

投资者关系活动记录表

证券代码：002106

证券简称：莱宝高科

深圳莱宝高科技股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2021-009

投资者关系活动类别	<input 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（腾讯视频会议调研）
参与单位名称及人员姓名	中国国际金融股份有限公司：范海涛、谢秉稚、陈明、李梦遥、曹晏、朱剑胜、冯达、杜渊鑫
时间	17:05-18:00
地点	深圳市光明区五号路 9 号 公司光明工厂二期办公楼八楼董事会秘书办公室
上市公司接待人员姓名	董事会秘书：王行村
投资者关系活动主要内容介绍	<p>本次腾讯视频会议调研活动由中国国际金融股份有限公司的资产管理部高级经理朱剑胜主持，首先由深圳莱宝高科技股份有限公司（以下简称“公司”）董事会秘书向参与调研人员主要介绍了公司 2020 年年度报告、公司基本情况、2021 年第一季度生产经营情况及后续生产经营情况、行业发展等情况，然后进行相关沟通交流。本次调研活动的主要沟通内容如下：</p> <p>1、请简要介绍一下公司 2020 年度经营业绩情况。</p> <p>答：如公司 2021 年 3 月 31 日发布的《公司 2020 年年</p>

度报告》所述，公司 2020 年度取得了整体不错的经营业绩。2020 年度实现营业收入 675,152.94 万元，比上年度增加 194,935.80 万元、增长 40.59%，主要是中大尺寸一体化电容式触摸屏全贴合产品销售收入增加影响所致；2020 年度实现归属于上市公司股东的净利润为 43,809.74 万元，比上年度增加 15,624.14 万元、增长 55.43%，主要是本期主营业务毛利大幅增加、财务费用大幅增加及研发支出增加综合影响所致；2020 年度实现归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润 38,442.60 万元，比上年度增长 64.73%。此外，2020 年度受美元兑人民币汇率上半年升值、下半年较大幅度贬值因素影响，全年产生汇兑损失 1.18 亿元。

2、请分产品介绍一下 2020 年度的销售收入构成情况。

答：公司 2020 年度实现营业收入 675,152.94 万元，比上年度增加 194,935.80 万元、增加 40.59%，分产品而言，公司主营产品销售收入主要构成情况如下：

（1）全贴合产品：2020 年度实现销售收入 609,881.38 万元，比上年度增加 186,509.65 万元。

（2）ITO 导电玻璃与 TFT-LCD 产品：2020 年度合计实现销售收入 21,378.50 万元，较上年度减少 2,991.06 万元。

（3）一体化电容式触摸屏（单体）产品：2020 年度实现销售收入 29,840.84 万元，较上年同期增加 10,981.03 万元，主要是车载触摸屏产品产销增加影响所致。

3、请解释说明一下在笔记本电脑用触摸屏应用领域，公司主推的外挂式结构电容式触摸屏与同行业竞争的嵌入式结构（on cell/in cell）电容式触摸屏各自的竞争优势。

答：外挂式结构电容式触摸屏是指触摸屏模组与显示模组为各自不同的独立器件，在笔记本电脑用触摸屏应用领

域,常见的结构包括采用单片玻璃基板的 OGS 和 OGM 结构以及盖板玻璃+Film Sensor 的 GF2 结构,目前行业内及莱宝公司笔记本电脑用触摸屏出货量最大的结构均为 OGM 结构。嵌入式结构电容式触摸屏是指将起触摸控制功能作用的触摸屏传感器膜层 (Sensor) 制作在显示屏的上板上 (on cell 结构,一般为彩色滤光片 (CF) 基板),或者制作在显示屏的下板上 (in cell 结构,一般为薄膜晶体管阵列 (TFT-Array) 基板)。

