

证券代码：002475

证券简称：立讯精密

立讯精密工业股份有限公司  
投资者关系活动记录表

编号：2023-001

投资者关系活动类别	<input 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 checked="" type="checkbox"/> 其他：现场会议
参与单位名称及人员姓名	请参看附件
时间	2023年2月24日 14:00-18:30
地点	东莞市清溪镇北环路313号立讯精密
上市公司接待人员姓名	董事长、总经理王来春女士；首席运营官李斌先生；副总经理、董事会秘书黄大伟先生；可持续发展中心负责人 Stella；汽车事业处总经理 Lidya；汽车事业处线束产品研发负责人 Ricky；汽车事业处连接器产品负责人 Gary；汽车事业处智能座舱产品负责人 Ying；汽车事业处智能驾驶产品负责人 Felix；通信业务事业处负责人 Sky；通信业务处 Jun；智能资讯发展平台负责人 Echo。
投资者关系活动主要内容介绍	<p>一、首席运营官李斌先生对公司整体业务概况及核心竞争优势进行说明介绍</p> <p>立讯精密在消费电子、汽车、通信、医疗产业深度聚焦和发展，在不同应用场景下多元化布局各类产品线：</p> <p>1、办公场景中，公司充分发挥数字化时代万物互联的机会，深度布局智能显示器、智能会议系统、MR、智能音箱、笔记本电脑、控制器、平板电脑、智能手机、无线充电及安防摄像头等产品界面；</p> <p>2、在智能穿戴场景中，随着消费者对运动、健康的进一步关注，公司通过布局AR眼睛、骨传导耳机、无线蓝牙耳机、智能手环、智能手表等产品界面，实现对消费者健康数据的追踪和监控；</p> <p>3、在室内家庭应用场景中，公司高度关注消费者对娱乐、影音、美容、健身等居家生活品质的不断追求，也充分布局了智能吸尘器、游戏手柄、智能转接头、电子烟、路由器、智能音箱、电子书、扫地</p>

机器人、美容仪、TAG 追踪器、VR 等产品界面；

4、公司将多个应用场景下不同产品界面的能力延伸至室外应用场景，通过户外电源、平衡车、电动滑板车、智能车锁、电动车充电器、智能头盔等产品线，满足了消费者对于移动装置设备及相应的能源产品需求；

5、在数据中心应用场景中，公司持续在低速、高速 IO 接口的光、电传输上提供原创性开发。同时，随着传输数据量的持续增长，热管理问题也随之产生，公司去年已成功布局热管理系统模块，实现了数据中心完整解决方案的垂直整合；

6、在射频通讯场景中，公司深度整合和聚焦在天线、CPE、塔放、射频单元等产品线；

7、在汽车新四化过程中，公司坚定布局舱内、舱外产品线，综合覆盖线束、连接器、智能座舱、智能驾驶等领域；

8、公司从消耗类产品起步进入医疗产品线，多年来，随着在消费电子、通信行业累积的光、声、电、磁、热、射频等综合能力，公司已开始向手术、影像类等设备产品线进行快速整合。

上市以来，公司在多个产业均实现快速成长，工艺+底层技术构建了公司强大的能力拼图：

1、在工艺层面，公司致力于赋能客户在相关产品领域实现差异化竞争力。公司将各产品的技术工艺特征进行深度解析，通过充分掌握各项工艺，从而实现对不同产品的掌握。同时，公司高度关注新材料对新工艺的催生效果，并聚焦实现新工艺给公司带来差异化的开发能力。

2、底层技术层面，公司聚焦在光、声、电、磁、热、射频等领域，完整的底层技术可充分支撑公司在工艺及产品面的有效叠加。

在产品、工艺、底层技术的有机结合下，公司致力于从以下三个方面实现为客户的价值赋能：

1、跨界升维。将现有能力进行跨界应用，并通过解析需求场景和技术能力，实现应用能力的升维；

2、通过从零件、模组到系统，顺向或逆向的垂直整合，不断挖掘价值的深度；

3、全球化产能布局，顺应国际、国内双循环相关需求。

综合而言，公司深度聚焦底层技术和工艺的复合开发，通过该模式实现对产品的赋能和差异化经营，并通过将公司产品堆叠创造场景，在各类场景中创造生态。在不同的生态、场景及产品组合下，立

讯精密致力于成为最完整的解决方案提供商。

此外，我们针对公司消费电子海外目标客户及国内消费电子客户市场进行了深度分析，针对不同客户，分别从不同终端产品的各类核心零部件、模组及系统集成方案角度解析公司已经服务及有能力并正在拓展的商业机会。

公司通过以下思路拓展其他消费电子海外目标客户市场：

1、赋能初创公司聚焦的细分市场，协助初创公司实现从想法到产品再到商品的转变；

2、发现产品痛点创造极致的用户体验，在红海中发现蓝海，寻找弯道超车的机会，同时开辟新赛道。例如，通过将多种功能进行高效组合的方式，拓展新产品新需求，实现在新赛道的开拓。

公司针对国内消费电子市场的拓展思路：

1、积极响应消费者对国产产品需求的提升，赋能国内品牌客户；

2、海外高端人才回流带回高精尖技术，为其创业提供产品平台支持；

3、优秀国产品牌出海，公司可通过海外多个工厂为其提供完整的资源匹配；

4、国产品牌对于产品品质要求持续提升，公司通过高品质表现实现对原有中小型供应链的补强。

公司经过深度的市场调研及能力分析，未来 3-5 年，在可预见的其他消费电子海外目标客户及国内消费电子目标客户总体市场，公司预计可实现不低于 30% 的高质量年复合成长。

## 二、可持续发展中心负责人 Stella 对公司绿色低碳举措、成果及目标进行说明介绍

### （一）立讯精密可持续发展战略

可持续发展一直是立讯精密追求的目标，企业的长存和健康发展离不开我们在环境、社会和治理方面所作的努力。围绕环境、社会和管治三个维度，公司制定了可持续发展的四大管理方针，从科学治理、绿色低碳、和谐健康以及责任采购四个方面构建完整的可持续发展战略体系。其中，“绿色低碳”一直是公司关注的重点，这也代表了公司在这方面的决心和重视程度。

公司每年都会进行重要性议题识别。2022 年，公司通过与利益相关方沟通，确认了 19 项重要性议题，其中“气候变化风险与机遇”、“零碳承诺与碳管理”两项议题重要程度最高，这与外部客户、监管

机构、投资者以及公司内部对绿色低碳发展的驱动是高度吻合的。

## （二）立讯精密绿色低碳部署

立讯精密在生产运营过程中积极践行绿色低碳发展理念，坚持“节能减排、使用可再生能源为主、碳抵消为辅”的策略，逐步实现自身运营及产业链、价值链碳中和的有机结合。因此，公司明确了三步走的碳中和路径，首先是在公司内部进行碳排查，其次在碳排查的基础上进行碳减排，最后在碳减排的基础上对不能完全减排的碳以其他方式进行碳中和。

公司秉承缓解气候变化的雄心，积极响应国家的双碳目标，基于SBTi 1.5℃路径展开科学碳目标制定工作。在减碳行动方面，公司的目标是在2050年之前通过节能减排、屋顶光伏建设，直购绿电，绿能投资等方式实现生产运营碳中和。

随着气候问题逐步引发强烈关注，国内做出制定科学碳目标承诺的企业逐年增加，目前已达到145家，立讯精密是在2022年1月做出公开承诺，成为前50家承诺制定科学碳目标的中国企业。

