

# 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：2022-018

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	瑞信资管、花旗集团
时间	2022年12月16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>讨论的内容主要为回答投资者提问，问答情况如下：</p> <p><b>问题 1：公司未来的发展战略及业务模式？</b></p> <p><b>回答 1：</b>京东方通过近 30 年的努力，已成为中国半导体显示产业的典型代表，目前在中国大陆半导体显示产业的产能、年出货量、出货面积稳居全球第一。</p> <p>近 5 年来为顺应物联网产业的快速发展，京东方加快以“屏之物联”为战略的物联网转型步伐，“屏之物联”的核心要义是：集成屏更多的功能（技术）、赋予屏更多的形态（产品）、植入屏更多的场景（市场和客户）。通过“屏之物联”战略的实施，抓住京东方在“屏”上的资源，确定未来有增长潜力的核心赛</p>

道 ( MLED、传感、物联网创新、智慧医工 ), 为千千万万物联网细分市场提供系统产品和服务 ( N ), 形成了京东方 1+4+N+生态链的商业模式。今年上半年, 在显示行业整体持续走弱的情况下, 四大创新转型高潜事业均取得不同程度的增长, 转型效果初显。

**问题 2: 如何看待行业稼动率及库存情况?**

**回答 2:** 受全球经济复苏乏力, 行业需求收缩、产品价格持续下跌等因素影响, 2022 年二季度末起, 行业内普遍出现稼动率调整, 根据第三方咨询机构数据, 9 月全行业面板厂稼动率降至 60%左右, 预计四季度面板厂稼动率小幅恢复。面板厂稼动率的降低对供给端的影响效果显著, 三季度全球 LCD TV 面板供应面积同比出现下降, 预计四季度同比继续下降。

库存方面, 根据第三方咨询机构数据, 由于行业内的稼动率调整, 面板厂库存水位随之下降, 目前大尺寸 LCD 面板库存处于相对健康水平; 部分下游品牌厂积极去库存且成效显著, 备货信心逐步恢复。在供需两端的共同作用下, LCD TV 面板供过于求情况大幅缓解。

随着近年来 LCD 生产线已从大规模扩产的高速发展阶段逐步进入成熟期, 市场份额逐渐向公司在内的行业头部企业集中, 产品价格是产业链企业健康稳定发展的基础将逐渐成为共识。

**问题 3: 如何看待面板价格的走势?**

**回答 3:** 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 年初至三

季度末，受诸多方面因素的叠加影响，终端客户需求受到较大影响，面板价格承压。受行业内稼动率整体降低的影响，供需关系尤其是 LCD TV 供过于求的状况得到大幅缓解。根据第三方咨询机构数据，LCD TV 主流尺寸产品 10 月、11 月价格迎来全线上涨，随行业旺季进入尾声，12 月维持相对稳定态势；IT 类产品价格下降的幅度在缩减，部分产品已出现了止跌迹象。

需求方面，中短期看，随着年底促销季叠加大型体育赛事影响，终端库存逐渐去化，面板需求有望结构性恢复。长期看，产品的大尺寸化延续、新技术渗透率提升、应用场景的拓展等因素将拉动面板需求增长。同时，随着不确定因素影响逐渐被消化，产业发展格局将逐渐回归理性，产品价格将主要受淡旺季影响在合理的范围内波动。

#### **问题 4：公司柔性 OLED 业务进展如何？**

**回答 4：**柔性 OLED 在智能手机领域的渗透率持续提升，整体保持良好的增长，公司柔性 OLED 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 OLED 在 IT、车载等新领域的应用。

2022 年前三季度，公司柔性 OLED 出货持续增长，出货量近 5,000 万片，第三季度出货量 1,800 万片，根据咨询机构数据，市占率排名国内第一、全球第二。

2021 年四季度起，入门级产品价格竞争不断加剧，部分产品价格持续下降，部分柔性 OLED 模组产品价格出现大幅下

探,公司柔性 OLED 生产线短期折旧承压,经营业绩受到一定影响。

2022 年公司柔性 OLED 预计出货量目标为 8,000 万片,较去年继续保持增长。未来公司将持续提升柔性 OLED 产品的出货量,着力提高高端旗舰产品的出货比重,以持续改善柔性 OLED 业务经营情况。

**问题 5: 公司在供应链方面有哪些优势?**

**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,公司在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。

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。同时,公司在产业链方面持续积极布局,以促进产业链更好地可持续发展。目前,公司已通过自身及产业基金助力数十家上游材料、设备伙伴快速健康成长。

**问题 6: 公司的折旧、现金流情况?**

**回答 6:** 公司目前每年折旧约 300 亿元人民币,2022 年前三季度折旧金额约 250 亿元人民币。

在严峻的市场和行业需求不足的环境下,公司一开始就做好了准备,公司在年初提出来“三保”策略,即保现金流稳定、保市场份额不降、保研发费用不降。在二季度,公司又根据当时的市场环境提出“心怀感恩、坚定从容、苦练内功、万马奔

	腾”的经营指导方针。2022 年前三季度，公司经营活动产生的现金流量净额约 310 亿元，现金流水平相对稳健，有能力应对外部环境、需求的变化及行业竞争。
附件清单	无
日期	2022 年 12 月 16 日