

深圳莱宝高科技股份有限公司董事会

2021 年度工作报告

2021 年度，深圳莱宝高科股份有限公司（以下简称“公司”）董事会严格按照《公司法》、《公司章程》、《公司董事会议事规则》和有关法律法规的要求，遵守诚信原则，认真履行职责，维护了公司利益和全体股东的合法权益。

现将公司董事会 2021 年度工作完成情况报告如下：

一、董事会 2021 年工作情况

报告期内，公司董事会工作完成情况如下：

1、报告期内，公司董事会全体董事均亲自出席或授权委托出席 2021 年度召开的全部董事会会议，没有发生董事缺席会议的情形。

2、连续两次未亲自出席董事会的说明：报告期内，公司董事不存在连续两次未亲自出席董事会的情形。

3、报告期内，公司董事会作为召集人召开了 2 次股东大会，分别为 2020 年度股东大会、2021 年第一次临时股东大会；公司 2 次股东大会均有董事出席。

4、报告期内，董事会共召开 7 次会议，会议情况如下：

（1）2021 年 3 月 29 日召开七届十一次董事会，审议通过《关于公司 2021 年度财务报告的议案》、《关于公司 2021 年度财务决算报告的议案》、《关于公司 2021 年年度报告及其摘要的议案》等 15 项议案。

（2）2021 年 4 月 26 日召开七届十二次董事会，审议通过《关于公司 2021 年第一季度报告的议案》和《关于公司会计政策变更的议案》。

（3）2021 年 8 月 12 日召开七届十三次董事会，审议通过《关于公司对深圳莱宝光电科技有限公司提供担保的议案》。

（4）2021 年 8 月 26 日召开七届十四次董事会，审议通过《关于公司 2021 年半年度财务报告的议案》等五项议案。

（5）2021 年 9 月 10 日召开七届十五次董事会，审议通过《关于设立全资子公司投资建设尺寸液晶显示模组（TFT-LCM）项目的议案》。

（6）2021 年 10 月 25 日召开七届十六次董事会，审议通过《关于公司 2021 年第三季

度报告的议案》。

(7) 2021年11月15日召开七届十七次董事会，审议通过《关于公司合作开展南山工厂城市更新改造项目的议案》和《关于召开公司2021年第一次临时股东大会的议案》。

二、董事会下设专门委员会 2021 年工作情况

公司董事会下设审计委员会、战略委员会、薪酬与考核委员会、提名委员会，按照《公司章程》、各个专业委员会各自的议事规则等有关规则、规定，认真履行职责，维护了公司利益和全体股东的合法权益。各专业委员会报告期内完成工作情况如下表所示：

委员会名称	成员情况	召开会议次数	召开日期	会议内容	提出的重要意见和建议	其他履行职责的情况	异议事项具体情况（如有）
董事会 审计委员会	熊楚熊、 邹雪城、 赖德明	6	2021年02月02日	审议《2020年度审计监察部内部审计工作总结-征求意见稿》等8项议案	无	无	无
			2021年02月25日	审议《2020年年报审计初步意见》	无	无	无
			2021年03月18日	审议《关于《公司2020年度财务报告内部审计报告》的议案》等8项议案	无	无	无
			2021年04月17日	审议《关于《公司2021年第一季度财务报表内部审计报告》的议案》等11项议案	无	无	无
			2021年08月12日	审议《关于《公司2021年半年度财务报告内部审计报告》的议案》等10项议案	无	无	无
			2021年10月18日	审议《关于《公司2021年第三季度财务报表内部审计报告》的议案》等10项议案	无	无	无
董事会 战略委员会	邹雪城、 臧卫东、 李绍宗	2	2021年03月11日	审议《关于调整募集资金项目<新型显示面板研发试验中心项目>部分建设内容及投资进度的议案》等2项议案	无	无	无
			2021年08月06日	审议《关于设立全资子公司投资建设中尺寸	无	无	无

				液晶显示模组 (TFT-LCM) 项目的议案》			
董事会薪酬与考核委员会	杜文君、熊楚熊、梁新辉	3	2021 年 03 月 18 日	审议《关于公司董事、监事、高级管理人员 2020 年度薪酬发放情况的议案》	无	无	无
			2021 年 06 月 22 日	审议《关于公司 2020 年度激励基金使用与分配方案的议案》	无	无	无
			2021 年 08 月 26 日	审议《关于公司部分高级管理人员沿用既有绩效薪酬方案的议案》	无	无	无
董事会提名委员会	蒋大兴、杜文君、徐会军	1	2021 年 08 月 16 日	审议《关于拟聘任高级管理人员的议案》	无	无	无

