

天马微电子股份有限公司

投资者关系活动记录表

编号：20230322

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： 光大电子、中投国际
时间	2023 年 3 月 22 日（周三）14:00-15:00
地点	天马大厦 6 楼会议室（电话会议）
形式	电话会议
交流内容及具体问答记录	<p style="text-align: center;">1、 结合目前所处的行业形势，请问公司的发展规划？</p> <p>答：通过对市场发展趋势和行业竞争格局的深入剖析，公司制定了全面系统的发展战略“2+1+N”，将手机显示、车载显示作为核心业务【2】，将 IT 显示作为快速增长的关键业务【1】，将工业品、横向细分市场、非显业务、生态拓展等作为增值业务【N】，推动显示业务持续做大做强做优。</p> <p>2023 年，公司将坚持“2+1+N”战略引领，坚持以市场和客户需求为导向，为客户提供高价值产品和服务；坚持创新驱动，提升科技创新技术水平；持续完善产业布局，推进重点项目落地与高效运作；深入推进变革升级，锻造核心能力，提升企业效能与活力。围绕既定目标，实现高质量发展。</p> <p>手机显示业务领域，a-Si 手机保持稳定发展，稳定核心客户，拓展重点客户，持续优化竞争力；LTP 手机维持全球出货量第一的市场地位，主要客</p>

户产品线项目全覆盖并争取大份额；OLED 手机加强技术与产品开发，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。同时发挥武汉 G6 和厦门 G6 OLED 产线协同优势，实现 OLED 手机业务快速增长。车载显示业务领域，目标持续保持全球第一，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；汽车电子业务继续面向全球 Top10 车厂积极开拓新客户，做好量产交付保障。IT 显示业务领域，以现有 LTPS 平板、笔电业务为依托，持续加大市场和客户开拓力度，加强产品技术开发和产能资源投入，完善供应链体系，实现 IT 显示业务快速发展。增值业务领域，工业品保持市场份额全球领先，同时深耕利基市场，如医疗、智能家居等细分领域，并积极开拓新兴市场和新兴应用领域；智能穿戴业务继续保持刚性 OLED 领先优势，布局柔性产品；非显示业务方面，技术开发与商业化同步推进，重点业务实现批量出货；生态拓展方面围绕显示主业需要布局产业生态，提升核心竞争力。

2、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。

3、请问对车载市场的发展空间怎么看？

答：随着汽车“电动化、智能化、网联化、共享化”等四化趋势的演进，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。根据 Omdia 统计，2022 年全球车载显示屏需求量为 1.93 亿片，同比增长 2.7%，随着汽车智能化、可视化已成为发展趋势以及新能源汽车的快速普及，2028 年全球车载显示屏需求量将达 2.47 亿片，其中 a-Si TFT LCD 仍将占据主流，LTPS 等技术的渗透率也在快速提升。

公司看好车载显示的发展前景，将发挥深耕车载显示领域二十余年在客户资源、交付保障、品质、创新能力等方面的积累，持续加大对车载业务的资源投入力度，持续着眼未来进行前瞻布局，助推公司车载业务的规模成长和规格升级，拥抱行业成长机遇。

4、如何看待在车载显示市场的竞争和自身竞争力？

答：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系能力优势，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。

5、请问公司目前 Tier1 业务占比？

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。

6、请问公司预计行业什么时候会出现需求回暖、价格回升？

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

	<p>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。</p> <p>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> <p>7、公司 OLED 柔性业务现在可以实现盈亏平衡吗？</p> <p>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。</p> <p>8、公司今年的资本开支有多少？ 是否有新的融资安排？</p> <p>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。</p> <p>2022 年底，公司已获得中期票据注册金额 50 亿元，注册额度 2 年内有效；公司向特定对象发行 A 股股票事宜正在积极推进中。</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