## （三）立讯精密绿色低碳实践

公司在拟定科学碳目标过程中，遵循ISO14064标准开展碳排查，在这过程中，也积极推动产业链、价值链深度参与，并建立合理的减碳方案和减排路径。在2022年1月立讯精密承诺基于SBTi 1.5℃路径设定科学碳目标，在2022年底完成了组织边界内2021年的碳数据的核查，到2023年底将完成科学碳目标的验证与批准。接下来公司就将会根据这个目标制定实现路径、跟踪措施和调节机制。

近年来，公司积极推进自身能源结构转型，通过多种方式进行节能减排，减少企业温室气体排放。以“节能减排”与加大“清洁能源的使用”为切入点，并积极调研绿能投资的可行性，丰富绿色权益的获取途径，寻找更佳解决方案。

在节能减排方面，公司从“生产用电、供气系统、中央空调、车间风机、生活办公”五大用电种类入手，通过新技术的引进，并导入智能IOE能源管理平台，稳步实现节能目标。截至2022年底，公司年节能率接近10%，节能效果显著。在清洁能源使用方面，公司大力推进屋顶光伏项目的建设，充分利用厂区屋顶资源，积极推动各厂区节能降碳。目前公司屋顶光伏总资源共计194兆瓦，已建28%，在建35%，剩余的部分在评估规划中，进展顺利。另外，在绿色产品研发方面，我们主动把握清洁技术市场机遇，积极布局太阳能、电池、电动汽车等技术领域，从“替代能源”、“能效提升”和“污染防治”

等方面，以成熟的精密制造积淀，助力绿色低碳产品的研发。

与此同时，公司注重绿色制造体系的搭建，在公司内部积极推动“废弃物零填埋”和“可持续水管理”这两项重要的专项工作。目前公司累计有 12 家工厂获得废弃物零填埋 UL 2799 铂金级认证，废弃物平均转化率达 87.3%，并预计 2023 年 3 月将完成 2 家公司的国际 AWS 认证应审及取证。

此外，公司积极推行绿色工厂，目前共拥有国家级绿色工厂 6 家，省级/市级绿色工厂 5 家，市级环保示范企业 2 家，以及市级（近）零碳工厂 2 家。

立讯精密致力成为绿色低碳理念的传播者，并通过多方面开展相关工作，包括常态化披露、专项报告披露、专题培训、以及线下活动等方式开展各类宣传活动：

1、公司在官网全面展现立讯精密对于可持续发展方面的愿景，战略规划、管理方针以及低碳承诺，并进行内外部的新闻传播。

2、公司已连续三年披露《可持续发展报告》，系统性总结可持续发展战略推进情况，并在 2022 年开始发布专题报告，以展示立讯精密可持续发展相关专题性工作推进情况。

3、公司组织管理层、相关职能部门及供应链成员参与专题培训，提升相关领域的专业水平。

4、在 2022 年全国低碳日，公司联合昆山市旅游度假区经发局在厂区内举办主题活动，向员工普及绿色发展理念和节能减碳知识，邀请员工以低碳生活方式加入我们的气候行动。

#### （四）立讯精密收获的关注与认可

随着在可持续发展的管理与信息披露的水平不断提升，立讯精密收获了越来越多的外部关注与肯定。公司在 CDP 2021 年评选中荣获气候变化和环境信息披露进步奖，并在 2022 年的气候和水安全评级中均提升至 B 级。此外，公司还获得彭博绿金、新浪财经、新华信用“金兰杯”以及福布斯中国颁发的中国 ESG50，中国可持续发展工业企业前 50 名等奖项。所获的这些荣誉不仅是对公司可持续发展工作的认可，也是激励公司不断提升的动力。未来，公司将继续肩负社会责任，持续推进公司可持续发展战略与低碳建设。

### 三、汽车事业处总经理 Lidya 对汽车业务整体布局及未来展望进行说明介绍

从发展历程方面来说，立讯精密汽车业务板块的起步源自于



2008 年和一家全球领先的 Tier1 公司合作一款 USB 的数据线，产品虽小，但过程非常的周折。透过这样的过程，我们初步了解了这个行业，这就是汽车事业处的雏形。汽车产业的门槛很高，在进入汽车产业后公司便提出了内生和外延并进的发展策略，在 2012 年和 2013 年通过并购福州源光及德国 SuK 让公司在复杂精密结构件上有了很好的突破，成为了欧美顶尖 Tier1 的供应商。复杂精密结构件与汽车整车线束的成功、突破与积累带动了公司其他 Tier1 产品的拓展，也为智能座舱、智能驾驶等各产品线提供了很大的助力。2018 年公司控股股东并购德国采埃孚旗下 BCS 公司，此并购让公司迅速在客户及产品拓展上得到了很多助力。2022 年公司控股股东入股了奇瑞，同时公司与奇瑞开展深度合作，公司被越来越多的人关注，价值也被越来越多的客户认可及发现。2018 年至 2022 年，这是智能电动汽车起步和逐步发力的时期，这段时间公司在消费电子领域取得了优异的成绩，这也促进了公司在汽车产业快速的发展。从 2022 年全球汽车零部件 100 强的门槛数据上来看，公司已然进入了全球汽车零部件 100 强内。多年的投入、积累与努力，公司将会开始收获回报。现在来看，汽车产业的创业潮已逐渐结束，公司非常庆幸早已推开了汽车产业的大门，带着一众产品已然浩浩荡荡地进军了汽车产业。公司将结合汽车产业的特点，将把消费电子领域及通讯领域的成功经验应用在汽车领域，公司的目标一直都是汽车零部件市场的最高山峰，公司一直在为此而努力。

在客户方面，依托公司强大的客户平台和产品矩阵，“新产品老客户，老产品新客户”的发展逻辑得以支持。公司的整车客户包含了国内外传统车企、新势力及新新势力，这三大类的客户群体是公司在汽车产业非常核心的客户。公司在 Tier1 业务方面的客户则为全球范围内拥有非常高知名度及长久历史的公司，这些穿越各经济周期依然经久不衰的公司是我们长久以来的学习目标。在制造基地布局方面，因应汽车产业讲究就近配套的特殊性，公司目前在国内外已拥有多家制造基地就近服务客户，公司仍在继续新建制造基地以持续满足客户的需求，公司的全球布局已然成为了公司的核心竞争力之一。

在产品布局方面，多产品线发展一直都是公司长期的发展战略，公司的产品主要分为四大部分：汽车神经系统、汽车智能驾驶、汽车动力系统及汽车智能驾舱，包含汽车线束、连接器、智能驾驶域控制器、毫米波雷达、充电枪、AR-HUD、多连屏等多品类、多规格产品。

#### 四、汽车事业处线束产品研发负责人 Ricky 针对汽车线束产品发展及展望进行说明介绍

##### （一）汽车线束产品特性

汽车线束并非为单一品类，其由发动机线束、前舱线束、顶棚线束及车身线束等多品类线束组成。汽车线束为整车电子电气网络的主体，承载着所有用电设备的连接，贯穿着汽车不同的部位功能，其作用在于主导相关电源及信号的传输，被誉为“汽车的血管及神经系统”。汽车线束产品有以下特性：

1、降本增效及轻量化趋势：随着汽车电子电气架构的不断快速发展，整车架构日益复杂，功能日趋多样，因此整车电子电气架构的革新对厂商提出了更多的要求，包括降本增效及轻量化。

2、高质量和柔性生产要求：生产汽车线束产品的特点在于其零件多、专业性要求高、需快速多变的工程变更及需劳动密集与高科技相结合的特性，因此线束的生产既要非常坚硬，又要非常柔性，还要时刻关注质量、交付时间及成本。