在笔记本电脑用触摸屏应用领域,支持主动笔操作是绝大多数笔记本电脑出厂前的必备要求,与嵌入式结构电容式触摸屏相比,OGS/OGM 结构外挂式结构电容式触摸屏具有触控性能灵敏、边缘触控性能优良、不存在信号干扰缺陷、支持主动笔操作性能优良、可靠性强、生产成本相对较低等优点,但存在当触摸屏表面意外损坏后触控功能失效的竞争劣势。不过由于绝大部分笔记本电脑均带有机壳,如果笔记本电脑意外跌落,一般很难破坏笔记本电脑的触摸屏和显示屏,因此 OGS/OGM 结构的该等缺陷在笔记本电脑基本可以忽略。在相对高端的商用笔记本电脑以及微软 Surface 系列等键盘可插拔的二合一笔记本电脑应用领域,目前更多采用不存在触摸屏表面意外损坏后触控功能失效但成本相对更高一些的 GF2 结构的电容式触摸屏。

在笔记本电脑用触摸屏应用领域,嵌入式结构 (on cell/in cell 结构) 与 OGS、OGM 结构的触控显示全贴合产品厚度基本相当,但对比外挂式结构而言,目前存在触控性能不够灵敏、边缘触控性能不佳,对于 Full HD (1920*1080) 及以上级别的高分辨率显示屏的触控信号与显示信号干扰尚未完全解决导致支持主动笔操作效果不佳的缺陷,目前 on cell 主要应用于低端笔记本电脑, in cell 主要应用于与 LTPS TFT-LCD 等显示面板搭配使用。

4、请解释说明一下为何触摸屏在笔记本电脑的渗透率处于相对较低且一直没能呈现爆发式增长的原因。

答：首先，笔记本电脑以商用办公功能为主，对应的消费者群体以企业用户、个人商务办公为主，因为新冠病毒疫情原因，2020年以来激增了更多在线学习人员作为笔记本电脑的消费者群体，整体而言，该类消费者群体的消费习惯属于成熟、理性的类型，且笔记本电脑的换机周期一般为3-5年，主要是受硬件配置和操作系统升级驱动更换。其次，触摸屏对于笔记本电脑并非必备需求，常规的键盘和触控板（或者：鼠标）能够满足常见的商务办公功能，带有触控功能的笔记本电脑仅在PPT播放、网页浏览、视频播放、游戏、低年龄段（一般为12岁以下）在线学习等特定应用场景下呈现出更多的便捷、高效特征，因此触摸屏在笔记本电脑的渗透率近几年来处于稳定提升状态，未出现爆发式增长态势。不过，随着默认支持触控操作的微软win10操作系统日益被更多的消费者接受，以及新冠病毒疫情期间推动消费者对远程办公、视频会议、在线学习等快捷、高效的使用体验，相应会在一定程度上刺激带有触控功能的笔记本电脑的需求增长；此外，全球各大知名品牌的笔记本电脑厂商将带有触控功能的笔记本电脑更多定位于中高档产品，除可以触摸控制以外，还会辅助采用轻薄、美观的铝合金机壳、更高的待机使用时间、更好的显示屏、集成压力触控、集成电子纸显示等更多功能和使用体验，且该类产品对笔记本电脑厂商的业绩贡献更大，因此可以预期未来触摸屏在笔记本电脑的渗透率有望进一步稳定提升。

需要补充说明的是，以上仅为个人对触摸屏在笔记本电脑渗透率的未来发展趋势的看法，可能与未来发展趋势存在一定的偏差，仅供参考，建议各位投资者多方了解行业上下

游相关产业链的信息，客观理性全面看待和分析触控笔记本电脑未来市场发展趋势。

5、近期以来，受供不应求关系影响，TFT-LCD 显示面板持续涨价，公司受此影响如何？公司主导产品笔记本电脑用触摸屏产品是否存在涨价情形？

答：鉴于公司中大尺寸电容式触摸屏全贴合产品所需采购的显示模组绝大部分为客户推荐、其采购价格与客户同步知悉并同步变动结算，仅全贴合加工良率变化相应带来显示模组损耗的细微变化，因此显示模组价格变化对公司影响较小。此外，鉴于公司主导产品笔记本电脑用触摸屏产品处于全球充分竞争性行业，产品价格随市场形势相应变化，整体供求相对均衡，因此目前不存在涨价情形。

