

天马微电子股份有限公司 投资者关系活动记录表

编号：2026-006

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（请文字说明其他活动内容）
活动参与人员	上市公司参与人员：董事长成为，董事、总经理王磊，独立董事耿怡，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 2025 年度业绩说明会的投资者
时间	2026 年 4 月 3 日（周五）15：00-16：30
地点	全景网“投资者关系互动平台”（ https://ir.p5w.net/ ）
形式	网络远程
交流内容及具体问答记录	<p style="text-align: center;">一、管理层汇报</p> <p>天马微电子股份有限公司 2025 年度业绩说明会由公司董事会秘书陈冰峡主持。首先公司董事长成为对公司基本情况做了介绍，其次董事、总经理王磊具体介绍了公司 2025 年经营情况和 2026 年工作计划，然后董事会秘书陈冰峡对公司《估值提升计划》的执行情况进行了专项报告，最后董事长成为对公司发展进行了展望。</p> <p style="text-align: center;">二、线上主要互动问答</p> <p>1、2025 年公司营收突破 362 亿元创历史新高，归母净利润、扣非后净利润均实现大幅提升，同时成本费用率同比降低 4.25 个百分点，请问公司在降本增效方面采取了哪些核心举措？这些举措在 2026 年将如何持续落</p>

地，以应对行业可能出现的成本压力和价格波动风险？

答：您好，感谢您的提问。2025 年公司以高质量发展为核心，从安定生产、精益管理、材料及制费优化、减债降息、数字化等多维度入手，驱动运营质效提升。提质增效是企业发展持续性的课题，公司将持续深入推进，并进一步探索 AI 在研发、制造、供应链、办公等内部场景中的应用，为公司经营管理的智能化、数字化转型赋能。面对产业链成本波动压力，公司将持续保持技术与产品创新，并依托强韧的供应链资源、丰富的客户基础和深度的产业合作稳健应对。

2、公司车载和专业显示业务营收占比已超五成，车载业务营收同比增长 18%且汽车电子业务首次实现盈利，目前已覆盖 6 家全球头部整车厂。结合当前新能源车智能座舱多屏化、高端化的行业趋势，公司将如何进一步深化与国际头部车企的合作，提升汽车电子业务的装车量和盈利水平？

答：您好，感谢您的提问。公司汽车电子业务聚焦国际头部车企显示总成项目，实现从传统供应简单模组，向系统级集成能力的跃升。2025 年，公司汽车电子业务在出货规模、客户覆盖、系统能力、盈利水平等多维度持续突破，成为公司车载业务增长的重要引擎之一。面对汽车产业链变革机遇和智能座舱需求的不断丰富和演进，公司将始终以客户的产品需求为牵引，以前瞻关键技术布局和旗舰产品矩阵为核心抓手，在软硬件能力、用户使用体验等方面，多维度强化车载显示总成产品开发能力，积极参与客户创新项目和下一代车型平台开发，实现创新联动和价值共创。伴随客户项目开发节奏，公司汽车电子业务逐步进入快速成长阶段，将持续驱动车载显示业务整体规模和产品价值上的进一步提升，有力支撑公司车载业务持续领先。

3、现在显示行业技术迭代很快，Micro-LED、IGZO 这些都在推进。公司研发资源怎么分配，怎么把技术优势真正变成销量和利润？

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，公司坚持创新驱动，以市场需求为导向，重视在量产技

术上持续优化精进，并对新技术进行前瞻性布局，通过审慎评估项目价值，科学合理地分配研发资源，以保障短中长期的技术积累，不断强化核心业务能力。比如，在您提到的 Micro-LED 和 IGZO 技术领域，公司在研发和产能配置上都做了前瞻布局：Micro-LED 是下一代显示技术，目前处于快速发展期，但尚未大规模商业化，公司自 2017 年开始布局，目前相关研发和布局处于行业前列，2025 年达成部分领域产品的小批量出货和在终端概念产品上的应用；在 IGZO 领域，公司在 TM19 产线上配置 IGZO 产能，2025 年实现 IGZO 产品量产出货，IGZO 技术产品获得 SID 等权威行业奖项，目前根据市场需求持续迭代升级，将逐步形成差异化竞争优势。公司将持续促进研发、生产、销售等部门高效联动，加速成果向市场价值的转化。