3、竞争格局行业集中度高，但国产替代空间广阔；当前的线束行业是由少数的外资及合资企业长时间占据大部分市场份额，随着国内自主品牌及新势力的快速发展，全球及中国市场上汽车销量及汽车线束销售预测，我们可以预见到线束产业的国产替代空间广阔。

##### （二）立讯精密的优势

1、立讯精密的长处在于拥有强大的技术及资金支持、对标全球高标准的流程和体系、清晰战略和产品化布局及深度垂直整合的供应链能力，可以说高速发展的中国市场给我们提供了一个展现的舞台。

2、立讯精密是线束行业内唯一一家具备全方位、一站式解决方案的提供商，能够提供给客户多样化、全面化的选择。汽车的电子电气架构从过去分布式电子电气架构逐渐演变至域集中式电子电气架构，未来汽车电子电气架构还将往车辆集中式电子电气架构发展，因应汽车电子电气架构的发展，越来越需要线束厂商提供整车低压、高压、特种线束及充电枪完整的设计、制造、验证一体化的解决方案。

3、立讯精密在汽车线束方面的核心竞争力在于公司拥有敏捷高效的设计研发、智能制造与创新技术应用的能力。近年来因应汽车产业的发展，传统的整车设计周期从以往的24个月逐渐缩短为18个月，而随着汽车新势力的不断发展，针对新能源汽车的整车线束设计周期被压缩到了12个月左右，故此对汽车线束供应商提出了更多、更高的要求。正是因为公司有着一套成熟的标准化、自动化工具及管理系

统，助力产品开发敏捷高效，通过深度拉通与智能共享，结合智能制造方面的自动化生产能力与创新技术应用，才拥有了在面对复杂产品时的底气，全面保障效率、质量与解决能力并行。

4、立讯精密全球化研发、制造的战略布局也成为了公司的核心竞争力之一。

### （三）公司的愿景

公司的愿景是成为客户心目中值得信赖的战略合作伙伴，通过稳定快速的增长领先市场，以智能化、自动化、数字化及集成化提供创新能力，配合强大的产品开发能力、卓越的制造能力及优异的质量管控，协同整合公司在消费类、通讯类及其余汽车品类的技术能力和机会，搭配公司全球化研发、制造的战略布局，成为全球领先的电子电气系统集成供应商。

## 五、汽车事业处连接器产品负责人 Gary 对汽车连接器板块使命、愿景和地位进行说明介绍

### （一）汽车连接器市场状况

1、就规模而言，全球连接器市场 2021 年 780 亿美金，预计 2025 年约 1,000 亿美金；通讯和汽车是在连接器上两个最大的细分市场，其中汽车连接器占 23% 份额；汽车连接器 2021 年 171 亿美金的市场规模，到 2030 年预估会达到 330 亿美金的市场规模，成长接近一倍，而这个增长主要来自于汽车电子化带来的连接器需求的增加。就地区结构而言，2021 年中国连接器市场占据全球 32% 的份额，中国是全球最大的连接器市场；

2、从全球汽车连接器市场竞争格局来看，行业的集中度很高，可以预见到 2030 年，如果拿到 3% 的全球市场份额就应该可以进入全球前 5 的汽车连接器排名；泰科电子将近 40% 的市场份额，安波福和 Yazaki 约各自占据 12-13% 左右，从第四名开始就只有 4% 左右，全球排名前 10 的汽车连接器公司，没有一家中国公司；

3、中国汽车连接器市场基本被外资品牌垄断：在 2021 年市场规模不到 400 亿人民币，预计在 2030 年将达到 1,000 亿人民币，以泰科、安波福、安费诺、莫仕以及罗森伯格为代表的外资品牌连接器公司，占据了乘用车 95% 以上、商用车 85% 以上的份额；

### 4、中国汽车连接器进入痛点：

（1）有别于消费电子产品连接器，汽车连接器以企业标准为主，不同车厂不同的标准，导致进入障碍高。



(2) 需要有庞大的资金、技术资源支撑。汽车连接器型号多、单个价值低。但作为被动电子元器件，连接器在研发和制造上都有很高的技术难度，典型的汽车连接器企业的活跃料号通常都要过万，同时甚至还要维护几万个料号，因此这是一个技术密集型的产业。

(3) 需要长时间工程技术积累，也需要耐心、稳固的客户渠道和出海口平台。汽车连接器是关乎汽车神经系统和血管系统的关键零件，对于整车控制系统、供电系统至关重要，其产品认证手续繁杂、时间长，产品开发落地量产周期慢，因此，进入汽车连接器领域需要长时间工程技术的积累和耐心；汽车连接器的认可流程和程序都由主机厂直接管控，具备以上条件之后还同时需要有稳固的客户渠道和出海口平台。

总的来说，参与到这个赛道的主体，需要有长期发展汽车连接器的决心，还要有足够的财力和技术、渠道、经营实力去支撑度过一个漫长的投入期，也正是这些痛点导致中国汽车连接器市场仍然被外资垄断。

#### (二) 立讯精密进军汽车连接器市场的原因

1、现在的中国已经出现了合适的时机与土壤，电动化和智能化所带来的汽车技术革命为汽车连接器新势力的出现创造了条件；

2、中国车厂，尤其自主品牌近年来的发展话语权在中国汽车行业乃至全球汽车行业已越来越强；

3、外资品牌持续走维持高利润的价格策略，这为中国本土品牌的业务发展提供了机会和空间；

4、立讯精密在 2021 年 Bishop 连接器企业排名中已位列第 4，但我们在汽车连接器领域仍没有排名，随着公司战略性大举进军汽车业务板块，我们进入汽车连接器领域也具备了天时地利人和；

5、我们消费类电子单元和通讯单元在连接器领域积累多年，依托我们在汽车 Tier 1 多客户多项目上的进展，可以更好的助力我们在汽车连接器领域的突破，更充分的发挥我们水平方向跨维度和纵深方向垂直整合的协同优势，为客户提供一站式的服务。

#### (三) 立讯精密进军汽车连接器市场的目标

1、我们的目标客户群除了乘用车，还有商用车、卡车、客车，也有特种车辆、摩托车、农用机械车辆和工程机械车辆等，我们的产品最终会用于全品类车辆；

2、从产品组合来看，我们有高压连接器、低压连接器、同轴连接器、以太网连接器、以机构注塑为特征的机电一体化结构件，还有

USB 连接器。简单来说，车上所有电连接的需要我们都会覆盖；

3、我们的使命是打造一个具有卓越全球竞争力的中国汽车连接器品牌，我们的愿景是 2030 年能够进入全球汽车连接器排名前 5，占据全球汽车连接器市场 3% 的份额，或中国汽车连接器市场 10% 份额。

#### 六、汽车事业处智能座舱产品负责人 Ying 对汽车智能座舱产品发展及展望进行说明介绍

汽车电子电气架构的演变给行业从业者带来了翻天覆地的变化，同时也给行业从业者带来了一定的转型压力。由于我们早在第一代分布式电子电气架构演变至第二代域集中式电子电气架构期间已经开始布局介入域控制器，公司对于产品将来面临的挑战认识时间较早，准备较为充分。公司在智能座舱方面的产品布局包含智能座舱域产品与车身控制域产品两大类，其中智能座舱域产品布局包含了智能座舱、AR 光学及视觉处理三类，车身控制域产品布局了电源管理及车身控制两类。

