

天马微电子股份有限公司

投资者关系活动记录表

编号：20230515

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：中信里昂、华夏基金(香港)有限公司、BNP Paribas Asset Management Asia、Tiger Pacific Capital、Brown Advisory London、Samsung Asset Management (HK)、Value Partners、Telligent Capital Management、FIL Investment Management、Baring Asset Management (Asia)
时间	2023 年 5 月 15 日（周一）15:45-16:45
地点	天马大厦 6 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、请介绍公司车载业务去年和今年 Q1 的营收状况。</p> <p>答：2022 年，公司继续保持车载前装市场全球市占第一，车载业务营收同比增长 27%，产品规格持续提升，车载 LTPS 产品销售额同比翻番，车载 mini-LED 产品进入量产阶段，并依托在车载显示领域的深耕积累和竞争优势，赋能车载新业务板块发展：面向客户直供的汽车电子业务方面，已成功开拓多家国际知名头部车厂项目；新能源汽车业务方面，公司采用与产业链伙伴优势互补成立合资公司等多种形式，将大力发展新能源汽车智能座舱应用。</p>

今年，下游整车市场出现需求和价格调整，对上游供应链有一定传导。车载业务具有项目生命周期长、价格相对稳的特点，行业虽面临阶段性调整，但中长期需求增长和规格提升的趋势不变，一季度，公司车载业务销售额同比持稳，获得的新项目机会总额比去年同期翻番，车载业务中长期向好发展趋势不变。公司今年将重点发力新能源汽车业务和中国市场，力争在车载 LTPS、车载大屏业务快速增长的同时，提高车载 Mini-LED 产品竞争力，并布局 OLED 资源；在汽车电子业务上，机会项目快速累积，将继续面向全球 Top10 车厂积极开拓新客户，做好量产交付保障，实现车载业务高质量发展。

2、公司新投建的第 8.6 代线是以车载产品为主吗？

答：TM19（第 8.6 代线）和 TM20（新型显示模组产线）均重点布局车载、工业品、IT 等显示领域，在车载业务方面，TM19 将与 TM20 及公司现有模组产线形成灵活搭配，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。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、客户需求动态调整相关产线的产能分配和产品组合。

3、在公司柔性 OLED 在手机上进展怎样？

答：公司持续加强柔性 AMOLED 手机技术与产品开发，出货量季度环比持续提升。今年一季度，公司多款独供、与客户深度共研项目实现首发。根据业界统计，一季度各主流品牌发布的采用柔性 AMOLED 的新机约 20 款，其中由公司独供或参与供货的新机超过半数，新机覆盖率超过 50%。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。

公司将继续加强 OLED 手机技术与产品开发，攻关重点技术，专项提升产品性能，推进与核心客户的深度合作，进一步提升客户端项目覆盖、项目份额和产品规格。同时发挥 TM17 和 TM18 产线协同优势，保持 OLED 手机业务快速增长。此外，随着 TM18 产线爬坡的顺利推进，折叠、HTD 等技

术有望 2023 年迎来量产。

4、请问公司在消费电子需求下降的情况下，是否有把原先计划用于手机产品的 LTPS 产能转移到车载产品？

答：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，拥有不错的品牌客户合作沉淀和客户份额渗透，将继续保持在 LTPS 业务领域的领先优势，积极借助客户、技术、方案积累经验，加快 LTPS 在车载、IT 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。

在 LTPS 车载业务上，公司持续保持快速增长，2022 年 LTPS 车载产品销售收入同比翻番，产品规格不断提升，在手 LTPS 项目机会也在快速积累中。

5、请问目前中小尺寸产品价格如何？

答：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，手机、IT、车载、工业品等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。

今年一季度，显示行业整体处于底部调整阶段，行业利润率处于低位，总体看，中小尺寸显示产品价格承压，其中以消费电子显示产品尤为突出。目前，根据第三方咨询机构数据，在消费电子显示领域，以智能手机为例，基于进入节日备货节奏等原因，市场需求环比一季度有所回暖，需求温和恢复，不同技术、不同规格智能手机面板价格走势存在一定差异。总体上价格降幅较之前有所收窄，部分产品已企稳。

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，争取高附加值产品订单份额及出货力度。此外，公司持续优化成本，提升经营效率。公司会努力提升自身综合竞争力，力争在不确定因素中实现持续稳健经营。

	<p>6、请介绍公司 IT 业务情况。</p> <p>答：公司的“2+1+N”战略中，将 IT 显示作为快速增长的关键业务，近年来持续加大开拓力度。公司在平板、笔电等 IT 显示领域尚处于起步阶段，正主要依托在 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，2023 年一季度，公司 IT 业务出货量同比翻番，LTPS 平板市占率全球第一。</p> <p>未来，TM19（第 8.6 代 a-Si 和 IGZO 产线）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，支持客户进行多元的生态发展布局，强化客户粘性。</p> <p>7、请问公司上游原材料国产化情况。</p> <p>答：在显示领域，随着国产资源的逐步成熟、稳定，目前 LCD 原材料国产化率程度相对比较高，但 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。公司始终重视供应链安全，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。</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>附件清单（如有）</p>	<p>无</p>