

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：2022-003

| | |
|---------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 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：电话会议 |
| 参与单位名 称及人员姓 名 | <p>【招商证券】：鄢凡、王恬、程鑫；【安信基金】：陈鹏、陈一峰、付鸣、李梓昊、聂世林、徐孙昱；【安信资管】：李珊珊、陀旋；【百年保险】：冯轶舟、胡戈游、蒋捷、李振亚；【宝盈基金】：方佳佳、容志能；【碧云资本】：susie yang、冯家祯、汤礼辉；【博鸿投资】：蔡成吉；【博时基金】：蔡滨、陈鹏扬、陈伟、陈曦、陈耀波、程沅、符昌铨、郭晓林、何文韬、冀楠、金晟哲、李洋、李喆、刘锴、齐宁、唐亮、汪欢吉、王凌霄、王诗瑶、王晓冬、吴鹏、肖瑞瑾、许少波、姚爽、张健、赵宪成、赵易；【渤海人寿】：万冬；【财通基金】：沈犁；【财通资管】：黎来论、郑弼禹；【晨星亚洲】：李旭暘；【诚旻投资】：谢凯；【冲积资产】：桑梓；【创金合信】：陆迪、周志敏；【纯达资产】：李竹青；【淳厚基金】：吴若宗；【大成基金】：方向、郭玮羚、黄万青、李博、李涛、王磊、吴志强、杨飞、岳苗、郑少芳；【大家资产】：卢婷；【丹羿投资】：陈宇、朱亮；【淡马锡富顿】：古嘉元；【淡水泉投资】：陈晓生、董轶、裘潇磊、任宇、周凯坤；【东北自营】：陆盛；【东财基金】：罗擎；【东方国际资管】：王亚南；【东方证券自营】：曹伏颿、冯洁、江舟、李峰、赵梓涵、朱凌昊；【东海基金】：张立新；【东吴基金】：丁戈、刘元海、毛可君、邬炜、徐慢；【东吴证券资管】：刘欣瑜；【东吴证券自营】：程颿；【东兴基金】：张胡学；【东证资管】：蔡志鹏、陈文扬、韩冬、胡伟、李响、钱思佳、王延飞、虞圳劬、张伟锋、周扬、周云；【敦和资产】：章宏帆；【方圆基金】：董丰侨；【沅京资本】：陈华良；【复星保德信】：方静姝、李文裕；【富邦人寿】：黄凯翰、林毓凯；【富邦投信】：蔡耀霆；【富达基金】：Lynda Zhou、王苗子；【富国海外】：汪孟海；【富国基金】：曹文俊、方竹静、何信、胡博、黄纪亮、李元博、厉叶淼、林格慧、林庆、刘莉莉、蒲世林、钱伟华、孙权、唐颐恒、王翊、王园园、肖威兵、徐斌、张富盛、张慕禹、章旭峰、赵年坤、周宁、周宗舟、朱少醒、祝祯哲；【富兰克林华美投信】：沈宏达；【富兰克林投资信託】：陈宏毅；【高毅资产】：邓晓峰、黄远豪、颜世琳、张新和；【格林基金】：宋宾煌；【工银安盛】：李鹏飞、李伟勋；【工银安盛资管】：刘尚；【工银瑞信】：曾剑宇、金兴、任燕婷、万力实、杨柯、张剑峰、张洋、张宇帆；【光大保德信】：林晓枫；【光大永明】：沈繁呈；【光大资管】：李行杰；【光证资管】：尚青；【广发基金】：陈少平、李治呈、苗宇、王海涛；【广发证券】：郇正林、叶秀贤；【广发资管】：刘文靓；【广银理财】：郭强；【国富人寿】：王浩；【国海富兰克林基金】：陈郑宇、杜飞、郑磊；【国海证券】：</p> |