智能座舱域控制器发展趋势和芯片发展的趋势息息相关。公司智能座舱域控制器的产品线覆盖早期 NXP 座舱域控、国产化智能座舱平台及高通高端车机平台，以公司出品的 8155 座舱域控制器产品为案例，此产品目前在新能源及传统车厂的多款车型已批量使用，公司下一代中央高算力平台的规划正在进行中。根据研究机构的统计，2023 年国内智能座舱将以 64% 的渗透率高于全球水准，以目前国内的乘用车销量来计算市场份额，公司可看到的前景非常广阔。

以抬头显示产品为例，抬头显示产品一直都是公司智能座舱业务重要的组成部分，公司目前拥有 W 型 HUD、AR HUD、双层 AR HUD 等，基于公司强大的光学、热学、电学的能力，公司在各种开发过程中节省了大量的开发周期与工作量，使产品落地在效率提升的基础上拥有了大量的科学依据与保障。现时公司针对小体积双层 AR HUD 的折叠式背光方案设计案例在国内遥遥领先，在国外虽有同类型产品但是体积比公司现有设计方案要大得多。

在显示屏类的相关产品，结合公司在消费电子显示技术方面的能力，无论从新工艺，新制程，或是从表面贴合、光学贴合到全新的背光技术，公司都拥有着强大且全面的自身能力。车载显示屏市场规模随着汽车智能化进程迅速发展，从产品规模效应上来看，公司作为从业者见证了一个巨大的市场发展机会。公司在汽车车身域控产品上的

布局和公司在智能座舱相关产品上的布局时间一致。从早期 BCM 车用保险丝盒,到当前多功能车身域控制 BDCS 及下一代规划的区域控制器 ZCU 产品,公司一直在深度参与并引领最新架构下车身域控的研发与制造。

无论是智能座舱域产品或车身控制域产品,公司布局进入时间较早,技术较为领先,在应对行业的变化时充满信心,结合公司自身于垂直整合方面的能力,从成本控制、工艺管控及质量表现上越来越得到客户的认可。

## 七、汽车事业处智能驾驶产品负责人 Felix 对智能驾驶领域战略和未来的规划进行说明介绍

### (一) 战略定位及思考

立讯精密要在感知系统和计算单元两个方面成为一家领先的系统供应商,我们有以下优势:

1、团队专业性。开发团队有多年的量产开发经验,对于这个行业和市场的趋势有深度理解;

2、立讯精密平台上的垂直整合以及跨领域的供应链和产业链优势。核心零件供应链平台,尤其电子芯片元器件等资源的保障,如光学、散热部件、连接器、SMT、SiP 半导体智能制造工艺等,在成本和技术配套上对智能驾驶业务提供了大量支持;

3、建立了较完善的软硬件开发制造体系。我们的产品依托于硬件,同时我们也在不断的拓展在软件和 AI 方面相关的能力;

4、全球化的产业布局;

5、标准化的平台开发和灵活的业务配合模式;

我们能够提供自身研发的完整产品配套给客户,包括软硬件各方面;我们也可以同客户及我们的生态合作伙伴一起来合作开发。对于我们来说,我们更适应这个时代的需求,这些灵活的模式能够让我们进入到更多的客户,做各自最有效率的事情,把我们的优势发挥出来,从而把最有竞争力的产品提供给市场。

### (二) 对于智能驾驶技术未来趋势的思考

1、两条主线,一条线是辅助驾驶的渗透, L2 基础系统装备的普及化;另一条是高阶的智能驾驶拓展,在这两者之间的 L2+产品和行泊一体,会是未来几年值得关注的市场增长重点;

2、业务上,公司短期内绝大部分的营收载体仍然是硬件,来自于感知系统和控制系统产品,软件算法作为独立的业务,目前营收体

量还小，技术的收敛还需要一段时间，但这一部分未来是呈现扩大的趋势，整体上，我们预计到 2030 年智能驾驶在国内市场将是千亿规模，因此我们也会有相关布局。

### （三）目前产品拓展情况及未来布局规划

从产品组合来说，我们目前做的是感知单元、感知系统和计算单元。

1、针对 L2 基础系统和 L2+的进阶系统，包括我们长短距离的毫米波雷达，智能一体机、L2+ADAS 控制器都已进入量产，这些产品可以对标世界上最有竞争力的技术和产品，我们开发的长距离雷达，在精度和测量距离上其性能完全可以对标国际领先水平；我们量产的高性能短距离雷达，对比同业，其他短距离雷达可能仅看到 70 米，我们可以检测到 110 到 120 米的距离，且做到成本并没有很大的差距；还有很多算法我们以软件方式卖给客户应用到域控产品上，软硬分离，包括使用 AI 的方法来进行雷达的信号处理，这也是市场上未来的技术趋势；中算力的计算单元我们从软硬件的研发，包括系统的集成都是由自己完成，去年已经实现量产，可以实现 L2+行车和泊车功能，且与不同感知系统适配性强，因为它在成本和性能上的优势，是目前市场上非常有竞争力的预控产品，这也是未来业务的爆发点；

2、针对高阶系统，我们的中高算力平台可以灵活使用 1 颗或者多颗高算力 soc, 可以支持 100 到 500Tops 算力，其中包括系统架构、原理开发、仿真测试等都可以做，过程中很多软件和算法的配套会有合作伙伴一起，这方面我们已经拥有非常稳定成熟的在上层软件和算法领域的合作伙伴；车云体系产品，我们不仅可以提供车端的计算单元，还可以提供配套的云端及数据闭环的支持，主机厂对我们独有的能力表示高度认可。

从产品布局规划来看，我们不是什么都做，我们会结合专业团队对市场趋势的把握去做取舍与合理的布局。同时我们会把握节奏，基于我们对这个行业的深刻理解、对先进技术进度的了解以及对我们自身核心能力的认知，理性地判断哪些领域尚处研发阶段、哪些是可以突破落地的阶段来把握业务拓展的节奏。最重要的是我们做的不仅仅是单体产品，而是能够同步并配合整个产业发展的趋势，为客户提供完整的系统解决方案，成为平台化的系统供应商，我们相信几年以后公司的汽车产品会走出中国走向世界。

## 八、通信业务负责人 Sky 对公司通信业务整体情况及未来展望



## 进行说明介绍

### （一）立讯技术整体情况概述

立讯技术以核心元件和部件产品为基础，以系统整机产品的 JDM 和 ODM 为依托，打造了核心元件部件和系统产品双引擎驱动发展的战略。公司的核心元件部件产品有电连接，光连接，热管理，工业部件，射频部件等，系统产品有计算产品，网络产品，基站产品，工业产品等。随着信息技术在不同行业的广泛应用，公司也从最初的通信行业逐步拓展到了 IT 行业和数据中心行业，未来公司还将持续向工业和能源等领域开拓。

从市场容量上讲，在 2023 年公司面对的是一个 3000 多亿的市场规模，到 2027 年这个数字将接近 6000 亿。如此一个海量的市场，公司已拥有绝大部分的产品线及庞大的客户基础，接下来公司需要做的是将商业机会转化为实实在在的业绩。为此，立讯技术制定了三个五年的发展战略，第一个五年将专注于规划中的产品落地，以及持续扩大已落地产品的市场份额；第二个五年将更多关注跨行业的发展，借助在信息技术领域的积累拓展到工业、能源等领域，这个拓展不是五年后再去做的，而是现在就已经开始，五年后希望这些拓展能成为公司新的成长曲线；第三个五年则会依托第二个五年建立的市场地位和能力，将立讯技术打造为有能力为客户提供一站式整体解决方案的提供商。

