

## 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：2020-006

|                      |  |
|----------------------|--|
| <b>投资者关系活动类别</b>     | <input checked="" type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 分析师会议<br><input type="checkbox"/> 媒体采访 <input type="checkbox"/> 业绩说明会<br><input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 路演活动<br><input checked="" type="checkbox"/> 现场参观<br><input type="checkbox"/> 其他（请文字说明其他活动内容）                        |
| <b>参与单位名称及人员姓名</b>   | <b>国信证券股份有限公司：</b> 欧阳仕华、李恒林<br><b>安信证券股份有限公司：</b> 贾顺鹤<br><b>大成基金管理有限公司：</b> 王帅<br><b>平安基金管理有限公司：</b> 翟森  |
| <b>时间</b>            | 10:00-11:30  |
| <b>地点</b>            | 深圳市光明区五号路9号 公司光明工厂二期307会议室   |
| <b>上市公司接待人员姓名</b>    | <b>董事会秘书：</b> 王行村  |
| <b>投资者关系活动主要内容介绍</b> | <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产品展示厅，然后在会议室由董事会秘书向参与调研人员主要介绍了公司2020年上半年经营业绩及生产经营情况及2020年下半年的生产经营形势、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，并进行相关沟通交流，本次调研活动的主要沟通内容如下：</p> <p style="text-align: center;"><b>1、请介绍一下公司今年上半年经营业绩同比去年同期大幅增长的主要原因是什么？</b></p> <p style="text-align: center;"><b>答：</b>如公司2020年7月10日发布的《公司2020年半</p> |

年度业绩预告》所述，公司预计 2020 年 1-6 月实现归属于上市公司股东的净利润 2.2 亿元至 2.4 亿元，同比增长 130.88% 至 151.87%，主要变化原因如下：

（1）受全球新冠肺炎疫情影响，居家办公与在线教育相应带动笔记本电脑需求旺盛，公司主导产品中尺寸电容式触摸屏全贴合产品主要应用于带有触控功能的笔记本电脑，其销量及销售收入较去年同期大幅增长；

（2）公司采取各项积极措施，充分挖掘中大尺寸电容式触摸屏的产能潜力，中大尺寸电容式触摸屏产能得到较大提升，相应带来产品单位生产成本的降低，提升销售毛利率；

（3）公司采取生产线优化调整、部分工序自动化改造、优化生产管理等积极措施，生产效率较去年同期提升，相应降低产品生产成本，提升销售毛利率。

**2、请谈一下触摸屏在笔记本电脑应用的渗透率未来变化趋势？未来渗透率是否会出现功能手机转换为智能手机那样的爆发式增长变化？**

**答：**根据专业市场调研机构的统计数据，2019 年全球笔记本电脑出货量约 1.69 亿台；由于带有触控功能的笔记本电脑属于行业关注度不高的细分市场，因此相关公开统计预测数据较少，参考全球专业市场调研机构 Omdia（原 IHS）的统计预测数据以及公司与相关主要客户的沟通了解情况，2019 年触摸屏在笔记本电脑的渗透率约为 17%左右（该数据可能与实际数据存在一定偏差，仅供参考），即 2019 年带有触控功能的笔记本电脑出货量约 2,873 万台。受 win 7 操作系统自 2020 年 1 月 14 日起停止安全补丁和升级支持、win 10 操作系统日益被消费者接受且默认支持触控操作等因素影响，全球笔记本电脑进入新一轮的换机周期；此外，全球新冠肺炎疫情期间居家办公、在线教育等带来对笔记本电脑需

求迅速增长，再加上带有触控功能的笔记本电脑的便携、时尚、特定场景操作便利、持续工作电池使用时间长等使用体验不断升级且日益被更多消费者接受，结合客户对推广应用触控笔记本电脑的市场实践、未来需求走势沟通判断，个人判断触摸屏在笔记本电脑的渗透率未来有望呈现持续稳定成长态势。不过，由于笔记本电脑定位以满足商务办公或教育学习的功能需求为主，购买笔记本电脑的消费者属于理性的消费者群体，且触控功能并非笔记本电脑的必备功能，只是在浏览网页、观看视频、PPT 播放、在线学习交流等部分特定应用场景更为便利，因此个人判断在没有出现突破性消费者使用体验的触控笔记本电脑的情况下，触控笔记本电脑市场很难出现如同功能手机切换为智能手机的替代性爆发式增长趋势。公司整体看好触控笔记本电脑未来市场稳定成长发展趋势，并将致力于继续巩固和强化在全球笔记本电脑用触摸屏细分市场龙头厂商地位；与此同时，公司积极开发车载触摸屏等快速成长的市场，致力于成为其细分市场的领先厂商。

