

投资者关系活动记录表

证券代码：002106

证券简称：莱宝高科

深圳莱宝高科技股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2021-003

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 checked="" type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 其他（请文字说明其他活动内容）
参与单位名称及人员姓名	中国国际金融股份有限公司：朱剑胜 上海重阳投资管理股份有限公司：赵阳
时间	14:20-15:40
地点	深圳市光明区五号路9号 公司光明工厂二期办公楼305会议室
上市公司接待人员姓名	董事会秘书：王行村
投资者关系活动主要内容介绍	<p>本次调研活动首先由董事会秘书带领调研人员参观了公司展厅，并对公司主导产品及技术做简要介绍，然后在会议室由董事会秘书与参与调研人员就公司发布的2020年年度报告及2021年的生产经营形势、触控显示行业发展现状及其未来发展趋势、公司发展战略及未来发展方向等情况进行相关沟通交流。本次调研活动的主要沟通内容如下：</p> <p style="text-align: center;">1、公司2020年度取得了不错的经营业绩，请分产品介绍一下2020年度的销售收入构成情况。</p> <p>答：如公司2021年3月31日发布的《公司2020年年</p>

度报告》所述，公司 2020 年度实现营业收入 675,152.94 万元，比上年度增加 194,935.80 万元、增加 40.59%，主要原因系中大尺寸一体化电容式触摸屏全贴合产品销售收入增加影响所致。分产品而言，公司主营产品销售收入主要构成情况如下：

（1）全贴合产品：2020 年度实现销售收入 609,881.38 万元，比上年度增加 186,509.65 万元。

（2）ITO 导电玻璃与 TFT-LCD 产品：2020 年度合计实现销售收入 21,378.50 万元，较上年度减少 2,991.06 万元。

（3）一体化电容式触摸屏（单体）产品：2020 年度实现销售收入 29,840.84 万元，较上年同期增加 10,981.03 万元，主要是车载触摸屏产品产销增加影响所致。

2、近期以来，受供不应求关系影响，TFT-LCD 显示面板持续涨价，公司受此影响如何？公司主导产品笔记本电脑用触摸屏产品是否存在涨价情形？

答：鉴于公司中大尺寸电容式触摸屏全贴合产品所需采购的显示模组绝大部分为客户推荐、其采购价格与客户同步知悉并同步变动结算，仅全贴合加工良率变化相应带来显示模组损耗的细微变化，因此显示模组价格变化对公司影响较小。此外，鉴于公司主导产品笔记本电脑用触摸屏产品处于全球充分竞争性行业，产品价格随市场形势相应变化，整体供求相对均衡，因此目前不存在涨价情形。

3、公司 2020 年度汇兑损失金额较大，今年第一季度汇兑损益情况如何？公司后续会采取什么样的措施积极应对汇率变化？

答：2020 年度，公司产品出口销售占比接近 90%且以美元结算为主，受美元兑人民币汇率整体贬值因素影响，2020

年度形成汇兑损失约 1.18 亿元。2021 年第一季度，美元兑人民币汇率较 2020 年 12 月 31 日相对平稳且有微小幅度升值，相应可能会带来一定金额的汇兑收益，具体金额请以公司后续发布的《公司 2021 年第一季度报告》相关数据为准。公司将会采取适时结汇，以及结合实际经营业务背景需要，适时适度开展远期结汇等外汇衍生品交易，努力降低美元兑人民币汇率波动对公司经营业绩的不利影响。

4、请问未来触摸屏在笔记本电脑的渗透率是否仍有更多提升空间？请谈一下对全球笔记本电脑用触摸屏未来市场前景的看法。

答：一方面，随着默认支持触摸屏操作的 win 10 操作系统日益普及应用，相应带来笔记本电脑的升级换代周期；一方面，全球知名品牌的笔记本电脑厂商大多将带有触控功能的笔记本电脑定位于中高端市场，产品设计的科技感、时尚感、消费者体验日益提升并日益被更多消费者接受，因此，结合行业了解，个人判断未来触摸屏在笔记本电脑的渗透率仍有一定的提升空间。不过，鉴于笔记本电脑以商用办公的需求为主，消费者具有成熟、理性的鲜明特征，且触摸屏并非笔记本电脑的必备功能，仅在演示、游戏、低年龄段远程教育等特定使用场合具有更强的需求，因此触摸屏不会像当年智能手机替代功能手机那样的市场爆发式增长。