三、主要经营指标完成情况

2021 年，受 win 11 操作系统日益被更多消费者接受、全球笔记本电脑进入升级换代周期、新兴市场的消费者对笔记本电脑的旺盛需求及全球商业需求恢复性增长等叠加因素影响，全球笔记本电脑整体出货量同比 2020 年同期继续稳定增长，根据专业研究机构集邦咨询（TrendForce）2022 年 1 月发布的调查数据，2021 年全球笔记本电脑出货量 2.46 亿台，比 2020 年增长 19.4%。2021 年上半年，受新冠病毒疫情影响，远程教育、居家办公对笔记本电脑尤其是教育笔记本电脑的需求仍维持同比较高速增长，其中以 Chromebook 为代表的教育笔记本电脑大部分为触控笔记本电脑，相应带动公司 2021 年上半年主导产品中大尺寸电容式触摸屏销售大幅增长；2021 年下半年，随着新冠病毒疫苗接种率的不断提升，海外不少国家陆续恢复正常的学校学习和正常办公秩序，教育笔记本电脑需求逐步恢复常态化需求，市场需求环比上半年大幅下降；此外，受新冠病毒疫情间歇性蔓延影响，消费者的消费支出能力和未来消费预期下降，以中高端市场为主的触控笔记本电脑市场需求环比上半年有一定程度的下降。

2021 年，公司充分发挥全球笔记本电脑用触摸屏龙头厂商、客户资源优质且相对多元化等竞争优势，公司积极巩固和开拓全球笔记本电脑等中大尺寸电容式触摸屏产品和车载触摸屏产品市场，全力以赴保障客户产品交付需求，中大尺寸电容式触摸屏全贴合产品和车载触摸屏产品的销量及销售收入均较上年同期增长，但该等产品的销售毛利较上年同期略有下降，主要是下半年销售毛利率较高的产品比重下降、中大尺寸电容式触

摸屏及全贴合产品和车载触摸屏产品的生产成本上升影响所致；2021年，公司ITO导电玻璃产品与TFT-LCD产品销量及销售收入均较上年同期增长，并通过积极开展设备自动化改造、生产工艺优化、生产效率提升等一系列工作，该等产品的销售毛利同比增加；综上，公司2021年销售收入与销售毛利均实现同比增长，对公司2021年经营业绩带来有利影响。2021年，美元兑人民币汇率贬值较上年同期大幅度下降，产生的汇兑损失同比大幅下降，对公司经营业绩带来的不利影响大幅减少；但是，2021年研发费用投入同比增加及营业外收入同比减少，对公司经营业绩带来一定的不利影响。

2021 年度，公司实现营业收入 768,230.45 万元，比上年度增加 93,077.51 万元、增长 13.79%。2021 年度，公司实现归属于上市公司股东的净利润为 49,112.84 万元，比上年度增加 5,303.10 万元。

2021 年度，经营活动产生的现金流量净额为 63,892.85 万元，比上年度增加 39,773.84 万元。

四、行业竞争格局和发展趋势

（一）行业竞争格局

ITO 导电玻璃方面，随着2022年全球TFT-LCD显示面板的供应不再紧缺，彩色 TFT-LCD显示面板对黑白显示市场替代进一步加剧，用于生产黑白TN/STN-LCD显示面板的关键原材料——ITO导电玻璃的2022年市场需求可能同比下降，市场竞争日益加剧。此外，ITO导电玻璃技术近几年来基本处于停滞状态，市场的激烈竞争主要体现为价格竞争。

TFT-LCD方面，受全球疫情影响，小尺寸显示屏市场需求持续低迷；此外，随着全球G8.5及以上高世代TFT-LCD面板线新增产能逐步释放，G6及以下世代显示面板生产线逐步向小尺寸面板市场释放产能，中小尺寸TFT-LCD显示面板供大于求的形势逐年加剧，价格持续降低；同时，诸如LTPS TFT、氧化物半导体TFT、AMOLED等新技术生产线陆续投产，产品向平板电脑、智能手机等终端市场广泛渗透，侵蚀了非晶硅TFT-LCD显示面板的市场份额，非晶硅TFT-LCD面板市场竞争形势日益激烈。

触摸屏方面，公司是全球中大尺寸电容式触摸屏的龙头厂商，产品主要应用于触控笔记本电脑、车载触摸屏等领域。全球新冠病毒疫苗接种率逐步提高，人们逐步回归办公室办公、学生回归学校上课，因疫情带动的居家办公、远程教育需求逐步收敛，同时

