

## 天马微电子股份有限公司

### 投资者关系活动记录表

编号：20220720

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	<b>上市公司参与人员：</b> 陈丹、洪正阳 <b>外部参与人员：</b> 光大证券
时间	2022 年 7 月 20 日（周三），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;"><b>1、请介绍公司新投建的 8.6 代线的产能、产品规划情况。</b></p> <p>答：今年 4 月，公司宣布通过全资子公司厦门天马与合作方投资成立一家合资项目公司，建设一条月加工 2250mm× 2600mm 玻璃基板 12 万张的第 8.6 代新型显示面板生产线项目（TM19 产线），总投资 330 亿元。</p> <p>TM19 产线将锚定公司具有优势且具有良好成长态势的车载、工业品市场，以及作为公司快速成长关键业务的 IT 显示领域，在助力公司车载显示、工业品显示领域产能和量产技术进一步跃升的同时，更好地开拓 IT 显示领域，提升公司中小显示领域的产品覆盖和整体份额。同时，TM19 将与公司现有产线和运营形成高效搭配，不断丰富产品方案组合，开拓更多细分市场、更灵活的尺寸范围、更多样化的产品规格，更好的强化与产业链合作伙伴的粘性，强化自身综合竞争力，拥抱市场机遇。</p> <p style="text-align: center;"><b>2、请问公司的高世代线与其他厂商的高世代线相比有何不同，有何竞争优势？</b></p> <p>答：TM19 专门针对中小显示领域市场需求变化快、产品换型节奏快的特</p>

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，更符合目标产品的要求和特性。此外，TM19 作为新一代高世代线，融入了多种先进制程与技术，在设备精度、效率、能耗、环保等方面都更具优势，亦可满足更高工艺要求，在大尺寸、窄边框、异形切割、高刷新率、低功耗、低反一体黑、内嵌式集成触控等诸多方面公司将拥抱产品规格升级机遇，提升产品附加值和差异化竞争力。

中小显示领域产品特点定制化并不断叠加创新技术，公司深耕显示领域近 40 年，积累了对客户需求的深刻理解能力，并和产业链上下游厂商进行全面合作，具备全面的中小显示产品解决能力。公司以现有技术、产品、供应商、客户群为基础，从已具备经验的业务进入，与公司深耕行业的模组能力、经营能力匹配，进行高世代线建设和运营，有利于迅速打开市场，能更好把握显示领域发展机遇。同时，公司对高世代线的投建保持敬畏之心和谦虚学习的态度，将积极吸收行业内高世代线的投建和运营经验，不断优化方案，努力发挥出 TM19 产线的后发优势和差异化竞争优势。

### 3、请问公司对目前中小尺寸显示产品的价格怎么看？

答：公司聚焦的中小尺寸显示市场下游应用丰富，并且多为客制化产品，手机、IT、车载、工业品等每个细分显示领域价格波动幅度不同。除了供需会影响价格外，产品价格也要综合产品规格、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。

公司注重产品价值提升，不断在屏上做加法，争取更高附加值产品订单份额及出货力度。此外，公司持续优化成本，提升经营效率。公司会努力提升自身综合竞争力，力争在不确定因素中实现持续稳健经营。

### 4. 请问公司车载产品有多少是模组出货？公司在车载模组领域的竞争优势体现在哪里？

答：公司车载显示产品主要面向前装市场，并以模组出货为主，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。公司今年 1 月投建的车载显示研发中心，致力于提升车载复杂模组的研发能力和一体化整体解决问题的能力。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. 请介绍公司车载业务的客户情况。

答：公司深耕车载显示市场超过 20 年，产品已涵盖全球主流品牌的上

	<p>千个车型的量产经验。公司拥有健康的客户结构，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）的全覆盖，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。</p> <p><b>6. 公司是否会进军 tier1 领域？</b></p> <p>答：目前，公司的车载显示业务以向 tier1 客户供货为主，在部分项目上有与整车厂直接合作。</p> <p><b>7. 请问公司如何看待未来车载显示市场的竞争？</b></p> <p>答：公司凭借在车载显示领域超过 20 年的深耕细作，拥有了从车载研发、制造、质量、营销、供应链管理等各方面的专业团队，打造了具有强竞争实力的车载专业体系能力，逐步建立起了应对未来竞争的护城河。</p> <p>公司看好车载显示市场的发展，并有针对性的前瞻布局。汽车“电动化、智能化、网联化、共享化”等四化趋势的演进，对车载显示高清化、大屏化、多屏化、个性化、交互升级和一体化整合等能力有了更高的要求，对车载显示厂商的技术和产品的多样性需求更加显著，也更加考验市场参与企业的客户覆盖面和客户结构、灵活交付能力、全流程质量管理水平以及长期保障和持续投入的能力，同时需要企业始终能以前瞻性的思维和灵活的经营能力，顺应市场变革趋势，扎实稳健成长。公司将依托不断增强的车载体系优势，拥抱未来的市场机遇，有信心、有能力保持在车载显示领域的领先地位。</p> <p><b>8. 请介绍公司 AMOLED 业务的进展。</b></p> <p>答：目前公司 AMOLED 业务主要包括智能手机业务和智能穿戴业务。其中，今年公司 AMOLED 刚性智能穿戴显示产品今年第一季度市占率全球第一，营收同比增长超 90%，产品竞争力不断提升；柔性 AMOLED 智能手机业务方面，2021 年已实现对国内主流品牌客户批量出货，今年更主要的是覆盖更多品牌客户项目并争取更大份额。公司最新的 AMOLED 产线 TM18 已于今年 2 月完成首款产品点亮，正与行业品牌客户紧密合作，有望年底量产。</p> <p>此外，公司积极借助创新中心试验线平台重点研发折叠、低功耗、高屏占比等 AMOLED 先进显示技术，不断在屏上做加法，提升产品的附加值，积极推出多样化的产品方案，更好地支持客户需求。公司看好 AMOLED 市场的高速成长和庞大需求，将充分利用 TM15、TM17、TM18 三条 AMOLED 产线形成的技术积累、客户沉淀、产品组合和规模优势，不断提升 AMOLED 业务发展。</p>
<p>关于本次活动是否涉及应</p>	<p>否。</p>

披露重大信息的说明	
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）	无。