

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：2021-006

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
参与单位名称及人员姓名	上海益理资产管理有限公司：周明乐
时间	16:10-17:10
地点	深圳市光明区五号路9号 公司光明工厂二期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>1、请问笔记本电脑用触摸屏的竞争门槛主要体现在哪些方面？随着触摸屏在笔记本电脑的渗透率稳步提升，生产智能手机用触摸屏厂商能否转做笔记本电脑用触摸屏产品，从而对公司形成较大的竞争关系？公司如何应对潜在的市场新进入者的竞争？</p>

答：笔记本电脑用触摸屏属于一个细分市场，整体而言，笔记本电脑用触摸屏的行业竞争门槛相对较高，主要表现在以下几个方面：

（1）投资门槛相对较高。莱宝公司采用二手的第5代线加部分新设备制作电容式触摸屏传感器，设备投资成本较低（10亿元以下），但如采用全新生产线，同等产能的设备投资需要3亿美元左右。

（2）笔记本电脑行业处于成熟竞争行业，笔记本电脑客户均为全球知名的品牌客户，相应对供应商的营销体系、供应链体系、质量管理体系、运营管理、持续稳定供货能力等提出较高的要求，有较高的市场准入门槛。

（3）笔记本电脑用触摸屏目前采用的技术路线以 OGM 结构的一体化电容式触摸屏为主，主要是基于其优良的触控性能、成本竞争优势。

（4）笔记本电脑用触摸屏具有鲜明的客户定制化特征，多品种、小批量，相应对生产管理能力和技术创新提出极高的要求；此外，每年需要不断的研发投入和技术创新，才可能适应市场发展的需求，莱宝公司近几年每年研发投入近2亿元，且不断推出 OGS、OGM、SFM 等不同创新技术，唯有如此，莱宝公司才能成为全球笔记本电脑用触摸屏细分市场的龙头厂商。

鉴于智能手机用触摸屏在中高端市场以 in cell 结构为主，在中低端市场以 GFF 结构为主，与笔记本电脑用触摸屏的主流技术路线和生产工艺流程存在较大的差异，其生产设备资源大部分不具备通用性，因此智能手机用触摸屏厂商难以直接切入笔记本电脑用触摸屏市场。

受触控笔记本电脑市场需求持续稳定增长影响，未来一定会面临包括显示面板厂商等在内的新进入者的竞争，公司认为关键在于要持续做好自己，通过技术创新、提升生产效

率、良品率等措施，不断巩固和提升自身的核心竞争力，不打价格战，要以自身综合实力积极理性应对新进入者的竞争威胁。

2、请简要介绍一下公司 2020 年度全球笔记本电脑市场状况及触控式笔记本电脑的市场情况。

答：根据专业市场调查机构 Canalys 于 2021 年 2 月公布的数据显示，2020 年受新冠病毒疫情影响，居家办公和远程教育应用日益普及，让混合型办公、学习成为新常态；同时，Windows 10 操作系统更新升级以及产品更新换代等影响，2020 年全球笔记本电脑出货量达 2.36 亿台，同比增长 26%。

截止目前，2020 年全球笔记本电脑中带触控式功能的笔记本电脑的出货量尚未有专业机构披露相关调查数据。但，参考市场调研机构 IHS 的统计数据，2019 年触摸屏在笔记本电脑的渗透率约 17%，笔记本电脑用触摸屏出货量约 2,800 多万块，其中外挂式结构的笔记本电脑用电容式触摸屏出货量约 1,700 多万块。据此，初步估计 2020 年全球触控笔记本电脑的出货量应该在 3,000 万台以上，笔记本电脑市场对触摸屏的需求仍将保持增长。

3、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。

4、请简要介绍一下公司 2020 年笔记本电脑用触摸屏产品毛利率提升的原因。

答: 2020 年度, 受居家办公、远程教育及操作系统更新迭代、用户产品更新换代等因素影响, 全球笔记本电脑需求大幅增长。且, Win 10 操作系统等对触控功能的良好支持, 触摸屏日益具备窄边框、高灵敏度、悬浮触控等优点, 使得触摸屏在笔记本电脑上的应用日益呈现普及化趋势, 相应带动全球中大尺寸触摸屏需求大幅增长。

2020 年度, 公司紧紧抓住笔记本电脑用触摸屏需求大幅增长的机遇, 通过设备及工艺优化调整, 公司 G5 Sensor 的产能逐步提升, 以及产能利用率提升相应摊低了公司中大尺寸电容式触摸屏的单位成本, 相应使公司笔电用触摸屏产品的毛利率同比 2019 年呈现小幅增长, 相应对公司经营业绩带来积极的影响。

5、请问新冠病毒疫情结束后, 笔记本电脑用触摸屏的需求是否会大幅下降?