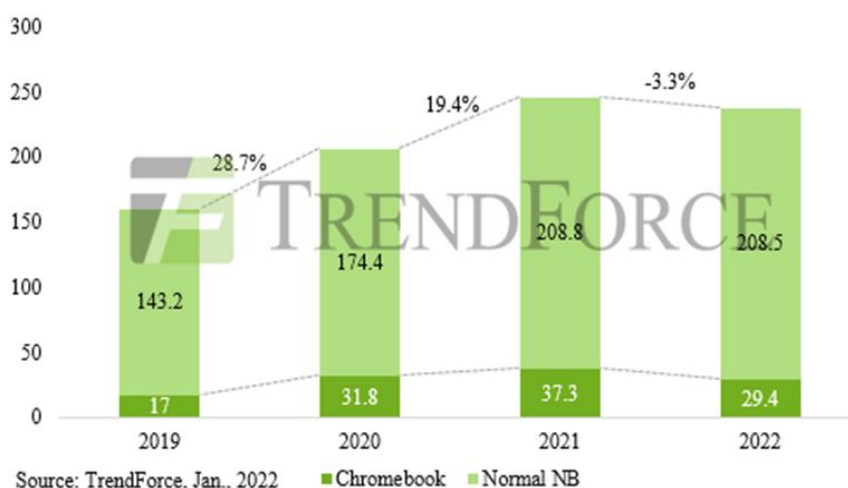
商业办公对笔记本电脑的更新换代需求将出现增长，受该等综合因素影响，专业研究机构预计2022年全球笔记本电脑需求将同比小幅下降。随着Windows 11操作系统及Chromebook教育笔记本电脑等对触控功能的支持，以窄边框、支持手写笔、触控灵敏度高为主要特征的电容式触摸屏在笔记本电脑上的渗透率有望稳定增长，相应带动笔记本电脑用触摸屏市场需求稳定增长。此外，随着全球汽车市场进一步加速向电动化、智能化、互联网化、共享化等方向发展，车载中控屏、车载仪器仪表、车联网、车载娱乐系统等创新应用日益增加，车载触摸屏日益向大屏化、多屏化方向发展，车载触摸屏未来市场需求仍有望持续快速增长，尤其是双联屏、3D曲面屏等车载触摸屏在中高档市场需求快速增长。

（二）行业发展趋势

根据专业研究机构集邦咨询（TrendForce）于2022年1月公布的数据显示，2021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 11 操作系统更新升级以及产品更新换代等影响，2021年全球笔记本电脑出货量达2.46亿台，比2020年增长19.4%，TrendForce预测2022年全球笔记本电脑出货量2.38亿台，同比下降3.3%，具体统计预测情况如下图所示：

2022年全球笔记本电脑出货量预测

出货量单位：百万台



数据来源：集邦咨询（TrendForce），2022年1月

触控笔记本电脑凭借便携性、良好的商务办公能力、娱乐功能为一体的特征，再加

上PC厂商不断推广轻、薄、便携、多点触控、悬浮触控、支持手写笔、电池更耐用、窄边框、高分辨率、时尚美观等全新体验的创新笔记本电脑（NB）产品，触控笔记本电脑市场需求2022年仍有望稳定增长。

受触摸屏在笔记本电脑的渗透率稳定提升影响，全球市场新进入者日益增多，价格竞争日益激烈。此外，显示面板厂商大力推广On-Cell结构、In-Cell结构的触控显示屏在笔记本电脑、汽车等终端的应用，受限于支持手写笔操作、边缘触控等性能影响，目前主要集中在中低端触控笔记本电脑和一体化计算机市场，但随着该等产品技术性能不断提升，将日益挤占外挂式结构（OGM、GF2等）电容式触摸屏厂商的市场空间。

