

天马微电子股份有限公司

投资者关系活动记录表

编号：20220630

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（请文字说明其他活动内容）
活动参与人员	上市公司参与人员： 陈丹、洪正阳 外部参与人员： 杉树资产
时间	2022 年 6 月 30 日（周四），10:30-11:30
地点	天马大厦 6 楼会议室
形式	现场调研
交流内容及具体问答记录	<p style="text-align: center;">1、请介绍公司的营收结构。</p> <p>答：从公司已披露的定期报告数据看，公司电子消费品显示业务约占总营收的七成，主要以智能手机业务为主，IT 显示业务、智能穿戴业务在快速成长中；专业显示业务营收于 2021 年首次破百亿，约占总营收的三成，其中，车载业务占比近 60%，成长迅速。</p> <p style="text-align: center;">2、公司在车载显示领域的竞争优势主要体现在哪里？</p> <p>答：公司在车载显示领域已深耕 20 多年，从最早的无源产品起步，扎实搭建起了覆盖设计研发、运营交付、市场销售、客户服务、质量保障、人才队伍等各方面的车载专业体系，持续进行前瞻性布局，积极把握市场机遇，稳步扩大市场份额。</p> <p>车载行业具有高壁垒和高客户粘性的特点，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。公司从 90 年代就积极布局，通过持续的学习和精进，打造了从车载研发、制造、质量、营销、供应链管理等方面的专业团队和具有强竞争实力的车载</p>

专业体系能力，并持续进行全方位的整体系统性能能力的优化。

公司拥有一支扎根车载显示领域多年的专业化车载研发团队，并于今年初在芜湖建立了车载显示研发中心，将更好地支撑公司体系化地整合并拓展车载业务的专精团队和资源，提升公司车载领域的研发应用实力。

长期在车载显示市场的耕耘积累和坚定投入有效支撑了公司车载业务增长能力，公司产品已涵盖全球主流品牌的上千个车型量产经验。公司车载客户资源已涵盖了中系、欧系、美系、日系、韩系等各大车厂，实现国际主流客户和中国自主品牌（top 10）全覆盖，培养了深厚的客户基础，在各主流品牌客户的供应商体系中持续占据重要地位，包括与新能源车企的合作也在快速推进中，并将一直积极支持客户在不同规格、不同类型产品上的探索。

随着公司 8.6 代线和新型模组产线的落地，将有力地助力公司实现在包括车载显示产能和量产技术的进一步跃升，为客户提供更多样化的显示解决方案，更好地满足车载客户的需求，提升中大尺寸车载显示产品出货能力，并带动产品的技术规格升级，不断夯实公司车载业务的竞争优势。

3、请问公司车载业务渗透率。

答：在全球市场的竞争中，公司 2021 年连续保持车载 TFT 和车载仪表领域出货量全球第一，市占分别达到 14%和 26%（数据来源：Omdia）。

公司今年以来先后宣布投建的车载显示研发中心、G8.6 产线、新型模组产线，均覆盖车载显示市场，将在深化车载显示研发应用实力的同时，扩大车载中大尺寸产品的产能并助力产品规格的进一步提升和优化，更好更快地满足客户多样化需求，助力公司在车载显示领域系统能力和市场地位的提

4. 请问公司在车载模组领域的竞争优势。

答：公司始终重视产品价值的提升，产品基本以模组形式出货，为客户提供一体化显示解决方案。通过近 40 年在中小尺寸显示领域的深耕，公司在快速响应、柔性交付、品质保障、定制化等方面，锻造了丰富的中小尺寸显示模组运营能力。公司近期宣布合资新建新型显示模组项目，将进一步提升公司整体出货规模和竞争优势，也将大大加强公司在车载、工业品、IT 等显示领域中大尺寸模组专线能力，有助于进一步增强公司在显示领域的综合实力。

5. 请问公司车载和电子消费品业务的毛利率？

答：中小尺寸显示产品多样化和定制化程度较高，不同产品的毛利率因产品方案、售价、成本等的不同，有较大差异，很难一概而论。整体来说，相比电子消费品显示领域，车载显示产品的订单周期较长，客户黏性较高，

毛利率的稳定性更好。

6. 公司车载显示业务的增速如何，下游应用都有哪些？

答：作为公司“2+1+N”战略中明确定位的核心业务之一，公司自2020年来已连续两年在车载显示TFT和车载仪表领域出货量保持全球第一，并持续稳步增长，2021年公司车载显示业务营收同比增长27%，出货规模持续提升，产品结构不断优化，体系能力不断加强。

