

天马微电子股份有限公司

投资者关系活动记录表

编号：20220729

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： 中国银河证券、天弘基金
时间	2022 年 7 月 29 日（周五），10:00-11:00
地点	天马大厦 6 楼会议室（电话会议）
形式	电话会议
交流内容及具体问答记录	<p style="text-align: center;">1、面对电子消费品领域需求疲软和价格下修的压力，天马的下游需求情况如何，产能利用率如何？</p> <p>答：公司 a-Si 产线成功向专显转型，截至今年 Q1，专显占比已接近 80%，助力了 a-Si 产线的稳健经营。</p> <p>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，公司积极开拓 LTPS 车载和平板&笔电市场。</p> <p>在 AMOLED 业务上，公司 AMOLED 智能手机业务今年一季度营收同比保持了增长，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 AMOLED 刚性智能穿戴业务今年第一季度市占率全球第一，产品竞争力不断提升。公司最新的 G6 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中，为年底量产做充分准备。</p>

2. 请问公司如何看待车载显示市场未来的发展，特别是大屏化方向的发展？

答：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。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。

针对车载显示产品大尺寸化的趋势，公司早有布局，支持仪表、中控、副驾娱乐等多类型组合，已对国内外大客户出货，比如林肯上使用的 27+12.3 寸贯穿式全景屏、玛莎拉蒂使用的 12.3+8.8 寸仪表+中控屏、国内重要客户使用的 21.7+12.3 寸双联屏产品等，并在包括 15.6 寸以上车载中大屏、全球头部厂商下一代车载中控平台上都取得了大数额和大份额的项目突破。

目前，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，尺寸范围涵盖广，目前从 2 英寸到 40 英寸都有产品量产出货，在屏幕大尺寸化方向上能提供单屏、双联屏、三联屏等多种显示解决方案。

公司在车载大屏化的发展中，始终坚持将显示产品的性能稳定性和高可靠性的品质要求摆在核心位置。仪表作为车载大屏方案的核心组成部分，在车载显示中安全性能要求最高，进入门槛也最高，公司在这一领域保持出货量全球领先，技术能力业内领先。同时，公司着力对车载中大屏的光学性能、造型能力、交互性能进行提升。

公司今年宣布将投建 8.6 代线和新型模组产线，精准锚定包括车载在内的优势领域和增量市场，配备了车载中大尺寸专线，有助于公司进一步满足车载客户的订单需求，提升中大尺寸车载显示产品出货能力，并带动技术规格升级。

3. 请问公司对车载显示业务未来的增速和发展有什么展望？

答：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%，产品结构不断优化，其中，公司 LTPS 车载产品销售额增长明显，2021 年同比增长超过 300%。

公司车载业务已实现国际主流客户和中国自主品牌（top 10）的全覆盖，客户结构健康且合作关系持续深化，客户粘性强，在此合作基础上，公司将作为车载显示业务引入 8.6 代线（投资 330 亿）和新型模组产线（投资 80 亿）等先进产能，助推公司车载业务的规模成长和规格升级。

公司坚持创新驱动，保持前瞻性的设计理念，将依托创新中心、芜湖车载显示研发中心和厦门 Micro-LED 全制程试验线，将车载显示作为重要应用方向之一，着力强化车载显示整体解决方案能力、先进车载显示技术研发能力和前沿技术商用化能力，打造短中长期的技术优势。

面对未来，公司充满信心，明确将车载显示业务定位为公司“2+1+N”战略核心业务之一，公司将以现有客户网络为依托，发挥深耕车载显示领域 20 多年积累的客户理解能力、快速响应能力、产品创新能力和品质交付的保障能力，积极支持客户，持续着眼未来进行前瞻布局，拥抱行业成长机遇。

4. 请介绍公司车载显示产品的定价和毛利率情况。

答：公司的车载显示产品主要做前装市场，以模组出货为主，定制化程度较高，具体价格根据客户方案而定。与消费电子相比，车载显示业务订单周期较长，毛利率较为稳定。公司持续在屏上做加法，提升产品技术方案和规格，加大 LTPS 技术对车载产品的渗透，助力车载产品价值度的提升。

5. 看到公司前期有深入小鹏等新能源车企的活动，请问公司在车载显示业务在新能源车方面的布局，以及与国内新能源车企的合作关系如何？

答：公司在车载显示领域与全球主流厂商（含新能源）均保持良好合作。新能源车载显示业务作为公司车载显示业务的重要部分，近年来快速成长。在国内新能源车企方面，公司进入供应链较早，拥有很好的客户基础和较多的项目覆盖，在中控、仪表等多个类别中提供包括多屏、大屏等多形态的产品，并在各新能源车企的主流车型中得到广泛应用。与此同时，公司也持续与传统车企在新能源车型上开展合作，已有多屏、大屏显示产品在首发车型中应用。公司会持续加大开拓力度，推出更多贴合新能源车型需求的显示解决方案，并不断根据新能源车厂个性化需求适配服务和多样化业务模式，更快更好地积极支持各客户在不同规格、不同类型产品上的探索。

6. 请问公司车载业务的供货方式，主要客户是 tier1 还是整车厂？

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。

7. 请问公司今年初投建的芜湖车载研发中心对车载业务发展有何作

	<p>用？</p> <p>答：此次在芜湖投建车载显示研发中心主要聚焦车载显示复杂模组的研发，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，优化从设计研发到量产出货的关键节点，将技术研发、产品设计、市场经验优势，更快地转换为满足用户需求、贴合市场趋势的显示解决方案。</p> <p>8. 请介绍公司 8.6 代线的建设周期和目前进展。</p> <p>答：目前，第 8.6 代新型显示面板生产线项目正按计划有序进行打桩前的各项准备工作。该项目预计将于 2024 年下半年实现首款产品点亮并开始量产。</p> <p>9. 请介绍公司 8.6 代线的目标市场和定位。</p> <p>答：TM19 虽然是高世代线，但依然会聚焦公司深耕多年的中小尺寸显示领域，主要锚定并巩固公司一直具有强优势且市场规模增长和规格升级趋势明显的车载、工业品等专业显示业务领域，并补齐公司在 IT 显示领域 a-Si 和 IGZO 产能的“缺环”，作为公司发展的关键增量，实现中小尺寸市场全覆盖。TM19 将与公司现有产线和运营形成高效搭配，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。</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>