

# 京东方科技集团股份有限公司

## 投资者关系活动记录表

编号：2022-001

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 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 路演活动 <input type="checkbox"/> 现场参观 <input checked="" type="checkbox"/> 其他 <u>电话会议</u>
参与单位名称	高毅资产
时间	2022年1月10日
地点	公司会议室
上市公司接待人员姓名	罗文捷 董事会秘书室工作人员 张 妍 董事会秘书室工作人员
投资者关系活动主要内容介绍	<p>讨论的主要内容：</p> <p><b>一、公司业绩及经营情况</b></p> <p>2021年，在面临市场大幅波动等多方挑战下，京东方依托领先的技术产品实力和良好客户结构，经营业绩屡创新高。公司2021年前三季度实现归母净利润 200.15 亿元，同比大幅增长 708.43%。三季度单季实现归母净利润 72.53 亿元，同比增长 444.14%。</p> <p>2021年下半年，面对行业内的结构性波动，公司灵活调整产品结构，持续提升高技术、高附加值的 IT 类产品比例。2021年三季度，TV 类产品收入占比 25%，相较于二季度降低约 5%；IT 类产品收入占比 45%，相较于二季度提高约 5%；MBL 及创新</p>

应用类产品收入占比 30%，相较于二季度持平。其中，柔性 AMOLED 产品收入占比 12%。公司凭借良好的产品、客户结构优势和灵活的经营策略，竞争力不断提高，盈利维持在较好水平。

在公司物联网转型的过程中，“屏之物联”发展战略承担了落地抓手和行动纲要的重要角色。在“屏之物联”战略的推动下，未来公司将通过给屏集成更多功能、将屏置入更多场景、衍生屏更多的出货形态，让屏融入各个细分市场和应用场景，提供服务，创造价值，实现数字化时代“屏即终端”的产业认知，构建“屏即平台、屏即系统”的产业生态。

## 二、回答投资者提问

### 问题 1：怎么看行业周期性？

回答 1：半导体显示行业经历了较长的高景气周期后，目前结构性出现了一些波动，主要体现在 TV 领域。2021 年下半年来，由于海运堵塞及物流成本上涨，影响下游客户备货意愿，TV 类产品价格出现结构性调整；IT 类产品得益于更好的需求以及供给集中度，价格出现小幅度回调，整体仍保持相对稳定。

公司维持面板周期弱化的判断，在行业内存量产能逐步退出、新增产能总量有限、产能缓慢释放的背景下，市场份额将逐渐向公司在内的行业头部企业集中，行业集中度将大幅提升，供需结构持续改善。公司依托良好的产品、客户结构以及技术力、产品力领先，仍保持良好的盈利水平。

此外，行业内的波动可能催生对行业健康发展有利的横向整合，行业的横向整合有助于行业集中度提升，公司时刻关注行业变化，对于参与行业整合持开放态度。

**问题 2：如何看待目前及未来的面板价格趋势？**

**回答 2：**根据第三方咨询机构数据，自 2020 年 6 月起，半导体显示行业经历了历史上最长的景气周期，面板涨价持续时间超过一年，2021 年三季度开始步入结构性调整期，产品价格逐渐开始出现分化，基础类产品价格开始松动，但紧俏类、高附加值产品价格波动幅度不大，整体仍保持相对稳定。

得益于较好的需求以及供给的高集中度，目前占公司收入比例更高的 IT 类 LCD 产品价格仍维持在相对高位。面临行业的结构性调整，技术创新和管理赋能成为驱动企业高质量发展第一要素，公司将继续发挥产品结构、客户丰富、高效管理等优势，平抑市场波动风险。

2021 年三季度，TV 类 LCD 产品价格呈现较深跌幅，相对来说，更大尺寸、更高端的产品价格跌幅较小；2021 年四季度，TV 类 LCD 产品价格呈现缓跌态势，前期跌幅较大的小尺寸 LCD TV 产品逐渐显现止跌迹象。随着海运堵塞及物流成本上涨的情况逐步缓解，下游厂商备货意愿随之加强，2022 年一季度 TV 类 LCD 产品价格可能基本止跌。

**问题 3：公司柔性 AMOLED 业务进展如何？客户情况和出货情况？**

**回答 3：**公司柔性 AMOLED 整体出货量持续增加，2021 年前三季度出货约 4000 万片，经营状况持续保持良好，预计 2021 年全年同比继续保持大幅增长，经营业绩将持续改善。未来随着客户需求量的增加以及公司柔性 AMOLED 产线的顺利爬坡，公司柔性 AMOLED 产品出货有望持续快速增长，并成为公司业绩

	<p>的重要增长点之一。</p> <p>公司目前已为众多全球一线智能手机品牌提供高端柔性 AMOLED 产品,可以全面满足客户中高端、高端、旗舰以及折叠、卷曲的需求,接下来将致力于持续拓展品牌客户更多产品系列。同时,搭载公司柔性 AMOLED 产品的车载、笔记本电脑产品将陆续问世。</p> <p>随着京东方高端液晶显示技术 ADS Pro、高端柔性显示技术 f-OLED 和高端玻璃基新型 LED 显示技术 <math>\alpha</math>-MLED 三大显示技术品牌的发布,高端柔性显示技术 f-OLED 将支持和赋能更多国内外顶级品牌厂商的多形态智能终端产品。</p> <p><b>问题 4: 公司“1+4+N”事业群怎么理解?</b></p> <p><b>回答 4:</b> 经过多年创新发展,公司通过商业模式创新,确立了“1+4+N”的航母事业群发展模式。</p> <p>目前基于“屏之物联”战略设计,在新的发展格局下,公司赋予“1+4+N”新的发展内涵。其中“1”为以显示业务能力和资源为核心的母舰平台,是企业转型发展的策源地和原点;“4”为 MLED、传感、IoT 创新以及医工业务 4 大巡洋舰层,是公司在物联网转型过程中布局的 4 条主战线;“N”为以“1+4”核心技术产品为基点的登陆舰层,是不断开拓与耕耘的物联网细分应用场景,是公司物联网转型发展的具体着力点。</p> <p>“1+4+N”发展架构将助力京东方“屏之物联”发展战略转型持续深入,企业竞争力持续提升。</p>
附件清单(如有)	无
日期	2022 年 1 月 10 日