

天马微电子股份有限公司

投资者关系活动记录表

编号：2025-006

投资者关系活动类别	<input type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input checked="" 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：董事长彭旭辉，董事、总经理成为，独立董事张红，总会计师卢彦宇，董事会秘书陈冰峡 外部参与人员：通过全景网“投资者关系互动平台”网络远程参与 2024 年度业绩说明会的投资者
时间	2025 年 4 月 3 日（周四）15: 00-16: 30
地点	全景网“投资者关系互动平台”（ http://ir.p5w.net/ ）
形式	网络远程
交流内容及具体问答记录	<p>一、管理层汇报</p> <p>天马微电子股份有限公司 2024 年度业绩说明会由公司董事会秘书陈冰峡主持。首先公司董事长彭旭辉对公司基本情况做了介绍，其次董事、总经理成为介绍了公司 2024 年经营情况和 2025 年工作计划，最后由董事长彭旭辉对 2025 年公司发展进行展望。</p> <p>二、线上主要互动问答</p> <p>1、公司 2024 年业绩增长预计有多少</p> <p>答：您好，感谢您的提问。2024 年，公司实现营收约 335 亿元，同比增长 3.79%，归属于上市公司股东的净利同比改善超 14 亿元，归属于上市公</p>

司股东的扣除非经常性损益的净利润同比改善超 16 亿元，经营活动产生的现金流量净额达到 57.52 亿元，同比增长 45.33%，经营质效显著提升，为 2025 年公司发展奠定了良好的基础。

2、车载业务 2024 年在不同应用场景（如车载仪表显示、车载抬头显示等）的出货量和营收情况如何？

答：您好，感谢您的提问。2024 年，公司车载显示业务营收同比增长超 40%，实现连续 5 年全球车规 TFT-LCD、车载仪表显示出货量全球第一，并在车载抬头显示（HUD）市场首次登顶全球第一。作为全球领先的车载显示厂商，公司车载显示业务覆盖了包括仪表、中控、HUD、后视镜、后座娱乐等在内的各类智能座舱产品，可以提供从面板、简单模组到复杂模组的仿真、设计、生产、服务等一站式一体化解决方案。目前公司车载显示业务中，仪表、中控等显示产品占比较高，抬头显示产品增速较快，同时公司不断丰富车载产品矩阵，包括车载 mini-LED、HUD 抬头显示、电子后视镜（含电子侧后视镜）、车载大屏等在内的一系列满足日益升级的智能座舱要求的车载显示产品均已交付上市。

3、2024 年公司智能手机业务的营收和利润分别是多少？市场份额有怎样的变化？

答：您好，感谢您的提问。2024 年，公司手机显示业务收入占公司总营收比例约为 35%，其中柔性 AMOLED 在手机显示收入占比超六成，手机显示业务结构得到进一步优化，并且随着下游价格修复、产品结构优化和全面降本推进，公司 AMOLED 手机业务盈利能力同比得到明显修复。从市场表现维度，2024 年，公司 LTPS 智能手机显示出货量全球第一，柔性 AMOLED 手机主屏幕出货量全球第三（含 TM17 及 TM18）。

4、IT 显示业务在 2024 年的增长速度为何能实现快速增长？有哪些主要客户和项目？

答：您好，感谢您的提问。在 IT 显示市场，公司基于在 LTPS TFT-LCD 的领先优势和客户沉淀，加速开拓中高端 LTPS 平板、笔电显示市场，已实现 LTPS TFT-LCD 产品线全覆盖，并逐步拓展 a-Si TFT-LCD 和 IGZO TFT-LCD 应用领域。2024 年，公司 IT 业务稳步推进，产品竞争力进一步夯实，LTPS NB 显示产品在全球市场份额持续提升，LTPS PAD 显示业务稳固高规格产品基本盘，首批 Monitor 产品成功交付，补齐公司 IT 业务拼图。