未来随着全球新冠肺炎疫情可能逐步缓解甚至消失，全球对触控笔记本电脑的需求增长趋势应该会有所放缓；但是，疫情期间培养了消费者对便捷高效的远程办公、在线教育的使用习惯，即使疫情结束，仍将在一定程度上增强笔记本电脑的使用需求，同时叠加全球笔记本电脑逐步进入升级换代周期等积极因素影响，相应有望带来全球笔记本电脑的需求稳定增长；而触控笔记本电脑以其轻、薄、日益创新的

使用体验、待机使用时间长等优势，未来市场需求增长可期。

公司将努力抓住全球触控笔记本电脑市场需求增长有利市场时机，不断创新技术和产品，在持续满足客户对更高性能、更多功能集成、定制化需求的基础上，努力分享市场成长成果，致力于实现长远可持续发展。

需要补充说明的是，以上仅为个人对触控笔记本电脑未来市场发展趋势的看法，可能与未来发展趋势存在一定的偏差，仅供参考，建议您多方了解行业上下游相关产业链的信息，客观理性全面看待和分析触控笔记本电脑未来市场发展趋势。

5、公司 2021 年是否有较大的触摸屏产能扩充计划？

答：鉴于笔记本电脑的消费群体以理性的办公功能性需求为主，触控笔电的易用性逐步被更多消费者接受，未来将呈稳定增长趋势。如果公司短时间内再新增投资 G5 或更高世代的电容式触摸屏生产线，对应扩充产能至少倍增，在市场整体规模不会爆发式增长和公司客户规模未获得重大变化的情况下，则公司将面临较大的产能开工不足的风险，因此公司暂时没有大规模扩充产能的计划。

不过，基于公司满足客户订单需求及未来可持续发展等综合因素考虑，公司一方面正在通过持续优化配置生产设备资源和生产工艺，整合优化和适度提升触摸屏前段传感器面板（Sensor）的产能；同时，积极开展更高技术性能的新产品或新工艺改造，不断提升产品的技术和经济附加值、市场竞争力；根据笔电用触摸屏订单需求的增长，公司会适时逐步提升后段模组的产能，以努力满足客户的订单交付需求。

6、公司中大尺寸电容式触摸屏产品面临 on cell/in cell 等触控显示一体化技术方案多大的威胁？公司如何应对？

答：on cell 和 in cell 属于嵌入式触控显示一体化技术，是将触控传感膜层集成制作在液晶显示屏的上板彩色滤光片（CF）的表面（on cell）或制作在下板 TFT-Array 驱动基板的上面（in cell），公司由于没有笔记本电脑显示屏的生产资源，因此不具备 on cell 和 in cell 的生产能力。与公司目前主力供应的 OGS/OGM 结构的全贴合产品相比，主要是少了一块贴合材料、全贴合加工工序、一块 PCB 板（触摸屏与显示屏共用一块 PCB 板），根据产品规格不同，具有不同幅度的生产成本优势。但与此同时，on cell/in cell 结构存在触控不够灵敏、边缘触控误操作、不支持 Full HD 及以上分辨率显示面板的主动笔操作等性能缺点。截止目前，in cell 主要应用于一体化计算机用触摸屏市场，on cell 主要应用于相对低端的触控笔记本电脑市场。公司 2020 年已积极开发采用单层薄膜金属网格（OFM）结构的电容式触摸屏并制作出样品，努力实现 2021 年早日批量生产，在触控性能满足客户需求的基础上，努力实现与 on cell/in cell 基本相当的成本优势，积极应对 on cell、in cell 的竞争，努力抓住触控笔记本电脑需求增长的相应市场时机。

7、公司车载触摸屏产品主要应用于哪些品牌的终端汽车？目前车载触摸屏产销情况如何？

答：公司车载触摸屏产品应用于传统汽油汽车和新能源汽车，目前直接客户主要为德赛西威、伟世通、弗吉亚等知名的汽车总成一级（Tier 1）厂商，产品目前最终应用于国内及合资汽车品牌厂商应用为主，主要包括上汽通用、上汽大众、长安福特、长安、吉利（含其子品牌领克）、长城等。公司车载触摸屏产品自 2018 年正式切入车载触摸屏市场以来，销量、销售收入连年翻番以上增长，2020 年单月车载触摸屏出货量近 15 万块。公司 2021 年第一季度车载触摸屏产