答：根据行业了解以及我们和主要客户沟通的情况，个人认为应不存在新冠病毒疫情结束后，笔记本电脑用触摸屏的需求应不存在大幅下降的可能性，主要基于以下几个发展趋势：

1) 疫情带来的居家办公、在线教育对笔电的需求持续增长，便捷、高效的使用效果，培养用户形成了习惯。

2) Windows 10 操作系统默认支持触控操作，2020 年初微软停止 Win 7 操作系统更新和升级，win 10 系统日益普及应用相应带来笔记本电脑升级换代的需求，综合带来全球笔记本电脑的需求增长，相应带动了触控笔电的需求。

3) 我们了解 2020 年商用笔电的需求增长更快。从客户来看，包括联想、HP、Dell、ASUS、华为等大多将触控笔电定位于中高端笔电，不仅设计更为科技时尚的金属机壳，而且搭配高清乃至 2K 更高分辨率的显示屏、LTPS TFT-LCD、AMOLED 等高端显示屏，同时电容式触摸屏集成压力触控、指纹识别、电子纸、主动笔等功能相应带来更多使用体验，消费者接受度日益提升。

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，建议各位投资者多方了解行业上下游产业链的信息，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。

6、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的可利市场时机，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。

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、公司的车载触摸屏方面的竞争优势主要体现在哪些地方？公司 2021 年第一季度车载触摸屏需求和销售情况如何？预计全年车载触摸屏业务是否能保持持续增长？

答：公司看好车载触摸屏未来市场成长前景，将车载触摸屏定位为新的业务和利润增长点。与行业内竞争对手相比，公司发展车载触摸屏具有全产业链竞争优势，拥有盖板玻璃、触控 Sensor、光学功能膜层（AR、AG、AF、一体黑）、贴合、触控显示全贴合，拥有行业全球一流的一体黑制作工艺效果，完整的贴合工艺（OCA 贴合、水胶贴合等，平面/3D 曲面贴合、双联屏贴合等）。

公司车载触摸屏业务成长性较快，2021 年第一季度，公司车载触摸屏产品市场需求相对旺盛，受 IC、LCM 等物料短缺影响，公司车载触摸屏产品生产和交付受到一定程度影响，使 2021 年第一季度销量环比 2020 年第四季度有所下降，

但同比 2020 年第一季度大幅增长，车载触摸屏业务仍然保持比较好的增长势头。

随着公司在车载触摸屏产品上持续不断地耕耘，公司与车载触摸屏产品客户之间的合作越发紧密。2021 年，公司在做深做透现有客户需求市场的基础上，凭借在车载触摸屏业务上的全产业链竞争优势，公司将大力开发国际国内一流汽车终端品牌，不断增加公司车载触摸屏产品项目数量，努力实现车载触摸屏业务持续较快速度的增长。根据客户需求预测状况，预计 2021 年第二季度，公司车载触摸屏产品将持续保持 15 万片/每月以上的市场需求，公司也将紧密跟踪 IC、LCM 等紧缺物料的市场供应状况，尽力保证产品的生产和交付，满足客户的市场需求，实现公司车载触摸屏业务长期持续成长。

9、公司车载触摸屏产品的毛利率水平情况如何？

答：车载触摸屏市场为专业应用市场，与笔记本电脑等消费类电子产品市场具有显著区别，主要表现为产品单一订单涉及数量更小、单一产品订单需求持续周期长、同一时期生产的订单种类更多等，因此车载触摸屏产品生产面临频繁换产，导致产能利用率相较于笔记本电脑用触摸屏产品产线的产能利用率低。此外，公司车载触摸屏产品生产主要采用 G2.5、G3 生产线，受生产线产品加工尺寸限制，一片玻璃基板上仅能排版约 3 粒车载触摸屏，产品生产良品率及生产效率相对较低。综合上述因素影响，公司车载触摸屏产品目前的毛利率水平相较于笔记本电脑用触摸屏产品的毛利率水平低。公司也将持续投入研发资源，优化车载触摸屏产品生产工艺，优化及配置部分必要自动化设备，努力提高车载触摸屏产品生产效率、良品率，提升车载触摸屏产品的毛利率水平。

10、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。

11、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。

12、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。

此外，鉴于车载触摸屏需求持续增长，公司将适时适度扩充车载触摸屏的产能，努力满足客户的订单交付需求。

	<p>13、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？</p> <p>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）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 4 月 9 日