单佩韦;【国海证券权益投资】:程亮;【国华兴益保险资产】:韩冬伟、刘旭明;【国君资管】:王海军;【国开泰富基金】:李浩;【国联安基金】:高诗、张伟;【国盛证券】:钟琳;【国寿养老】:鲁嘉琪、王雁杰、闫凌云、郑仁涛;【国寿资产】:夏天、张振、赵文龙;【国泰基金】:杜沛、胡松、李海、李林珈、刘波、吕业青、申坤、孙家旭、王阳、于腾达、张阳;【国泰君安资管】:刘强、张欣、郑伟;【国泰投信】:蔡欣达、赵思涵;【国投瑞银】:黄雪雨、王鹏、吴潇;【国新投资】:胡梦真、张济;【国信证券】:胡剑、李梓澎;【海富通基金】:王经纬、杨宁嘉;【海通国际】:蔡绮、蒲得宇、唐子隼、张晓飞、张幸、周绮恩、周扬;【海通国际资管】: Claire Zhou;【海通资管】:韩传青;【海通自营】:潘亘扬;【汉和资本】:李昂;【瀚亚投资】:徐骁骅;【杭银理财】:郑亮;【杭州银行理财子】:薛翔;【浩然资本 Hao capital】:李骥;【灏霖投资】:王若擎;【合创友量】:于量;【合远投资】:陈晓蕾;【合众保险】:葛红军、王悦;【和谐汇一】:梁爽、林鹏、凌晨、潘东煦、张鸿羽;【弘毅投资】:余辰俊;【弘毅远方基金】:樊可、赵阳、周鹏;【红杉资本】:宋雅慧、闫慧辰、姚星宇、周立顶;【泓澄投资】:刘竞远、徐哲桐;【泓德基金】:季宇、孟焱毅、秦毅;【互兴资本】:刘政科;【花旗】: Arthur Lai、Karen Huang、Mark Li;【华安基金】:鲍清、李欣、吴运阳;【华宝基金】:陈怀逸、陈龙、房俊一、高晓强、管逸惟、贺喆、李莉伊、卢毅、汤慧、吴心怡、夏林锋、闫旭、张金涛、郑英亮;【华商基金】:刘力、彭雾;【华泰柏瑞基金】:何琦、李学涛、刘芷冰、陆从珍、王林军;【华泰保险资管】:丁星乐、万静茹、张可睿;【华泰保兴】:田荣;【华泰金融控股(香港)】:黄乐平、黄礼悦;【华泰证券资产】:刘瑞、钱墮;【华泰资管】:万永涛、杨帆;【华夏基金】:艾邦妮、高翔、季新星、李彦、刘平、刘文成、吕佳玮、马新凯、孙艺峻、屠环宇、王嘉伟、王睿智、吴昊、徐恒、杨宇、张超、张迪、张帆、张皓智、张景松、郑晓辉、周克平、朱熠;【华夏未来】:丁鑫;【幻方量化】:徐贞武;【汇安基金】:单柏霖、吴尚伟、张媛媛;【汇丰环球资管】: Leo Ng;【汇丰晋信基金】:陈平、程彧、李凡、闵良超、徐犇、许廷全;【汇丰前海证券】:何方 Frank He、王志欣 Steven Wang;【汇华理财子】:马少章、王国强、张运昌;【汇添富基金】:陈通、陈潇扬、樊勇、何彪、黄耀锋、劳杰男、李超、李灵毓、李威、李云鑫、刘闯、刘昇、刘伟林、马磊、马翔、饶云飞、沈若雨、吴江宏、谢昌旭、徐延锋、杨璿、杨涛、詹杰、张朋、赵剑、赵鹏程、赵鹏飞、郑慧莲、郑乐凯;【惠理基金】: Glenda Hsia、操礼艳、李博艺、罗景、马家琪、王剑鏘、杨济如、张淞;【惠升基金】:彭柏文;【慧琛资产】:黄盼盼;【嘉实基金】:蔡丞丰、常秦、陈涛、高群山、归凯、洪流、胡涛、黄福大、梁铭超、刘杰、刘晔、孟夏、彭民、邵健、谭丽、唐棠、王丹、王贵重、王鑫晨、吴昊、吴悠、吴振坤、谢泽林、熊昱洲、徐颖婷、杨欢、姚志鹏、叶萌、臧金娟、张丹华、张金涛、张宇驰、卓佳亮;【建信基金】:郭帅彤、刘克飞、王东杰、姚锦;【建信养老】:符健、陶静、陶胤至;【建银国际(CCBI)】:Ronnie Ho;【江苏瑞华】:刘无私;【交银人寿】:陈建新、王玉英;【交银施罗德基金】:陈俊华、高扬、郭斐、刘元浩、米茂硕、田彧龙、杨茉然、周中;【金建投资】:张宇滨;【金鹰基金】:田啸;【金友创智】:阮泽杰、史献涛;【进化论资产】:刘迪;【景林资产】:蒋彤、孙玮、谢涵韬、周丹;【景顺长城】:鲍无可、董晗、郭琳、韩挺、江虹、刘苏、刘彦春、余广、詹成、张雪薇、朱立文;【静瑞资本】:朱国源;【九泰基金】:何昕、黄皓、刘源、赵万隆;【开源证券自营】:陈明、时维佳;【宽远资产】:梁力、陆忆天;【兰馨亚洲】: Roger Chu;【立格资本】:

金成华;【利幄基金】: 孟舒豪;【瓴仁投资】: 余高;【麦格理证券】: Cherry Ma、Fiona Liu;【民生加银基金】: 高松、孙金成、王凤娟、郑爱刚;【民生通惠资管】: 黄岑安;【民生证券】: 陈蓉芳、方竞;【明达资产】: 李涛;【明亚基金】: 边悠、王宁山;【明曜投资】: 罗天艺;【摩根士丹利华鑫基金】: 李子扬;【南方基金】: 金岚枫、金凌志、李锦文、李响、刘文良、吴凡、徐健、姚万宁、章晖、周浩、朱茱扬;【宁银理财】: 王俊;【农银理财】: 李立;【诺德基金】: 孙小明;【盘京投资】: 崔同魁、石坚、王莉;【磐厚】: 胡建芳;【磐澤資產】: Peter Zhang;【鹏华基金】: 陈大焯、陈凯睿、陈璇淼、程卿云、董威、贺宁、胡颖、黄奕松、蒋鑫、李璞、梁浩、柳黎、孟昊、王晶晶、王力、王璐、肖沛、张宏钧;【鹏山资本】: 朱晋;【鹏扬基金】: 王杨;【平安基金】: 翟森、丁琳、季清斌、李化松、张淼;【平安养老】: 丁劲、蓝逸翔、张孝达、周传根;【平安资产】: 马继愈、朱晓洋;【平安资管】: 朱凯;【浦银安盛】: 秦闻、朱胜波;【浦银国际】: 沈岱、童钰枫;【前海开源基金】: 邵锐成、魏淳、吴思源、张浩;【勤辰】: 刘志来;【青沣资产】: 施柏均;【泉观资本】: 方雪;【泉果基金】: 姜荷泽;【群益投信】: 洪玉婷;【人保养老】: 匡恒;【人保资产】: 刘洋、欧阳叶田、郁琦;【仁桥资产】: 夏俊杰、张鸿运;【融通基金】: 李进;【睿远基金】: 艾菁、陈光明、陈焯远、傅鹏博、金字、杨达治、杨维舟、赵枫、钟明、朱璘;【三星资管】: Sophia Tang;【上海景熙资产】: 詹林钰;【上海七曜投资】: 姚博瀚;【上海人寿】: 姜捷;【上海泰昶资产】: 汤明泽;【上海汐泰投资】: 李佳星;【上投摩根】: 李博、李德辉、刘辉;【上银基金】: 卢扬、施敏佳;【尚正基金】: 张志梅;【申万宏源证券】: 黄婷、杨海燕;【申万菱信基金】: 卜忠林、杨绍华;【慎知资产】: 崔澎;【生命保险】: 黄进;【盛宇投资】: 罗凯文;【拾贝投资】: 