

天马微电子股份有限公司

2021 年 3 月 18 日投资者关系活动记录表（二）

编号：20210318

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	太平洋证券、Elephas 基金、ISAI AH RESEARCH、UBS 瑞银、北京成泉资本、北京凯读投资、北京文博启胜投资、财富聚投资管理、诚盛投资、诚通基金、创金合信基金、东北证券、东方证券、东方资产、东吴证券、东亚前海证券、方正证券、高盛、光大证券、广发证券、国寿安保基金、国寿资产、国元证券、海螺创业投资、华宝兴业基金、华金证券、华西证券、汇丰前海证券、嘉合基金、建广资本、金圆集团、金圆资本、景从资产、开源证券、坤翔投资、美银美林、摩根大通、摩根士丹利、南方工业资产管理、农银国际、泉达投资、瑞士信贷、申万电子、深圳市知路科技、首创证券、泰达宏利基金、万家基金、万泰华瑞投资、伟觉科技、西南证券、西南自营、兴业证券、野村证券、一村资本、由榕资产、长城证券、长江证券、中国银河国际、中航证券、中冀投资、中信证券、个人投资者等
时间	2021 年 3 月 18 日 15:30-16:45
地点	电话会议
上市公司接待人员 姓名	朱燕林、陈冰峡、刘庆全、韩孝伟

<p>投资者关系活动、 主要内容介绍</p>	<p>一、公司董事会秘书陈冰峡女士简要介绍公司经营情况及规划。 感谢投资者对公司的关心。公司整体情况如下：</p> <p>1、业绩情况：2020年，公司继续以全球领先为目标，坚持一手抓疫情防控，一手抓经营管理，坚持创新和成本改善，实现了盈利大幅增长：2020年，公司实现营业收入292.33亿元；实现归母净利润14.75亿元，同比增长77.79%；实现扣非净利润8.84亿元，同比增长258.90%；整体毛利率19.32%，同比增长2.49个百分点。</p> <p>2、市场表现（数据来源：Omdia）：2020年，公司基本实现了行业主流品牌客户LTPS手机全覆盖，抓住了5G增长的机会，公司LTPS智能手机出货量持续三年全球第一，2020年市占23.1%；LCD打孔出货量全球第一，市占39%；车载显示出货量连续3个季度全球第一，全年累计全球第一，市占15.99%；仪表显示出货量全球第一，市占32.98%；公司在高端医疗、智能家居、VoIP等多个细分市场持续保持领先。</p> <p>3、融资情况：成功非公开发行4.09亿股，募集资金净额约为55.63亿元，此次募集资金将降低资产负债率、减少财务费用、降低运营成本，助力公司AMOLED项目的发展和长期高质量经营；此外，公司持续拓宽融资渠道、丰富融资方式、降低融资成本，成功发行公司债券（疫情防控债）两期共计20亿元和超短融两期共计10亿元，票面利率分别为3.2%、2.85%和1.98%、1.75%，为公司进一步发展奠定了坚实的资金基础。</p> <p>4、车载业务情况及规划：</p> <p>车载业务是公司转型和增长的关键业务领域，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。</p> <p>公司不断加大在高端车型的渗透，比如宝马、奔驰、奥迪、凯迪拉克等；此外，公司在新能源汽车上也表现亮眼，比如公司已经</p>
----------------------------	---

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。

5、AMOLED业务情况及规划：

2019-2021年，公司AMOLED产品出货将呈逐年翻番的态势。

2021年，公司AMOLED产品预计出货4000万片，其中TM17柔性产能会大量释放，预计将出货2,000万片；TM15穿戴类产品目标出货2,000万片。

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，2022年开始释放产能，目前进展非常顺利。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。

6、LTPS业务情况及规划：

目前，公司LTPS全面屏技术持续行业领先，手机主流产品开发从单孔全面屏到双盲孔全面屏，高刷新频率从90Hz到120Hz和144Hz，高附加值项目全面铺开，覆盖行业主流品牌客户。

2021年，公司LTPS业务在保持智能手机业务全球领先地位的同时，还将依靠在LTPS领域积累的经验，积极拓展中尺寸（包括笔记本电脑、平板电脑）及车载业务。在中尺寸（包括笔记本电脑、平板电脑）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。

二、提问及回复

1、请介绍公司目前车载的发展情况。

答：2020年，公司实现营收292.33亿元，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。

车载业务是公司转型和增长的关键业务。凭借过硬的产品质量、完善的技术支持和优质高效的客户服务，公司车载产品品质持续获得国内外各大厂商认可。目前，公司车载产品供应范围已涵盖中系、欧系、美系、日系、韩系等各大车厂，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，车载市场受到冲击，但基于在车载显示领域的长期耕耘，公司仍破局而立，保持稳定向上：2020年第二季度起，公司TFT车载出货量跃居全球第一，全年市占15.99%（数据来源：Omdia），成为全球最大的车载TFT显示供应商。此外，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。