5、穿戴业务在 2024 年的技术突破和产品创新体现在哪些方面？市场竞争优势如何？

答：您好，感谢您的提问。2024 年，公司保持在全球刚性穿戴品牌客户市占稳定第一，在头部客户份额持续提升；在刚柔结合的 Hybrid OLED 方面，公司牵头制定的 T/CVIA 143-2024 T/DTIA 006-2024《刚柔混合结构 OLED 显示屏技术规范》团体标准发布，并已有刚柔混合结构 OLED 产品应用在头部客户穿戴项目上；在柔性穿戴方面，公司与全球多家客户开展商业项目合作，首款旗舰项目量产在即。

6、2024 年公司在品牌建设方面的投入和成果如何？品牌知名度和美誉度有怎样的提升？

答：您好，感谢您的提问。公司重视品牌建设，积极运用媒体宣传矩阵在多场景进行品牌宣传、产品推广，比如通过参加国内外专业展会、技术交流会、举行各类媒体交流及品牌日、同大厂商联合发布、首发与先发新品、运用新媒体、微信公众号等渠道提升公司的品牌知名度。公司将持续投入资源，不断提升公司的品牌知名度和美誉度。

7、2024 年国内市场的销售增长情况如何？主要得益于哪些产品和客户？

答：您好，感谢您的提问。2024 年，公司境内收入在营业收入占比超 60%，同比增长约 10 个百分点，其中主要增长部分来自车载显示业务。2024

年，公司车载业务显示业务快速发展，整体车载业务营收同比增长超 40%，主要得益于在新能源市场份额快速增长，在 Tier-1 客户份额稳步提升以及汽车电子业务开始进入大批量交付阶段。

8、2024 年公司在市场拓展方面有哪些新的举措和成果？开拓了哪些新的市场和客户？

答：您好，感谢您的提问。公司聚焦品牌客户，坚持中高端产品策略，持续深化客户合作，不断提升产品在客户端的渗透率。2024 年，得益于良好的需求和产品规格升级，公司手机显示业务利润同比改善幅度明显，柔性 AMOLED 在手机显示收入占比超六成，手机显示业务结构得到进一步优化。在 AMOLED 手机领域，公司依托多元化的客户布局、产线能力的持续提升、极致降本措施的大力推进，2024 年 OLED 手机显示业务营收规模进一步扩大，并在技术创新、品牌项目渗透等方面持续进步。在 LTPS-LCD 手机领域，公司继续保持市占全球领先，并持续积极推进 LTPS 向车载、IT 等多元化业务加速转型。2024 年，公司 IT 业务产品竞争力进一步夯实，LTPS NB 显示产品在全球市场份额持续提升，LTPS PAD 显示业务稳固高规格产品基本盘，首批 Monitor 产品成功交付，补齐公司 IT 业务拼图。公司车载显示业务快速发展，连续 5 年保持全球车规显示、仪表显示出货量全球第一，车载抬头显示（HUD）首次登顶全球第一，支持国内外多款旗舰和明星车型首发；2024 年公司车载业务营收同比增长超 40%，其中，面向国际头部整车厂的汽车电子业务开始进入大批量交付阶段，在新能源市场份额持续增长，并在 Tier-1 客户份额稳步提升，均有力支持了公司车载业务领域的快速增长。此外，公司车载业务获得的项目定点价值创近年新高，涵盖 AMOLED、LTPS、Local Dimming 等市场热点技术，以及汽车电子、新能源等新增长业务方向。在运动健康领域，公司刚性穿戴业务保持在全球刚性穿戴品牌客户市占稳定第一，在头部客户份额持续提升；柔性穿戴与全球多家客户开展商业项目合作，首款旗舰项目量产在即；并积极布局掌机、翻译机等新赛道。在专业显示领域，公司持续深度耕耘细分市场，抓住重点客户项目机会，在众多细分市场