销均较为旺盛，不过，受汽车整车厂芯片（IC）、显示模组（LCM）等物料供应存在一定的短缺，相应对车载触摸屏的最终需求产生一定的不利影响。随着汽车整车厂商与相关产业链厂商共同努力，预计后续会逐步得到一定程度的缓解。鉴于公司处于车载触摸屏客户持续开发增加、产品项目持续增加的阶段，公司 2021 年车载触摸屏产品市场仍有望维持一定幅度的增长。

8、全球车载触摸屏市场的未来发展趋势如何？公司未来在车载触摸屏方面有什么样的长远发展规划？

答：随着汽车逐步向电动化、智能化、互联网化的方向发展，车载触摸屏的市场需求增长迅速。一方面，车载触摸屏的尺寸规格日益变大，从原来的 7 英寸、8 英寸为主目前已逐步提升至 10 英寸、12 英寸为主。触摸屏的尺寸为对角线长度，从 8 英寸到 12 英寸，表面上看尺寸比例为 1.5 倍，实际上触摸屏的面积比例应为 1.5 的平方，即 2.25 倍，这意味着在产品数量不变的情况下，产品生产的实际需求相当于是翻倍以上。另一方面，随着汽车日益向电动化、智能化方向发展，汽车的内饰配置逐步向科技化、时尚化方向发展，车载触摸屏从传统中控台的单屏逐步拓展到双联屏（中控台+仪表盘）甚至三联屏（中控台+仪表盘+副驾驶），此外，在后排座椅、行车记录仪、抬头显示等位置也逐步新增车载触摸屏的配置，车载触摸屏的市场需求进一步被激发。整体而言，车载触摸屏的未来市场成长空间广阔。

公司看好车载触摸屏的持续成长前景，高度重视并致力于车载触摸屏的长远可持续发展，依托持续技术创新和全产业链的竞争优势，坚持差异化竞争策略，未来将进一步扩大车载触摸屏的市场，致力于为国际、国内知名品牌的汽车整车厂商提供长远优质的车载触摸屏供应和性能持续优化提

升的体验服务，努力将车载触摸屏业务培养为公司新的业务增长点，提升市场抗风险能力。

9、公司 2021 年第一季度产品产销情况如何？后续受 IC 等供应短缺的影响情况如何？

答：公司 2021 年第一季度笔记本电脑用触摸屏、车载触摸屏、TFT-LCD、ITO 导电玻璃等各个产品线订单需求均较为旺盛，产品产销情况良好。不过，如公司 2021 年 3 月 31 日发布的《公司 2020 年年度报告》中“重大风险提示”所述，受芯片（IC）等原材料供应短缺造成整体产业链整体供应失衡，相应对笔记本电脑和汽车的实际需求产生一定的抑制，进而可能对公司主导产品中大尺寸电容式触摸屏的实际销售产生一定的不利影响，今年 3 月以来有少部分产品受该等因素的不利影响，订单执行相应有所延迟。为此，公司坚持全心全力服务好重点客户的策略，后续随着全球知名品牌客户的积极协调，IC、LCM 等供求关系逐步缓解，再加上公司自身对关键物料供应链资源的把控，有望逐步缓解该等影响。

10、鉴于公司近期暂时没有大幅扩产计划，公司 2021 年可能的经营业绩增长点主要有哪些？

答：公司 2020 年对生产设备、工艺等进行持续优化改进，主导产品中大尺寸电容式触摸屏产能自 2020 年 7 月起提升至月产约 120 万块（1.2kk/m）的产能，而 2020 年上半年并未全部达到满产状态，因此 2021 年具有一定的产量提升空间；此外，公司 2021 年还将进一步优化客户结构和产品结构，进一步加大车载触摸屏产品的生产销售，加大新产品（如 GMF 结构电容式触摸屏、OFM 结构电容式触摸屏、Film 一体黑、更高技术性能的中大尺寸电容式触摸屏产品）

	<p>的销售，有望对公司经营业绩成长带来一定的积极影响。</p> <p>接待过程中，公司接待人员与投资者进行了充分的交流与沟通，严格按照有关制度规定，没有出现未公开重大信息泄露等情况，同时已按深交所要求签署调研《承诺书》。</p>
附件清单(如有)	无
日期	2021年3月31日