

短短四个月资金流转超过260亿元

## TCL大规模资本腾挪意欲何为

本报记者 谷月

李东生在资本市场出手之前已经蓄势良久：一手重金投钱抓技术，一手时刻准备“捡漏”优质资产。TCL科技COO兼CFO杜娟曾透露，TCL一直保持相对较低的负债率，并不是公司不懂得利用资本杠杆，而是为未来的项目融资作储备。如今，TCL终于开始出手了。

自今年3月开始，先是TCL华星与三安半导体建立联合实验室开发Micro-LED显示技术，注资近2亿元；接着TCL科技50亿元增资旗下面板厂商TCL华星光电；然后以42.17亿元收购武汉华星光电39.95%股权；再然后20亿元投资日本JOLED。目前，TCL科技正在推进110亿元竞购中环集团100%股权。此外，于去年剥离母体的TCL实业内部也展开了一系列资本活动，涉及资金约40亿元。

短短四个月，资金流转超过260亿元。TCL开启了其有史以来最大规模、最为密集的资本腾挪。



TCL科技的发展蓝图正逐渐清晰，长期看好显示产业，并向半导体产业链上游纵向延伸是李东生瞄准的首要目标。

### 纵向延伸强化显示主业

如果说TCL创始人、董事长李东生过去3年通过“减法”将“TCL集团”变为“TCL科技”，使其主业做大做强，那么如今李东生正在通过做“加法”来巩固TCL在半导体显示领域的领头羊地位。

GfK高级分析师杨毅晟在接受《中国电子报》记者采访时分析称，从去年开始，被TCL寄予厚望的液晶面板已进入产能过剩的状态，价格持续下滑，再叠加疫情的影响，液晶面板正从过去的火热进入冷却周期。所以，TCL必须寻求新的业绩增长点。

TCL科技2019年财报显示，按备考口径计算，其归属于上市公司股东净利润为26.2亿元，同比下降17%。其主营业务TCL华星的营收为339.94

亿元，增幅虽达22.87%，但其净利润却降至9.64亿元，同比降幅超过58%。TCL科技也坦言，是产业金融和其他业务收益保持集团在主业低谷期的业绩稳定。

“虽然受诸多因素影响，显示产业增速有所下降，但其发展前景和市场空间仍然很大。从TCL科技增资和收购旗下面板厂商TCL华星光电就可以看出，TCL仍然看好显示产业。”群智咨询总经理李亚琴接着分析称，TCL投资OLED、Micro LED等新型显示技术，以及向上游布局更是增强企业竞争力的必然选择。

细究TCL科技的并购标的不难发现，这些并购标的大部分集中在半导体显示行业，尤其以基础材料、下一代显

示材料，以及新型工艺制程中的关键设备等领域为主。

在TCL科技宣布与日本JOLED战略合作时，TCL科技集团公共传播部总经理胡鹏接受了《中国电子报》记者采访。他表示，通过投资合作，双方都可降低对于新型显示的综合投入与风险，并将有望从材料、设备、工艺、产品等全环节加速推动印刷OLED技术，实现工业量产。

中国光学光电子行业协会液晶分会常务副秘书长胡春明告诉《中国电子报》记者，无论是加大Micro LED显示技术的研发，还是投资印刷OLED，甚至收购中环集团。TCL科技都是为了推动产业链上下游核心环节以及相关业务的发展，提升TCL科

技的竞争优势和行业地位，占据以技术为驱动、以关键产业链的管控为核心的下一轮行业竞争的先机，为日后的长远利益做打算。

值得一提的是，近日TCL科技计划收购的中环集团旗下其中一家上市公司——天津普林与TCL科技的目标十分契合。其主营业务是多层印刷电路板（PCB），PCB是半导体显示行业上游产业链的重要组成部分。天津普林能够更好地帮助TCL科技实现多年来打造的“垂直一体化”产业布局。

由此可以看出，TCL科技的发展蓝图正逐渐清晰。长期看好显示产业，并向半导体产业链上游纵向延伸是李东生瞄准的首要目标。

TCL一直在寻找高科技、资本密集产业的新赛道，并且通过投资收购具有一定规模和效益的公司来提升企业价值和盈利能力。

### 横向拓宽布局新赛道

虽然TCL已在半导体显示领域这条赛道上深耕多年，但这并不意味其未来只局限在半导体显示领域的发展。早在今年1月份，李东生在接受媒体采访时曾表示：“一个产业如果能做深，企业竞争力就更强。如果能做大，市场影响力就会更大。横向、纵向都需要努力。”

有业内人士认为，TCL如此密集地进行一系列资本活动，可能是希望横向拓宽产业，择机布局新赛道。尤其从TCL科技百亿收购中环集团一事，更能看出其打造新赛道的决心。

中环集团为天津著名国企，实际控制人为天津国资委，旗下控股及参股企业多达250余家，包括中环股份、天津普林、七一二、乐山电力四家A股上市公司。之所以瞄上中环集团这块肥肉，除了中环集团自身实力突出，为优质资产外，其中，以新能源材料（光伏）以及半导体（硅片）为主要业务的子公司中环股份，更是被看中的重要因素。

