

## 天马微电子股份有限公司

### 投资者关系活动记录表

编号：2025-003

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、刘庆全、陈丹、洪正阳 外部参与人员：Millennium Partners、UBS 瑞银、UG Investment、百年保险、财通证券、诚通基金、大成基金、东北证券、东方财富证券、东方基金、方正富邦基金、刚睿资本、广东仙津实业投资、广东正圆私募基金、广发基金、国海证券、国联民生证券、国泰基金、国信证券、海通证券、红杉中国、华安财保资产、华安证券、华商基金、华西证券、嘉实基金、金圆资本、珺则投资、开源证券、民生证券、鹏华基金、平安证券、青岛城投、申银万国证券、上海银叶资产、深圳中科融信投资、深圳中天汇富基金、太平洋资产、天风证券、西部证券、兴证集团、赢舟资产、远致瑞信、长江证券、浙商证券、中国国际金融(国际)有限公司、中国人保资产、中欧基金、中信证券
时间	2025 年 3 月 16 日（周日）20:00-21:00
地点	线上
形式	电话会议
交流内容及具体问答记录	<p><b>一、2024 年经营情况介绍</b></p> <p>2024 年，公司所在的中小尺寸显示领域经历了终端需求温和复苏、价格止跌企稳的过程，以智能手机、车载、IT 和工业品等为代表的主要应用市场</p>

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等，实现营收约 335 亿元，同比增长 3.79%，保持营收稳健增长，其中公司两大战略核心业务智能手机和车载显示业务，均占比约 35%。

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，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。

OLED 手机显示业务方面，公司 TM17 产线的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，其毛利率大幅改善，已在 2024 年 Q3 实现毛利转正。

车载显示业务方面，公司连续 5 年保持全球车规 TFT-LCD、车载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，公司车载业务营收同比增长超 40%。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。

得益于主要业务良好的发展势头，2024 年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，公司整体毛利同比提升 6.47 个百分点。在面临武汉 TM17 产线折旧压力同比大幅增加的挑战下，公司 2024 年度归属于上市公司股东的净利同比改善超 14 亿元，归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润同比改善超 16 亿元，同时公司 2024 年的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。

公司加速推进新产线建设。2024 年 TM20 产线车载模组产品已量产交

付,首批 IT 显示 Monitor 产品顺利向客户交付,将稳步推进产能释放与爬坡。公司重要联营公司投建的产线项目均顺利推进: TM18 产线实现多家客户折叠、HTD 等旗舰产品批量交付,支持多款旗舰机型首发,在主流大客户出货大幅增长,并积极布局行业新技术,报告期内第一阶段实现满产,第二阶段实现稳定量产; TM19 产线全产品线成功点亮,并已有多种类型产品同步开案中,其中首款 50” 大屏商显产品成功开发,首款 IT 产品已开始进入量产阶段; Micro-LED 产线已实现全制程贯通,将在 2025 年逐步具备小批量出货能力。

## 二、主要交流内容

**1、公司车载业务是 2024 年经营业绩的一大亮点,增速超过了 40%,远超行业,请问公司车载业务增速较快的原因是什么?这种领先优势在 2025 年能否继续扩大?另外,下游整车市场价格竞争是否对公司车载毛利造成影响?**

**答:**2024 年,公司面向国际头部整车厂的汽车电子业务规模放量,在新能源市场份额快速增长,并在 tier1 客户份额稳步提升,共同带动了车载显示业务营收同比增长超 40%。同时,得益于产品规格提升、内部综合降本以及汽车电子业务逐步规模化,在车市竞争激烈的情况下,公司车载业务毛利进一步提升,呈高质量发展趋势。

2025 年,车载显示产品需求预计将继续呈现屏幕数量增长和屏幕规格升级的趋势,特别是国内新能源市场较快速度增长、LTPS 技术渗透持续提升、车载显示屏中大尺寸化趋势等因素有望继续带来良好的下游需求,公司将把握机遇,在汽车电子、新能源等车载业务增长点上持续发力,推动公司 AMOLED 车载产品量产交付,打造车载业务全面竞争力,强化行业领先地位。

