

天马微电子股份有限公司

投资者关系活动记录表

编号：20230324-2

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：UBS 、源乐晟资产、览众投资、云富投资
时间	2023 年 3 月 24 日（周五）16:00-17:30
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、 请问公司手机大客户有哪些？</p> <p>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。</p> <p style="text-align: center;">2、公司在 AMOLED 智能手机上的进展如何？</p> <p>答：2022 年，公司柔性 AMOLED 手机显示业务持续进步，出货量逐季度提升，已向多家行业品牌客户出货，柔性 AMOLED 手机面板出货量同比增长近 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。随着公司最新的 AMOLED 产线 TM18 提前点亮、首批产品已向行业品牌客户出货，公司整体柔性 AMOLED 业务开始进入全面发力期。</p>

3、下游手机客户陆续发布了一些新机型，市场是否有回暖迹象，公司今年的订单情况预期如何？

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。

4、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。

5、请问目前屏厂在高端手机项目上的竞争主要聚焦在哪些方面？

答：会有更多新技术带来产品规格提升，比如提升分辨率、画质表现、显示稳定性，实现宽频、降低功耗、外观设计等方面都在持续优化，此外，快速响应、柔性交付、品质保障、定制化等综合竞争力也是取得客户认可的重要因素。

6、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。

7、公司折叠等新产品预计什么时候出货？

答：公司将考虑主要在 TM18 产线上进行折叠屏的生产。根据产线爬坡节奏，预计 2023 年将具备折叠屏的量产能力，并推出相关折叠产品。

8、 请问公司车载业务的行业地位，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。

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。公司看好车载市场的发展前景，并不断强化在传统车载显示业务（tier 2）的竞争优势，目标在其稳健发展的同时，加快在汽车电子业务和新能源汽车业务的拓展。公司将继续优化产品结构，确保汽车电子业务项目的平稳顺利交付，并在新能源汽车领域加快布局，争取份额的快速提升。

9、请再多介绍下公司在汽车电子和新能源车显示方向的发展。

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。

行业里新能源汽车目前增速明显,公司也在积极开拓中,新能源汽车业务也将成为公司未来车载业务的重要增长方向之一。在国内新能源车企方面,公司拥有良好的客户基础和项目竞争力。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。公司积极响应新能源客户需求和特点,将通过成立合资公司(江苏天华)、内部业务结构优化等多种方式推出更多贴合新能源车型需求的显示解决方案,为客户适配客制化服务和多样化业务模式。新的一年,公司目标集中资源深入挖掘与新能源客户的合作机遇,争取份额的快速提升。

10、车载显示产品的价格和毛利水平是怎样?

答:公司的车载显示业务以模组出货为主,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,车载显示业务产品周期较长,毛利率较为稳定。公司将持续在屏上做加法,提升产品技术方案和规格,加大 LTPS 技术对车载产品的渗透,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。

11、IT 市场容量较为稳定,请问公司切入 IT 的点是什么?

答:主要是基于公司战略的规划、深化客户粘性、打开新的业务空间考虑。

公司在“2+1+N”的发展战略中,将 IT 显示作为快速增长的关键业务,公司锚定的行业赛道范围较之前更广阔。IT 显示领域,市场规模庞大,基于混合办公等的需求(居家办公、在线教育、远程会议等应用场景增多),也正呈差异化发展趋势,公司在平板、笔电等 IT 显示领域尚处于起步阶段,正依托在 LTPS 上的资源积累和客户基础加速开拓 LTPS 中高端平板、笔电领域, TM19 将为公司 IT 业务补齐 TFT-LCD 技术的产能和技术支撑,多元的技术产能将形成很好的差异化组合,为公司打开庞大的新市场,实现新领

域的开拓，多样化的技术解决方案也将增强在客户端的竞争力。

此外，未来的显示领域发展将会是多元产品线的生态链变化，多端口联动，我们的客户也在进行多元的生态发展布局，公司有必要持续提升多产品线的覆盖率，构建具有竞争力的产品护城河，强化客户粘性。

12、公司今年的资本开支有多少？

答：公司的资本性开支均是聚焦主业发展进行，今年资本性支出主要用于现有产线的固资投入、产线技改、以及围绕战略规划实施的股权投资等。

13、请介绍下公司目前新线的投建进度。

答：公司运营管理的厦门 TM18 项目（第 6 代柔性 AMOLED）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。

厦门 TM19 项目（第 8.6 代面板产线）、芜湖 TM20 项目（新型显示模组项目）均聚焦车载、IT、工业品显示领域，均已于 2022 年正式开工，计划 2024 年 H2 开始量产。

此外，公司全制程 Micro-LED 试验线已开工，目前项目按计划顺利推进中。此条试验线旨在依靠自主力量布局、掌握关键共性技术，打通核心工艺，形成自主知识产权，储备量产技术，从产品应用和设计方案上寻求技术突破，推动 Micro-LED 技术尽快趋于成熟。

14、在公司 OLED 材料体系中，国产材料的占比如何？

答：AMOLED 上游的核心原材料及关键设备布局上，国外供应商仍拥有较强的话语权，国产化率提升仍需时间。随着显示产业链不断发展以及 AMOLED 显示技术的日渐成熟，国产关键原材料、设备品质和能力的不断提高，AMOLED 原材料和设备国产化率有望逐步提升。公司已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，也一直支持

	并鼓励国内材料、设备供应商的发展。公司将持续推进供应链的本地化、多元化采购，不断强化供应链的韧性。
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