

天马微电子股份有限公司

投资者关系活动记录表

编号：20230324-1

| | |
|-------------|--|
| 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：陈冰峡、陈丹、洪正阳 外部参与人员：银华基金 |
| 时间 | 2023年3月24日（周五）13:30-14:30 |
| 地点 | 天马大厦7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、请问公司如何看待行业竞争格局？</p> <p>答：在行业竞争格局方面，全球显示行业主要分布在中国大陆、韩国、中国台湾和日本等四个地区，随着 LTPS-TFT LCD、AMOLED 等新技术的成熟及相关产业投资门槛的提高，韩国和中国大陆开始引领行业发展，其中韩国正在退出 TFT LCD 领域而将重心放到 OLED 领域，国内面板企业在 LCD 行业已经逐渐把握市场话语权，并持续加大在 OLED 领域的投入与研发，目前正在快速追赶中。显示行业属于技术密集、资本密集、人才密集型行业，具有整体投资金额庞大、对技术和工艺要求较高、技术持续迭代升级等特点，具有较高的壁垒。</p> <p style="text-align: center;">2、公司柔性 AMOLED 布局情况如何？</p> |

答：公司运营管理有两条柔性 AMOLED 产线（TM17、TM18），目前，以 AMOLED 柔性手机产品为主，其中武汉 TM17 产线在持续爬坡中，2022 柔性 AMOLED 智能手机产品出货规模逐季提升，已向多家行业品牌客户出货，柔性 AMOLED 智能手机显示产品出货同比增长约 60%，出货规格进一步提升，搭载行业先进技术，逐步参与部分客户旗舰项目。

TM18 于 2022 年 2 月完成首款产品点亮，同年 8 月实现首批产品出货品牌客户，目前第一阶段产线正在爬坡，与多家主流品牌客户的技术预研、产品认证及出货在快速推进中。作为公司最新的柔性 AMOLED 产线，该产线对包括折叠、减功耗（包括 HTD、CFOT 等）、屏下摄像在内的先进技术做了布局。公司将考虑主要在 TM18 产线上进行折叠屏的生产，预计 2023 年将具备折叠屏的量产能力，并推出相关折叠产品。未来将进一步提升公司在柔性 AMOLED 领域的市场地位。

3、公司 OLED 柔性业务现在可以实现盈亏平衡吗？

答：公司 AMOLED 柔性业务不断进步中，持续积极拓展客户项目、提升份额、规格，目前还在爬坡中，尚未实现盈亏平衡，但公司一直为实现此目标积极努力。

4、公司 OLED 手机业务的客户主要有哪些？

答：公司 AMOLED 智能手机显示产品已经实现向多家行业品牌客户出货，客户结构健康。

5、请介绍公司对于 LCD 手机的业务的规划？

答：从市场需求和市调机构中长期的市场预测来看，LTPS 显示屏在智能手机的需求量仍将保有规模量级，规模化的市场需求始终存在。公司已连续 5 年在 LTPS 智能机显示市场出货量份额全球第一，并持续通过技术和工艺精进，提升规格竞争力，拥有不错的品牌客户合作沉淀和客户份额渗透，公司将保持在 LTPS 手机领域的领先优势，积极借助客户、技术、方案积累

经验，加快 LTPS 在 IT、车载显示领域的开拓力度，加速推进 LTPS 业务的多元化，不断优化 LTPS 产品结构。

6、手机市场是否有回暖迹象？

答：近期，公司参与的客户 AMOLED 柔性手机中有部分陆续首发上市。

公司 AMOLED 业务持续成长中，新线 TM18 也进入爬坡期，公司高度重视 AMOLED 事业的发展，将强化覆盖更多品牌客户项目并争取更大份额的力度，集中力量不断提升产品技术和规格竞争力，新的一年，AMOLED 手机显示产品出货有望进一步提升。从目前最新情况看，消费品市场（比如 IT、AMOLED 手机等）已出现复苏迹象，公司会密切关注市场需求的动态变化并积极应对。

7、 请问公司车载业务的行业地位和竞争力水平？公司如何看待车载显示市场未来的发展趋势？

答：根据 Omdia 数据，2022 年公司在车载前装和车载仪表市场出货量份额均为全球第一。

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极高。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。并且随着汽车新四化趋势的演进，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。公司产品已涵盖全球主流品牌的上千个车型量产经

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，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，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，公司车载营收同比增长 27%。在此基础上，公司为车载显示业务引入新投建的第 8.6 代线（TM19）和新型显示模组产线（TM20）等先进产能，助推公司车载业务的规模成长和规格升级。

面对未来，公司将不断增强载体能力优势，更好地在竞争中凸显公司优势，拥抱行业成长机遇，有信心、有能力保持在车载显示领域的领先地位。

8、请问公司车载市场的业绩发展是否有足够的产能支撑？

答：不断完善的车载体系综合能力能够有力地支撑公司在车载显示行业的长期发展，产能资源的优化是其中重要的一环。公司第 8.6 代面板线（TM19）、新型显示模组产线（TM20）均已于 2022 年正式开工，计划 2024 年 H2 开始量产。TM19 将与 TM20 及公司现有产线形成灵活搭配，支持公司车载产能和量产技术上的进一步提升，进一步满足车载客户的订单需求，支持客户多技术多规格车载显示产品的需要。此外，公司拥有两条 LTPS 产线（G5.5、G6），基于其产能规模和前期在 LTPS 领域多年的积累，将更快地支持公司在 LTPS 车载显示领域的开拓。公司将持续在屏上做加法，

| | |
|----------------------|--|
| | <p>提升产品技术方案和规格，加大 LTPS 技术对车载产品的渗透，并积极响应整车厂需求，进行产业链垂直延伸，提升产品模组复杂度和集成度，助力车载产品价值度的提升。</p> <p>9、请问公司直供车厂业务发展情况。</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。随着显示屏在汽车内重要性增加，公司积极响应车厂需求，探索多样化的商业合作模式，早在 2016 年开始就成立专门团队，主要面向全球头部车厂发展汽车电子业务，并不断提升 Tier1 业务能力，2022 年车载软件体系能力获得 A-SPICE L2 认证，车载软件质量体系达到了国际领先水平。目前，公司汽车电子业务已有多家品牌客户合作项目在推进中，2023 年部分产品开始出货，未来将根据客户项目节奏将逐步进入快速成长阶段，后续将成为公司车载显示业务的重要增长引擎之一。</p> <p>10、怎么看中小尺寸显示领域的产品价格？</p> <p>答：公司深耕多个定制化细分市场，产品组合结构比较稳健。从目前最新情况看，消费品市场（比如 IT、AMOLED 手机等）已出现复苏迹象，公司将持续密切关注市场变化并抢抓机遇。总体而言，公司聚焦的中小尺寸显示领域，下游细分市场众多，定制化程度高，不同市场需求的变化、不同产品类型、不同规格等都会影响产品价格，很难一概而论。公司会充分利用自身电子消费显示到专业显示的多元化、差异化的业务布局经验积累，紧抓市场结构性发展机遇，优化资源统合，不断提升产品附加值、优化产品结构。</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 |