

证券简称：莱特光电

证券代码：688150

陕西莱特光电材料股份有限公司

投资者关系活动记录表

编号：2024-019

投资者关系活动类别	<input checked="" type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 现场参观	<input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input checked="" type="checkbox"/> 电话会议	<input type="checkbox"/> 媒体采访 <input type="checkbox"/> 路演活动 <input type="checkbox"/> 其他_____
参与单位名称及人员姓名	南方基金：吴春林、应帅、刘祎、卢玉珊、张磊 长信基金：王刚、齐菲 西部证券：卢宇程 西南证券：屈紫荆		
会议时间	2024年9月19日及9月20日		
会议地点	线上		
上市公司接待人员姓名	董事会秘书：潘香婷 投资者关系专员：张尊睿		
投资者关系活动主要内容介绍	<p>问题 1：公司 OLED 有机材料进展情况如何？</p> <p>答：2024 年上半年，随着终端消费电子需求回暖及 OLED 渗透率持续提升，公司下游客户需求持续增长，公司 OLED 终端材料销量同比大幅增长。产品开发及验证方面，公司重点进行了红、绿、蓝三色 Prime 材料、Host 材料、Dopant 材料的开发，围绕高效率、低电压、长寿命等持续升级的技术指标，不断提升产品性能。其中 Red Prime 材料已持续迭代了 7 代器件的量产应用，在新一代器件中测试较好，继续保持业内领先；Green Host 材料持续迭代 2 代器件的量产应用，在新一代器件中验证顺利，已达到国际先进水平；Red Host 材料已通过客户量产测试，今年有望实现批量供货；Green Prime 材料及蓝光系列材料在客户端验证过程中。此外，公司多支材料在硅基 OLED 器件中的测试表现优良。客户方面，公司保持头部 OLED 面板厂商稳定量产供应的同时，积极开发新客户，争取逐步实现国内 OLED 面板厂商的全覆盖。OLED 中间体方面，公司产品和客户结构转型取得初步成果，材料类型趋于多元化，氙代类等高附加值材料占比逐渐提升，</p>		

客户结构逐步转向终端材料制造商，与韩国面板企业的一级供应商取得相关项目合作。

问题 2：公司今年上半年收入能否按产品类别拆分？

答：2024 年上半年，公司实现营业收入 24,552.29 万元，同比增长 73.65%。其中 OLED 有机材料收入 21,213.84 万元，占整体营业收入的 86.40%；其他中间体产品主要是医药中间体，实现营业收入 1,797.53 万元，占比 7.32%；面板清洗液及其他收入为 1,540.92 万元，占比 6.28%。

问题 3：公司客户对专利要求严格吗？公司专利布局情况？

答：OLED 终端材料是 OLED 面板的核心组成部分，由于手机、平板等终端应用厂商非常重视产品的专利保护，因此面板厂商对于所选用的材料具有严格的专利要求。公司高度重视科技创新和知识产权的开发、积累和保护，在建立技术优势的同时，通过丰富且多样化的专利布局形成深厚的技术壁垒和市场壁垒，为技术创新构筑了知识产权护城河。截至 2024 年上半年，公司累计申请专利 883 项，其中发明专利 878 项；获得授权专利 346 项，其中发明专利 341 项。公司自有专利覆盖了发光层材料、空穴传输层材料、空穴阻挡层材料和电子传输层材料等 OLED 核心功能层材料，专利保护区域覆盖中国、美国、日本、韩国及欧洲等国家，充分保障了公司产品在客户终端全球化销售的安全性。

问题 4：OLED 材料行业竞争格局？

答：目前，在全球 OLED 有机材料供应体系中，我国企业主要集中在 OLED 中间体领域，在技术壁垒较高的 OLED 终端材料领域市占率仍然较低，主要供应商仍为国外材料厂商，国内仅有少数企业进入到 OLED 面板厂商核心供应链体系并实现量产，材料国产替代空间广阔。公司目前已实现了 Red Prime 材料及 Green Host 材料量产供应；Red Host 材料通过客户量产测试，今年有望实现批量供货；Green Prime 材料及蓝光系列材料在客户端验证。公司持续加大研发投入，通过加强技术创新、提升产品性能、丰富产品品类等多方面举措不断提升市场份额及核心竞争力。

问题 5：叠层技术对于材料的需求变化，公司是否有材料验证？

答：叠层 OLED 器件是由两个发光单元通过电荷产生层串联而成的新型 OLED 器件，具有亮度高、寿命长等优点，其结构是在目前 OLED 各功能层的基础上，新增连接两个发光单元的 CGL 层材料，起到产生电荷和传输电子的作用，发光层材料用量较单层 OLED 器件有所增加，公司目前已有多支 CGL 材料及发光材料在客户端叠层 OLED 器件体系验证测试。

问题 6: 8.6 代线对于材料的拉动?