公司依托“应用一代、开发一代、研究一代”为产品核心战略，通过分析行业发展趋势和产品的系统架构，拆解具体产品的技术要求，形成公司的能力沙盘。这些能力沙盘的建立，牵引着技术研发的方向。通过技术的突破建立产品的技术体系，同时技术转化成产品需要强大的精密智能制造能力，而产品转化成商品又需要很强的出海口平台，立讯技术不仅拥有强大的精密智能制造能力，同时还拥有宽广的出海口平台，因此立讯技术具备从技术向产品，产品向商品转化的长期、持续、稳定的核心竞争力。

在基础研究与技术创新方面，立讯技术创建了全自研界面、全自有知识产权的轩辕平台，并以轩辕平台为依托打造围绕产品的行业生态。同时，立讯技术积极参与行业协会和标准组织，深度参与标准的制定；另外，公司还发表了诸多技术论文和行业标准成果，例如与行业领先客户合作的下一代数据中心高速铜缆白皮书，在 Design CON 连续多年发表技术论文，更是主导编制了设备专用界面 QSFP112 的国际标准。这些成果有赖于我们持续在底层技术研究的投入。



人才是基础研究与技术创新的基础与核心，公司拥有强大的技术队伍，由行业顶尖的领军人才领衔，同时拥有 300 多位核心的技术骨干，上千位基层的技术人员，通过团队的努力耕耘，现在拥有了过千项专利，其中一半左右是发明专利；同时在生态建设方面也取得了多项成果，如公司参与头部行业客户下一代芯片平台的联合技术研究和白皮书发布，与主流行业客户联合发布服务器和交换机的高速互连界面标准，与光通信产业链联合发布 CPO 光互联标准。

立讯技术坚定立足于数据中心基础设施及通信设备的应用场景，向垂直、纵深不断探索前进。随着技术创新和基础研究的持续投入，着力深化单点技术的研究并融合单点技术，形成完整的解决方案组合，利用信息技术在不同行业的应用，不断拓展新的赛道和出海口。

### （二）电连接、光连接、通信产品与工业产品基本情况概述

电连接是立讯技术最早的产品线，积累也最深，近三十年来，立讯技术是唯一进入该领域第一梯队的供应商。光连接产品线专注于高速大带宽和硅光高端产品的研发，通过拓展跨行业、跨领域的应用机会，突破光通信领域需求的天花板。通信产品则主要围绕核心模组和整机产品两个方向，目前模组产品拥有滤波器、天线、塔放、合路器等，整机产品有小基站、RRU、微波定点传输产品等。工业产品以工业连接器和线缆组件为基础，逐步拓展模组和整机产品。

立讯技术自 2016 年起建立先进互连研究中心，围绕先进材料应用技术，先进工艺和装备，产品原理和仿真，先进检测和分析等几个方面展开工作，积累了大量的底层技术。同时依托立讯技术每年营收占比超 10% 的研发投入，使公司形成了庞大的技术库，也借此支撑公司未来的发展。

### （三）主要产品未来发展规划

1、电连接产品：立讯技术将持续深耕一线客户，不断扩大服务份额和品类，同时拓展二三线离散市场，发挥公司灵活高效的服务优势，助力老产品线的持续增长。通过强化高速互连产品的品牌影响力，沿着计算产品和网络产品主芯片的迭代，推动技术的演进，加快其他品类的拓展速度，建立更加完整全面的产品解决方案，从元件部件供应商走向提供完整解决方案的合作伙伴。

2、光连接产品：立讯技术继续深耕高带宽和硅光产品，持续投入技术研发和布局光电器件，建立更加完整的实力；依托研发能力和技术积累，提升光传感类产品能力，拓展光传感在工业和消费电子等领域的应用，建立更宽广的光连接产品出海口。

3、通信产品：除现有的模组和系统两大类产品能力外，立讯技术将不断进行技术创新，从多个方面进行突破，如我们创新地提出 Nano Filter 产品，实现在多个场景对陶瓷滤波器的替代；另外还自主研发滤波器全自动调试系统，改变了滤波器行业多年来依靠人工调试的现状，大大提升了生产效率和产品质量。

4、工业产品：立讯技术依托线缆、电连接产品为起点，建立工业解决方案体系。针对工业场景多产品杂的特点，结合发展现状，公司将重点专注于能源，轨交和工业自动化等领域，打造机电软产品解决方案。

### 九、通信业务处 Jun 对热管理产品线进行说明介绍

热管理广泛应用于消费电子、信息通信、汽车电子、再生能源、医疗健康、航空航天领域，每个领域都有清晰的应用范围。热管理业务的发展一方面受消费电子行业渐进式增长的影响，另一方面则受行业热点、风口的驱动，如 AI、5G、绿电、碳达峰诉求。通过这两项驱动因素的影响，不断推动热管理新技术的应用，进而提升整体市场规模。

立讯技术于 2022 年正式进入热管理领域，并引入了具有丰富行业经验和最佳实践的人才团队。通过对现有产线进行优化升级，结合热管理产品形态，将立讯精密部件自动化，全流程质量控制，供应链科学管理体系等优势赋能到热管理领域，实现产品规模化和精准布局。

目前立讯技术热管理产品主要有散热模组、水冷产品、风扇产品以及系统温控产品四个系列。从生态圈建设上讲，公司主要从三个维度持续为客户创造价值：

1、对于行业标准化产品（例如 X86 平台），公司配合客户推出相应的产品和细化的设计标准。

2、对行业高标准要求的客户，公司配合客户进行客制化研发及制造。

3、对于其他大部分客户，公司以立讯精密制造平台推出立讯标准和产品设计建议，借助柔性化制造能力进行生产制造。

未来，热管理业务将持续发挥技术优势，沿着核心零部件的自主可控，与整机系统解决方案制造双引擎的发展道路持续发展，构建包括材料技术、相变技术、温控算法、核心传感器在内的底层基础，以及绿色数据中心、智能汽车温控、未来生活热管理的整体解决方案，

配合现代化自动化智能制造体系，有机平衡标准化与客制化的需求，构建成本、技术、质量的领先地位。

另外，公司将从实施、介入、储备角度对中长期产品进行规划。实施主要指系统温控产品、机房水冷产品、散热模组、流体机械、浸没冷却产品。面向应用领域，公司将介入四类行业解决方案，包括智能生活、汽车、数据中心、新能源热管理。在储备方面，将侧重于材料领域技术能力，以导热材料和相变材料为两个立足点。

#### 十、智能资讯发展平台负责人 Echo 对数字化智能制造及办公技术的应用进行说明介绍

经过多年来的数字化建设，立讯精密已经走在工业 4.0 的路上。在数据赋能上，已由最初的感知逐步迈向认知和预测，通过数字化平台，公司可以在生产制造过程中快速发掘极其细微的改进机会，并通过机器学习及时调整至最优状态，达到降本增效的目标。为应对公司产品多、客户多、体量大的特点，确保数字化建设投资能实现最大的内部管理效益，公司选择先试点再推广的方案，快速将试点成熟的方案在各个厂区进行普及。