6、请简要介绍一下公司 2020 年笔记本电脑用触摸屏产品毛利率提升的原因。

答：2020 年度，受居家办公、远程教育及操作系统更新迭代、用户产品更新换代等因素影响，全球笔记本电脑需求大幅增长。且，Win 10 操作系统等对触控功能的良好支持，触摸屏日益具备窄边框、高灵敏度、悬浮触控等优点，使得触摸屏在笔记本电脑上的应用日益呈现普及化趋势，相应带动全球中大尺寸触摸屏需求大幅增长。

2020 年度，公司紧紧抓住笔记本电脑用触摸屏需求大幅增长的机遇，通过设备及工艺优化调整，公司 G5 Sensor 的产能逐步提升，以及产能利用率提升相应摊低了公司中大尺寸电容式触摸屏的单位成本，相应使公司笔电用触摸屏产品的毛利率同比 2019 年呈现小幅增长，相应对公司经营业绩带来积极的影响。

7、请问新冠病毒疫情结束后，笔记本电脑用触摸屏的需求是否会大幅下降？

答：根据行业了解以及我们和主要客户沟通的情况，个人认为应不存在新冠病毒疫情结束后，笔记本电脑用触摸屏的需求应不存在大幅下降的可能性，主要基于以下几个发展趋势：

1) 疫情带来的居家办公、在线教育对笔电的需求持续增长，便捷、高效的使用效果，培养用户形成了习惯。

2) Windows 10 操作系统默认支持触控操作，2020 年初微软停止 Win 7 操作系统更新和升级，win 10 系统日益普及应用相应带来笔记本电脑升级换代的需求，综合带来全球笔记本电脑的需求增长，相应带动了触控笔电的需求。

3) 我们了解 2020 年商用笔电的需求增长更快。从客户来看，包括联想、HP、Dell、ASUS、华为等大多将触控笔电定位于中高端笔电，不仅设计更为科技时尚的金属机壳，而且搭配高清乃至 2K 更高分辨率的显示屏、LTPS TFT-LCD、AMOLED 等高端显示屏，同时电容式触摸屏集成压力触控、指纹识别、电子纸、主动笔等功能相应带来更多使用体验，消费者接受度日益提升。

需要补充说明的是，以上仅为个人对触控笔记本电脑未来市场发展趋势的看法，可能与未来发展趋势存在一定的偏差，仅供参考，建议各位投资者多方了解行业上下游相关产业链的信息，客观理性全面看待和分析触控笔记本电脑未来市场发展趋势。

8、公司 2021 年第一季度产品产销情况如何？后续受 IC 等供应短缺的影响情况如何？

答：公司 2021 年第一季度笔记本电脑用触摸屏、车载触摸屏、TFT-LCD、ITO 导电玻璃等各个产品线订单需求均

较为旺盛，产品产销情况良好。不过，如公司 2021 年 3 月 31 日发布的《公司 2020 年年度报告》中“重大风险提示”所述，受芯片（IC）等原材料供应短缺造成整体产业链整体供应失衡，相应对笔记本电脑和汽车的实际需求产生一定的抑制，进而可能对公司主导产品中尺寸电容式触摸屏的实际销售产生一定的不利影响，今年 3 月以来有少部分产品受该等因素的不利影响，订单执行相应有所延迟，相应对公司的生产经营带来一定的不利影响，后续何时缓解或者消除该等影响存在一定的不确定性。为此，公司坚持全心全力服务好重点客户的策略，通过全球知名品牌客户积极协调 IC、LCM 等关键物料供应，再加上公司自身对触摸屏关键物料供应链资源的把控，力争尽早缓解 IC、LCM 等供求关系紧张的局面，努力降低对公司经营业绩的不利影响。