4、领导，您好！我来自四川大决策 请问，公司境外业务毛利率 20.14，远高于境内 13.24，海外客户、区域、订单、盈利优势能否持续扩大？

答：您好，感谢您的提问。作为中小尺寸显示领域的领先企业，公司在全球范围内提供全方位的客制化显示解决方案和快速服务支持，拥有庞大的客户群体，其中在毛利相对较稳的车载、专业显示领域，海外收入占比较高。公司相关业务在长时间、全球化的竞争中，在产品技术、客户关系、供应链能力、财务管理、质量管理、在地化服务支持等多方面，形成了有机协同的综合体系能力，逐步构建起了业务护城河，具备头部竞争优势。公司始终高度重视全球化发展，在欧洲、美国、日本、韩国、印度等国家设有全球营销网络并提供技术服务支持，将以客户需求为牵引，持续强化海外供应和服务能力，支持国内外品牌客户的定制化解决方案和整体市场布局的快速切换，高效满足客户需求。

5、根据年报，公司去年 Q4 单季利润由盈利转亏损的主要原因是？

答：您好，感谢您的提问。公司聚焦的中小尺寸显示领域下游细分市场众多，不同市场领域、市场区域变化节奏不同，在复杂多变的外部环境下，业务季度间有所起伏、业绩环比有所涨落都是经营过程中的正常现象。2025

年，在复杂多变的市场环境中，公司稳健应对了市场挑战，实现了业绩转盈。在此基础上，公司将持续夯实经营，快速响应市场变化，不断强化弹性与高效运营的能力，以扎实举措推动显示主业高质量发展。

6、从 2025 年年报看，公司虽然现金流有所好转，但是，流动比率、速动比率，库存与应收账款指标都未见好转，是否存在出现隐形潜在亏损风险？另外，2025 年扣除政府政策扶持补助，主营依然亏损，请分析主营亏损主要原因以及调整应对策略。

答：您好，感谢您的提问。随着公司营收规模增长和各项业务健康发展，2025 年公司应收账款、存货、现金流保持良好态势。公司通过优化债务结构、保持充足资金及拓展多元融资渠道（如银行信贷等）应对短期债务，融资成本逐年下降，没有流动性风险。同时，公司通过深化应收账款及存货管理，持续提高资产周转效率，为经营性现金流入做出正向贡献。

2025 年，公司成功实现业绩转盈，主要业务呈健康发展趋势，经营质效持续改善，但作为重资产行业，客观上也面临大额产线折旧等阶段性压力。公司将持续聚焦显示主业的高质量发展，并在数智化升级、可持续发展、产业链协同等方面持续发力，进一步提升经营质效。

7、董事长，你好。公司面临几个危机：1. 面板价格周期性下跌风险（直接杀利润）2. 行业竞争白热化，价格战压力巨大。3. 技术迭代风险，OLED 投入大、回报慢。4. 高负债率、偿债压力仍大。5. 下游需求疲软，手机/消费电子不景气。您如何看待？有何对策？

答：您好，感谢您的提问。中小尺寸显示领域多样化技术并存、下游应用场景多元，不同细分市场供需变化、技术迭代节奏有所不同，呈现着差异化发展趋势和竞争格局。比如，在车载和专业显示领域，市场能见度相对较高，需求稳健增长和规格持续升级，公司将不断强化头部优势，保障利润中枢的稳健。在电子消费品显示领域，以手机、IT 为代表的细分市场短期节奏变化快，客观上会面临包括产业链部分元器件价格波动、市场需求调整等因

素的挑战，阶段性承压，但中长期亦呈现技术多元、规格升级的趋势，考验面板企业全面的技术布局和灵活的经营策略。公司在手机领域将紧抓 OLED 产品高端化机会，进一步扩大旗舰市场份额，在 IT 显示领域依托高世代线精准切入、快速拓展，并积极开拓运动健康、非显示业务等新赛道新客户，培育业务增长新动能。

公司将始终坚持差异化竞争策略，强化产品技术领先、全球化服务领先、质量领先的核心竞争力，充分发挥 40 多年显示老兵的战略定力和灵活务实的经营能力，以业务主战场的持续领先，筑牢价值基础，以业务新战场的不断突破，打开增长空间，通过结构优化和效能革新，努力推动经营质量再上新台阶。