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。

**3、公司笔记本电脑用触摸屏的同行业竞争厂商主要是哪些？公司对比同行业竞争厂商的主要竞争优势体现在哪些方面？**

**答：**公司的同行业竞争厂商主要来自于台湾地区的宸鸿科技（TPK）、恒灏（HH）等同行业厂商。

与同行业竞争厂商相比，公司的竞争优势主要体现在如

下几个方面：

（1）公司拥有中国大陆目前唯一一条第五代电容式触摸屏生产线，对笔记本电脑用触摸屏的切割经济性更好，且由于大部分采用二手生产设备加部分全新设备，设备投资成本相对较低，综合具有一定的生产成本优势；

（2）公司具有较强的新产品、新工艺、新技术开发能力，利用已有的生产线设备，先后自主开发 OGS、OGM、SFM 等多种结构的电容式触摸屏产品并实现业内率先批量生产供应，同时还具有自制盖板玻璃、自制光学功能膜层（AR/AG /AF）、一体黑工艺技术、全贴合等技术及生产资源优势；

（3）公司具有相对较好的多品种、小批量产品精细化生产管理经验，产品良率相对较高。

与此同时，同行业竞争厂商一直在持续努力提升各自的竞争力，公司也会持续提升核心竞争力，努力保持市场的领先优势地位。

#### **4、笔记本电脑用触摸屏市场日益稳定增长，是否面临智能手机用触摸屏厂商作为新进入者的竞争威胁？**

**答：**笔记本电脑用触摸屏市场属于一个细分市场，整体市场规模较智能手机用触摸屏市场规模小得多，全球笔记本电脑 2019 年度出货量 1.69 亿台，其中触摸屏在笔记本电脑的渗透率目前仅约为 17%，每年大约 2,800 万台的需求。公司中大尺寸电容式触摸屏产品营业收入中 50%-60%的金额对应外购液晶显示模组（LCM），单单中大尺寸电容式触摸屏整体市场需求规模较智能手机用触摸屏市场小得多，且触控笔记本电脑需求每年增长幅度不高，仅处于稳定增长趋势，且全球笔电用触摸屏市场供求相对较为均衡。

此外，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：

（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，有较高的行业进入门槛。

（3）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的要求极高；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，莱宝公司每年研发投入1亿多元，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。

综上所述，公司的笔记本电脑用触摸屏市场基本上不会面临智能手机用触摸屏厂商作为新进入者的竞争威胁。

**5、公司目前产品订单需求较为旺盛，下半年公司产品交付是否还面临较大的交付压力？公司短期内是否能够提升产品交付能力？**

**答：**受全球新冠肺炎疫情影响，远程办公、在线教育的需求短时间内增长，触控笔记本电脑需求相应有一定幅度的增长，公司主导产品笔记本电脑用触摸屏的需求自2020年2月起逐月攀升。公司生产经营情况正常，从目前需求情况来看，至今年10月，该产品订单需求持续较为旺盛，公司面临较大的交付压力，正在采取积极措施，努力满足客户的订单需求。

公司目前已采取前段sensor设备改造、后段添置相应的

设备、生产车间优化布局等积极措施，可在一定程度上提升现有的产能水平，努力满足客户的订单增长需求。

需要说明的是，公司产品订单生产交付客户至客户指定的 VMI 仓库，待客户实际提货后才会形成实际销售收入，因此，公司产品生产数量与实际形成销售数量可能存在一定的差异。具体经营业绩变化请以公司正式公告信息为准。

**6、公司目前触控笔电的销售增长主要来自于哪些原因？**

**答：**根据公司与客户及行业初步了解的情况，今年 2 月以来触控笔电需求持续增长，一方面来自于新冠肺炎疫情带来居家办公、在线教育的需求增长，一方面来自于 win 7 系统今年停止更新和升级，消费者对 win 10 系统日益认可相应带来商务端（To B）客户（如政府、企业等）对笔电升级换代需求增长。

上述信息仅供您参考，具体市场变化情况请您多方面找寻了解产业链相关各个环节的厂商，以便获取更为全面、客观的市场变化趋势分析。

**7、公司目前产品订单需求增长主要来自于哪些客户？后续订单增长的可持续性如何？**

**答：**截止目前，公司主导产品笔记本电脑用触摸屏的 Lenovo、HP、DELL、ASUS、华为等客户订单数量均呈现不同幅度的增长。

近期全球新冠肺炎疫情持续蔓延，如后续仍不能得到较好控制，可能对全球笔记本电脑用触摸屏的正常消费需求带来一定的不利影响。自目前至今年 10 月份，公司目前产品订单需求较为旺盛；今年 11 月、12 月，公司笔记本电脑用触摸屏订单需求有可能呈现一定幅度的回落。

需要补充说明的是，公司所处行业为全球充分竞争性行业，中大尺寸电容式触摸屏产品订单需求会随着全球需求市场的变化而呈现相应的波动变化，上述个人判断仅供参考。敬请各位投资者谨慎理性看待市场波动变化，公司会努力适应市场变化，在满足客户需求的基础上，努力应对市场需求的波动性变化，创造良好的经营业绩，具体经营业绩请以公司正式披露的公告信息为准。

**8、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。如公司在 2019 年报所述，公司今年正在积极开发采用单层薄膜金属网格（OFM）结构的电容式触摸屏，已制作出样品，有望在今年底前实现批量生产，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。

