改造重组，尽快达到预期产能规模。第二是我们希望对供应链优化，来大幅降低成本。第三是产品结构调整，我们希望苏州线承载更多非 TV 产能，来使得整体结构更稳健。目前来看，整体进度是很不错的。

4、公司季度产能增长节奏？

答：t7 线未来产能逐季提升，二季度 t10 还处于交接改造过程中，到四季度预计产能达到预期，所以整体产能会继续环比增长，我们对季度性盈利保持稳定向上态势是非常有信心的，Q4 可能的价格调整压力我们不太担心，因为我们的成长性抵消了短期的影响。

5、未来头部厂商扩产计划是否会造成供过于求？

答：供需关系是关键，当前的情况和 17、18、19 年完全不同，当时三年全行业产能有大约 60% 增长。而目前激进看，2021-2023 可见的加在一起也就 20% 不到，因为行业在过去数年的面积增长是巨大的。同时，当时行业处于整合加速，多家进行扩产，而现在只是极少数头部企业扩产，需求上只要每年保持 1-2 吋增长，20% 的产能 2-3 年就消化了，届时供需也不会和现在有不同。

6、行业进入稳态，未来利润率水平如何看待？

答：从出货面积的市场份额来看，现在占有 9-10% 的至少还有五家，所以目前还没有进入稳态，但未来方向会越来越好。由于竞争壁垒高，新玩家即便投入 50 亿美元也无法形成一定产能，更无法和开始折旧退出的头部公司竞争，对稳态市场我们相信值

	<p>得期待。</p> <p>7、驱动 IC 供给不足为代表的，原材料价格上涨会不会对我们利润率及稼动率产生影响？ 答：中大尺寸面板来看，关键物料主要包括玻璃、偏光片、滤光片、驱动 IC。经过涨价，驱动 IC 已经在 BOM 中成为最大品类之一，对行业的影响权重在提升，但随着价格上涨，IC 更加吸引晶圆厂的产能，整体 DDIC 供给情况在好转，同时国内有 IC 厂商产能也在陆续开出。未来供需将逐渐改善。</p> <p>8、中尺寸 OLED 的应用进度？ 答：如果 AMOLED 仅仅用于小尺寸，一个头部企业就可以满足大半手机市场甚至更多，因此市场一定需要新品类的拓展。但目前市场上用 OLED 面板做 IT 的厂商是非常少的，同时中尺寸对蒸镀良率的要求也更高，所以中尺寸 OLED 应用还需要去观察，包括明年头部品牌的新产品渗透率以及面板厂的出货情况。</p> <p>9、如何看待 WOLED 和 Mini LED 的竞争，以及未来新形态展望？ 答：TV 未来会有不少新形态、新技术，以及未来的新需求。过去高端 TV 市场主要由 WOLED 把控，而当前 Mini LED 的出现部分替代了 WOLED 的市场，未来两者会一同占据高端市场。而从 WOLED 向下渗透的情况来看，即便 LCD TV 价格大幅上涨，目前 WOLED 和 LCD 在 65 寸 4K 的产品差价仍然在 2.5 倍左右，75 寸及以上产品的差距更大，所以 LCD 未来数年仍是市场主流。</p>
附件清单 (如有)	无
日期	2021 年 6 月 17 日