

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：2021-006

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 checked="" type="checkbox"/> 业绩说明会议 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input 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	高盛、高瓴资本、易方达基金、信泰人寿、方圆基金、英大基金、信达证券、新华资产、西南证券资管、中信建投基金、中信产业投资基金、中信证券、中信建投证券、中信里昂证券、中金公司、长盛基金、西部证券、西部利得基金、天安人寿、平安资管、平安基金、民生证券、华西证券、华泰证券、红塔证券、国元证券、国信证券、国泰君安资管、国海证券、广发证券、东亚前海证券、大家资产、中天证券、中航基金、中国银行广东省分行、中国银河证券、中国民生银行广州分行、中保理想、致顺投资、正心谷资本、征金资本、浙江龙航资产、长信基金、长城证券、长城财富资管、粤开证券、远赢私募基金、远赢基金、源闾投资、裕富（深圳）资产、盈峰资本、盈沣（上海）投资、野村资管、野村证券、野村东方国际证券、阳光资管、焱牛投资、旭辉资产、兴业证券、西部证券、西安瀑布资产、伟仕佳杰、伟晟投资、万家基金、万和证券、天隼投资、天风国际证券、天虫资本、泰山财产保险、泰康养老、施罗德基金、慎知资产、深圳悟空投资、深圳市中颖投资、深圳市远望角投资、深圳市泰石投资、深圳市铭远资产、深圳市老鹰投资、深圳世纪恒丰资产、深圳山石基金、深圳前海荣德金资产、深圳前海广申弘毅资产、深圳前海承势资本、上投摩根基金、上海中域投资、上海涌津投资、上海涌峰投资、上海银叶投资、上海浔宝投资、上海天猗投资、上海拓璞投资、上海松翻投资、上海申银万国证券、上海朴信投资、上海泊通投资、上海老友投资、上海嘉谟资本、上海货力资产、上海汇华理财、上海国际货币经纪、上海高毅资产、上海枫池资产、上海沅杨资产、上海顶天投资、上海钉铃资产、上海大朴资产、上海博道基金、陕西星河投资、润邦投资、瑞银证券、瑞芯微电子、瑞橡资本、榕树投资、前海开源基金、前海久银投资、平安证券、欧亚基金、农银理财、南钢股份、名禹资产、民族证券、民生广州投行部、马可波罗中国、龙航资产、立德基金、力合基金、乐瑞资产、凯思博投资、开源证券、玖龙资产、九泰基金、菁菁投资、结好期货、江西济民可信集团、江苏瑞华投资、建信养老金、嘉实基金、嘉合基金、惠升基金、华夏未来资本、华泰资管、华泰柏瑞基金、华润大厦、华美国际投资、泓屹资产、红土资产、红筹投资、弘毅远方基金、海富通基金、国投瑞银基金、国泰君安证券、国寿安保基金、国联证券、国金证券、国都证券、广州金控资产、广州金骏投资、广银理财、广东阿米巴基金、富利达基金、复星集团、洋盈资本、丰琰投资、方正证券、凡麦资本、敦和资产、东海证券资管、东海证券（自营）、东海基金、东财基金、砥俊资产、德邦证券、淡泰资本、大和资本、创金合信基金、承珞资本、诚实资产、财信证券、博煊资产、博道基金、北京中金众鑫投资、北京中诚新阳资本、北京源乐晟资产、北京润达盛安投资、北京金泰银安投资、北京海林投资、北京沅沛投资、北京鼎萨投资、邦马龙股份、奥凯投资、安信证券、UG Investment Advises LTD、Q Fund Management (HK) ltd、PinPoint、Nomura、Mason Group、Kaison Asset Management、Franklin Templeton、brilliance capital、BOFA Investment Bank、Bank of America Securities、Aspen Capital、Morgan Stanley、LMR

	Partners 共 244 名机构投资人
时间	2021 年 7 月 14 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、公司上半年业绩预告情况 TCL 科技上半年预计实现营收 730-750 亿元，同比增长 149%-156%；预计实现净利润 91 亿元-95 亿元，同比增长 751%-789%；预计实现归母净利 65-69 亿元，同比增 438%-471%。</p> <p>1) 华星光电 半导体显示行业景气上行，半导体显示业务板块净利润同比及环比均显著增长。大尺寸业务领域，随着行业集中度提升和供需格局改善，大尺寸产品价格持续上涨；报告期内，TCL 华星 t1、t2、t6 产线满销满产，t7 产能爬坡，苏州三星 t10 于第二季度并表，大尺寸产品出货面积同比增长约 24%；随着自建产能爬坡及外延并购，TCL 华星产线布局更加均衡，产品及业务结构持续优化，中高端显示器及商显产品快速上量，大尺寸合计实现营收同比增长超 130%，净利润同比增长约 14 倍，其中二季度实现净利润较一季度环比增长约 70%。中小尺寸业务领域，t3 产线积极拓展高端笔记本、平板及车载等新兴业务，t4 柔性 AMOLED 产线按计划扩产，柔性折叠屏持续拓展新品牌客户。此外，定位于中尺寸高附加值 IT 显示屏、车载、工控等产品生产的 t9 项目正式投建，共同驱动 TCL 华星规模增长、结构优化、效率提升。</p> <p>2) 中环股份 由于光伏和半导体材料的快速发展，我们的新赛道战略初见成效。今年全年，中环收入占比逐渐会向华星靠近，整体公司的经营稳健性和成长性会逐步凸显。</p> <p>二、QA 环节</p> <p>Q: 上半年业绩亮点? A: 营收来看，公司绝大部分营收来自华星和中环。上半年大尺寸由于并表 t10，大尺寸利润有比较大的增长，中环部分可以参照他的业绩快报，剩余部分是来自投资和金融板块。6 月份我们已经把金融版块中的持牌业务分拆出去，目前剩下产业链投资和财务公司两个部分。</p> <p>Q: t7 线及 t10 线最新情况? A: t7 从去年 Q4 开始爬坡，预计今年产能贡献相对较小。苏州三星从四月份开始并表和运营整合，带来了不错的利润贡献，我们希望明年上半年它达到跟 t2 线类似的经营效率。同时我们还有一个内部的赛马计划，在内部通过 PK 和相互借鉴，预计未来一年半将带来较大的利润改善空间。</p> <p>Q: TV 产品中 55 吋及以上的占比? A: 目前我们 32 吋只有 t1 线不到一半的产能在切。而 55 吋是 t2 线以及部分 t1 线的主力，这个尺寸出货量全球排名第一。而在 65 吋及以上主要是 t6 和 t7 在做，65 吋已经达到全球前二。未来几年我们会坚定向 55、65 以上尺寸产品转型。</p> <p>Q: 小尺寸产线情况? A: t3 线的手机、LTPS 笔电、MNT 以及车载产品的混切，产生了一定效率折损，不过最近已经有所好转，之后我们希望盈利可以大幅增加。t4 AMOLED 主要是一期 15K 出</p>