保持头部竞争优势，并积极探索商显市场。在非显示业务方面，公司的中尺寸调光产品实现了客户交付的突破，微流控产品开发拓展至新领域，商业化进程稳步推进。

9、领导，您好！我来自四川大决策 请问，公司销售费用、管理费用、财务费用同比减 2.28，请简要介绍费用控制措施。

答：您好，感谢您的提问。公司每年编制年度经营计划及成本费用预算，并持续通过数字化及智能制造、精益管理、工艺制程降本、强化供应链能力等综合手段，对经营计划进行动态管理，强化费用控制，扎实推进运营质效提升，2024 年，公司成本竞争力得到增强，并一定程度上助力了公司毛利率的修复回升。

10、2025 年有望实现盈利，并且彻底扭亏吗？，可以把对国家和股东的回报放在第一个位置来经营公司吗？

答：您好，感谢您的提问。2024 年，公司盈利水平的同比大幅改善为 2025 年发展奠定了良好的基础。2025 年，目前公司各项业务开局良好，公司将以主要业务经营质效改善为目标，聚焦智能手机等消费类显示业务盈利水平的持续修复，以及车载显示、专业显示等非消费类业务利润水平稳健提升，并通过深度融合数字化、先进智能制造等体系能力建设，不断升级公司数智化运营能力，管理层有信心亦有决心，推动经营质量再上新台阶。此外，公司亦会继续从规范运作、提升信披质量、加强与投资者的沟通力度、丰富更多元化的沟通形式、强化宣传等多方面不断提升公司价值，用以回馈广大股东的支持。

11、武汉 AMOLED 产线 2024 年的折旧金额是多少？对整体利润的影响程度具体如何量化？

答：您好，感谢您的提问。虽然 2024 年该产线折旧金额较 2023 年同比有较大幅度增加，但是随着柔性 OLED 手机显示产品价格的修复、产品规格

精进以及极致降本工作的持续推进, 2024 年 TM17 产线手机业务在第三季度实现毛利率转正, 盈利能力同比得到明显提升。

12、除了武汉 AMOLED 产线折旧压力, 还有哪些因素对 2024 年利润产生了较大影响?

答: 您好, 感谢您的提问。2024 年, 以智能手机、车载、IT 和工业品等为代表的主要应用市场的需求呈现出不同程度的复苏态势。在此背景下, 公司紧抓机遇, 通过持续优化核心业务产品结构、提升车载等优势业务发展、极致降本措施的大力推进等, 在面临产线新增折旧的压力下, 实现公司盈利能力明显改善, 包括手机、车载、IT 等主要显示业务毛利水平同比均向好发展, 公司主营毛利率同比提升 6.47 个百分点, 归属于上市公司股东的净利同比改善超 14 亿元, 为 2025 年发展奠定良好基础。

13、2024 年公司在成本控制方面采取了哪些具体措施? 效果如何?

答: 您好, 感谢您的提问。公司持续推行全面预算管理, 强化经营成本管控, 并持续通过数字化及智能制造、精益管理、工艺制程降本、强化供应链能力等综合手段推动极致降本, 扎实推进运营质效提升。2024 年, 公司成本竞争力得到增强, 并一定程度上助力了公司毛利率的修复回升。

14、2024 年原材料价格波动对公司成本和利润的影响有多大? 公司是如何应对的?

答: 您好, 感谢您的提问。公司与全球数千家供应商建立了友好的合作关系, 积累了优质的供应商资源, 保持并寻求长期的深度协同, 也一直支持并鼓励国内供应商的协同发展, 推进上游的国产化进程。2024 年, 公司材料降本成效显著, 一定程度上助力了公司毛利率的修复回升。

15、数字化及智能制造在 2024 年为公司带来了哪些具体的降本增效成果?