9、公司车载触摸屏产品主要应用于哪些品牌的终端汽车？目前车载触摸屏产销情况如何？

答：公司车载触摸屏产品应用于传统汽油汽车和新能源汽车，目前直接客户主要为德赛西威、伟世通、弗吉亚等知名的汽车总成一级（Tier 1）厂商，产品目前最终应用于国内及合资汽车品牌厂商应用为主，主要包括上汽通用、上汽大众、长安福特、长安、吉利（含其子品牌领克）、长城等。公司车载触摸屏产品自 2018 年正式切入车载触摸屏市场以来，销量、销售收入连年翻番以上增长，2020 年单月车载触摸屏出货量近 15 万块。公司 2021 年第一季度车载触摸屏产销均较为旺盛，不过，受汽车整车厂芯片（IC）、显示模组（LCM）等物料供应存在一定的短缺，相应对车载触摸屏的最终需求产生一定的不利影响。随着汽车整车厂商与相关产业链厂商共同努力，预计后续会逐步得到一定程度的缓解。鉴于公司处于车载触摸屏客户持续开发增加、产品项目持续

增加的阶段，公司 2021 年车载触摸屏产品市场仍有望维持一定幅度的增长。

10、公司的车载触摸屏方面的竞争优势主要体现在哪些地方？公司 2021 年第一季度车载触摸屏需求和销售情况如何？预计全年车载触摸屏业务是否能保持持续增长？

答：公司看好车载触摸屏未来市场成长前景，将车载触摸屏定位为新的业务和利润增长点。与行业内竞争对手相比，公司发展车载触摸屏具有全产业链竞争优势，拥有盖板玻璃、触控 Sensor、光学功能膜层（AR、AG、AF、一体黑）、贴合、触控显示全贴合，拥有行业全球一流的一体黑制作工艺效果，完整的贴合工艺（OCA 贴合、水胶贴合等，平面/3D 曲面贴合、双联屏贴合等）。

公司车载触摸屏业务成长性较快，2021 年第一季度，公司车载触摸屏产品市场需求相对旺盛，受 IC、LCM 等物料短缺影响，公司车载触摸屏产品生产和交付受到一定程度影响，使 2021 年第一季度销量环比 2020 年第四季度有所下降，但同比 2020 年第一季度大幅增长，车载触摸屏业务仍然保持比较好的增长势头。

随着公司在车载触摸屏产品上持续不断地耕耘，公司与车载触摸屏产品客户的之间的合作越发紧密。2021 年，公司在做深做透现有客户需求市场的基础上，凭借在车载触摸屏业务上的全产业链竞争优势，公司将大力开发国际国内一流汽车终端品牌，不断增加公司车载触摸屏产品项目数量，努力实现车载触摸屏业务持续较快速度的增长。根据客户需求预测状况，预计 2021 年第二季度，公司车载触摸屏产品将持续保持 15 万片/每月以上的市场需求，公司也将紧密跟踪 IC、LCM 等紧缺物料的市场供应状况，尽力保证产品的生产和交付，满足客户的市场需求，实现公司车载触摸屏业务

长期持续成长。

11、公司自主开发的 3D 曲面贴合技术成功向车载触摸屏客户推广，并于 2020 年实现批量生产，请介绍一下公司 3D 曲面车载触摸屏产品具体应用在哪些车型以及公司双联屏车载触摸屏产品及业务的进展情况。

答：公司提供 3D 曲面盖板玻璃、触控 Sensor、模组贴合和触控显示全贴合等全产业链生产供应，2020 年第一款量产应用于东风悦达起亚的高端车型，后续有更多国内及合资知名品牌的中高端车型陆续采用 3D 曲面贴合产品。

车载触摸屏 2019 年基本是单屏，尺寸以 8-10 寸为主，2020 年 10 英寸和 12.3 英寸成为主力尺寸，单价 100-150 元/块；2020 年下半年逐步开始量产双联屏（中控屏+仪表盘，一般仪表盘不带触控，中控一般带触控），单价是单屏的 2 倍左右。根据订单需求增长，我们也在逐步扩产双联屏、全贴合的产能。双联屏的代表车型为上汽通用别克 GL6/GL8 商务车，上汽通用五菱、吉利、长城汽车等均为公司车载触摸屏的最终客户，公司通过德赛西威等汽车总成一级厂商（Tier 1）供货，2021 年双联屏订单需求持续增加，目前每月 20K 左右。

