

证券代码：600060

证券简称：海信视像

海信视像科技股份有限公司投资者关系活动记录表

——2023年半年度业绩说明会

编号：20230913

投资者关系活动类别	<input type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 其他	<input type="checkbox"/> 分析师会议 <input checked="" type="checkbox"/> 业绩说明会（2023年半年度业绩说明会） <input type="checkbox"/> 路演活动
参与单位名称	嘉实基金、交银施罗德基金、富国基金、广发基金、华夏基金、银华基金、兴业基金、景顺长城基金、博道基金、中国人保资产、永赢基金、长城基金、大成基金、华富基金、东方证券、工银安盛、广发证券、东方资管、长江证券、上银基金、招商信诺资产、长盛基金、建信理财、华安基金、中金资管、中信保诚、南方基金、信达澳银基金、光大保德信基金、中信证券、中信建投证券、国君证券、天风证券、博时基金、新华资产及其他中小投资者	
时间	2023年9月13日	
地点	网络及电话会议	
上市公司接待人员姓名	董事、总裁、财务负责人、董事会秘书	

1. 公司的智慧显示终端销售量及售价情况如何？

2023年上半年，公司智慧显示终端全球出货量同比提升20.52%，其中境内同比提升9.44%，境外同比提升25.81%；根据奥维云网数据，中国内地市场，在产品结构升级等因素拉动下，海信系电视全渠道零售价同比提升1.4%（第二季度同比提升 10.7%），高端化从线下向线上拓展，线上零售价同比提升4.9%。

2023年上半年，中国内地电视市场，根据奥维云网数据，在“高端战略”拉动下，海信品牌零售均价持续大幅领先行业平均水平，海信品牌价格指数为127；Vidda品牌以高质价比产品将线上零售量份额快速提升至 9.9%，整体优化线上产品结构；东芝品牌高端渠道进驻率进一步提高。

2. 公司的海外市场情况如何？

2023年上半年，公司主营业务收入中，境外收入同比提升 22.22%，占比同比提升1.12 个百分点至 54.43%。

随着品牌力、渠道力、产品力的提升，和本土化研发制造能力增强，市场响应速度及长期发展能力明显提升。2023年上半年，根据第三方统计，海信品牌电视在欧洲多国零售量份额同比快速增长，在德国、英国、意大利、西班牙、葡萄牙、匈牙利、斯洛文尼亚、克罗地亚、塞尔维亚市场零售量份额位居前三。

3. 面板成本在2023年上半年大幅上涨，公司如何应对？

面板价格的上涨属于正常的成本波动事项，公司将持续加强成本管理、提高通用化水平、升级产品结构、增强品牌力、提升经营效率。

4. 公司近年来高端化取得较为明显的成效，公司是否具备高端技术优势？

海信 ULED X 是秉承“人本科技”进行创新的高端画质技术平台，引领行业从参数竞争升级到真正的用户关爱导向，持续推动行业向绿色健康消费升级，是引领 LCD 显示产业高端化的重要技术布局。ULED X 平台技术持续实现“3+1”升级，包括：MiniLED“HI-Light”光学系统、“信芯 X”AI 图像处理技术和“黑曜屏”三大核心技术，以及环境光感的融合创新。公司已升级发布了多款 ULED X 产品，推动结构升级，后续将开展 ULED X 在 LED 直接显示方面拓展应用的研究。2023年上半年，ULED X 参考级影像系列电视于美国 CES 展上获得 8 项大奖。

5. 长期来看，公司如何保障盈利能力？

公司将持续提升技术竞争力，优化产业结构和产品结构，提高公司治理效率，增强第二增长曲线的发展能力。

公司持续强化“显示、芯片、云服务及人工智能技术”的全球综合竞争力，深耕“1+（4+N）”产业布局；以智慧显示终端业务为基石，持续突破高端化；以新显示新业务为第二增长曲线，持续为高质量发展

蓄能。2023年上半年，主营业务收入中，智慧显示终端收入189.52亿元，同比提升19.58%；新显示新业务收入同比提升25.85%，占比同比提升0.65个百分点。

6. 如何看待家用显示产业未来的行业容量问题？

在游戏场景、音乐场景、健身场景等差异化场景下，消费者对显示体验的流畅感、音质、专属内容、交互方式、颜值等需求产生分化，音乐电视、游戏电视、健身屏、艺术电视、触控智慧屏等细分场景化产品应运而生，推动行业持续多品类扩容。

画质是影响电视购买的最重要因素之一，MiniLED光源能精准动态控光，高度还原色彩，有效提升画质，推动MiniLED背光电视快速发展。

7. 公司东南亚市场开拓进展如何？后续主要发展战略是什么？

东南亚为公司重要的成长型新兴市场，以海信及东芝双品牌运营，充分发挥双品牌差异化互补优势。截至2023年上半年，东南亚市场渠道及门店数量大幅增加，网络布局及销售触点进一步优化。

8. 公司的激光显示产业发展进展如何？

激光显示竞争力持续提升。2023年上半年，根据Omdia数据，海信激光电视蝉联全球出货量第一；根据洛图科技(RUNTO)数据，Vidda智能激光投影自推出后，销量快速提升，在中国内地线上4K智能家用投影市场排名第三。激光显示专利数量居细分行业全球前列，截至2023年上半年，累计申请国内外专利2,230件；全新一代自研自产的数字激光引擎体积进一步缩小，技术集成度进一步提升，成本进一步降低。

激光显示是战略性显示产业，面向家庭、商业、汽车显示三大核心场景，提供舒适、个性化、创新的显示解决方案。2023年上半年，激光电视加强差异化优势，在技术、形态和安装方面持续创新；公司初步完成家用智能投影布局，三款新品将价格带加宽至4,000元至9,000元；同时，公司正加速推进车载显示相关预研。2023年上半年，公司发布了全球首款8K超高分辨率激光电视，上市全新系列4K超高清分辨率激光电视、三色激光智能投影系列产品。

9. 公司的显示产业大屏化进展如何？

2023年上半年，全球市场，公司智慧显示终端75吋及以上的销量同比提升112%。