答：您好，感谢您的提问。公司致力于打造“管理+技术”双核驱动的数字化工厂，以大数据平台实现管理逻辑智能化为核心，通过运营管理的工厂通过生产自动化、管理信息化、运营智能化“三步走”，不断提升运营管理效率。目前公司各生产基地已基本完成生产自动化布局，实现自动化制程设备及物流搬送设备的导入；在管理信息化方面，通过流程的闭环管理，驱动系统间的数据自动流转，打通端到端的业务流程；在运营智能化方面，公司着力从人工智能、大数据、物联网、边缘计算、虚拟现实等方面进行技术布局及项目试点，通过运营模型的建立，不断提高决策效率。同时，公司还持续通过包括精益管理、工艺制程降本、强化供应链能力、严格费用管理等综合手段推动极致降本，扎实推进运营质效提升，强化核心能力建设。2024年，公司成本竞争力得到增强，并一定程度上助力了公司毛利率的修复回升。

16、精益管理在 2024 年是如何推行的？对公司运营效率的提升有哪些具体表现？

答：您好，感谢您的提问。精益管理是公司通过优化资源配置、提升内部运营管理能效，以实现成本优化、经营质效提升的综合性手段。除此之外，公司持续通过数字化及智能制造、工艺制程降本、强化供应链能力、严格费用管理等综合手段推动极致降本，扎实推进运营质效提升，强化核心能力建设。2024年，公司成本竞争力得到增强，并一定程度上助力了公司毛利率的修复回升。

17、工艺制程降本在 2024 年有哪些具体的改进和优化措施？节约了多少成本？

答：您好，感谢您的提问。公司不断通过产线能力提升、生产工艺优化、产品方案创新等方式，聚焦制造成本优化。除此之外，公司持续通过数字化及智能制造、精益管理、强化供应链能力、严格费用管理等综合手段推动极致降本，扎实推进运营质效提升，强化核心能力建设。2024年，公司成本竞争力得到增强，并一定程度上助力了公司毛利率的修复回升。

18、严格费用管理在 2024 年对各项费用（如销售费用、管理费用、财务费用）的管控效果如何？

答：您好，感谢您的提问。公司每年编制年度经营计划及成本费用预算，并持续通过数字化及智能制造、精益管理、工艺制程降本、强化供应链能力等综合手段，对经营计划进行动态管理，强化费用控制，扎实推进运营质效提升，2024 年，公司成本竞争力得到增强，一定程度上助力了公司毛利率的修复回升。

19、强化供应链能力在 2024 年对公司的成本控制和供应稳定性有哪些积极作用？

答：您好，感谢您的提问。公司与全球数千家供应商建立了友好的合作关系，积累了优质的供应商资源，保持并寻求长期的深度协同，也一直支持并鼓励国内供应商的协同发展，推进上游的国产化进程。近年来，公司材料国产化率持续提升，材料资源池得到不断扩充，前瞻资源持续在开拓，供应链韧性得到不断强化。2024 年，公司材料降本成效显著，有力地助力了公司业务的开拓发展及毛利率的修复回升。

20、2024 年公司在研发投入方面的金额是多少？主要投入在哪些技术领域和产品方向？

答：您好，感谢您的提问。公司坚持创新驱动，2024 年公司研发投入 33.47 亿元，主要研发投入项目在年报中有详细列示，敬请参阅，谢谢。

21、研发投入在 2024 年是否带来了关键技术突破或新产品的推出？市场反响如何？

答：您好，感谢您的提问。公司坚持创新驱动，在加强前瞻性技术研究的同时，大力突破与推广先进应用技术。在 OLED 研发方面，公司发布的绿色健康有机发光器件 U9，通过精准调控膜层的能级、采用新型发光材料和