立讯精密过去、现在及未来的数字化进程总共可分为五个阶段：

第一阶段：从核心业务展开，运用 ERP 等工具对设计、生产、物流、销售、服务等模块进行流程化管理。

第二阶段：采用自动化技术、信息化手段对核心装备和业务等进行改造和规范，实现单一业务的数据共享。

第三阶段：对装备、系统等开展网络化集成，实现跨业务间的数据共享。

第四阶段：对人员、资源、制造等进行数据挖掘，形成知识、模型等，实现对核心业务的精准预测和优化，推动智能化生产。

第五阶段：基于模型持续驱动业务优化和创新，实现产业链协同并衍生新的制造模式和商业模式。

未来，立讯精密的数字化、智能制造转型升级，将秉持投入成本最合理、实现管理效益最优的理念，支撑公司 5-10 年的业务成长。

#### 十一、董事长、总经理王来春女士与投资者互动交流

Q1：公司主要业务线未来成长情况如何？

答：作为以技术为导向的公司，如之前和大家分享的“三个五年”战略规划所述，我们“第一个五年”目标是对内优化管理体系，对外

夯实客户基础，不盲目跟风进入新产品领域，服务好我们既定的客户市场。在“第二个五年”基于公司预先的规划与扎实的客户基础，通过把既定的客户及产品落地，与大客户持续协同。目前，消费电子业务将保持量的增长，汽车及通信业务在现有产品上的增长将高于公司整体增速，但汽车业务中的智能座舱、自动驾驶产品的增长需要跟随整个新能源汽车行业的需求曲线，不能孤立看待。

**Q2:** 在公司进行内生外延的同时，是否有相应调整内部组织架构，以便更好调动各团队的积极性？

答：随着公司快速发展，内部组织架构会根据实际需求进行调整，但公司各业务性质都是 **To-B**，面对的客户性质相同，业务领域有相似的生态，各领域边界存在感较弱，管理上具有同质性，所以不需要有太大的变动。

**Q3:** 立讯多次并购都十分成功，原因是？

答：除了通过尽职调查能够发现的各项问题外，我们更注重去发现“看不见的东西”。如果是我们想要的市场补充、客户补充、产品补充、技术补充，我们会主动出击。可能会有一些公认很好的标的，但是它背后存在的问题点可能不是公司目前能够解决的，我们会谨慎。合适自己的才是最好的，关键是看匹配度。

**Q4:** 如何看待公司盈利水平较低？

答：在为公司贡献收益的产品里，仅有 **3%**真正走到了行业无人区，这些产品净利率均远超公司平均水平，也是接下来我们会重点去培育的。整体而言，公司在高速成长的过程中一些 **OEM** 的系统集成产品毛利较低但营收占比较大，影响了整体的财务表现，但也正是这些产品哺育着能让我们在未来高速成长的产品。在内部管理上，我们能够细分单一客户单一产品的各项财务指标，多维度实时跟踪他们的指标健康状况。目前大家以公司的财务指标与全球优质同业对比，我们还有进步的空间，但单个业务单个产品看，我们在各产品/业务板块的表现均处于领先水平。

**Q5:** 如何看待大客户产能转移的策略以及公司的应对？尤其是印度的考虑。

答：我认为对消费电子行业而言，其转移的最佳选择是与我们接

壤的越南，面对行业的快速变化，物流的畅通是主要的考虑因素。目前有些品牌看到印度有较大的内需市场，进而在产能上做出扩充或者调整，这是很正常的想法。公司在 5 年前就有印度做相应布局，目前处于观察的状态，需要谨慎一点，毕竟印度跟中国的状态不一样，其产业链生态的完善跟国家的建设和人才培育有关系。总体而言，对于海外生产地的转移，我们积极的关注，保守的看待，作为从业者，我们也一定会把握机会，无论是谨慎投资还是积极配合，我们都已做好准备。

**Q6:** 请董事长介绍一下立芯科技。

答：几年前公司接触到消费电子的系统集成产品，其核心制程是 SMT，故公司内生组建了立芯团队，从 SMT 基础开始发展，目前不论是规模上还是技术上都已位居全球前列。随着产品的集成程度加深，公司立芯团队延伸进入 SiP 领域，也解决了众多客户在 Mini LED 巨量转移制程上的痛点。基于产业链发展的需求，未来公司也会涉及封测这一部分，主要是为了解决一些供应链上的卡壳子问题。目前，立芯主要是配合商业上的需求做制程的集成，未来不排除会通过内增外延的方式去做一些独立的器件。

**Q7:** 汽车与消费电子在客户格局层面上不一样，公司如何规划？

答：每个行业都有各自的规律，汽车行业早在油车时代就有其本身的规律。而如今的 SmartEV 时代，主车厂对很多关键核心部件的参与度会更高。现在的主车厂如果能更多的参与到自动驾驶、智能座舱的开发，尽管对供应商来说有压力，但对其自己而言是有利的。这是我们目前所感受到的，所以现在我们的方向，包括与奇瑞及国内、外众多客户的合作，都是在抢占窗口期。对于 Tier1 企业而言，只有十年的时间从国内龙头走到国际龙头，前五年尤其重要。所以我们现在必须要抓住出海口，与时间赛跑，结合之前的技术累积和细节安排，这样才有机会实现我们成为全球前十大 Tier1 厂商的目标。

**Q8:** 在如此体量下如何看待未来几年的增长速度？

答：未来五年公司的增长还是非常可期待的，我们希望在量增的同时也能做到质的增长。可以看到近几年公司的研发投入都是持续增加，这都是为了支撑我们未来增长的投入。如果为了短期的利润，我们可以放慢脚步（减少投入），但这样会影响我们第二个五年的成



	<p>长。</p> <p><b>Q9: 公司对 VR/AR 的看法及规划?</b> 答: 据我了解行业内目前仍有技术难点, 但我们不会落下机会。</p> <p><b>Q10: 在消费电子领域有何战略并购的想法?</b> 答: 在消费电子领域现有产品线上, 无论是零部件还是系统, 需要通过并购来发展的几率不高, 靠内生就能满足。消费电子行业的增长点, 各家都有不同, 对于我们而言, 在于垂直整合, 在制程上实现主被动器件的自制。</p> <p><b>Q11: 未来怎么规划短期的资本支出与融资计划? 对于汽车电子此类周期长的业务怎么制定 ROIC 的评判标准?</b> 答: 公司的融资计划都是结合近五年财务报表, 综合评估需求后制定, 但未来会优先选择通过与客户协调产品策略, 通过从内部优化 Capex、存货管理等指标来减少资金需求。根据目前团队在汽车电子及通信等长周期领域上的发展来看, 我们是走在正确的路线, 因此近期不考虑特别设置投资上限。</p> <p><b>Q12: 在汽车的成长路径中, 不同的客户在科研与制造的分工上区别比较大, 怎么解决新客户带来的研发压力?</b> 答: 客户与客户之间在科研与制造上分工比例不同的情况, 不仅是单一领域而是普遍存在于各个领域。我们的团队会深入了解客户需求, 与客户共同开发, 这样优秀的团队虽然建制相对较慢, 但每一个团队资源都对应着一个商业机会, 这是公司在汽车电子领域成长的源动力。</p> <p><b>Q13: 汽车板块未来是否会成为公司主要的业绩增长点?</b> 答: 从顺序来看, 我认为汽车电子未来 5 年的成长幅度是几大板块中最大的, 第二是通讯板块, 第三是消费电子板块, 因为消费电子目前来讲营收占比较高, 所以增速相对来讲会不及前面两大业务板块。</p>
附件清单	<p><b>【艾希控股】:</b> 王磊; <b>【安本基金】:</b> 李衍亮; <b>【安信基金】:</b> 李梓昊; <b>【百年保险】:</b> 蒋捷; <b>【宝盈基金】:</b> 容志能; <b>【北京谦和】:</b> 薛祯、杜琳、罗楚枫; <b>【北京泰德圣】:</b> 李妮莎; <b>【北京益安资本】:</b> 徐正林; <b>【贝莱德基金】:</b> 唐华; <b>【碧云资本】:</b> 汤礼辉、冯家桢; <b>【彬元资本】:</b> 刘炜; <b>【博鸿资本】:</b> 蔡成吉; <b>【博普投资】:</b> 马迪;</p>

