

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：2022-010

投资者关系活动类别	<input checked="" 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	Ishana Capital
时间	2022年5月31日
地点	电话会议
上市公司接待人员姓名	罗文捷 证券事务代表 张 妍 董事会秘书室工作人员 李 柰 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>一、公司业绩及经营情况</p> <p>2022年一季度，在面临市场大幅波动等多方挑战下，公司实现营业收入504.76亿元，同比实现增长；实现归属于上市公司股东净利润43.89亿元，整体经营情况稳健。</p> <p>根据第三方咨询机构数据，2022年一季度公司维持传统五大主流LCD应用领域出货量市占率全球第一，其中TV类产品市占率达到25%的历史最高水平，TPC类产品市占率相较2021年底大幅提升，NB类产品市占率也有持续增加。</p> <p>柔性AMOLED方面，一季度出货量同比增长近50%，市</p>

占率相较 2021 年底持续提升。在行业弱势情况下，市占率的持续提升进一步体现了公司在产品力、技术力和客户关系等方面的优势。

收入结构方面，面对行业内的结构性波动，公司灵活调整产品结构，持续改善收入结构。2022 年一季度，TV 类产品收入占比 20%，相较于 2021 年度降低约 8%；IT 类产品收入占比 47%，相较于 2021 年度提高约 5%；MBL 及创新应用类产品收入占比 33%，相较于 2021 年度提高约 3%。其中，柔性 AMOELD 产品收入占比超过 13%。

二、回答投资者提问

问题 1：公司未来的经营布局和战略规划？

回答 1：显示无处不在已成为不争的事实，未来显示行业的发展，除了显示技术、产品自身的进步之外，更多的机会在于显示技术和物联网技术的融合，创造出千千万万的细分和场景市场，为此公司提出“屏之物联”的发展战略，落地的措施核心是给屏集成更多的功能(技术的进步)、衍生屏更多的出货形态(产品和工艺)、将屏置入更多的场景(市场和客户)，紧抓未来物联网巨大的市场空间和机会。

为落地“屏之物联”战略，公司将业务进行重整后形成了“1+4+N+生态链”的业务构架，“1”为显示器件，是公司的核心能力和赋能的基础；“4”为 MLED、传感器件及解决方案、物联网创新业务、智慧医工，是京东方选择的高潜赛道；“N”是公司合物联网的场景和细分业务，在“1+4”赋能的基础上形成的一个个业务平台，像智慧车载、智慧零售、工业互联网、数

字艺术、视觉艺术等。

相信通过“屏之物联”战略的落地，公司将迎来新的发展机遇和业务增长，创造更好的业绩。

问题 2：如何看待面板价格的走势？

回答 2：产品价格应当是价值的体现，只有布局更全面、结构更完善的企业才具有更广阔的成长空间。持续的技术创新也将为企业和行业创造更多的价值。

2021年下半年以来，面板价格出现结构性调整，TV、IT类LCD产品价格出现不同程度下跌。2022年初以来，受俄乌冲突、国内疫情反复等外部环境不确定性因素扰动，客户端需求受到一定影响。LCD TV类产品价格二季度继续承压，持续逼近历史低点，有望出清行业部分落后产能。LCD IT类产品价格在二季度持续调整。随下半年旺季的到来、促销拉动、新产品发布等方面影响，需求有望出现好转，产品价格将有机会迎来结构性反弹。

未来公司将持续通过技术创新保持竞争优势，并在物联网创新转型业务上持续发力，积极把握市场机会，不断开拓新的应用市场，努力争取更好的经营业绩。

问题 3：公司柔性 AMOLED 业务进展及未来的发力点？

回答 3：2021年，公司柔性 AMOLED 出货量近 6000 万片，根据咨询机构数据，全球市占率约 17%，排名国内第一、全球第二。过去三年公司柔性 AMOLED 产品出货量均保持大幅增长，其中，2021年12月单月出货量首次突破千万级，达成业务发展新的里程碑。根据咨询机构数据，2022年一季度，

公司柔性 AMOLED 产品出货量同比增长近 50%。

目前柔性 AMOLED 产品在智能手机中的应用快速增长，在 IT 领域已实现量产出货。此外，公司已经开发出多款可应用于智能手机、笔记本电脑的具备折叠、卷曲、多折等不同形态的柔性 AMOLED 产品，能够满足客户多样化的需求，并将根据客户需求逐步推动相应产品的量产。

公司柔性 AMOLED 业务是未来业绩的主要增长点之一，2022 年公司柔性 AMOLED 出货量目标为 1 亿片，随柔性 AMOLED 产品出货量持续提升，能够持续消化折旧，改善公司业绩。

在智能手机领域，2021 年公司柔性 AMOLED 产品已基本完成全球主流品牌客户的导入，未来将主要致力于实现客户端更多产品系列覆盖以及持续提升公司产品的客户端占比。同时，持续推动柔性 AMOLED 在 IT、车载等新领域的应用，提升柔性 AMOLED 产品的价值与业绩贡献。

问题 4：处于行业下行阶段，公司是否降低了稼动率？

回答 4：不同的统计口径下，稼动率的数值将呈现不同数值。面临行业下行阶段，公司持续进行 LCD 产品结构调整，以公司的 8.5 代线、8.6 代线为例，公司目前拥有的 6 条 8.X 代线保持灵活的产品结构调整能力，覆盖从手机到 TV 的全尺寸段产品，不同的 8.X 代线根据其技术、产线特点，侧重有所不同，在集团范围内持续优化产品结构，以提高公司产线整体的运营效率，因此不同时期的 8.X 代线的投片量将发生变化，而投片量的变化不一定意味着稼动率的降低。

	<p>产品结构的变化过程也是对公司的产品、商务、客户、供应能力的考验过程，调整产品结构的同时继续保持高稼动率，并匹配客户的需求，是一个系统化工程，也是公司软实力的体现。京东方的管理、生产、制造体系能够支持这样的转变。</p> <p>目前公司的产线稼动率保持在合理的水平。公司将充分发挥产品结构和战略客户丰富的特点，突出技术优势，不断提升竞争力，以确保公司整体盈利性的最大化。</p> <p>问题 5： 公司如何进行供应链安全建设？</p> <p>回答 5：公司一直注重产业链安全建设和协同发展，致力于与合作伙伴共创共赢，积极推动供应链本地化，扶持产业链共同发展，强化产业链生态共建能力。</p> <p>截至 2021 年，公司在全球范围内的供应商共 5200 家左右，供应链本地化率达 72%，在供应保障、成本管控及贸易风险维度均体现优势，在行业内具备较强竞争力。</p> <p>除了与供应商保持良好的合作关系外，公司还通过与客户、供应商、科研机构等共同搭建联合实验平台等措施，共同开发行业领先技术，通过技术迭代来替代部分关键部品，有效降低供应风险。</p>
附件清单（如有）	无
日期	2022 年 5 月 31 日