2、公司车载为什么能做到全球领先？也请介绍下车载未来的发展趋势和规划。

答：公司车载业务的发展不是一蹴而就的，拥有长期积累的过程。车载市场具有壁垒高、客户粘性高等特点，车载客户对产品质量的可靠性、稳定性、供应商的持续稳定的供货保证以及快速响应及支持能力要求极高，而这些都是公司长期以来积累起来的核心竞争优势。作为中国车载显示领域的领军企业，公司从90年代就积极布局车载显示市场，开发、生产仪表盘用的黑白产品；2010年开始向车载客户供应TFT彩色产品。除了抓住车载市场发展的宏观机遇外，公司也在不断提升自身能力，基于车载市场的快速崛起及重要性，前瞻性的对车载业务做系统性布局：2011年起陆续专门成立车载研发、质量、营销（强化境外子公司当地服务）、运营团队，并设立车载生产线，强化产品线的规划、生产与客户服务体系搭建。公司管理层高度重视，不断根据车载业务发展趋势加大资源投入力

度，强化车载整体业务体系竞争力，建立了护城河，加上在客户资源的不断深耕，即使在突发疫情、行业出清的环境下，公司车载业务仍稳健向上，进而有为。

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，车载显示朝技术多元化、产品结构逐步大屏化、高清化、多屏化、集成触控化和个性化等方向发展。此外，随着行业出清，还能看到争对手端的市场机会的释放。公司看好车载业务未来的成长空间，将持续积极布局，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，不断拓展与客户合作的深度与广度，抢抓机遇，更进一步提升在车载显示领域的份额。

3、请介绍公司AMOLED产线布局进展和TM18客户储备情况。

答：公司自主掌握AMOLED显示技术，在国内进入研发和布局的时间较早：于2010年启动建设国内首条4.5代AMOLED中试线，依托于中试线的技术积累和经验于2013年在上海投建TM15，在这个过程中，公司进行了技术、工艺、客户、人才的储备，然后陆续布局武汉TM17及厦门TM18。目前，公司AMOLED量产线进展如下：

1) TM15目前主要以智能可穿戴设备（如手表、手环等产品）、差异化产品等新兴领域产品为主，已向市场主流品牌客户稳定量产出货，是国内首家实现国际品牌大客户批量交付的 AMOLED 厂商，目前还承担公司AMOLED新产品和新技术试验及研发的职能；

2) TM17目前主要以智能手机产品为主，其柔性产品已向市场主流品牌客户量产出货，今年柔性产能将大量释放；

3) TM18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，2022年开始产能释放，目前进展非常顺利。

公司拥有深厚的客户基础，在与核心客户深度合作过程中建立了高度的相互认同感。在智能手机领域，AMOLED与LTPS客户群体具有一定的共性，同时基于前期TM15、TM17在客户端打下的良好基础，公司现有的客户资源能为TM18产线提供很好的支持，公司持续加强与现有国内外大客户的深度合作。

4、公司在柔性AMOLED新技术上是否有相关储备？目前国内客户对这些新技术采用怎样？

答：公司坚持创新驱动，持续加大研发投入，不断加强前瞻性技术布局与产品技术开发，在柔性AMOLED技术方面，公司规划了自主研发的HTD（Hybrid TFT Display）技术、CFOT（偏光片取代技术）、折叠技术、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。

此外，公司于2019年在武汉投建全资子公司湖北长江新型显示产业创新中心，将通过独立研发试验线平台重点关注AMOLED技术研发，并对Micro-LED等远期技术进行兼容性扩展和设备优化。该产线拥有完整制程的研发技术平台，配置全球高精度的研发设备，将充分保证研发资源前置，系统性提升平台技术能力和产品量产前研发优化能力。

公司在柔性AMOLED技术上有充分的准备和布局，在与客户项目开发时会保持向前兼容的设计理念，届时会根据市场和客户的需求进程，将新技术充分地应用到产品中。

5、怎么看待AMOLED市场的竞争，公司如何取得优势？

答：目前AMOLED主要应用在智能手机领域，能看到其在高端、中高端旗舰机型份额在快速成长。基于5G通讯技术商用及折叠手机的兴起，长期来看有助于提升AMOLED的市场需求。但同时，由于

AMOLED产品价格、成本较LCD高、目前国内面板厂商还在追赶阶段，AMOLED还需要些时间来平衡市场需求、价格、有效产能供给之间的关系。随着各面板厂商AMOLED新线产能的逐步释放，将改变现有的供需关系，为显示行业带来新的机会和挑战。