8、公司应收账款和存货压力比较大，现金流也不算宽松，同时还要投产线、搞研发。接下来怎么平衡花钱扩产和现金流安全，改善资金周转？

答：您好，感谢您的提问。随着公司营收规模的增长和各项业务健康发展，2025 年公司应收账款、存货、现金流保持良好态势，其中经营活动产生的现金流量净额接近 70 亿元，同比增长 21.49%。公司致力于构建高效协同的营运资金管理体系，持续全面提升经营质量与抗风险能力。一方面通过深化应收账款及存货管理，提高资产周转效率，为经营性现金流入做出正向贡献；另一方面，以全面预算及需求滚动预测为基础，结合资金存量分布，科学合理安排各项生产及研发所需支出，动态平衡收支，确保公司生产及日常运营顺利进行。公司将持续确保流动性安全，支撑战略发展的稳步实现。

9、2025 年公司运动健康/穿戴业务营收同比增长约 37%，非显示业务处于早期探索阶段。结合 AIoT、生成式 AI 带来的终端换机需求和新兴应用场景，公司在“N”业务领域将如何培育新的增长动能？如何平衡现有核心业务与新兴业务的资源投入，实现长期可持续发展？

答：您好，感谢您的提问。公司“N”业务重点覆盖丰富多元、定制化的利基市场，构建了复杂、多样化的产品矩阵，已在健康医疗、工业手持、

人机交互、白色家电、智能两轮、航海等多细分应用市场全球领先，并加速开拓商显、掌机、翻译机、运动相机等新赛道，孵化培育智能传感、智能调光、智能通信等非显业务，为公司未来发展打开新空间。中小尺寸显示领域下游应用场景丰富，叠加 AIoT、生成式 AI 带来的终端需求机会，新兴应用场景带来更多差异化的显示需求，公司积累了丰富的行业和客户经验，将基于对市场需求的敏锐把握，结合战略发展和实际情况，审慎评估，动态调控资源分配，保障新赛道前瞻布局和资源合理配置。

10、请问公司主营多年持续亏损，严重拖累公司业绩，有什么具体举措？为何每年应对这些亏损板块资产无法取得实效？主要原因在哪里？公司回购股票的资金基本用完，市值不增反降的根源在大环境还是公司？如果推责大环境，为何公司股价远远落后于大盘指数涨幅？

答：您好，感谢您的提问。公司持续聚焦核心业务高质量发展，扎实推进经营效能优化，2025 年实现归母净利润转盈。同时，作为重资产行业，客观上也会面临大额产线折旧的阶段性压力。对利润影响较大的 OLED 手机业务，近年来经营质效持续改善，2025 年 TM17 产线利润同比改善超 40%。公司将持续聚焦显示主业的高质量发展，在数智化升级、可持续发展、产业链协同等方面持续发力，进一步提升经营质效。

2025 年，自公司启动股票回购事项以来，持续积极推进，一定程度上提振了资本市场信心。股价波动受多种因素影响，公司管理层会持续主动作为，聚焦经营质效的进一步提升，并会继续从规范运作、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、强化宣传等多方面着手，力争通过合规多样化的市值管理方式，积极推动公司投资价值合理反映公司质量，不断增强投资者信心、维护全体股东利益，促进公司高质量发展。

11、我想知道一季度业是不是又大幅亏损了

答：您好，感谢您的提问。一季度属于行业传统淡季，与去年同期相比，行业部分元器件紧缺涨价等不利影响给部分显示市场带来挑战。公司将努力

抓取市场机会，依托优势业务，稳健应对市场波动，具体经营情况请您关注公司后续定期报告。

12、目前京东方、TCL 等厂商也在大力布局车载显示，竞争越来越激烈，深天马靠什么保持自己的优势和份额？

答：您好，感谢您的提问。公司看好车载市场，将车载业务作为公司的战略核心业务之一，将充分利用现有的 LTPS、OLED 产线资源及积累，加速推进新技术向车载显示领域拓展。同时，公司为车载显示业务引入第 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。