**9、公司发展车载触摸屏的市场定位是什么？有哪些竞争优势？车载触摸屏主要采用哪些技术方案？**

**答：**公司车载触摸屏定位于汽车前装触摸屏市场，致力于成为全球车载触摸屏细分市场的领先厂商。

在车载触摸屏的竞争优势方面，公司拥有电容式触摸屏自主设计开发能力，拥有涵盖盖板玻璃、电容式触摸屏传感器面板制作（拥有 G2.5、G3、G5 三种世代的生产线）、集成光学膜层（AR+AG+AF）、触摸屏模组、触控显示模组全贴合等电容式触摸屏全产业链自制的供应能力，产品质量稳定优良；公司为车载触摸屏业务组建了专门的团队，致力于将车载触摸屏业务做大做强。公司凭借自主研发设计的“一体黑”技术获得数家车载触摸屏客户的充分认可，并在此基础上，持续投入研发资源，研发出“黑化”效果更佳的新一代一体黑电容式触摸屏制作工艺技术，可广泛应用于中高档汽车前装市场的中控台、中高端触控笔记本电脑等触摸屏产品。

在车载触摸屏的技术路线方面，车载触摸屏对产品的光学性能、性能稳定性、可靠性和品质管控标准要求非常高，要求供应商至少保证持续供应车载触摸屏 5-10 年（大多数要求至少持续供应 10 年）。公司的车载触摸屏目前主要采用两片玻璃（G-G 结构）触控和采用单片玻璃的 OGS 结构触控技术方案。

**10、公司车载触摸屏目前订单需求情况如何？每月出货量大概多少？今年下半年车载触摸屏市场需求情况如何？**

**答：**自今年 2 月至今，公司车载触摸屏订单需求呈现持续较为旺盛的态势，近期车载触摸屏出货量约为每月 8 万块至 10 万块，主要得益于公司车载触摸屏产品项目日益增加的数量积累，且进入量产阶段的车载触摸屏项目逐步增加，



以及去年至今公司车载触摸屏客户的持续有效开发。公司车载触摸屏的订单需求良好，8-10月订单需求逐步攀升，至10月订单需求可能达到130k/m-150k/m。

需要补充说明的是，受汽车销量的波动性变化影响，公司车载触摸屏的销量可能相应呈现相应的波动性变化，敬请投资者客观理性看待。

**11、对比笔记本电脑用触摸屏市场，公司车载触摸屏产品销售毛利率情况如何？未来是否存在一定的提升空间？将会采取什么样的措施？**

**答：**受产品档次相对不高、车载触摸屏新产品及新工艺研发投入较大、产品项目处于成长积累期、市场竞争等综合因素影响，公司车载触摸屏产品目前的销售毛利率水平与笔记本电脑用触摸屏基本相当，考虑到车载触摸屏产品价格每年一定幅度的下降要求以及稳定供货5-10年的要求，后续将逐步通过逐步优化客户结构、优化产品结构、优化管理产品项目、提升产品良率和生产效率等多种措施，在满足客户需求的基础上，逐步稳定提升车载触摸屏的销售毛利率。

**12、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屏（中控台+仪表盘）甚至三屏（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。

### **13、公司近期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，但个人判断很难出现智能手机替代功能手机的爆发式增长。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，基于公司目前及未来几个月面临较大的产能交付压力，公司一方面通过优化配置生产设备资源和生产工艺，适度提升触摸屏前段传感器面板（Sensor）的产能；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。

|          |   |
|----------|---|
|          | <p>14、公司未来在中大尺寸电容式触摸屏方面还有哪些潜在的增长点？</p> <p>答：公司未来会积极努力通过以下措施，努力培育未来业务增长潜力：</p> <p>（1）如前所述，公司会根据市场订单需求情况，适时、适度扩充必要的触摸屏前段和后段产能，有利于提升产品的销售规模；</p> <p>（2）公司的车载触摸屏产品自 2018 年起连年持续快速增长，对公司的营收和利润贡献将逐步提升，有利于优化公司的市场结构，提高市场抗风险能力；</p> <p>（3）随着 SFM 结构电容式触摸屏传感器面板自制，再加上自制盖板玻璃和 GMF 结构的触摸屏模组可替代 GF2 结构，公司外挂式触摸屏的产品结构丰富完整，并可大力开拓技术和经济附加值均较高的商用笔记本电脑市场，进一步优化公司的产品结构；此外，随着 OGS/OGM/GMF 不同技术类别的产品结构变化以及 AR/AG/AF/一体黑等光学功能膜层的技术性能要求不断提升，基于 G5 产品线对车载触摸屏面板更好的切割经济性和不同技术类别的产品定价差异，相对应 G5 产品线的单位产品价值带来不同幅度的提升。</p> <p>上述综合因素将有利于公司中大尺寸电容式触摸屏培育更多的业务增长点。</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       | 2020 年 8 月 4 日  |