对公司来说，首先，基于在AMOLED中试线、TM15、TM17、TM18的投建和发展，公司在AMOLED产能、技术、工艺、人才、客户等上有很好地布局和基础，会抓住AMOLED发展的市场机遇，深化与客户合作；其次，中小尺寸为客制化产品，在全球市场化竞争中，公司能敏锐、准确地把握客户需求，准确地理解客户运作模式，精准卡位，高效提供符合市场和客户需求的解决方案。以LCD全面屏智能机为例，公司能快速的技术创新加速产品升级迭代，每一次方案设计的更新迭代和量产出货均走在全面屏产品技术前列，公司会将显示领域市场化竞争体系的深刻理解经验成熟运用在AMOLED业务上；再次，如前面介绍，公司在AMOLED前瞻性技术上有充分地储备，会持续的推出新技术、新产品，很好地满足市场和客户的需求。

我们认为，只有具备长期稳健经营能力，且拥有核心技术并能够快速响应客户需求的企业才能以创新供给匹配消费需求，在竞争中处于优势地位。在AMOLED领域，公司已拥有深厚的经验与积累，AMOLED柔性产品已批量交付并得到品牌客户认可，公司将持续强化自身综合竞争力，把握市场机会，与终端厂商不断加深战略合作，并有信心有能力在未来竞争中做到更好。

6、请问目前公司柔性AMOELED产品良率如何？

答：产品良率需结合客户标准来看，不同客户不同产品的良率标准都不一样。目前，从公司已供货的产品看，在行业平均水平以上，能满足客户要求。

7、请问目前行业AMOLED国产化原材料进度如何？

答： AMOLED技术壁垒较LCD高，目前国外供应商仍拥有较强的话语权，国产化率还需要时间。

公司会持续关注、支持并鼓励国内AMOLED材料、设备供应商的发展。

8、近期驱动IC等原材料出现供货紧张的情形，请问对公司影响有多大？

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、手机客户的调整对公司LTPS业务有影响吗？

答： 截至2020年底，公司LTPS智能手机出货量连续三年保持全球第一，产品创新能力及速度处于行业前列，目前LTPS产线仍保持满产满销的良好运营状态，订单供不应求。

在移动智能终端市场，公司已成为全球主流移动智能终端厂商的深度合作伙伴，客户资源雄厚，公司会持续深化与终端客户在现有领域、产品的合作，并不断跟进客户需求，积极支持客户在新领域的拓展。

10、请问公司2020年Q4营收环比下降的主要原因是什么？

答： 主要由于疫情、客户需求递延、行业IC供给紧张等原因影响。公司持续强化供应链韧性，匹配关键资源支持，产线产品结构得以进一步优化，优先保证生产了高毛利产品；公司产品应用于多个细分领域，受客户需求的不同导致产品结构有所波动，也对销售

额造成一定影响。

11、公司近几年Q4都有计提减值，因此从盈利表现上往往Q4弱于Q3。2020年年报体现公司Q4盈利实现了同比高于同期，请问之前主要原因是什么？后续是否还会有类似的情况出现？

答：公司严格按照《企业会计准则》和公司会计政策进行会计处理，公允地反映了公司财务状况以及经营成果。

2017年-2018年的大额计提主要是因为金立事件的影响，公司基于谨慎性原则对其应收账款相应计提坏账准备；2019年遵循会计准则及公司会计政策等相关要求对商誉和固定资产等进行计提减值影响。公司积极完善制度建设和管控机制，持续加强应收账款等各方面的管控，最大限度降低公司风险。

目前，行业景气度持续上行，公司运营情况良好，各项指标均处于健康范围。

12、去年公司完成定增，请介绍相关参与定增机构的股份解禁情况，以及未来他们的减持意向。

答：公司非公开发行409,624,610股已于2020年9月10日上市，其中有18名股东合计256,757,707股（约占总股本的10.45%）已于2021年3月11日解除限售上市流通；此外，湖北长江天马定增投资基金合伙企业（有限合伙）认购的股份（81,924,922股）自上市之日起36个月内不得转让；湖北省科技投资集团有限公司认购的股份（70,941,981股），自上市之日起18个月内不得转让。

公司通过定增募资助力项目建设发展。定增股东限售股解禁后，其基于自身资金需求、收益目标、投资阶段等综合因素考虑是否买卖公司股票属于自主决策行为，公司遵循证监会、交易所等相关监管部门的规定及要求履行信息披露义务。公司在持续稳健经营的同时，会持续积极向资本市场传递公司的竞争力与内在价值，向投资

	<p>者传递对公司未来发展的信心，继续以优质的经营表现与全体股东分享公司发展成果。关于公司股东情况，还请关注定期报告。</p> <p>13、请问公司今年一季度&上半年情况如何？</p> <p>答：目前，从公司一季度排单及上半年预测看，订单需求持续饱满，智能手机、车载等领域产品均供不应求。公司会持续强化供应链的韧性，确保关键资源匹配，不断提升高附加值产品出货比重，有信心争取更好的市场和业绩表现。具体业绩欢迎关注公司后续公告。</p> <p>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。</p>
附件清单（如有）	无
日期	2021年03月18日