答: 京东方、维信诺先后宣布投资建设 8.6 代高世代 OLED 产线, 国内 OLED 面板产能不断抬升。8.6 代 OLED 生产线主要面向平板、笔电等 IT 产品及车载显示市场, 苹果、华为等头部厂商陆续推出搭载 AMOLED 屏幕的平板电脑产品, 有望将推动 OLED 从小尺寸向中尺寸应用领域渗透, 从而带动 OLED 材料需求的增长。苹果最新发布的 iPad Pro 配备双层串联 OLED 屏, 如未来 8.6 代线采用 OLED 叠层技术, 发光层材料用量较单层 OLED 器件有所增加, 将进一步提升 OLED 材料的需求。

问题 7: 公司的蓝光材料开发进展如何?

答: 公司持续推进蓝光系列材料的自主研发, 同时与客户联合进行蓝色磷光技术的产业化推进, 共同加速蓝光材料的国产化进程。目前已有产品在客户端验证, 同时新产品也在持续开发中。

问题 8: OLED 有机材料在面板中的成本占比? 公司布局的几款材料在 OLED 面板有机材料成本中的占比?

答: 根据 Nano Market 数据, OLED 有机材料在手机 OLED 面板成本中占比 23%, 在电视等大尺寸 OLED 面板中的成本占比超过 40%。根据行业研究机构 OLED Industry 数据显示, Red Prime 材料占到 OLED 面板所用 OLED 有机材料采购金额的 12% 左右; Green Host 材料占到 OLED 面板所用 OLED 有机材料采购金额的 10% 左右; Red Host 材料占到 OLED 面板所用 OLED 有机材料采购金额的 9% 左右; Green Prime 材料、Blue Prime 材料及 Blue Host 材料合计占到 OLED 面板所用 OLED 有机材料采购金额的 20% 左右。各家面板厂商器件结构不同, 实际材料金额占比有所差异。

问题 9: OLED 面板厂商产品迭代对应公司所供 OLED 材料需要迭代吗?

答: OLED 面板厂商根据终端应用产品的发光性能要求提出对材料的性能要求。从终端应用来讲, 对于一个系列产品而言, 器件性能是由使用的 OLED 各层有机材料组合体现的, 在各层材料搭配形成完整的器件体系后, 不会轻易变更所使用的材料, 因此公司供给客户一个系列的产品所用材料基本不会有变化; 而对于新的一个系列产品, 如客户对器件的发光性能提出新的要求, 原款材料满足不了, 且必须通过材料的调整得以实现, 那么材料厂商就需要根据客户最新的器件结构要求进行材料迭代。

问题 10: 公司 OLED 终端材料产品价格变化如何?

答: 公司 OLED 终端材料老产品价格虽逐年有一定比例下降, 但因一款材料的供货周期通常为三年左右, 而在此期间公司通过持续升级迭代推出的新产品在材料性能方面

	<p>有所提升，相比老产品的价格较好，从而减少老产品价格下降的影响。公司拥有 OLED 升华工厂及精细化学合成工厂，形成了“OLED 中间体—OLED 升华前材料—OLED 终端材料”的一体化生产能力，凭借全产业链优势持续进行工艺优化，有效降低生产成本，持续增强公司产品的市场竞争力。</p> <p>问题 11:公司 OLED 终端材料产能情况?</p> <p>答：目前，公司 OLED 终端材料产能 12 吨/年。公司稳步推进募投项目“OLED 终端材料研发及产业化项目”的产能建设，部分生产及检测设备已完成安装调试及验收，达到预定可使用状态，后续将继续采用边建设边投用的原则，根据市场需求情况有序进行产能释放，确保及时完成客户订单交付。</p> <p>问题 12: 公司除 OLED 领域有其他新业务布局吗?</p> <p>答：在 OLED 领域之外，公司也在积极探索新的业务方向，新技术布局方面，基于钙钛矿器件与 OLED 器件工作机理相通、材料设计开发技术原理共通、相互协同的特点，公司进行钙钛矿材料及其相关设备的开发，目前相关产品正在验证测试。</p>
<p>是否涉及应当披露重大信息</p>	<p>否</p>
<p>附件清单 (如有)</p>	<p>无</p>
<p>日期</p>	<p>2024 年 9 月 20 日</p>