**2、公司 2025 年在 AMOLED 手机方面的规划如何?**

**答:**2024 年,公司在柔性 AMOLED 客户旗舰项目覆盖得到增加。随着

下游价格修复、产品结构优化和全面降本推进，AMOLED 手机产品销售额同比快速增长，AMOLED 手机业务盈利能力得到明显修复。

2025 年，预计柔性 OLED 技术在手机端的渗透会继续提升，下游需求同比仍将保持增长，同时基于国补等消费刺激政策，将对下游市场需求有一定带动，也对产品价格起到一定的稳定作用。2025 年，公司将继续推进 TM17 产线产能挖潜，争取更多的销售机会；随着 TM18 产能的稳步释放，AMOLED 产品出货量将进一步实现提升，包括折叠、HTD 在内的高规格产品出货量将有较快增长，在多客户多旗舰项目上也将争取新突破。在此基础上，公司将继续推进 AMOLED 业务全面降本，争取利润端表现的持续改善。

### 3、请问公司 LTPS 多元化发展情况？

答：近年来，随着 LTPS 技术在手机显示市场需求的逐步减量，公司在 LTPS 产线上持续推进多元化产品布局，不断提升车载、IT、专显等非手机显示产品的比重。2024 年，公司 LTPS 产品收入中，非手机类收入占比近七成，特别是车载 LTPS 等价值度较高产品的占比快速提升。对于 LTPS 手机产品，公司将在内部深挖降本的同时，以保障产线盈利能力为目标，优化接单策略，继续提升 LTPS 产线的灵活和弹性经营能力，助力 LTPS 业务持续、稳健发展。

### 4、公司接下来折旧的展望。

答：综合考虑新产线 TM20 个别新线体达到转固标准、成熟 LTPS 产线将逐步折旧到期，预计公司 2025 年折旧较 2024 年差异不大，处在高峰水位，在没有其他新线投资的前提下，接下来折旧金额预计开始逐步下降。

### 5、TM19 高世代线产能的释放节奏如何？

答：TM19 产线于 2024 年实现全产品线点亮，首款 IT 产品已进入量产阶段。TM19 将分阶段建设，2025 年目标完成第一阶段产能的爬坡，同时继续推进 IT、车载、手机、专显等多业务类型多项目开案和量产，保障稳健交

	<p>付，树立新产线的行业口碑。</p> <p><b>6、请问公司各下游细分市场的毛利率情况。</b></p> <p><b>答：</b>中小尺寸显示领域细分市场众多，价格及毛利情况会有差异。其中消费品业务对市场价格敏感度高，毛利率波动相对较大，车载及专显业务产品的毛利率稳定性较消费品业务更好。2024 年，包括手机、车载、IT 等在内的主要业务毛利趋势向好，公司毛利率同比提升 6.47 个百分点。</p> <p><b>7、请介绍公司手机业务中，按技术分类的产品占比情况。</b></p> <p><b>答：</b>在 2024 年上市公司手机显示业务营收中，柔性 AMOLED 手机产品销售收入占比快速提升，已超过六成，LCD 占比约四成，手机显示业务结构得到进一步优化。公司将继续发挥 AMOLED、LTPS TFT-LCD、a-Si TFT-LCD 等多技术、多产线协同优势，推动手机显示业务健康发展。</p> <p><b>8、公司 AMOLED 在中尺寸产品的进度。</b></p> <p><b>答：</b>在智能手机显示业务外，公司还在积极推进柔性 AMOLED 在智能穿戴、车载等多元领域的应用。其中，在 AMOLED 车载方面，公司搭载自主研发的 SLOD (Stacked Layer OLED Device，是对 Tandem 技术的进一步优化，通过独有的器件设计方案，能够实现搭载 SLOD 技术的产品功耗的大幅降低，相比常规 Tandem 叠层器件降低 30%) 技术的柔性 AMOLED 车载显示产品将在 2025 年向品牌客户出货。</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