优化生产工艺，使整体功耗相比上一代降低 10%；公司自主研发的 SLOD(Stacked Layer OLED Device)器件，功耗相比常规单层器件降低 30%。另外，通过采用新型蓝色发光材料，对 RGB 器件光谱进行系统性调整和优化，以及对光取出层的精细结构调整，在保证低功耗的同时，实现了低蓝光占比 4.7%，此技术通过了德国莱茵最高等级的硬件级低蓝光认证；公司依托自建的全场景仿真平台成功开发出多形态折叠技术，快速量产左右内折、上下内折产品，并成功开发出 G 形态三折产品。在车载显示技术领域，公司发布智能座舱内饰技术，采用业内最优透过率的高透隐藏显示技术，搭配创新 Mini-LED 背光设计，实现优秀画质及一体化效果，匹配特殊工艺及材料优化，模组厚度更轻薄，相较于市面上常规显示模组，总功耗降低了约一半；公司推出的智能座舱集成传感技术，集成环境光感应功能，可根据环境光的强弱及色温来自适应调整屏幕的亮度及色彩，同时集成近场通讯功能，可实现手机或其他带有 NFC 的部件与车机进行一碰交互。在 IT 显示领域，公司发布 Flip Cell 全面屏技术，将 IT 产品的屏占比由 88%提升至 96%；公司推出的低功耗技术平台，通过 SFT-Pro 像素优化技术、智能变频技术、嵌入式驱动技术有效降低了面板 45%功耗。在 Micro-LED 技术研发上，依托公司在 LTPS 玻璃基 TFT 背板的领先优势，融合独创的分时压控背板驱动技术、TDS 三维集成侧边走线工艺与精准高效的全激光巨量转移工艺，达成无边框显示效果，打破尺寸限制，可实现屏体纵横自由拼接，充分满足多元化应用场景需求。在非显示领域，公司发布 PAMETRIA 面板级超材料智能天线技术，并在数字微流控单细胞分析领域，实现行业最高通量，关键指标达成行业先进水平。公司推出的行业首款 13” Dynamic Flexible OLED 车载显示屏、12.3” LTPS High Transmittance, InvisiVue, Textured, Mini-LED 车载显示屏分别荣获 2024 年 SID “Best OLED Technology”奖、“Best LCD-based Technology”奖。相关内容在公司年报中有展示，敬请参阅，谢谢。

22、公司在 2024 年如何平衡研发投入与短期盈利目标之间的关系？

答：您好，感谢您的提问。公司聚焦的中小尺寸显示领域呈现多样化显

示技术并存的特点，既需要在量产技术上持续优化精进，又需要对新一代的前沿技术进行前瞻性布局，保障短中长期的技术积累。公司基于对市场需求，结合自身实际情况，一方面，通过审慎评估项目价值，动态调控研发预算分配，不断推进现有技术方案的持续优化升级的同时，保障新技术的前瞻布局合理配置资源；另一方面，持续优化研发流程，提高研发效率，降低不必要的成本损耗，同时促进研发、生产、销售等部门高效联动，加速成果向市场价值的转化。

23、2024 年公司的新产品研发周期与往年相比是否有缩短？原因是什么？

答：您好，感谢您的提问，公司下游细分市场众多，产品覆盖手机、车载、IT、专业显示等多个品类。即便是同一品类下，不同项目在技术难度、创新要求等方面也存在显著差异。因此，研发周期并非一概而论，需要综合考量每个项目的具体需求、技术复杂度、资源投入以及预期目标等多方面因素后确定。

24、2024 年公司的专利申请数量和授权数量分别是多少？主要集中在哪些技术领域？

答：您好，感谢您的提问。公司积极响应国家知识产权强国战略，建立了与自身发展相匹配的知识产权战略规划，持续全面推行高价值专利布局，不断优化专利组合，并持续布局 LCD、OLED、Micro-LED 等关键技术领域专利，提升市场竞争优势；同步开展汽车电子、非显、反射式显示等技术领域专利布局探索，完善公司专利布局地图。截至 2024 年末，公司已完成近 2 万项自主研发创新成果的专利申请，专利授权累计超一万两千件。

25、企业生产出来的产品不被审计认可，生产出来提减值，预计这个固定成本影响多久？另外公司五年左右长投从几千万增加到 62 亿，其中并表占比多少？投资收益连年负数，非并表占比多少，账面有商誉，公司溢价购