【博时基金】：蔡滨、柴琪婉、王诗瑶、符昌铨、李佳、杜文歌、金晟哲、李昂；  
【博远基金】：杨毅、张星；【搏越基金】：葛立法；【财通证券】：张益敏、王鑫；  
【财通资管】：黎来论；【创富】：李仕鲜；【创钰投资】：唐小皓、张晓桐；【淳厚基金】：翟羽佳、杨煜城；【达晨财智】：朗力；【达晨创投】：高尚、郎力；【大成基金】：方向、黄万青、王帅、王晶晶、郑少芳、俞春燕、陈铭、郭玮羚、贺宁；【大成基金】：张希；【大家资产】：胡斌、张凌伟、苗丰；【旦泰投资】：高鹏；【淡马锡】：吴公彦、霍桐；【淡水泉投资】：陈晓生、陆畅宏、裘潇磊、董轶；【淡泰资本】：Wei Wei；【德邦证券】：陈祥辉、徐巡；【德丰汇资管】：李栋樑；【德弘资本】：许一先、沈晨；【德云资产】：邹佳欣、肖华；【第一创业】：何羽立；【鼎赣投资】：陈奕衡；【东北证券】：武芃睿、李亚鑫、梁艺、陈耀文；【东财基金】：李惠；【东方阿尔法基金】：梁少文；【东方财富证券】：邓迪飞、邹杰；【东方证券】：韩潇锐；【东方资管】：杨仁眉、周云、蔡志鹏、王延飞；【东莞市能源投资】：廖磊、麦家声、赵三力；【东海基金】：王亦琛；【东吴基金】：徐慢；【东吴证券】：卞学清；【东亚前海】：沈晓涵；【东证资管】：廖家瑞、陈文扬、虞圳劬、李响、傅奕翔；【敦和资产】：李乾；【风和基金】：张前；【佛山市创新创业投资】：冯健；【富达国际】：王苗子；【富国基金】：徐斌、周宁、胡博、周宗舟；【富荣基金】：毛运宏；【富瑞金融】：何嘉宇；【高成资本】：赵浩宇；【高瓴投资】：余高；【高盛】：张璇；【高信百诺】：孙周；【高毅资产】：朱春禹、张薇；【高远资本】：王宇虹、陈俊嘉、侯庆壮；【歌汝私募】：阮辽远；  
【格林基金】：张洋；【工银安盛资管】：刘尚；【工银瑞信基金】：曾剑宇；【光大保德信基金】：杨一飞；【光大证券】：蔡微未、朱宇澍；【广东佳润实业】：曹晓鹏；【广发基金】：王海涛、赵古月、苏晟宇；【广发证券】：王钰乔、叶秀贤、郇正林；【广州创兴服装】：陈伟杰、吴升桦；【广州民投基金】：陈敏良；【广州市知本复利投资】：冯铭；【国华人寿】：易景明；【国际信托】：魏皓赞；【国金证券】：樊志远、刘妍雪、韩爱华；【国联安基金】：张伟；【国联证券】：宋伟；【国融基金】：李睿阳；【国盛证券】：钟琳、莫梓轩；【国寿安保基金】：陈航宇；【国泰基金】：张阳、于腾达、李林珈；【国泰君安】：左子剑；【国泰君安证券】：王聪、文紫妍、史霄宇、高俊、朱晨曦；【国投瑞银】：苏超、吴默村、周宏成；【国投招商资管】：周炫宏、金鑫磊；【国信证券】：李书颖、叶子、李梓澎、欧阳仕华、贺东伟；【国元证券】：王珂爽、张晋；【国源信达】：徐云飞；【海岸线投资】：郑天涛；【海创基金】：樊生龙；【海富通基金】：王经纬；【海通国际证券】：张晓飞、蒲得宇、蔡绮；【海通证券】：薛逸民、文灿、李轩；【海通资管】：邵宽；【瀚川投资】：胡金戈；【皓石资本】：向宁；【禾其投资】：张世达；【合远基金】：陈晓蕾；【合众易晟】：唐紫阳、虞利洪；【和谐汇一】：林鹏、潘东煦、韩冬、凌晨；【恒大人寿】：魏大千；【恒健国际】：陈培楷；【恒生前海】：龙江伟；【恒盈富达】：陈书勤；【弘尚投资】：许东；【弘毅金涌】：王超；【红筹投资】：唐霄鹏；【红杉资本】：邱虹宇、闫慧辰、曹伟华；【泓澄投资】：徐哲桐；  
【泓德基金】：孟焱毅；【鸿商资本】：刘博；【湖南轻盐创业】：韩捷、陈敏、印亭豫；【花旗证券】：Karen Huang、Andre Lin；【华安基金】：吴运阳；【华安证券】：陈耀波、傅欣璐、胡杨；【华安资产】：李阳；【华宝基金】：徐欣、卢毅；【华创证券】：汪丽燕、岳阳、姚德昌、高远、彭涛；【华虹科技投资】：戚超群；【华能贵诚】：郭佳、郝晨光、刘畅、黄凯立；【华平投资】：高祺、石婷婷；【华泰保险资管】：严勤；【华泰证券】：黄礼悦、丁宁；【华泰资产】：杨帆、郑金镇；【华泰自营】：李彦；【华西银峰】：唐英培；【华西资管】：秦玉；【华夏基金】：徐恒、张皓智、周克平、高翔、张景松；【华夏理财】：杨文文；【汇丰晋信基金】：陈平；【汇丰证券】：何方；【汇添富基金】：李灵毓、詹杰；【惠理基金】：龙铮、

