

天马微电子股份有限公司

2021 年 1 月 19 日投资者关系活动记录表

编号：20210119

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 type="checkbox"/> 其他
参与单位名称及人员姓名	中庚基金
时间	2021 年 1 月 19 日 15:00-16:20
地点	天马大厦 6 楼会议室
上市公司接待人员姓名	陈丹、吴晶晶
投资者关系活动主要内容介绍	<p style="text-align: center;">1、从业绩预告来看，2020年公司取得了不错的成绩，请问主要原因是什么？</p> <p>答：公司于2021年1月14日披露了《2020年度业绩预告》（公告编号：2021-002），预计2020年实现归母净利润14.5亿-16.5亿元，同比增长74.83%–98.95%。</p> <p>公司通过技术创新加速产品升级，持续优化产品结构，不断加大高附加值产品出货占比，在突发新型冠状病毒肺炎疫情给产业链发展带来挑战的情况下，公司尽最大努力确保交付，叠加5G推进驱动，公司抢抓市场机遇，主要产品需求旺盛，同时不断深化成本改善力度，有效提升了经营质量和盈利水平。</p>

2、请介绍公司2020年营收构成情况。

答：公司主营业务聚焦以智能手机、平板电脑、智能穿戴为代表的移动智能终端显示市场和以车载、医疗、POS、HMI等为代表的专业显示市场的整体布局，并持续开发IoT/新应用等，包括智能家居、AR/VR、无人机、充电桩以及机器人等新兴市场。从前三季度已披露数据看，公司实现营业收入约226.8亿元，其中，移动智能终端显示产品的营收约占总营收的7成，专业显示产品收入约占总营收的3成；车载产品收入占专业显示产品收入超过4成。

2020年年度数据还未披露，预计各应用领域继续保持良好发展态势。

3、请问截止目前公司订单情况如何？

答：公司生产多元化的定制产品。目前从公司一季度排单及上半年预测看，客户订单需求饱满，智能手机、车载等均供不应求。

4、请介绍公司AMOLED产线进展及规划。

答：2019-2021年，公司AMOLED产品出货将呈逐年翻番的态势。

上海天马有机发光G5.5（TM15）产线转型主要生产应用于智能可穿戴设备（如手表、手环等产品）、差异化产品等新兴领域产品为主。2021年，公司AMOLED穿戴类产品目标出货2000万片。

武汉天马G6（TM17）产能已规模释放，并已向手机品牌大客户实现稳定批量交付，更多品牌客户柔性产品项目相继导入中，2021年公司柔性产能会大量释放，预计将出货2000万片。

天马显示科技G6（TM18）总投资480亿元，目前是中国体量最大的柔性AMOLED单体工厂，已于2020年5月18日全面开工，预计2021年上半年封顶，下半年开始设备搬入，目前进展非常顺利。该产线重点规划了自主研发的HTD（Hybrid TFT Display）技术、CFOT（偏光片取代技术）、屏下摄像头技术、屏下指纹技术、内嵌式触

控技术等先进前沿技术，其中公司HTD技术预计2021年上半年开始进入量产性验证阶段。该项目建成后，将助力公司柔性AMOLED产能规模跻身全球前三。

随着公司AMOLED产能的规模释放，未来公司在AMOLED领域的竞争力将大幅提升。公司AMOLED中期目标是全球前三。

5、请介绍公司2020年车载领域的发展情况。

答：车载业务是公司转型和增长的关键业务领域，公司产品应用于车载领域已有二十几年的历史，目前主要通过仪表总成商（Tier1）供货，其中全球国际客户（Top24 Tier1）覆盖率达92%，获得Continental，Visteon，Bosch等全球知名汽车电子厂商的高度认可；中国自主品牌（Top10）覆盖率100%。

2020年突发疫情，公司破局而立，车载业务保持稳定向上：2020年前三季度公司车载显示累计出货量登顶全球第一，市占15.82%（数据来源：Omdia），第三季度单季市占16.8%，环比增长47.8%，同比增长4.9%。在2020年车载行业面临挑战的情况下，公司新赢得的客户项目的个数和金额高于同期，行业头部竞争优势明显。目前，公司一季度车载订单依然供不应求，二季度需求持续旺盛。