作为车载显示领域的龙头企业，公司车载业务覆盖了包括仪表、中控、HUD、后视镜、后座娱乐等在内的各类智能座舱产品，可以提供从面板、简单模组到复杂模组的仿真、设计、生产、服务等一站式一体化解决方案，并积极响应“电动化、智能化、网联化、共享化”趋势，持续支持车载客户在新产品、新技术上的探索和布局。

7. 公司新能源车业务发展如何？

答：公司看好新能源汽车市场的前景，凭借在高清、大屏、交互、一体化智能座舱等多方面的综合能力，持续在车载客户的供应体系中占据重要地位，并不断积极加大力度开拓更多新能源汽车显示应用，与新能源汽车市场共同成长。

8. 请问公司电子消费品业务情况。

答：今年以来，行业整体面临着需求回调等情况，公司沉稳应对，直面智能手机等电子消费显示领域的挑战，持续发挥头部优势，赢得重点客户关键项目，深挖内部成本效率空间，持续保持LTPS手机业务的全球领先。在此基础上，公司也积极开拓LTPS车载和平板&笔电市场，截至今年一季度，公司车载LTPS营收同比增长超200%，LTPS平板&笔电营收同比增长超300%，保持了LTPS业务整体稳健经营。

同时，公司OLED业务不断取得进展，OLED智能手机业务今年一季度营收同比保持增长，主力客户多款项目顺利开发，目前更主要的是覆盖更多品牌客户项目并争取更大份额，不断提升产品竞争力。公司最新的G6 AMOLED产线TM18已于今年2月完成首款产品点亮，并已锁定国内大客户，积极为年底量产做充分准备。截至今年一季度，公司OLED刚性智能穿戴产品营收同比增长超90%，产品竞争力不断提升。

9. 公司上游原材料国产化进度如何？

答：在显示领域，随着国产资源的逐步成熟、稳定，目前LCD原材料国产化率程度相对比较高，但AMOLED上游的核心原材料及关键设备布局上，

	<p>国外供应商仍拥有较强的话语权，国产化率提升仍需时间。随着显示产业链不断发展以及 AMOLED 显示技术的日渐成熟，国产关键原材料、设备品质和能力的不断提高，AMOLED 原材料国产化率有望逐步提升。</p> <p>公司已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，也一直支持并鼓励国内材料、设备供应商的发展。公司将持续推进供应链的本地化、多元化采购，不断强化供应链的韧性。</p> <p>10. 请问公司 Micro-LED 方面的进展。</p> <p>答：公司积极进行前瞻性布局，Micro-LED 是关注度很高的前沿技术，未来应用场景广阔，但成熟度和商业化还需要时间。公司在多年前已开始布局 Micro-LED 显示技术，在技术、知识产权、成果等方面已有相应积累，并不断推出相关产品，多次荣获国内外重要奖项。</p> <p>为了推动相关技术的量产和商业化应用，公司与多年来积累的客户群体保持着良好的商业合作和技术交流，密切跟进客户需求及市场动态。2021 年 12 月公司发起组建了 Micro-LED 生态联盟，旨在联合上下游资源，打通产学研用各环节，共同推动 Micro-LED 技术发展，加速商业化落地。</p> <p>基于前期在 Micro-LED 技术上积累的经验，公司今年 6 月宣布投建一条从巨量转移到显示模组的全制程 Micro-LED 试验线，旨在依靠自主力量布局、掌握关键共性技术，打通核心工艺，形成自主知识产权，储备量产技术，从产品应用和设计方案上寻求技术突破，推动 Micro-LED 技术尽快趋于成熟。</p> <p>11. 公司新建的 8.6 代线还是做中小显示领域产品吗？</p> <p>答：公司一直专注并深耕中小显示领域近 40 年，对不断发展的市场需求、市场化竞争体系有着深刻理解。TM19 是针对中小显示领域产品要求而设计的高世代线，满足中小显示产品大尺寸化的需求，对标的市场主要包括车载、IT、工业品显示等。由于中小显示产品市场需求变化快，产品换型节奏快，TM19 专门针对这一特点进行产线设计、设备选型和工艺布局，具有更高的换线效率。此外，作为中小显示领域的领先企业，公司在灵活的产线搭配和多样化的产品组合上具有优势，未来也将根据实际需求，灵活调整 TM19 的产品组合，抵御市场风险，更好地拥抱市场机遇。</p>
<p>关于本次活动是否涉及应披露重大信息的说明</p>	<p>否。</p>
<p>活动过程中所使用的演示文稿、提供的文档等附件（如有，可作为附件）</p>	<p>无。</p>