

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</p>		

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，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

	<p>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>
是否涉及应当披露重大信息	否
附件清单（如有）	无
日期	2024 年 9 月 20 日