胡建平、季语;【私享基金】: 庄凯源;【松树基金】: 王旭;【台灣國泰人壽】: 證券投資二部;【太平 HK】: 古乔艺、谢剑英 Miles;【太平基金】: 林开盛、田发祥;【太平洋资产】: 郭骁勇、王喆、张玮;【太平养老】: 黄浩;【太平资产】: 曾梦雅、马姣、秦媛媛、沈晨、薛梦馨;【泰达宏利基金】: 崔梦阳、王鹏;【泰康 HK】: 鲁悦 Olivia、马越;【泰康公募】: 周昊;【泰康养老】: 张斯莹;【泰康资产】: 陈虎;【天虫资本】: 陈飞;【天风证券】: 温玉章、俞文静;【天弘基金】: 蔡锐帆、申宗航、张磊、张韬、周凯宁;【天治基金】: 陈付佳;【万家基金】: 陈飞达、李文宾;【未来资产】: 陶涛;【西部利得】: 陈蒙、冯皓琪、温震宇、邢毅哲;【西南证券】: 徐一丹;【希瓦资本】: 卓亚;【相聚资本】: 李慧丰;【新华基金】: 陈磊、栾超;【新华资产】: 戴丰年;【鑫元基金】: 张峥青;【星泰】: 屠平芳;【星展银行研究部】: Jim Au(区显光)、TszWang Tam(谭紫宏);【兴合基金】: 侯吉冉;【兴华基金】: 贺业林;【兴全基金】: 曹娜;【兴业基金】: 廖欢欢、徐立人、徐玉良、邹慧;【兴业证券】: 李双亮、姚丹丹;【兴银理财】: 胡一涛、江耀堃;【兴证全球基金】: 陈红、陈泓志、钱鑫、乔迁、石广翔、童兰、涂围、谢治宇、徐留明、虞淼、邹欣;【兴证全球基金】: 程剑;【兴证资管】: 杨亦;【旭松基金】: 张泽政;【寻常投资】: 杜凡、孙涛;【循远资产】: 王雪峰;【阳光资产】: 王涛;【野村东方资管】: 刘体劲、倪文乐、肖令君;【野村證券】: 李佳伶、顏維君;【野村资管】: 王淑姬;【易方达基金】: 蔡荣成、冯波、何崇恺、胡云峰、李凌霄、刘武、倪春尧、欧阳良琦、祁禾、杨宗昌、叶曦;【毅木资产】: 陈锡伟;【银河基金】: 施文琪、王海华、袁曦、祝建辉;【银华基金】: 杜宇、方建、郭磊、贾鹏、李晓星、孙蓓琳、王浩;【银杏环球资本】: 黄炯、张峰;【盈峰资本】: 张国平、张珣;【永赢基金】: 张海啸;【涌金资产】: 林大川、邱虹