12、公司车载触摸屏产品的毛利率水平情况如何？

答：车载触摸屏市场为专业应用市场，与笔记本电脑等消费类电子产品市场具有显著区别，主要表现为产品单一订单涉及数量更小、单一产品订单需求持续周期长、同一时期生产的订单种类更多等，因此车载触摸屏产品生产面临频繁换产，导致产能利用率相较于笔记本电脑用触摸屏产品产线的产能利用率低。此外，公司车载触摸屏产品生产主要采用 G2.5、G3 生产线，受生产线产品加工尺寸限制，一片玻璃

基板上仅能排版约 3 粒 12.3 英寸车载触摸屏，产品生产良品率及生产效率相对较低。综合上述因素影响，公司车载触摸屏产品目前的毛利率水平相较于笔记本电脑用触摸屏产品的毛利率水平低。公司也将持续投入研发资源，优化车载触摸屏产品生产工艺，优化及配置部分必要自动化设备，努力提高车载触摸屏产品生产效率、良品率，提升车载触摸屏产品的毛利率水平。

13、全球车载触摸屏市场的未来发展趋势如何？公司未来在车载触摸屏方面有什么样的长远发展规划？

答：随着汽车逐步向电动化、智能化、互联网化的方向发展，车载触摸屏的市场需求增长迅速。一方面，车载触摸屏的尺寸规格日益变大，从原来的 7 英寸、8 英寸为主目前已逐步提升至 10 英寸、12 英寸为主。触摸屏的尺寸为对角线长度，从 8 英寸到 12 英寸，表面上看尺寸比例为 1.5 倍，实际上触摸屏的面积比例应为 1.5 的平方，即 2.25 倍，这意味着在产品数量不变的情况下，产品生产的实际需求相当于是翻倍以上。另一方面，随着汽车日益向电动化、智能化方向发展，汽车的内饰配置逐步向科技化、时尚化方向发展，车载触摸屏从传统中控台的单屏逐步拓展到双联屏（中控台+仪表盘）甚至三联屏（中控台+仪表盘+副驾驶），此外，在后排座椅、行车记录仪、抬头显示等位置也逐步新增车载触摸屏的配置，车载触摸屏的市场需求进一步被激发。整体而言，车载触摸屏的未来市场成长空间广阔。

公司看好车载触摸屏的持续成长前景，高度重视并致力于车载触摸屏的长远可持续发展，依托持续技术创新和全产业链的竞争优势，坚持差异化竞争策略，未来将进一步扩大车载触摸屏的市场，致力于为国际、国内知名品牌的汽车整车厂商提供长远优质的车载触摸屏供应和性能持续优化提

	<p>升的体验服务，努力将车载触摸屏业务培养为公司新的业务增长点，提升市场抗风险能力。</p> <p>14、公司 2021 年是否有较大的触摸屏产能扩充计划？</p> <p>答：鉴于笔记本电脑的消费群体以理性的办公功能性需求为主，触控笔电的易用性逐步被更多消费者接受，未来将呈稳定增长趋势。如果公司短时间内再新增投资 G5 或更高世代的电容式触摸屏生产线，对应扩充产能至少倍增，在市场整体规模不会爆发式增长和公司客户规模未获得重大变化的情况下，则公司将面临较大的产能开工不足的风险，因此公司暂时没有大规模扩充产能的计划。</p> <p>不过，基于公司满足客户订单需求及未来可持续发展等综合因素考虑，公司一方面正在通过持续优化配置生产设备资源和生产工艺，整合优化和适度提升触摸屏前段传感器面板（Sensor）的产能；同时，积极开展更高技术性能的新产品或新工艺改造，不断提升产品的技术和经济附加值、市场竞争力；根据笔电用触摸屏订单需求的增长，公司会适时逐步提升后段模组的产能，以努力满足客户的订单交付需求。</p> <p>此外，鉴于车载触摸屏需求持续增长，公司将适时适度扩充车载触摸屏的产能，努力满足客户的订单交付需求。</p> <p>本次腾讯视频会议调研过程中，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 4 月 14 日