

天马微电子股份有限公司

2021 年 6 月 11 日投资者关系活动记录表

编号：202106011

| | |
|--------------------|---|
| 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 | 瑞信、睿思投资 |
| 时间 | 2021 年 6 月 11 日 15:00-16:00 |
| 地点 | 电话会议 |
| 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、请介绍2020年公司手机、车载类产品的营收情况。</p> <p>答：2020年，公司实现营收292.33亿元，其中，以智能手机为代表的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 style="text-align: center;">2、请介绍公司车载业务的发展情况和规划。</p> <p>答：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</p> |

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。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%。

根据Omdia数据显示，2020年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。同时，也能看到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。

车载业务是公司转型和增长的关键业务。公司将持续积极布局，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，提升复杂程度更高的模组的出货力度、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 and 客户资源优势，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、目前能看到新能源汽车车内屏的数量在增加，面积在变大，其他传统车也是这个趋势吗？

答：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，显示屏的渗透率也不断提升，能看到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。

4、公司产品是否有应用在车载后视镜上？

答：车内依据应用位置与功能可分为仪表盘、中控、后视镜、抬头显示、后座娱乐等。

公司产品已有量产出货应用在车载后视镜上。公司能根据客户需求定制化生产，提供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。

5、目前车载领域主流是a-si 还是LTPS？LTPS产品在车载上的发展趋势怎样？

答：车载客户对产品质量的可靠性、稳定性要求很高，从权威第三方统计数据看，车载TFT市场目前92%以上还是发展非常成熟的a-Si产品，但也能看到用户在消费显示电子上的使用习惯向车载显示迁移，对显示屏的高解析度、窄边框、低功耗等方面提出了更高的要求，LTPS在产品规格升级上相较会更有优势，其渗透率将逐年提升。

公司LTPS车载产品已向品牌客户量产出货，更多LTPS车载项目和方案设计持续导入中。相较于a-Si TFT产品，LTPS TFT 产品具有高解析度、高光学特性、轻薄化、窄边框、低功耗等特点，能很好的提升车载显示的体验感。

6、请介绍公司各产线的产能利用率情况。

答：目前，公司除AMOLED产线尚在爬坡外，其他产线持续保持满产的状态。

公司生产多元化的定制产品。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表现。

7、请介绍公司AMOLED产线进展。

答：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；

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，更多品牌客户柔性产品项目相继导入中；

3) TM18已于2020年5月18日全面开工，目前已完成主厂房封顶，预计2021年下半年开始设备搬入，2022年开始产能释放，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。

8、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LTFS 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。

9、请介绍TM18项目的资金来源情况以及未来在会计上是如何处理的？

答：TM18总投资不超过480亿元人民币。其中，项目资本金270亿元，厦门市政府指定的出资方出资85%，共229.5亿元；厦门天马出资15%，共40.5亿元，剩余约210亿元由合资公司天马显示科技向银行申请贷款。公司按照《企业会计准则》及公司会计政策的相关规定，采用权益法对持有的天马显示科技长期股权投资进行后续计量，并按照应享有或应分担被投资单位实现净利润或发生净亏损的份额，调整长期股权投资的账面价值，并确认为当期投资损益。

10、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。

11、请介绍公司的资本开支情况。

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

| | |
|----------|--|
| | <p>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。</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06月11日 |