字；【涌津投资】：汪凯；【涌容资产】：黄松辉；【优璟投资】：David Yeh、wade lin；【友邦保险】：黄怿炜、赵一路；【于翼资产】：王渊；【域秀资本】：冯杰波；【元大證券投資信託股份有限公司】：張聖鴻；【圆信永丰】：党伟、胡春霞、马红丽、王海涛、邹维；【源乘投资】：邬安沙；【源乐晟资产】：曾晓洁、蒲东君、吴雨哲；【远雄人寿】：刘舜逢；【运舟投资】：吕一闻、周应波；【长安基金】：江山、刘嘉、徐小勇；【长城财富】：田环；【长城基金】：林皓、杨维维、尤国梁；【长江养老】：满臻、钱诗翔、杨胜；【长江资管】：施展；【长盛基金】：郭堃、孟棋、汤其勇、吴希凯、杨秋鹏；【长信基金】：梁浩、陆晓峰、沈佳、孙玥；【招商基金】：陈西中、牛洪乾、王景、张林；【招商资管】：吴彤；【招银国际】：刘梦楠 Claudia、伍力恒 Alex；【招银理财】：郝雪梅、梁爽；【浙商基金】：贾腾、刘炜、王斌；【正心谷投资】：廖伟吉、林利军；【中國人壽保險股份有限公司】：蔡宏霖、陳蓓娟；【中海基金】：谈必成；【中加基金】：吕航；【中金基金】：杜鑫、汪洋；【中金资管】：范海涛、冯达；【中欧基金】：代云锋、冯炉丹、郭睿、金旭炜、李帅、李欣、刘伟伟、罗佳明、马文文、邵洁、王颖、尹苓、余科苗；【中融基金】：陈祖睿；【中融信托】：赵晓媛；【中泰电子】：王芳、杨旭、张琼；【中泰证券】：洪江；【中天国富】：李鹏；【中信保诚基金】：刘锐、杨柳青；【中信保诚人寿】：金炜；【中信建投基金】：杨广、周户；【中信建投证券】：田雨依；【中信建投资管】：范新；【中信证券】：梁楠；【中信证券自营】：林峰；【中信资管】：曹苍剑；【中银基金】：王帅、袁哲航、朱少醒；【中银资管】：周喆；【中邮基金】：国晓雯、李沐曦、李培炎、王瑶；【中邮人寿保险公司】：朱战宇；【中再 HK】：韩璐、舒庭飞；【重阳投资】：陈奋涛、寇志伟、赵阳；【朱雀基金】：黄昊、张劲骐；【准锦投资】：傅明笑；【纵贯资本】：俞淼；【Alliance Bernstein】：Xiaolan Xu；【Allianz GI】：Jason Hus；【anatolecapital】：陈泽；【APG Asset Management Asia】：Su Xu；【Barings】：Salinas Zhang；【Bernstein】：Dien Wang；【Blackrock】：戴惟、神玉飞、邹江渝；【BoFA Securities】：Katherine Zhu、KevinZhang、Robert Cheng；【Brilliance Capital】：胡誉镜、刘莹莹；【Cathay Life Insurance】：Ryan Liu；【Causeway research】：hailey xu；【Centerline】：Tiantao Zheng；【Cloud Alpha】：George Xie；【Credit Suisse】：Chenyu Sun、Kyna Wong；【Daiwa Capital Markets】：Jack Chen、Kylie Huang；【Dantai Capital】：Wei Wei；【DE Shaw】：Peter Le、Sherry Liang；【Dymon】：Chi Ho Wong；【Elevation】：Jeho Gu；【Exodus Point】：Marco Lam；【Franklin Templeton】：孙通 Tony；【Frontier GlobalAssetPteLtd】：李磊；【Fullerton】：刘宏；【GIC】：Xu Meng、池浩成；【Grand Alliance Asset Management】：Andy Wang；【GSAM】：Thurston；【Janchor Partners】：马家琪；【KADENSA CAPITAL】：Kyle Su；【King Tower】：何少；【LMR】：Francis；【lombard odier】：ashley chung；【manulife】：李文琳；【Marco Polo Asset Managment】：黄晨；【Marshall Wace】：Melrose Chiu；【Millennium】：Henry Wang、Michael Wong、Sam Li、Tianbo Yu、曹萌、常城；【Mizuho】：Anthony Huang；【Morgan Stanley】：Lily Chou、Samantha Chen、Sharon Shih；【Morningstar Investment Adviser Singapore】：Zachary Seng；【Nan Shan Life Insurance】：Catherine Chu；【Neuberger Berman】：Meng Ning、Wayne Liu；【Nikko Asset Management】：杜毅忠；【Oberweis】：Monica Chen；【Ocean Arete】：Max Sun；【Optimas】：Amy Geng；【Oxbow Capital】：Ma Ren；【PICT】：蔡昀宸；【Pictet】：张琴；【Pinpoint】：Simon Shen、罗奇添、邹舟；【Point72】：Emily Zheng、Jacob