货，产能利用率业内领先，而今年我们开始二三期爬坡，我们希望到 2022 年年中或者下半年达到盈亏平衡。

Q: 原材料涨价对毛利率的影响?

A: 原材料主要是 DDIC 的价格涨幅较大，预计下半年头部面板厂商的紧缺会有一定缓解，全行业来看至少到明年上半年才会缓解。其他像偏光片、特种气体等等的涨价幅度都是有限的，而且上游厂商的产能都不小，下半年继续涨价的可能性不大。所以我们认为未来面板降本的趋势会继续延续。

Q: 对下半年面板价格走势怎么看?

A: 今年三季度旺季过去之后，四季度和明年一季度是淡季；从品牌端看，也需要 TV 面板有所回落。分结构来看，大尺寸更稳健，小尺寸预计波动性更大。

Q: OLED 未来布局计划如何?

A: 蒸镀式 OLED 主要是 t4 线，一期满产已经一年，二三期按计划推进，预计明年年中满产。后续是否有新产能要看市场变化来决定。

Q: 全球电视机的出货和销售情况?

A: 出货量今年应该是正负 1-2% 的波动，幅度不大。由于大尺寸化趋势，今年还是会有 4-5% 的面积增长，具体情况还需要观察。

Q: 终端厂和面板厂的库存情况?

A: 现在整体下游库存处于历史上相对较低的水平；面板厂库存方面，大尺寸几乎没有库存，小尺寸大概 2-3 周，也明显低于历史水平。

Q: 如何看待未来终端产品价格上升空间?

A: 这一年时间发生了两件特殊事件，打破了品牌厂惯性的策略。一个是面板价格持续不断的涨价，第二是由于疫情，全球新机促销并不顺利。常规策略来讲，整机厂希望终端价格恢复，过去由于中国厂商的快速扩张，以及互联网企业的定价策略，大幅拉低了整个显示产业链的利润值，使得这个产业链处于微利或者亏损的状态，这个价格恢复需要一个契机。这里最大的问题不是消费者能不能接受家用大屏，而是终端厂用什么方式来调整定价策略来实现提价，目前不管是 mini LED、超窄边框还是 144HZ 新品不断推出，都是为了优化产品结构，实现终端厂季节性价格调整，来更好的发展这个产业，这个需要时间，也需要产品创新来支持合理定价。这也是为什么我个人对 32 寸创新持保留态度，因为只有面积达到一定水平之后才有创新和溢价的空间。

Q: Mini LED 业务情况?

A: 2019 年下半年是三星和 TCL 分别提出了 Mini LED 的概念。而 2020 年由于疫情影响，延缓了 Mini LED 产品的进展，到 2021 年才落地。目前多个品牌商都推出了 Mini LED 新品。2021 年是打造高端产品的时点，明年会下放到中低端产品实现放量。PCB 和玻璃方面，在中尺寸，国际大厂已经在大力推广 PCB 产品了，下半年看出出货量来验证，以及看其他厂会不会跟进，中尺寸也处于从高端向中端下放的过程。而玻璃基在 75 吋 8K 以上更有成本优势，在其他尺寸 PCB 目前还有价格优势，我认为 Mini LED 在明年会有比较大的上升机会。

Q: 在新产能扩张的情况下库存低的原因?

A: 产能增量没有大家想的那么大。2016-2020 年这一轮，全球产能新增 80% 多，但是有一部分线体退出，才导致了实际新增低于这个数字。而 2021-2024 全球新增产能比上一轮大幅降低。同时，新产线的产能爬坡过程需要一年半甚至更长时间，特别是高世代线，所以供给本身没有大家想的那么大。另外由于 MNT 和 NB 增幅很快，有一些产线从 TV 转切 IT，也小幅影响了供给。此外，玻璃基板和 DDIC 紧缺的高峰期影响了

	<p>2-3%产能，这就造成了完全的供不应求，一直到上半年才有一点缓解。</p> <p>Q: 车载布局情况?</p> <p>A: 主要是 t3 线在做，LTPS 很适合车载。这一轮的车辆升级中屏幕也是重要方面，所以也不排除出现 AMOLED 产品。不论是 LTPS 还是 AMOLED，我们相信大家也都把车载作为主力扩张方向之一。</p>
附件清单 (如有)	无
日期	2021 年 7 月 16 日