买了很多并表企业，会不会只是为了增加收入，边际贡献有多少？是否管控？2025年1季度利润情况怎么样？

答：您好，感谢您的提问。公司2024年年报经会计师审核出具标准的无保留意见的审计报告，公司严格按照会计准则要求计提存货减值准备，不存在您提到的“不被审计认可”的情形。公司根据自身战略发展和未来市场需求，审慎规划，聚焦显示主业进行对外投资，并严格履行对外投资审批程序，截至2024年末，公司长期股权投资61.85亿元，均系对表外联营企业投资，不存在您提到的“只是为了增加收入”为目的的情形。目前公司联营企业投资的产线还在建设爬坡阶段，暂未实现盈利，这是必经的过程，公司将稳步推进产线建设进度，通过产能和良率的爬坡，筑牢产线盈利基础。关于公司2025年一季度业绩情况，敬请关注公司后续公告。

26、针对国际市场，2024年公司采取了哪些策略来应对贸易摩擦和市场竞争？

答：您好，感谢您的提问。2024年，公司持续加大研发投入，推进关键材料多元化和自主可控，不断提高产品的技术含量和附加值，强化新产品、新技术布局，持续提升核心竞争力。公司已开展全面风险管理及业务连续性管理工作，持续加强合规管理，提高企业的风险防范能力，控制外部环境变化对公司业务的不良影响。根据第三方咨询机构（Omdia、DSCC、群智咨询等）数据显示，2024年，公司在车规TFT-LCD和车载仪表显示、车载抬头显示（HUD）、LTPS智能手机显示、主流品牌穿戴刚性OLED、专业显示模组等显示应用市场出货量全球第一；公司柔性AMOLED智能手机业务继续保持快速增长，柔性AMOLED手机主屏幕出货量全球第三。此外，公司在医疗、航海、工业手持、人机交互、两轮车、白色家电等多个专业显示细分市场持续保持全球领先；IT显示业务得到快速开拓，覆盖国内外主流客户群。

27、请问美国增加关税对天马有何影响

答：您好，感谢您的提问。公司出口到美国的产品销售收入比例较低。截止目前，公司与客户合作正常。公司会持续密切关注该事件的发展。

28、2024 年公司与主要客户的合作关系有哪些新的进展？是否签订了长期合作协议？

答：您好，感谢您的提问。2024 年，公司持续与显示行业主流品牌厂商保持密切合作，比如在电子消费品显示领域，公司持续积极支持客户在手机、IT、穿戴等多应用领域的生态布局；在车载显示市场，公司加快推进新能源品牌客户的覆盖和面向全球头部整车厂的汽车电子业务的开拓，2024 年公司车载业务获得的项目定点价值创近年新高，涵盖 AMOLED、LTPS、Local Dimming 等市场热点技术，以及汽车电子、新能源等新增长业务方向；在商显方面取得重大突破，获得轨交、智慧零售等重点客户的新项目等。公司秉承“与客户共赢，成就客户”的理念，连续多年获得行业主流品牌客户的认可，2024 年来公司获得了包括小米、OPPO、vivo、传音、联想、通用汽车、飞利浦、施耐德、ResMed、Sony、佛瑞亚、松下、阿尔卑斯阿尔派等在内的不同领域客户奖项，更多信息在公司微信公众号（tianma-1983）中有体现，欢迎查阅。

29、公司在 2024 年如何满足客户对产品质量和交付周期的要求？客户满意度如何？

答：您好，感谢您的提问。公司持续坚持质量领先的战略，产品质量表现得到终端客户高度认可，2024 年公司获得了包括小米“优秀质量奖”、OPPO“优秀质量奖”、联想供应商最高奖“Diamond Award”等在内的一系列优秀质量奖项，更多信息在公司微信公众号、年报中都有体现，欢迎查阅。

30、公司是否参与苹果公司 6 面屏的研发与合作

答：您好，感谢您的提问。公司在折叠手机方面有多方案技术储备，比如左右和上下内折、外折、三折等，并根据市场需求持续提升折叠技术研发

水平，向客户提供更多方案选择。公司未参与您提到的项目。

31、请问董事长任期什么时候到期？到期后会换一位董事长吗？

答：您好，感谢您的提问。根据《公司法》、《公司章程》等相关规定，公司董事任期为 3 年，任期届满可连选连任。本届董事会任期至 2025 年 7 月。

32、请问彭总公司下一步有没有向上下游产业链并购的想法

答：您好，感谢您的提问。公司坚持“2+1+N”战略，持续聚焦主业内生增长，同时跟进行业市场、技术、产业链上下游变化趋势，根据公司发展需要适时投资显示主业等，不断强化核心竞争力。外延并购也是公司发展的途径之一，将适时顺势开展相关工作。如有相关计划，公司将按照要求及时披露。