此外，在新型显示技术方面，Mini LED在背光源方面应用逐步增加，目前成本较高，主要应用于高端的平板电脑、笔记本电脑和液晶电视等领域，在RGB直接显示方面技术日益成熟，逐步具备商业化生产条件；柔性AMOLED显示面板技术日益成熟、生产成本下降，相应带动折叠屏智能手机市场需求快速增长，生产成本仍较高、以高端应用为主；LTPS TFT占据智能手机的主流地位，应用逐步向车载、高端笔记本电脑拓展，氧化物半导体TFT以其较高的性价比且不断提升的技术性能占据中高端笔记本电脑显示的主流地位，并逐步向车载、医疗等应用领域拓展；Micro LED、LTPO AMOLED、硅基OLED、彩色电子纸显示等新技术、新产品不断创新，市场日益成熟，未来发展空间广阔。随着第五代（5G）移动通信技术应用不断拓展，物联网、工业互联网、人工智能等新兴产业日益兴起，将相应带动智能穿戴产品、5G智能手机、彩色电子书包、电子白板、智能家居等新兴电子产品的需求增长，相应要求匹配更高画质的显示屏及其配套更多创新使用体验的触摸屏。

五、公司发展战略

上述行业发展趋势，将对公司2022年的经营发展带来较大的挑战与机遇。显示方面，公司2022年将持续投入研发资源，研究开发具备低电阻、膜厚均匀性更好的ITO导电玻璃新产品，以及持续研究开发采用柔性基板的柔性CF产品、柔性TFT-Array产品、彩色电子纸显示屏产品；在稳固现有ITO导电玻璃及TFT-LCD客户的基础上，持续开发更多优质客户并持续开拓更多产品应用领域。触摸屏方面，公司2022年将持续加大车载、医疗、智能家居等专业应用市场用触摸屏和商用笔记本电脑等消费类电子产品用触摸屏的市场开拓力度，持续优化SFM结构、OGM结构、AOFT结构中大尺寸一体化电容式触摸屏的量产工艺，不断提升良品率和生产效率；持续加大超硬AR镀膜、金属网格不可见

结构电容式触摸屏等新产品的开发和市场推广力度；持续优化超硬AR膜、SFM结构Film Sensor等产品的设计和制作工艺，不断提升良品率降低生产成本，满足产品大批量生产要求；持续开发和优化一体黑、双联屏、3D曲面贴合制作工艺技术，不断强化一体黑、双联屏、3D曲面贴合在车载触摸屏和触控笔记本电脑的竞争优势，结合公司已有盖板玻璃、电容式触摸屏传感器面板（G2.5、G3、G5）生产设备资源以及AR/AG/AF等光学功能膜层制作等电容式触摸屏全产业链资源优势，不断巩固和强化公司在全球中大尺寸电容式触摸屏市场龙头厂商的优势地位。

公司长期发展战略是坚持走专业化发展道路，以自主掌握核心技术为发展动力，以市场为导向，不断增加高附加值产品的产销比重，优化产品结构，巩固在平板显示及触控器件产业的市场竞争优势的基础上，突出产品差异化的优势，借助已有技术资源和上市公司资本运作平台资源，积极寻求新的产业发展机会，努力建成“国内一流、国际知名”的高科技产品的研发和专业制造企业。

六、2022 年主要工作目标

1、继续巩固全球笔记本电脑用触摸屏龙头厂商的地位，进一步加大车载触摸屏的市场开发力度，大力推广SFM/GMF、AOFT、超硬AR镀膜、金属网格不可见结构电容式触摸屏等新产品市场应用；加强客户沟通和市场开发，努力实现中尺寸TFT-LCM产品生产和销售平稳。

2、进一步加大新产品、新技术、新工艺、新设备等开发力度，开发可量产的新产品，力争尽早实现超硬AR镀膜、金属网格不可见结构电容式触摸屏、曲面和异形贴合车载触摸屏等产品量产；研发卷对卷（R2R）涂布工艺及柔性薄膜材料，做好2023年新材料量产准备；持续优化Mini LED、彩色电子纸显示等新产品的设计及制作工艺，尽早具备产品化和量产条件，不断培育出新的业务增长点。

3、优化产品线和生产基地的布局，优化改进产品生产工艺流程，进一步提升精细化生产管理水平，不断提高良品率、工时效率。

4、持续推动各生产单元生产管理优化项目的落地实施，不断降低生产成本；深入优化提升信息化管理水平，2022年成都莱宝MES系统上线运行，力争2022年底前建立健全深圳标准数据库，借助信息化管理专业工具，不断提升精细化生产管理水平。

5、积极寻找和推进公司长远发展亟需的投资、合作项目，力争项目尽早落地实施，为公司长远可持续发展奠定基础。

6、用好用活公司激励基金池，充分发挥吸引和留住核心骨干人才的积极作用。切实开展人才梯队建设，切实建立起人才评价、培养、培训、选拔、任用、晋升的机制，为人才提供事业平台，为公司提供人才保障。

深圳莱宝高科技股份有限公司

董事会

二〇二二年三月二十九日