| | |
|---------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | Li、Joe Qin、Roger Lin; 【Polymer Capital】: George Zhao、Grace Hsu; 【Schroders】: Alice Chen、Chenchen Hsiu、Jack Lee、Louisa Law、Maggie Zheng; 【Symmetry】: Kai Yan; 【T. Rowe Price】: Jodie Huang; 【Tairen】: 古文; 【Torq Capital Management】: Tina Xu; 【Triata Capital】: Gloira Yu; 【UBS】: Chrissy Jiang、Thompson Wu; 【UBS】: 王宇轩; 【UG Funds】: Kevin Yang; 【willing capital】: 侯纪宁; 【WT Asset Management】: 叶浩。 |
| 时间 | 2022年4月28日 19:30-21:00 |
| 地点 | 电话会议 |
| 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; 财务总监吴天送先生; 会计机构负责人陈会永先生。 |
| 投资者关系活动主要内容介绍 | <p>一、董事长、总经理王来春女士针对 2021 年度及 2022 年一季度经营情况进行说明</p> <p>2021 年和 2022 年第一季度, 因海内外疫情反复、缺芯、部分原材料及物流成本上涨等因素, 个别重要新产品在试量产阶段受到品质和交付影响, 导致部分产品量产滞后, 以上这些因素均影响到公司对去年部分产品的产量预期。</p> <p>公司团队一如既往地发挥拼搏精神, 克服困难, 整个过程非常令人感动。我作为团队领导人, 我自己也被暖心到。比如去年越南发生多次疫情, 我们有上千名干部派驻越南支持, 大多数人是第一次走出国门。原本以为一个季度可以回国探亲一次, 结果是两年多都没有回家, 多数人家中有老有小, 自己又是家中顶梁柱。干部中有家人病故、发生意外的, 大家都无法回国或及时回国, 远程视讯探望安慰在 ICU 的亲人, 感人的故事一幕幕。团队这种使命必达的精神得到客户肯定, 也感动了当地政府, 疫情期间给予我们很多帮助与支持, 无论是政策上亦或是行动上。又如在上海发生的火灾, 公司 COO Frank 也迅速赶往现场善后, 过程令人无限心酸, 最后把影响降到最低, 也防止了次伤害的发生。</p> <p>2021 年全年, 公司的新老业务表现可圈可点。如年度报告显示, 公司 2021 年实现营业收入 1,539 亿, 较 2020 年增长 66%。今年一季度面对更加复杂的国内外环境, 2-3 月份越南疫情非常严重, 稼动率最低仅有 30%左右, 同时生产物料无法及时进行运送。基于当地防疫政策, 绝大部分物流均从陆运改成空运、海运和火车运输, 运输成本相应倍涨。在这种环境下, 我们一季度还是克服种种困难, 营收同比增长 97.9%至 416 亿。公司整体营收增长较高, 但利润率降低, 主要是因为新并购子公司某一款产品的材料成本占比较高, 这款产品收</p> |