13、1、深天马 2025 扭亏是否与 2023、2024 年大幅减值计提业绩洗澡有关？未来还有多少以前盲目扩产，技术落后的垃圾资产没有消化？2、2025 实现所谓扭亏（但扣非依然亏损），是否主要靠政府政策性补贴？3、2026 如何处理连续巨亏的垃圾资产？甩掉包袱，增加效益，拿出硬的经得起看的财务数据，给股东投资者真正的信心和希望。4、如何保住以取得优势的车载等盈利板块优势？谢谢！

答：您好，感谢您的提问。公司始终聚焦主业发展，根据战略发展需要、市场趋势等因素审慎规划新产线布局。2025 年，公司业绩转盈主要建立在业务盈利能力增强和经营效能优化基础上，作为重资产行业，客观上会面临大额产线折旧的阶段性压力。公司将持续聚焦显示主业的高质量发展，在数智化升级、可持续发展、产业链协同等方面持续发力，进一步提升经营质效。

目前，车载显示业务和专显业务共同构筑了公司利润的“压舱石”，公司在这部分应用市场耕耘多年，在长时间、全球化的竞争中，在产品技术、客户关系、供应链能力、财务管理、质量管理、在地化服务支持等多方面，

形成了有机协同的综合体系能力，逐步构建起了业务护城河，具备强劲头部竞争优势。

公司将持续在屏上做加法，加快新技术拓展，不断提升产品技术方案和规格，强化产品复杂度和集成度，强化中大尺寸产品能力，更好地助力产品价值度的提升，并借助第 8.6 代线（TM19）和新型显示模组产线（TM20）等先进产能，进一步打开业务发展空间，筑牢领先优势。

14、公司市值蒸发几百亿，股价多年严重破净，管理层有何作为？为什么不更换管理团队？

答：您好，感谢您的提问。公司在主动、积极开展市值管理工作。2025 年，公司陆续发布了《估值提升计划》、《关于控股股东自愿承诺不减持公司股份的公告》、《关于回购公司股份方案的公告》等相关公告，并积极推动实施，截至 2026 年 3 月末，公司累计支付回购股份总金额超 1.8 亿元，并在公司经营、信息披露、投资者关系、品牌宣传、ESG 等维度均取得了一定进步。股价受多种因素影响，管理层会持续主动作为，聚焦经营质效的进一步提升，并会继续通过合规多样化的市值管理方式，不断提升公司价值，不断增强投资者信心。

15、公司融资 400 多亿，为什么市值仅 200 亿，是否造成国有资产流失？

答：您好，感谢您的提问。公司高度重视市值管理，一直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，公司实现业绩转盈，归母净利润同比大幅提升超 8 亿元，并在车规显示、手机显示、专业显示等多元显示领域保持了领先的市场地位。此外，公司 2025 年陆续发布了《估值提升计划》、《关于控股股东自愿承诺不减持公司股份的公告》、《关于回购公司股份方案的公告》等相关公告，并积极推动有关措施实施，但股价受多种因素影响，公司会在业绩改善的基础上，持续聚焦经营质效的进一步提升，并会继续从规范运作、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，积极推动公司投资价值合理反映上市公司质量，提升公司投资价值和增强投资者信心。

16、从行业整体看，消费电子需求还在恢复中，公司对今年营收和利润的整体预期如何，有哪些增长点可以支撑？

答：您好，感谢您的提问。2026 年，中小尺寸显示领域不同细分市场依然呈现差异化发展趋势：在车载和专业显示领域，市场能见度相对较高，需求稳健增长和规格持续升级，公司将不断强化头部优势，保障利润中枢的稳健。在电子消费品显示领域，以手机、IT 为代表的细分市场短期节奏变化快，客观上会面临包括产业链部分元器件价格波动、市场需求调整等因素的挑战，阶段性承压，但中长期规格亦呈现技术多元、规格升级的趋势，考验面板企业全面的技术布局和灵活的经营策略。公司在手机领域将紧抓 OLED 产品高端化机会，进一步扩大旗舰市场份额，在 IT 显示领域依托高世代线精准切入、快速拓展，并积极开拓运动健康、非显示业务等新赛道新客户，培育业务增长新动能。公司将争取持续良好的经营表现。

17、公司保持与投资者经常性沟通很好。但是，回答总是差强人意！你认为单纯用 2 亿资金回购能实现市值管理么？并未见任何效果，市值为何不增反降？总是把股价长期破净原因归结为市场大环境因素合理么？2025 年深天马市值涨幅远远落后于市场平均水平或者说大盘指数，深层根源是公司经营原因还是市场大环境原因？