据公开资料显示，从中环股份最新营收构成来看，新能源材料的占比高达88%，半导体业务为6%左右。

“除了显示，TCL一直在寻找高科技、资本密集产业的新赛道，并且通过投资收购具有一定规模和效益的公司来提升企业价值和盈利能力。”TCL科技相关负责人在接受记者采访时回应称，半导体显示与半导体集成电路，在基础工艺原理上有一定的通用性，TCL科技此番竞购中环集团，双方未来在业务上可具有一定的互补和提升，有利于双方的发展。

据业内人士透露，全球半导体器件衬底材料中硅占比高达95%，而中环股份正是国内的半导体龙头企业之一。

“TCL如能收购成功，将以半导体与光伏硅片为基础，卡位产业链核心环节。”

此外，对于新能源、光伏领域，TCL科技也早有布局。

早在2014年，TCL与晶科能源的合作项目“分布式光伏屋顶电站”在惠州市开工。2016年，TCL创投参与了无锡帝科的A轮融资，而如今无锡帝科已成长为国内光伏材料的领军企业。除此之外，TCL科技还先后参投了捷佳伟创、德方纳米、宁德时代等多家在光伏和新能源领域颇有建树的公司。

未来三年TCL将在半导体显示技术和材料、人工智能、物联网、大数据、智能制造以及工业互联网等领域再投资800亿元。

### 加速落地“AI×IoT”

上述中近300亿元的资本运作或许只是TCL资本大戏的开场。

李东生去年就公开表示，作为以制造业为基础的科技产业集团，未来三年TCL将在半导体显示技术和材料、人工智能、物联网、大数据、智能制造以及工业互联网等领域再投资800亿元，加快推进产业全球化。

近日，自去年刚刚剥离母体的TCL实业内部也展开了一系列资本活动。其目的除了进一步提升TCL品牌业务市场份额外，主要就是加速发展“AI×IoT”

2020年6月29日，TCL实业中的TCL电子宣布以15亿元收购TCL实业全资附属公司TCL通讯100%股份。同时，TCL电子将所持有的茂佳国际100%股份作价25亿元向TCL实业出售，TCL实业将以现金方式支付。扣除收购代价后，TCL电子将获得出售所得款净额约10亿元。

TCL电子首席执行官王成表示，本次收购及出售事项完成后，将加速公司“AI×IoT”战略落地，以智慧显示为核心，助力TCL电子的智能场景由家居向移动及商用场景延伸。

按照TCL方面的表述，TCL通讯拥有2G至5G的领先技术和丰富的专利布局，此举将扩大TCL电子在品牌电视产品技术方面的领先优势，加速TCL品牌电视业务进一步迈向全球领先地位。

据了解，早在2018年3月，TCL就在欧洲设立了AI研发中心。2019年3月，TCL又宣布了“AI×IoT”新战略——全场景开放式架构。TCL管理层表示，TCL智能终端业务五年计划经营目标为2023年营收突破2000亿元。值得一提的是，中环集团的另一

对于TCL这样的制造企业来说，资金的压力还是比较大的，除了部分依靠自有资金外，大概率要借助杠杆。

据悉，中环集团挂牌转让底价已近110亿元，鉴于标的资产规模、质量，以及市场前景，此次收购的最终成交价格极有可能大幅高于底价。截至今年第一季度末，TCL科技实际可支配的货币资金为197.7亿元。

如此大规模的资本运作无疑会对TCL形成巨大的资金压力。

上海申银万国证券家电资深分析师刘正在接受《中国电子报》记者采访时分析称：“对于TCL这样的制造企业来说，资金的压力还是比较大

刚过去的“6·18大促”，彩电行业迎来了销售小高峰。奥维云网数据显示，“6·18”期间中国彩电线上市场零售330.1万台，同比增长30.9%；零售额65亿元，增长16.6%。进入下半年，在国庆、中秋、双11等促销节点助推下，以及在消费券、家电补贴、直播带货的加持下，彩电市场能否出现强力反弹？

## 多重利好能否拉动彩电市场反弹？

本报记者 王伟

销量增长有望“转正”

受新冠肺炎疫情影响，上半年，我国彩电市场销售规模呈下降趋势。奥维云网（AVC）全渠道推总数据显示，2020年1月—5月，中国彩电市场零售量规模同比下降14.8%。随着疫情影响逐步降低，各行各业复产复工逐步完成，百姓消费信心也在恢复。分析机构对于未来彩电市场的发展给予积极评价，奥维云网（AVC）预测，我国彩电市场零售量将在第三季度实现2.5%的增长。