入大概 120 多亿，利润率较低，但从 ROE 角度来看这款产品表现没有不好，故整体利润率来看仍受到一些影响。在这方面，我们看的是本质性的东西，所以从理智分析，整体表现还是非常好。

在消费电子领域，2021 年营收同比增长 64.56%。如年报所说，公司一直对存量和增量市场有着非常清晰的认识。比如存量市场，像 PC、手机、可穿戴等产品，公司拥有比较成熟的技术能力和客户资源，并会持续在优质的产品线上去延续我们优秀的表现，陪伴我们的优质客户一起健康成长。而市场对于公司开拓存量市场的质疑，我们认为越是优质的客户、优质的产品以及优质的协力厂商，往往在这个时候的表现是最好的，因为这正是拉开距离的时候。比如 PC 领域很早就是一个存量市场，但是公司 PC 相关产品表现依旧非常靓丽。多年来，我们在存量市场跟着最优秀的客户以及最有潜力的产品共同发展。而在增量市场，我们依托多年来建立的能力跟口碑，与客户深度合作，做好从零部件、模块到系统产品的全方位布局，对优质客户的优质产品我们从不缺席。

消费电子市场的格局相对较为分散，而我们一直朝着多元化发展，不断累积我们的实力。在智能终端、智能生活以及计算机配件等多品类产品跟全球知名品牌都有深度的合作，未来增量市场更是百花齐放。

公司具备声光电模组、智能配件系统、声学系统等各类产品的实力，在 IoT 各类产品上面确实能够较好地去全方位服务客户。通过深度调研制定了短中长期发展的计划和目标，并如期推进相关计划。我们和全球其他具有优质潜力的客户逐渐从简单的零部件、模组方面的合作，发展到包括整机系统的解决方案，这是我们接下来“两个五年”增长的重要市场领域。

在通讯领域，2021 年营收同比增长 44.32%，公司在数据中心、基站、射频等方面都呈现较为高速的成长。同时公司聚焦在新产品、新业务的开发，比如在系统端里面的热管理、连接及整机 ODM 组装。这与消费电子产品的思路类同，也是围绕着部件加系统来发展，这样才能更好服务我们终端产品以及保护我们零件跟模组产品。在通讯领域，我们目标是成为提供多品类的综合解决方案供应商。对于未来发展，我们也看到地缘政治的影响，通讯出口业务可能会受到一定冲击和挑战。因为通讯包括数据中心在内的产品是一个大数据的载体，很多时候容易被定义为安全设施。因此，我们确实在海外会有一些挑战，但是国内需求也在增加，总体看海内外需求此消彼长。另外，我们也

看到国内“东数西算”及国产替代的机会。通过我们在消费电子领域的经验应用到通讯领域，强者恒强。

在汽车领域，相关业务发展同样符合我们公司预期。去年在海内外受到疫情及严重缺芯的情况下，汽车产品业务同比增长 45.66%。我们也充分利用在消费电子和通讯领域多年的技术积累和客户资源，和体外公司形成良好的协同效应，持续进行产品品类及客户的拓展。目前我们已经形成了汽车线束、连接器、新能源、智能网联、智能驾舱及控制等多个品类的产品线。我们与国内外客户都有比较多的合资项目，虽然仍需一段时间准备才能量产，但这都是汽车领域里面必须要具备的基础投入。相信配合我们在国内外资源布局以及平台资源的搭建，再加上未来中国在 Smart EV 领域的巨大发展潜力，汽车板块的业绩增长同样值得期待。

公司对未来业务发展一直都有着清晰的规划，并随着市场和行业不断发展，适时地做出有力调整。在消费电子市场，目前公司已经具备完整的综合能力，并为新产品、新业务做好充分准备，力争在新的赛道里面取得好的成绩。在通讯互联领域，公司已经在部分细分领域做到全球领先。在汽车领域，公司战略目标清晰明确，专注在 Tier1 的核心部件市场。公司在消费电子、通讯、汽车领域已形成多元化、集成化、协同化的战略布局。未来我们也将继续保持初心，持续努力，为实现“三个五年”的计划同心协力。

最后，关于华东疫情的状况，目前来看已经辐射到浙江、安徽以及江苏，特别是相邻的昆山市影响比较大。我们在 4 月份确实有受到一些影响，在团队努力以及政府支持下，受到的影响整体可控。假设 5-6 月份疫情影响不再继续扩大情况下，我们应该可以克服这个困难，还是会发挥比较好的表现。