答：您好，感谢您的提问。2025 年回购事项启动以来，公司持续积极推进，一定程度上提振了资本市场信心。股价波动受多种因素影响，公司管理层会持续主动作为，聚焦经营质效的进一步提升，并会继续从规范运作、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、强化宣传等多方面着手，积极推动公司投资价值合理反映公司质量，不断增强投资者信心、维护全体股东利益。

18、手机面板这块竞争很激烈，AMOLED 虽然出货量靠前，但一直不太赚钱。后续在手机业务上会怎么调整产品和客户结构，提高盈利水平？

答：您好，感谢您的提问。公司始终以头部客户、旗舰项目为重要抓手，全力推动 AMOLED 手机产品高端化，持续提升旗舰产品能力。2025 年，公司持续深化与国内主流头部品牌的战略合作，在保持全球市占靠前的基础上，实现旗舰产品出货量跨越式增长，多款产品支持战略客户旗舰首发。同时，公司持续通过产线能力提升、运营效能优化、全流程降本增效等，稳健应对需求波动和行业竞争，实现盈利能力同比进一步改善，叠加 OLED 业务多元化的扎实推进，TM17 产线实现利润同比改善超 40%。接下来，公司将紧抓结构性机会，聚焦在手机头部客户、旗舰项目份额的持续提升；同时加速推进多元化进程，在 2025 年柔性 OLED 穿戴领域实现头部客户旗舰项目突破的基础上，2026 年积极推进柔性 OLED IT、车载等中尺寸产品的量产落地，持续通过产品结构的高端化、多元化提升 OLED 产品价值度，助力 OLED 业务高质量发展。

19、为撒深天马股价长期低于净资产？

答：您好，感谢您的提问。公司一直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，公司实现业绩转盈，归母净利润同比大幅提升超 8 亿元，并在车规显示、手机显示、专业显示等多元显示领域保持了领先的市场地位。此外，公司陆续发布了《估值提升计划》、《关于控股股东自愿承诺不减持公司股份的公告》、《关于回购公司股份方案的公告》等相关公告，并积极推动实施，在信息披露、投资者关系、品牌宣传、ESG 等维度均取得了一定进步。股价受多种因素影响，管理层会持续主动作为，聚焦经营质效的进一步提升，并会继续从规范运作、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、强化宣传等多方面着手，力争通过合规多样化的市值管理方式，积极推动公司投资价值合理反映公司质量，不断增强投资者信心、维护全体股东利益，促进公司高质量发展。

20、咱们车载显示出货量全球领先，可整体毛利率和净利率都不高。面对行业价格战和上游原材料涨价，怎么提高这块业务的赚钱能力？

答：您好，感谢您的提问。公司在长期保持车规显示市占全球领先的基础上，系统性推进业务盈利能力的持续优化，近年来，稳健应对了下游价格压力传导和激烈的行业竞争，2025 年公司车载业务毛利率、净利率均稳中有升，与专显业务共同构筑了公司利润的“压舱石”。公司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，加速车载显示总成业务发展，强化大尺寸产品能力，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。同时，公司将依托长期锻造的车载运营体系，以及强韧供应链能力，持续推进市占优势向经营成果的有效转化。

21、贵公司有没有继续回购股票 稳定股价的举措啊

答：您好，感谢您的提问。2025 年公司发布了《关于回购公司股份方案的公告》，并积极推动实施，截止 2026 年 3 月末，已完成超 1900 万股回购，支付总金额超 1.8 亿元。如后续有新的回购计划，公司会按规则要求及时披露。市值管理是一项综合性、持续性的工作，公司将持续主动作为，聚焦经营质效和核心竞争力的进一步提升，并结合自身实际，力争通过合规多样化的市值管理方式，积极推动公司投资价值合理反映公司质量，不断增强投资者信心、维护全体股东利益。

22、公司融资的 400 多亿资金，都用于那些项目？有没有被贪污走？为什么投资几百亿的项目没有利润，年年亏损？

答：您好，感谢您的提问。公司过往成功实施重大资产重组及非公开发行，均聚焦显示主业发展，助力了公司在新技术和产品领域的布局，促进了公司主营业务良好发展，规模优势、技术领先优势得到增强，进一步强化了公司在显示领域的综合实力。2025 年，公司主要业务健康发展，经营效能进