奥维云网（AVC）消费电子事业部总经理朱圆圆在接受《中国电子报》记者采访时表示，消费券、促销节、直播带货等利好因素正在强力拉动彩电市场反弹。

上半年，各地为释放消费活力，纷纷推出形式多样的消费券，推动包括彩电行业在内的智能产品的消费释放。为促进下半年的消费回暖，全国数十个地区已经开始发放新一轮的城市消费券，持续为市场注入活力。此外，各大电商推出的消费券和补贴政策仍在延续中。7月1日，支付宝推出了百亿规模的全国版消费券、苏宁易购的“J-10%省钱计划”也将长期存在。

其次，下半年的促销节点在数量、形式和规模上有增无减，也将一定程度上助推彩电消费。

业内人士指出，今年上半年，“6·18大促”对彩电市场的拉动作用最明显，而今年下半年不仅有国庆中秋重叠的双节，还有双11、双12购物节，以及圣诞节和黑色星期五等促销节点，密集的促销节点对彩电消费的拉动作用不容小觑。

直播带货的营销方式也在进一步拉动彩电销量上升。上半年，或借力明星、网红，或联手实力电商平台，或BOSS亲自上场等各种直播形式被彩电企业运用的如鱼得水，实现了声量与销量的双丰收，也为下半年的线上促销积累了更多经验。

朱圆圆表示，“6·18”带来的消费增长极大振奋了彩电市场的消费信心。预计下半年，随着疫情影响逐渐褪去，线上线下促销节点的增多以及政府刺激政策频出，需求将得以释放。企业与渠道如积极把握这些有利因素，有望在下半年补回第一季度的部分损失。

细分市场加速消费回暖

自疫情发生以来，人们居家时间的增加直接带动了电视开机率的提升。勾正数据春节期间收视盘点报告显示，智能电视的日均日活率达到52%，日均日活规模达到1.14亿台，同比去年上升35.7%。半数以上用户开机时长超过6小时，用户占比对比节前提升35.9%，且日均观影时间更长。

疫情影响下，居家办公、在线学习的人数增加使更多用户重新回归客厅，这也引起了不同群体对电视机的新需求，比如白领对办公会议的商务需求、学生对空中课堂的教育需求、年轻人对游戏联机的娱乐需求……许多用户也萌生了更换电视的想法。

上半年，根据用户的需求变化，彩电企业推出了许多解决特定需求的细分领域产品。比如，TCL、创维及海信VIDAA相继推出了旋转屏电视，可满足观看短视频、视频通话、网络会议等需求；海信社交电视S7和创维的云社交智慧屏A20满足了宅男宅女的社交需求，可实现共享放映、多路视频畅聊、K歌、AI健身等。对于年轻人的游戏诉求，三星、索尼、海信等品牌也都推出了低延迟、高刷新率、高色彩饱和度 and 音质极佳的游戏电视。

行业专家表示，电视企业根据用户使用场景和需求，正对电视产品的形态、内容和交互方式进行重塑，通过提高使用体验、增加用户黏性和电视开机频率，抓住特定群体的换机消费需求。

朱圆圆认为，彩电品牌方当下正在积极深耕游戏、教育、竖屏等细分场景，升级彩电产品的外观设计、强交互性、人工智能等工艺及功能，这些将更加贴合消费者需求，加速彩电市场回暖。

行业竞争进一步加剧

受疫情影响，上半年全球电视需求受到抑制，进入第三季度，咨询机构预计各尺寸面板价格将有不同程度的上涨。群智咨询预计，第三季度全球液晶电视面板价格上涨幅度将超过10%。

行业专家认为，液晶面板涨价对企业竞争力影响较小，低价已经不再是彩电企业引以为傲的竞争优势。

中怡康大家电事业部总经理彭显东在接受《中国电子报》记者采访时表示，液晶面板价格的跌跌涨涨是周期性表现，彩电企业已经习以为常，因此影响十分有限。

朱圆圆则表示，面板价格波动虽然在一定程度上不利于彩电品牌方控制成本，但是面板上涨引起的终端成本上涨，也将一定程度上压制消费市场出现大面积价格战的可能。

彭显东表示，“6·18大促”的增长很有可能会提前透支下半年的部分换机销量，因此，下半年彩电品牌的竞争将进一步白热化。此外，由于换机用户规模稳定，某品牌市场规模的增加，很可能带来另一品牌市场规模的减少，彩电行业竞争将进一步加剧。

海信相关负责人在接受《中国电子报》记者采访时表示，今年下半年海信将围绕电竞游戏显示、AR显示、车载娱乐显示、智慧冰箱显示、智能零售显示等新型显示产品进行布局。

刚刚进入下半年，各大彩电品牌动作频频，小米电视发布了12999元的OLED电视，试图撬动高端电视市场。Planar也将发布17万元的Micro LED电视，试图凭借新品类刺激超大屏市场的释放。长虹建立了草每直播台，意图通过内容平台建立，进一步对彩电消费进行引流。