

## 天马微电子股份有限公司

### 2021 年 5 月 18 日投资者关系活动记录表

编号：20210518

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	本营国际、第一创业、时机资本
时间	2021 年 5 月 18 日 10:00-11:40
地点	天马大厦 7 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;"><b>1、请介绍公司车载业务的营收及市占表现。</b></p> <p><b>答：</b>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。</p> <p>根据Omdia数据显示，受疫情及全球汽车产销下滑影响，全球车载显示器市场经受严峻考验，但公司在逆境中实现突破：车载业务荣获市场整体（全球市场占有率16.2%）和仪表单项（占有率32.9%）双料冠军，实现销售收入增长及新Design Win项目数及金额均高于同期，行业头部竞争优势明显。</p> <p>目前，从公司订单预测看，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</p>

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。

**2、请问公司车载产品是否都以模组出货？是否都是前装市场？**

**答：**公司主要做车载前装市场，产品已基本全模组化出货给终端客户，向客户提供一体化显示解决方案。

**3、请介绍公司车载客户情况。**

**答：**公司从90年代就积极布局车载显示市场，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%。

**4、请介绍公司显示产品在新能源车上的使用情况。**

**答：**公司与全球主流车厂（包括新能源）均保持良好的合作，亦在不断加大市场开拓力度，持续提升客户的覆盖面和占有率。

新能源汽车上，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。

**5、公司是否有HUD产品应用在车载上？悬浮式解决方案呢？**

**答：**随着“新四化”（智能化、电气化、网络化、共享化）在汽车领域的渗透与提升，显示屏的渗透率也不断提升，依据应用位置与功能可分为仪表盘、中控、后视镜、抬头显示（即HUD显示）、后座娱乐等。

公司很早就进行了HUD技术的研发，并已有量产出货。目前，能将传统HUD显示升级为未来可实现AR效果的AMOLED透明显示、Micro-led透明显示。

悬浮显示技术为集成成像技术的一种，公司早在2017年的SID展会及诸多行业展会上展示过3D悬浮技术，可应用于悬浮警示，用户也可以通过手势控制悬浮显示内容，公司持续探索、优化立体显示。

公司能根据客户需求定制化生产，可提供包括HUD显示、悬浮显示技术等在内的智能车载显示一体化解决方案，满足车载显示的多屏化应用。

**6、近年来，各大面板厂商都在积极布局车载市场，请问公司如何看待车载市场的竞争格局以及公司的竞争优势？**

**答：**车载业务的发展、培育是一个长期积累的过程，车载显示的竞争更多是对于车载研发、质量、营销、运营体系的竞争，不是一蹴而就的。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。经过20多年的耕耘，公司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。

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。

车载业务是公司转型和增长的关键业务。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。

#### **7、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、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倍的态势。

目前，公司拥有3条AMOELD量产线：

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。2021年穿戴类产品目标出货2,000万片。

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，预计将出货2,000万片；

3) TM18已于2020年5月18日全面开工，于2021年5月7日主厂房封顶，预计2021年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。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。

#### **9、请介绍公司AMOLED客户情况。**

**答：**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 TFT-LCD客户群体具有一定的共性，公司现有的客户资源能为AMOLED产线提供很好的支持，公司也在持续加强与现有国内外大客户的深度合作。同时，AMOLED也有不少个性化应用领域，比如智能穿戴，公司也有在与行业品牌客户推进深度合作加大渗透中，目前已量产出货。

#### **10、驱动IC等原材料供货紧张对公司影响有多大？**

**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。

	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 05 月 18 日