一步优化，实现归母净利润转盈，扣非后净利润同比大幅改善。公司将持续聚焦显示主业的高质量发展，在数智化升级、可持续发展、产业链协同等方面持续发力，进一步提升经营质效。

23、公司有什么提升关注度和品牌形象的办法吗？

答：您好，感谢您的提问。持续提升品牌形象和关注度确实是公司在着力推进的方向。2025年，公司深化高端品牌建设，持续对话全球市场，参与了CES、EW、SID、上海国际汽车工业展览会、COMPUTEX、ChinaJoy、ICDT、电子信息博览会、进博会等国内外重要展会，走进一系列领先企业举办技术路演，与合作伙伴围绕技术创新、场景体验、产业趋势及未来合作方向展开深入交流，深化合作共识。同时，公司持续举办“好屏，天马行”品牌IP系列活动，与全球客户、合作伙伴及媒体保持高频交流，通过多元场景展示、技术体验共创与深度内容联动，打造高端“天马天工屏”、“天马天轩屏”技术品牌，不断深化公司产品和技术品牌的全球认知，得到央视新闻等头部媒体的深入报道。公司将持续投入资源，进一步强化市场宣传和品牌文化建设，以技术与品质构筑核心壁垒，多样化、多渠道提升公司的品牌影响力。

24、公司回购股份以来，股价持续下跌，离净资产越来越远，公司有没有考虑采取其他措施来稳定股价恢复投资者信心，增强公司形象。

答：您好，感谢您的提问。公司在主动、积极开展市值管理工作。2025年，公司陆续发布了《估值提升计划》、《关于控股股东自愿承诺不减持公司股份的公告》、《关于回购公司股份方案的公告》等相关公告，并积极推动实施，2025年度累计支付回购股份总金额超1.72亿元，并在公司经营、信息披露、投资者关系、品牌宣传、ESG等维度均取得了一定进步。股价受多种因素影响，管理层会持续主动作为，聚焦经营质效的进一步提升，并会继续从规范运作、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，不断增强投资者信心。

25、每年几十亿的研发费用，你们都研发出了什么产品？研发费用有没有被贪了？

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，公司以市场需求为导向，重视在量产技术上持续优化精进，并对新技术进行前瞻性布局，以保障短中长期的技术积累，不断强化核心业务能力。2025年，公司在重点布局的 OLED、车载、Micro-LED 等领域，首发多项领先技术方案，获得了包括 SID、EW 在内的行业权威奖项，极致窄边框超低功耗显示技术、超感高刷技术、车规级 Mini-LED 技术、Eye Fun 护眼显示技术等显示解决方案产品成功向品牌客户交付；另一方面，公司持续优化研发流程，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。公司持续按照相关法律法规规范运作，不存在您提到的情形。

26、根据年报，厦门天马显示科技有限公司去年亏损 -848,014,355.41。厦门天马光电子有限公司去年亏损-1,740,968,080.33。请问上述两个参股公司去年固定资产全部转固了么？

答：您好，感谢您的提问。上述项目投资按阶段进行，部分资产已完成转固，余下部分会根据会计准则的要求，在产线设备达到预定可使用状态后进行转固。

27、贵公司还准备继续回购股票吗

答：您好，感谢您的提问。2025 年公司发布了《关于回购公司股份方案的公告》，并积极推动实施，截止 2026 年 3 月末，已完成超 1900 万股回购，支付总金额超 1.8 亿元。如后续有新的回购计划，公司会按规则要求及时披露。

28、公司十大股东为何在净资产价格之下减持公司股份？

答：您好，感谢您的提问。公司一直按照相关法律法规要求规范运作。

您提到的为股东方根据自身经营发展需要进行的市場交易行为，符合有关法律法规、规定的要求。

29、公司去年净利润扭亏了，但主要靠非经常性收益，核心业务还是亏损。接下来打算怎么提升主业盈利能力，大概多久能让扣非净利润真正转正？

答：您好，感谢您的提问。2025 年，公司聚焦核心业务高质量发展，扎实推进经营效能优化，实现归母净利润转盈，扣非后净利润同比大幅改善，但作为重资产行业，客观上也面临大额产线折旧等阶段性压力。公司将持续聚焦显示主业的高质量发展，并在数智化升级、可持续发展、产业链协同等方面持续发力，进一步提升经营质效。