随着行车安全、车载娱乐、导航对显示屏需求的增加，以及新能源汽车的快速兴起，车载市场对车载产品提出新的要求，车载显示产品逐步向大屏化、高清化、多屏化、触控化和个性化等方向发展，公司在相关领域均有布局和投入，比如会投入更多资源拓展大屏化产线配套能力、加大中大尺寸产品占比，提升复杂模组的出货力度、高附加值产品的出货比重以及充分发挥LTPS技术领域积累的经验，提升LTPS在车载领域的占比等。公司在新能源汽车上也表现亮眼，比如公司已经助力蔚来、小鹏、比亚迪、广汽新能源、荣威等新能源品牌客户主力量产车型的仪表、中控和双屏显示等产品，未来的发展增量值得期待。公司看好车载业务未来的成长空间，并

将持续投入资源。

6、请介绍公司LTPS产线规划。

答：公司拥有两条LTPS产线（厦门天马5.5代线和6代线），其产品主要应用于智能手机、平板、笔电等移动智能终端显示领域。截止2020年三季度，公司LTPS智能手机出货量连续三年保持全球第一、LCD打孔屏出货量全球第一。目前，市场和客户对公司产品需求强烈，公司将持续提升自身核心竞争力，保持LTPS在智能手机领域的全球领先地位。

同时，公司还将依靠在LTPS领域积累的经验，加大LTPS对中尺寸平板和笔电、车载产品的渗透力度，不断丰富LTPS下游场景应用。关于中尺寸平板和笔电领域，公司已向行业主流品牌客户量产出货，并聚焦客户高规格产品需求持续优化解决方案（如全球领先的360Hz高刷新率、In-cell等产品），2021年公司在这块领域目标较2020年将大幅增长。

7、目前大尺寸、中尺寸产品都在涨价，请问公司如何看待中小尺寸价格？

答：中小尺寸显示市场多为客制化产品，除了供需会影响价格外，产品价格更多的是要综合每家公司的客户结构、产品策略、风险防御能力等因素细分来看，不同的需求方案价格也会有差异，关键在于如何快速满足不同客户及市场的需求。

目前行业景气度持续上行，中小尺寸显示领域产品也有涨价，但在不同细分领域、不同技术产品中价格波动幅度不同，公司通过多样化的显示技术解决方案不断快速构建、推升产品组合并不断优化成本，持续提升盈利能力。

8、目前驱动IC等原材料是否有供货紧张的情形，如何去评价行

业的供需？

答：原材料供需是动态变化的过程，目前驱动IC相对偏紧是整个行业都面临的状况。

公司与全球数千家供应商建立了友好的合作关系，保持并寻求长期的深度协同，不断推进供应链的安全性、本地化、多元化采购。目前，公司产品的相关原材料供货保持良好状态。

9、请问公司LCD产线是否有新增产能的计划？

答：LCD产线上，公司会根据客户及产品需求持续进行设备技改和产线升级，有效提升面板实际产出量和生产效率，支撑额外销售机会实现，同时，公司积极探索寻求产业链合作，目前该领域的合作产品已向品牌客户量产出货。

公司会结合战略布局、市场及客户需求等因素考虑产线的规划。如有相关安排，公司将按照相关规则及时披露。

10、请介绍公司资本开支情况。

答：公司的资本开支均是聚焦主业发展进行，目前开支占比较大的投资是武汉天马G6（TM17）二期项目，这条新技术产线将是公司接下来重要的增量业务；资本开支还包含对天马显示科技G6（TM18）的投资，这条产线将有利于公司提高在AMOLED产品上的规模效应，提升在AMOLED柔性显示市场的占有率；包含公司在武汉投建中的新型显示产业创新中心，将作为公司的新型显示产业创新发展平台，强化公司前瞻性技术研发布局，打造技术创新体系，提升技术研发实力；包含公司持续对既有产线的持续优化升级，更好的提升生产效率、发展新技术产品、提升产品性能、提高市场竞争力，满足客户需求。

调研过程中，公司接待人员与投资者进行了充分的交流与沟通，

	严格按照有关制度规定，没有出现未公开重大信息泄露等情况。
附件清单（如有）	无
日期	2021 年 01 月 19 日