

## 天马微电子股份有限公司

### 投资者关系活动记录表

编号：20221208

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
参与人员单位及姓名	上市公司参与人员：陈丹、洪正阳 外部参与人员：Athena Capital
时间	2022 年 12 月 8 日（周四）15:30-16:30
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;"><b>1、请问公司目前各类业务的占比如何？</b></p> <p><b>答：</b>公司 2022 年前三季度营收为 242 亿元，其中以智能手机、智能穿戴、IT 显示为代表的电子消费品显示业务收入占比约 6 成，包括车载显示和工业品显示在内的专业显示业务类占比约 4 成。</p> <p style="text-align: center;"><b>2、公司专业显示业务中，LTPS 占比多少？公司车载 LTPS 的出货尺寸主要是多少？</b></p> <p><b>答：</b>公司目前专显产品以 a-Si 技术产品为主，LTPS 技术产品在持续渗透中，其中车载 LTPS 产品销售额同比增长近 120%。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</p>

品牌的多款车型上。

### 3、公司面临的市场情况如何，接下来的业务增长看点有哪些？

**答：**公司专业显示业务需求持续良好。今年前三季度，公司车载、工业品等专业显示业务营收同比提升近 30%，呈现良好的增长态势，其中车载 LTPS 市场开拓顺利，产品销售额同比增长近 120%。公司将车载显示作为核心战略业务之一，今年在车载研发、产线投建方面均做了新布局，助推未来车载业务的规模发展和规格升级。公司将继续保持车载领域领先优势和竞争力，加大新能源市场开拓力度，推出更多贴合客户车型需求的显示解决方案，不断深化拓展。

基于宏观经济、消费需求相对低迷等因素的影响，目前电子消费品市场仍处于调整过程中，面临一定挑战，但不同细分市场呈现不同发展态势，比如 AMOLED 柔性智能手机领域仍然呈增长态势，AMOLED 产品规格的需求亦在持续升级。公司今年 AMOLED 业务体系能力得到持续提升，柔性 AMOLED 智能手机新项目开案不断增加，出货数量环比持续提升，在多个品牌客户产品系列上得到应用。公司 OLED 业务将持续着重于覆盖更多客户项目，争取更大份额，提升产品规格竞争力。此外，公司 LTPS 业务在保持手机业务全球领先的基础上，积极丰富 LTPS 产品组合，加大在 IT 显示领域、车载领域布局并实现快速突破。

### 4、请问公司车载客户中，新能源车厂的占比如何？

**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，在快速成长中。在国内新能源车企方面，公司进入供应链较早，拥有良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，并根据客户项目特点和业务模式，通过与合作方成立合资公司、内部业务结构优化等多种方式将进一步加快相关市场布局。公司会持续把握车载领域发展趋势，加大市场开拓力度，深入挖掘与新能源客户的合作机遇，持续提升客户的覆盖面和占有率。

#### **5、公司如何看待未来在车载领域的竞争？**

**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。

#### **6、公司第 8.6 代线的产能如何分配？主要用于切割什么尺寸产品？**

**答：**TM19 产线目前规划的重点产品主要应用于车载、IT、工业品领域，作为深耕中小尺寸显示的领先企业，公司在灵活的产线搭配和多样化的产品组合上具有优势，将根据市场情况、客户需求动态调整调整 TM19 的产品组合，此外，TM19 也将大大加强公司在上述显示领域中大尺寸产品的供应能力，更好地拥抱市场机遇。

**7、武汉 G6 的主要客户是哪些，其中柔性 OLED 占比多少，产品良率如何？**

**答：**目前，TM17 产线主要以柔性 OLED 智能手机为主。今年前三季

度，公司 OLED 智能手机新项目开案不断增加，产品出货规模和销售额逐季提升，在多个品牌客户产品系列上得到应用，良率情况良好。公司持续开发和优化高屏占比 AMOLED 显示技术、高频 PWM 调光技术、AMOLED 减功耗、轻薄化技术组合方案、像素排布方案等，并积极搭载于相关产品中，不断提升产品规格。TM17 已向行业主流品牌客户出货，目前更重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。

#### **8、厦门 G6 柔性 AMOLED 产线进展怎样？**

答： TM18 已实现首批产品出货国际品牌客户，刷新业内新产线达成交付速度新纪录；目前正与多家主流品牌客户的技术预研及产品认证在稳步推进中，为批量出货做充分准备。

作为公司最新的 AMOLED 产线，该产线对包括折叠、减功耗（包括 HTD 等）、屏下摄像在内的先进技术做了布局。TM18 将与 TM17 产线一起，不断在屏上做加法，提升产品的附加值，并在产品功耗、显示形态等方面积极推出多样化的产品方案，满足客户多样化的需求，进一步增强公司 OLED 业务的综合竞争能力。

#### **9、请问公司与同业竞争的情况如何？**

答：公司聚焦中小尺寸显示领域，应用市场广泛，多为客制化产品。目前，公司在 LTPS 智能手机、刚性 OLED 穿戴、车载、高端医疗、智能家居、人机交互、工业手持等显示领域的出货量均保持全球前列，并在中高端 IT 显示等领域的实现快速突破。此外，公司 AMOLED 业务体系能力得到持续提升，在多个品牌客户产品系列上得到应用。

公司不断完善多样化的产线组合，优化技术与产线配置，坚持差异化竞争策略。今年以来，公司先后宣布投建车载显示研发中心（芜湖）、第 8.6 代面板产线（TM19，厦门）、新型显示模组产线（TM20，芜湖）、全制程 Micro-LED 试验线（厦门）等重要研发和量产线项目，覆盖了车载、工业品显示等公司优势领域、IT 显示等公司发展增量市场，以及 Micro-LED 领域

	<p>的未来蓝海市场，兼顾成熟技术和远期技术，在响应市场需求积极扩大产能并提升产品规格的同时，也在新产品、新技术领域进行前瞻性布局，着眼中长期布局谋篇，将进一步增强公司在新型显示领域的长期竞争能力，有力地夯实在中小尺寸显示领域的竞争优势。</p> <p><b>10、请问公司上游原材料供应情况如何，是否存在关键原材料紧缺？公司的 IC 供应商有哪些？</b></p> <p><b>答：</b>公司上游原材料品种较多，公司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，提升资源保障能力，目前关键原材料供应情况正常。</p>
关于本次活动是否涉及应披露重大信息的说明	否
附件清单（如有）	无