30、公司近几年持续投入大量资金建设产线，固定资产和负债压力都不小，未来在产能利用和降负债方面有什么具体安排？

答：您好，感谢您的提问。公司聚焦主业发展，根据战略发展需要和市場趋势审慎规划，综合采用自有资金、银行借款及再融资等方式，适时进行产线投资。目前，公司各产线整体保持良好运营态势，公司将根据市場和客户需求变化，依托灵活、弹性经营能力，发挥产线间高效协同优势，不断优化产能配置，保持各条产线稳健运营。

在减债降息方面，公司密切关注金融环境变化，根据经营情况和现金流状况，在确保公司资金安全的前提下，以“压规模”和“降利率”为核心开展负债管控治理。2025 年末，公司有息负债余额同比下降 15.02%；资产负债率同比下降 2.5%，带息负债规模管控成效明显，整体财务杠杆水平持续优化。未来公司将持续优化带息负债结构，合理控制带息负债规模，保障财务结构健康合理。

31、当前显示行业技术路线多元并存，OLED、IGZO、Micro-LED 等技术竞争日趋激烈，且三星、京东方等企业纷纷布局高世代 OLED 产线。请问公

司在“2+1+N”战略指引下，如何差异化布局各技术路线，避免同质化竞争？
在柔性 AMOLED、LTPS 车载显示等优势领域，将如何巩固现有市场地位？

答：您好，感谢您的提问。中小尺寸显示领域呈现多样化显示技术并存的特点，下游应用场景广阔多元，产品定制化程度高，不同细分市场有着差异化发展趋势和竞争格局。这种背景下，公司始终坚持差异化竞争策略，强化产品技术领先、全球化服务领先、质量领先的核心竞争力。在车载、手机、IT、专业显示等中小尺寸显示主战场，充分依托快速响应、柔性交付、垂直起量、质量领先的中小尺寸运营体系，以及全面的显示解决能力，强化核心业务头部优势，着力提升头部客户覆盖和旗舰产品能力，并紧抓技术迭代和行业变革机遇，实现关键业务快速突破；同时，公司在 Micro-LED 等前沿显示技术、非显示业务等新战场，将聚焦新应用领域、新产品技术、新商业模式，积极前瞻布局，抢占先发优势，打开发展空间。

在柔性 AMOLED 领域，2025 年公司保持柔性 AMOLED 手机国内第二、全球第三的基础上，实现旗舰产品出货的跨越式增长；同时，柔性 OLED 业务多元化进程加速推进：已实现柔性 AMOLED 穿戴产品在头部客户旗舰项目的量产交付，柔性 AMOLED IT 和车载项目预计今年将量产落地。公司将持续在柔性 AMOLED 业务高端化、多元化上下功夫，并通过创新引领、产线能力提升、运营效能优化、全流程降本增效以及领先的供应链能力，进一步改善业务盈利能力。

32、25 年公司的境外收入占比达 42.1%，且毛利率（20.14%）显著高于境内（13.24%），国际化程度持续加深。请问公司在拓展海外市场过程中，如何应对不同区域的市场壁垒、供应链差异以及汇率波动风险？未来海外市场的拓展重点的是哪些区域和应用领域？

答：您好，感谢您的提问。作为中小尺寸显示领域的领先企业，公司在全球范围内提供全方位的客制化显示解决方案和快速服务支持，拥有庞大的客户群体，其中在毛利相对较稳的车载、专业显示领域，海外收入占比较高。公司相关业务在长时间、全球化的竞争中，在产品技术、客户关系、供应链

	<p>能力、财务管理、质量管理、在地化服务支持等多方面，形成了有机协同的综合体系能力，逐步构建起了业务护城河，具备头部竞争优势。公司始终高度重视全球化发展，在欧洲、美国、日本、韩国、印度等国家设有全球营销网络并提供技术服务支持，将以客户需求为牵引，持续强化海外供应和服务能力，支持国内外品牌客户的定制化解决方案和整体市场布局的快速切换，高效满足客户需求。</p>
关于本次活动是否涉及应披露重大信息的说明	不涉及
活动过程中所使用的演示文稿、提供的文档等附件（如有，可作为附件）	无