33、贵公司董监高有没有考虑买些股票，提升投资者信心？

答：您好，感谢您的提问。公司持续高度重视市值管理工作，坚持以提升内在价值为核心的理念，把做优主业、提升经营质量和可持续发展作为公司投资价值的基石，并会继续规范运作、提升信披质量、加强与投资者的沟通力度、强化宣传等多方面不断提升公司价值。公司管理层如有增持的计划，将会根据相关法律法规要求及时履行信息披露义务。

34、你好彭董，请问 2025 年公司市值管理有哪些方案？

答：您好，感谢您的提问。公司持续高度重视市值管理工作，坚持以提升内在价值为核心的理念，把做优主业、提升经营质量和可持续发展作为公司投资价值的基石，2025 年管理层会持续主动作为，聚焦经营质效的进一步提升。此外，公司制定并披露了《估值提升计划》，拟通过持续提升经营质效、提升信息披露质量、优化投资者关系管理、推动控股股东增持及不减持、积极寻求并购重组机会等措施，提升公司投资价值和股东回报能力，推动公

司投资价值合理反映公司质量，增强投资者信心。

35、请问公司市值管理有没有具体的措施

答：您好，感谢您的提问。公司持续高度重视市值管理工作，坚持以提升内在价值为核心的理念，把做优主业、提升经营质量和可持续发展作为公司投资价值的基石。2024年，公司主要业务盈利能力同比得到修复提升，归属于上市公司股东的净利润和扣除非经常性损益后的净利润同比均有显著改善。管理层高度重视业绩的持续改善，2025年会持续主动作为，聚焦经营质效的进一步提升，并继续从规范运作、提升信披质量、加强与投资者的沟通力度、丰富更多元化的沟通形式、强化宣传等多方面不断提升公司价值。公司已制定并披露了估值提升计划，敬请查阅。

36、市值管理呢

答：您好，感谢您的提问。公司持续高度重视市值管理工作，坚持以提升内在价值为核心的理念，把做优主业、提升经营质量和可持续发展作为公司投资价值的基石，2025年管理层会持续主动作为，聚焦经营质效的进一步提升。此外，公司制定并披露了《估值提升计划》，拟通过持续提升经营质效、提升信息披露质量、优化投资者关系管理、推动控股股东增持及不减持、积极寻求并购重组机会等措施，提升公司投资价值和股东回报能力，推动公司投资价值合理反映公司质量，增强投资者信心。

37、市值管理做了那些工作？

答：您好，感谢您的提问。公司持续高度重视市值管理工作，坚持以提升内在价值为核心的理念，把做优主业、提升经营质量和可持续发展作为公司投资价值的基石。2024年，公司主要业务盈利能力同比得到修复提升，归属于上市公司股东的净利润和扣除非经常性损益后的净利润同比均有显著改善。管理层高度重视业绩的持续改善，2025年会持续主动作为，聚焦经营质效的进一步提升，并继续从规范运作、提升信披质量、加强与投资者的沟

通力度、丰富更多元化的沟通形式、强化宣传等多方面不断提升公司价值。公司已制定并披露了估值提升计划，敬请查阅。

38、请问市值管理是怎么做的？

答：您好，感谢您的提问。公司持续高度重视市值管理工作，坚持以提升内在价值为核心的理念，把做优主业、提升经营质量和可持续发展作为公司投资价值的基石。2024年，公司主要业务盈利能力同比得到修复提升，归属于上市公司股东的净利润和扣除非经常性损益后的净利润同比均有显著改善。管理层高度重视业绩的持续改善，2025年会持续主动作为，聚焦经营质效的进一步提升，并继续从规范运作、提升信披质量、加强与投资者的沟通力度、丰富更多元化的沟通形式、强化宣传等多方面不断提升公司价值。公司已制定并披露了估值提升计划，敬请查阅。

