

天马微电子股份有限公司

投资者关系活动记录表

编号：2024-016

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、李旻 外部参与人员：中信证券、盈峰资本、国泰基金、国联基金、华安基金、深圳前海珞珈方圆、拾贝投资、谢诺投资、金元证券
时间	2024年7月11日（周四）15:00-16:30
地点	天马大厦6楼会议室
形式	现场交流
交流内容及具体问答记录	<p>主要交流内容如下：</p> <p>1、请问公司 AMOLED 手机业务发展情况如何？</p> <p>答：在 AMOLED 柔性手机显示领域，公司已实现国内主流品牌客户全覆盖，客户粘性不断增强，同时产品规格提升趋势明显，支持多元品牌客户项目，高端折叠、HTD、MLP 产品实现旗舰机型交付。今年以来，公司运营管理的两条 AMOLED 柔性产线（TM17、TM18）均保持良好的稼动。公司将继续推进 TM17 产线产能挖潜，争取更多的销售机会，同时加快 TM18 产线第二阶段产能的逐步释放。基于下游柔性 OLED 手机显示产品需求积极，公司将持续提升技术实力，强化在旗舰、高端产品技术创新能力，加大在头部客户旗舰项目覆盖，提升出货量和高端产品占比，不断提升产品竞争</p>

力和盈利能力。预计 2024 年公司柔性 AMOLED 手机显示产品出货将继续保持快速增长。

2、请问柔性 OLED 产品的价格情况如何？

答：今年一季度，下游柔性 OLED 手机显示产品需求旺盛，产品价格正在向上修复中，公司将持续提升技术实力，强化在旗舰、高端产品技术创新能力，加大在头部客户旗舰项目覆盖，提升出货量和高端产品占比，不断提升产品竞争力和盈利能力，并目标进入品牌客户更多高端、旗舰项目。

3、公司对于 LTPS 产线未来有什么规划？

答：公司在 LTPS 产线上持续推进多元化产品布局，包含手机、车载、IT、工业品等，并不断提升非手机显示产品的比重，来不断提升 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、请介绍公司 IT 业务的发展规划。

答：随着混合办公、在线教育、远程会议等应用场景增多，数字经济兴起和消费者行为的转变，生成式 AI 带来 IT 产品规格升级，以及微软力推 Win12 系统等因素的驱动下，长期来看 IT 显示市场整体呈现向上态势并不断升级。

公司将 IT 显示作为“2+1+N”战略重点中快速增长的关键业务，近年来持续加大开拓力度。目前，公司主要依托在 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，已实现 LTPS 产品线全覆盖，并进一步完善全球化客户群体中。随着今年运营管理的 TM19 和 TM20 产线进度的进一步推进，将为公司 IT 业务发展补齐 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，为公司未来发展打开庞大的新市场，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。

5、请问公司如何看待 OLED 技术在车载等中尺寸领域的渗透？

答： OLED 技术在车载显示领域的应用也是行业关注的热点之一，能为车载显示提供更多元化的解决方案，也利于更好地拓展 OLED 技术的应用领域。目前，车载显示领域对寿命、信赖性及 OLED 技术新应用等均提出更高要求，行业也在对相关新技术进行开发和性能面优化。随着 OLED 产业链以及技术性能整体趋于成熟以及未来规模化应用后更有竞争力的价格，其在车载领域的渗透将逐步加大。

基于车载显示领域中长期预计保持较好的增长，公司认为在 G6 AMOLED 产线上会有相关好的机遇可以把握。目前，公司有在第 6 代 AMOLED 产线上布局车载显示业务，并在积极推进中。

6、公司车载业务的客户有哪些？

答： 公司深耕车载领域近 30 年，客户资源涵盖了中系、欧系、美系、日系、韩系等各大车厂，基本实现国际主流客户和中国自主品牌（Top10）全覆盖。

7、请问公司如何看待车载显示市场的竞争格局？

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，尤其是新能源汽车的快速兴起，对更快速的开发周期、更好的零部件管理等需求更迫切，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。

公司看好车载显示市场，将车载显示作为公司的战略核心业务之一，凭

借在车载显示领域近 30 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。公司将充分利用现有的 LTPS G5.5 及 G6 产线资源及积累，加速推进 LTPS 产能向车载显示领域拓展。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，厦门 Micro-LED 产线也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。未来，公司将围绕传统车载显示、汽车电子业务、新能源汽车业务三大车载业务板块，持续做大做强车载业务。

8、车载终端价格竞争激烈，如何展望车载业务毛利率趋势？

答：车市需求增长和规格提升的趋势不变，但也客观面临市场竞争激烈、价格挑战等的压力，会对上游供应链有一定传导。公司的车载显示业务以模组出货为主，定制化程度较高，将持续在屏上做加法，不断提升产品技术方案和规格，加大 LTPS 技术对车载产品的渗透和产品尺寸升级，不断提升产品模组复杂度和集成度，更好地助力车载产品价值度的提升，并持续加大高附加值产品的占比，力争毛利率的稳健。

9、公司新产线的进度如何？

答：公司新产线建设有序推进，其中，TM19、Micro-LED 产线已于今年 6 月 26 日实现产品点亮，标志着将正式进入试产试制的新阶段；TM20 在 2023 年 12 月实现首款产品点亮，目前正在进行产品送样和试产试制。

10、公司如何看待 8.X 代 OLED 产线？是否会投建？

答：从目前市场已知的信息看，行业上 8.x 代 AMOLED 产线的目标市场更多还是聚焦在中尺寸的平板、笔电等 IT 类产品，公司对此将保持密切关注。关于未来是否会有相关新线布局，将根据公司自身的战略规划和市场需求综合考虑，还请以公司披露的信息为准。

	<p>11、请介绍公司的资本开支情况。</p> <p>答：公司的资本性开支均是聚焦主业发展进行，主要包含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>
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