罗景；【惠升基金】：彭柏文；【火星资产】：鲁斌、马骁骁；【嘉石大岩资本】：刘洁；【嘉实国际】：Angus Lin；【嘉实基金】：黄福大、王贵重、孔令涵、王鑫晨、彭民、臧金娟、汤舒婷；【嘉誉创业投资】：陈卫军；【坚果资本】：姚铁睿；【建投投资】：王枫；【建信基金】：江映德；【建信信托】：邓哲迅；【建信养老】：陶胤至、符健；【建银国际】：马祥、冯峰、殷夏妮、吴伟东；【江苏民营投资】：耿岩；【江苏瑞华投资】：刘无私；【交银国际】：许亮；【交银施罗德基金】：于畅；【交银资管】：Edwin Li；【金信基金】：张景鹏；【旌安投资】：孔凡熔；【景林】：谢涵韬；【景林资产】：徐伟、孙玮；【景顺长城】：刘力思；【九泰基金】：赵万隆；【久银投资】：冉庆军；【聚鸣投资】：史书；【君和资本】：宋礼之、刘旭文；【钧山资本】：王浩宇；【开域资本】：王嘉伦；【开源证券】：傅盛盛、盛晓君；【凯联资本】：郭笑宇、倪福龙；【康曼德投资】：丁楹、陈庆平、扈波；【宽远资产】：张浏；【蓝墨投资】：朱继良；【雷石资管】：孙婷婷；【立翎资本】：王嘉、马猛；【路博迈投资】：王舒磊；【珞珈方圆】：孔帆、费春生；【麦格里银行】：Cherry Ma；【民生加银】：孙金成；【民生证券】：方竞；【名禹投资】：王龙；【明河投资】：姜宇帆；【明亚基金】：陈思雯；【摩根士丹利华鑫基金】：李子扬；【南方基金】：郭东谋、乔羽夫、朱荃扬、张磊、李锦文、竺绍迪；【纽富斯投资】：戚锦锭；【鹏华基金】：陈凯睿、杜亮、董威、贺宁、张雷；【鹏扬基金】：章宏帆；【平安基金】：季清斌、李化松、翟森、李鑫；【平安养老】：丁劲、蓝逸翔；【平安银行】：王军锋、余长蕾；【平安证券】：郭冠君、徐勇、蒋朝庆；【璞信产融投资】：饶琳、王雪婷；【前海博普】：花洁；【前海开源基金】：邱杰、吴思源、张浩；【前海联合基金】：熊钰、韦岸；【前海明德基金】：赵建平；【乾成资本】：于亚飞；【青岛城投】：李越；【泉观资本】：方雪、冯帅琦；【泉果基金】：刚登峰、李学涛、戴骏；【人保资产】：华旭桥；【榕树投资】：杜志君；【融通基金】：樊星；【锐方基金】：王俊兹、何宇翔；【瑞丰汇邦资产】：王大鹏；【瑞信致远】：余捷涛；【睿郡资产】：刘国星；【睿远基金】：杨维舟；【山东高速资本】：郑涛；【山东国惠基金】：钱雪；【上海市商业投资】：沈琪超；【上海重阳投资】：李立源、赵阳；【上投摩根】：李昂、李德辉；【上银基金】：惠军；【尚正基金】：李睿、张志梅；【申万宏源】：刘洋、刘紫荃、杨海燕、金凌；【申万菱信】：林博程；【深高投资】：高睿；【深圳河床投资】：张建宾；【深圳勤道资本】：杨会梁、杨耿；【慎知资产】：崔澎；【生命人寿】：詹迪斌；【盛宇投资】：罗凯文；【拾贝投资】：季语；【首创证券】：何立中；【太平基金】：田发祥、田发祥；【太平洋资产】：陈永亮；【太平资产】：张玮；【泰达宏利基金】：崔梦阳；【泰康资产】：王嘉艺；【天安人寿】：曹勇；【天虫资本】：陈飞；【天风证券】：包恒星、温玉章、潘暎；【天风资管】：殷成钢；【天合资产】：包晗；【天弘基金】：申宗航、蔡锐帆；【彤源投资】：单佩韦；【万家基金】：陈飞达；【微明恒远】：卞大利；【微宇基金】：刘政科；【闻天投资】：黄景荣；【五矿国际】：吴泠；【武汉正煊资本】：王霄天；【西部利得】：邢毅哲；【西部证券】：单慧伟；【西南证券】：王谋；【西南自营】：刘淑娴；【喜马拉雅】：戴维；【仙人掌基金】：彭柳萌；【先锋基金】：曾捷；【谢诺投资】：汤衡；【新华基金】：王永明、陈磊；【新华资产】：王羽展；【信诚基金】：郑弼禹；【信达澳亚基金】：李博、王宇豪、曾国富、齐兴方、张凯；【信达澳银】：刘小明；【信达证券】：郭一江；【兴海荣投资】：钟泽鑫；【兴华基金】：贺业林；【兴业基金】：徐立人、李俊；【兴业银行】：江耀堃；【兴业证券】：姚丹丹；【兴银基金】：徐斌毅；【兴证全球基金】：张传杰、沈安妮；【兴证资管】：杨亦、范驾云、吕晓威；【寻常投资】：孙涛、杜凡、李天；【野村东方资管】：刘体劲；【野村证券】：颜维君；【易方达基金】：何信、陈广瑞、倪春尧、祁禾、欧阳良琦；【易同投资】：张自然；【羿拓榕杨资

	<p>产】：胡庶；【益尚资本】：彭罗千；【翼虎投资】：林宇鑫；【银河基金】：鲍武斌；【银河投资】：赵鹤；【银河证券】：王子路；【银华基金】：梁泽、王卓立、郭磊、王博；【银杏环球资本】：黄炯；【英大证券自营】：王成；【盈峰资本】：张珣；【盈泰投资】：朱亚光；【永禧资产】：陈淑婷；【永赢基金】：郑奇波；【誉辉资本】：黄健；【源乐晟】：吴雨哲；【云杉投资】：张子钊；【泽源资产】：揭鹏力；【长安基金】：江山；【长城基金】：刘疆、杜鹏远、林皓；【长城证券】：熊杰、邹兰兰、周剑；【长城证券固收】：宋旭育、夏宁；【长城证券资管】：彭思宇；【长江养老】：李宜蔚、钱诗翔；【长江证券】：蔡少东；【长江证券自营】：冯源；【长江资管】：赵鑫鑫；【长盛基金】：汤其勇、杨秋鹏；【长信基金】：陆晓锋、孙玥、徐颢；【招商基金】：阳宜洋、张大印、牛洪乾；【招商基金】：任琳娜；【招商理财】：梁爽；【招商信诺资管】：刘泽宇；【招商证券】：鄢凡、王恬、程鑫、李可、栾静；【招商资管】：吴彤；【招银理财】：郑筱薇；【浙商基金】：贾腾；【浙商证券】：苗霄寒；【正心谷投资】：李明；【中海基金】：谈必成；【中韩人寿】：胡钰；【中加基金】：吕航；【中金公司】：黄天擎、李澄宁；【中金基金】：汪洋；【中金证券】：贾顺鹤；【中欧基金】：金旭炜、代云锋、邵洁；【中融鼎投资】：关劲鹏；【中融基金】：陈祖睿；【中睿合银】：叶笑坤；【中泰证券】：谢安冉、张琼、王素芳；【中信保诚】：杨柳青、钱一硕；【中信投行】：陈曦、刘佳、尹卿蕴、朱正忠、沈哲；【中信证券】：李天雄、胡叶倩雯、梁楠；【中移动控股】：马思源、何可；【中移资本】：马思源；【中银国际资管】：周一帆；【中银基金】：吴印；【中邮基金】：王瑶；【中再资产】：姜通晓；【紫金矿业投资】：李想；【Alpine Investment】：Gavin Liu；【Barings】：Salinas Zhang；【BNP】：Jinwen Ouyang；【CI Investment】：Stephen Chow；【Cloud Alpha】：George Xie；【CLSA】：Tony Zhang；【CPPIB】：Rainy Zhang；【Credit Suisse】：Kyna Wong、Chenyu Sun；【DE Shaw】：Tom Yang；【GAM】：Wendy Chen；【GIC】：Meng Xu；【J.P.Morgan】：刘叶；【Kadensa】：Ann Chung；【Keywise】：宗佳颖；【Lazard】：Fisher Xi；【LMR】：Francis；【Millennium】：Cher Chen、Henry Wang；【Mirae】：Edward Chan；【Nomura】：Suki Wang；【Optimas】：Amy Geng；【Orchid Asia】：Roger Chu；【Oriental Patron】：Auther Lai；【Point72】：Joe Qin、李欣伟；【Polar Capital】：Andy Chen；【Rays Capital】：张彦琨；【RBC】：Qian Yu；【Red gate】：陶星辰；【Robeco】：Liyong Du；【Sumitomo Mitsui DS】：Yvette Sun；【T. Rowe Price】：Wen Li Zheng、Jodie Huang；【Tairen Capital】：Wen Gu；【Templeton】：Tony Sun；【Torq】：Tina Xu；【UBS】：Alex Chang；【Ug INVESTMENT】：Wade Lin；【Willing】：侯纪宁；【WT Capital】：Hao Ye。</p>
日期	2023年2月24日