

天马微电子股份有限公司

投资者关系活动记录表

编号：20220902

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： 方正证券、中信理财、乐雪资本
时间	2022 年 9 月 2 日（周五），16:00-17:00
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、请问公司第 8.6 代线对应的产品有哪些？其中车载主要是做什么尺寸的产品？</p> <p>答：公司今年宣布投建的第 8.6 代新型显示面板生产线，依然将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，并在 LTPS 产能外补齐公司在 IT 显示领域 a-Si 和 IGZO 产能，作为公司发展的关键增量，实现中小尺寸市场全覆盖。</p> <p>目前，公司已具备车载产品全尺寸覆盖能力，中大尺寸项目占比快速提升，10+到 40+寸大屏、联屏等产品已批量应用在包括林肯、玛莎拉蒂等国际高端品牌和国内新能源品牌的多款车型上。新投建的第 8.6 代线（TM19），将与新型显示模组产线（TM20，投资 80 亿元，配备中大尺寸车载、工业品、IT 显示模组专线）以及公司现有产线形成灵活搭配，有力支持车载产品在尺寸、规格等多方面的升级，系统性提升车载业务的产能水平和模组能力，进一步强化公司在车载领域的竞争优势。</p>

2. 请介绍公司第 8.6 代线的项目进展，项目尚处于建设中，如何匹配车载订单节奏？

答：公司根据战略需要，今年上半年先后宣布投建了包括车载显示研发中心（芜湖）、第 8.6 代新型显示面板产线（TM19, 厦门）、新型显示模组产线（TM20, 芜湖）、Micro-LED 全制程试验线（厦门）等多个重要项目，目前均如期顺利推进中。其中，第 8.6 代线目前正在为正式打桩动工做充分准备。该产线预计 2023 年 H2 封顶，2024 年 H2 点量并开始量产。

TM19 的投建是基于公司充分考虑了下游市场的整体发展趋势和客户端的具体需求。其中，车载市场中长期将保持旺盛，公司车载业务订单饱满，在手未来订单量、额持续高位突破，TM19 将协同公司现有产线一起根据项目节奏更好地服务客户需求。

3. 请问公司如何看待车载业务的竞争优势？

答：车载显示领域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、供应商的长期持续稳定的供货保证以及快速响应及支持能力要求很高。决定车载显示行业长期竞争力的是车载业务的综合体系能力。公司自上世纪 90 年代从无源产品起步，通过持续的学习和精进，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，并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。

公司产品已涵盖全球主流品牌的上千个车型的量产经验，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，包括与新能源车企的合作也在快速推进中。

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，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，持续加强短中长期的技术优势。

公司始终坚持将显示产品的性能稳定性和高可靠性等品质要求摆在核心位置，推行从设计质量、材料质量、过程质量到客户质量的产品全生命周期质量管理，在车载客户品质交付、车载产品质量保障方面的能力获得了客户的高度认可，多次荣获多家国内外客户颁发的优秀供应商奖、最佳质量奖等相关奖项，并在仪表这个车载显示中安全性能要求最高、进入门槛也最高的领域，长期保持出货量全球领先，技术能力业内领先。

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的增长能力。2022 年上半年，公司车载显示业务营收同比增长超过 20%，产品结构不断优化。目前，公司车载业务在手订单饱满，在手未来订单量、额持续高位突破，在此基础上，公司将为车载显示业务引入新投建的第 8.6 代线（TM19, 投资 330 亿）和新型模组产线（TM20, 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。

	<p>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，将充分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，更好地在竞争中凸显公司车载体系能力优势，拥抱行业成长机遇。</p> <p>4. 请问公司如何看待车载产品价格的变化？</p> <p>答：公司的车载显示产品以模组出货为主且主要供应前装市场，订单周期长，受当期市场因素影响较消费电子来说相对较小，需求保持旺盛。车载显示市场的发展，既体现在出货量和出货尺寸等外延式增长上，也体现在技术和规格等内涵式提升上。公司注重车载业务外延和内涵的并行发展，持续在屏上做加法，产品方案不断丰富，产品规格和附加值不断提升，包括 LTPS in-cell 中大尺寸、窄边框、大屏/联屏等技术方案都已经实现商业项目量产，并不断加大 LTPS 技术在车载产品的渗透。公司将持续提升车载产品模组的复杂程度，助力车载产品整体价值度的提升。</p> <p>5. 公司是否有开展 tier1 业务？</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>6. 如何看待未来车载显示市场的竞争？</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。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>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>