39、公司进行市值管理，为什么在没上升的情况下股价越来越低，是公司出现了问题还是管理层的不作为

答：您好，感谢您的提问。股价波动受多种因素综合影响，公司十分理解投资者对股价的关切。2025年，目前公司各项业务开局良好。公司持续高度重视市值管理工作，坚持以提升内在价值为核心的理念，把做优主业、提升经营质量和可持续发展作为公司投资价值的基石，2025年管理层会持续主动作为，聚焦经营质效的进一步提升。此外，公司制定并披露了《估值提升计划》，拟通过持续提升经营质效、提升信息披露质量、优化投资者关系管理、推动控股股东增持及不减持、积极寻求并购重组机会等措施，提升公司投资价值 and 股东回报能力，推动公司投资价值合理反映公司质量，增强投资者信心。

40、自公司发布市值提升计划后公司市值大幅缩水，可以说毫无作用。有没有更好的方法，比如回购注销。

答：您好，感谢您的提问。股价波动受多种因素综合影响，公司十分理

解投资者对股价的关切。公司持续高度重视市值管理工作，坚持以提升内在价值为核心的理念，把做优主业、提升经营质量和可持续发展作为公司投资价值的基石，2025 年管理层会持续主动作为，聚焦经营质效的进一步提升，将认真推进《估值提升计划》并及时复盘优化。公司会综合考量经营与财务状况、自身资金安排及发展战略等因素，充分结合公司当前实际情况和自身发展需要，适时合理地运用市值管理工具，努力提升价值管理。如有相关回购计划，公司将严格按相关法律法规的要求履行信息披露义务。

41、股价来看一季度是不是亏损的可能性大？市值管理为什么没有行动

答：您好，感谢您的提问。有关一季度具体经营业绩情况请关注公司后续披露的定期报告和其他相关公告。公司持续高度重视市值管理工作，坚持以提升内在价值为核心的理念，把做优主业、提升经营质量和可持续发展作为公司投资价值的基石，2024 年公司主要业务健康发展，盈利水平同比大幅改善。2025 年管理层会持续主动作为，聚焦经营质效的进一步提升。此外，公司制定并披露了《估值提升计划》，拟通过持续提升经营质效、提升信息披露质量、优化投资者关系管理、推动控股股东增持及不减持、积极寻求并购重组机会等措施，提升公司投资价值和股东回报能力，推动公司投资价值合理反映公司质量，增强投资者信心。

42、市值管理政策出台以来，贵公司股价反而下跌，其中原因是什么，如何解决

答：您好，感谢您的提问。股价波动受多种因素综合影响，公司十分理解投资者对股价的关切。公司持续高度重视市值管理工作，坚持以提升内在价值为核心的理念，把做优主业、提升经营质量和可持续发展作为公司投资价值的基石，2025 年管理层会持续主动作为，聚焦经营质效的进一步提升。此外，公司制定并披露了《估值提升计划》，拟通过持续提升经营质效、提升信息披露质量、优化投资者关系管理、推动控股股东增持及不减持、积极寻求并购重组机会等措施，提升公司投资价值和股东回报能力，推动公司投

	<p>资价值合理反映公司质量，增强投资者信心。</p> <p>43、您好！请公司不要说那么多漂亮话，上一次增发也是说了很多漂亮话，最后证监会批了都增发不了，你们当时不是说自己拿钱出来支持增发的吗？现在不用十几元的增发价了，好实现你们的承诺了！和我们投资者一样拿出真金白银买自己的股票，给投资者信心，不要玩虚的！</p> <p>答：您好，感谢您的提问。如有相关计划，公司将严格按相关法律法规的要求履行信息披露义务。</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