二、财务总监吴天送先生对 2021 年度及 2022 年一季度财务状况进行说明

2021 年，因海内外疫情的不反复，导致产业上游供应链出现停工和物流通道阻断现象，全球“缺芯少料”、大宗原材料价格和物流运输成本单边上扬，部分新产品量产落地与出货时间出现不同程度递延。在面对市场竞争的内外压力与挑战下，公司根据“三个五年”的战略部署，结合新形势、新机遇，进一步深化对短、中、长期发展的前瞻布局。2021 年公司实现营业收入 1,539.46 亿元，较上年同期增长 66.43%；归属于上市公司股东的净利润 70.71 亿元，较上年同

期减少 2.14%。从主要的财务指标上看：

1、毛利率：公司 2021 年度毛利率为 12.28%，较 2020 年下降 5.81%，主要受材料和产品结构的影响。自 2021 年来，因应客户未来几年对手机精密显示结构模组产品的较大需求，立铠精密业务规模于报告期内呈现高速增长，但因在手机精密显示结构模块产品的前期开发和自动化优化资源投入较大，且该产品成本结构中的物料占比较高，较大程度影响了立铠精密的整体产品利润率，也对公司合并报表利润率造成一定影响。预计 2022 年该业务的发展在成本端会有一些的优化。

2、ROE：2021 年公司 ROE 为 22.35%。公司能在疫情反复及缺芯缺料的影响下，取得如此成绩实属不易。未来公司将持续发挥智能化、数字化、模块化的高端制造与弹性管理优势，进一步夯实精密智造大平台基础，深入推动落实垂直一体化的资源整合、各产品线/业务模块间的高效协同，以及内部组织能效的提升，在新、老业务端表现可圈可点。

3、资产负债率：2021 年底，公司负债率 62.03%，较上年同期的 55.86%，增加了 6.17 个百分点，主要原因是第四季度为出货高峰期，相对应的借款和应付账款金额增加，以及立铠精密并表后所导致，这是营收高速增长的公司会有的过渡期正常现象；公司对应收账款和存货，资本支出都有专人予以管控，并于 2022 年 2 月通过发布非公开发行股票预案，拟进一步降低资产负债率。从 2022 年第一季度报表上看，公司资产负债率已回落到 61.50%。

4、公司四大期间费用简况：公司四大费用占公司营业收入的比重为 7.6%，较上年的 10.37%，降低了 2.75%，整体费用率下降主要来源于规模效益的增加。未来公司仍会持续研发投入，但同时也会不断优化内部组织架构及资源布局，持续降低费用率。

公司的管理费用较上年增加 12.78 亿，占营业收入比重为 2.43%，主要原因是继续沿用 2020 年会计师重分类的原则，研发费用部分重分类至管理费用，且财务报表合并范围增加立铠精密，这部分导致管理费用金额增加。

公司的研发费用较上年增加 8.97 亿，占营业收入比重为 4.31%，较去年减少了 1.9%，主要原因是来自立铠研发费用的增加。未来公司会持续投入研发，贯彻三个五年计划，为智能可穿戴产品领域、智能移动终端、Mini LED、半导体先进封装、新能源汽车领域、高速连接及 5G 通讯等领域的业务拓展提供技术支持。

5、公司现金流量简况：2021 年度，公司经营活动净现金流入 72.8 亿元，较去年增加约 4.1 亿元。主要是公司销售规模扩大导致回款增加、且存货周转天数下降 4 天所致。

2021 年度，公司自由现金流为流出 52.8 亿元，主要是 2021 年因营收增长及新产品投产而扩增新生产厂房及设备的初始投入所致，资本支出的高峰已过，未来公司的资本性支出将逐步恢复至正常水平，随着在建项目的营业收入增加，自由现金流将会逐年优化。

6、2022 年第一季度财务状况：2022 年第一季度，公司实现销售收入 415.99 亿元，较上年同期增长 97.91%；归属于上市公司股东的净利润 18.03 亿元，较上年同期增长 33.63%。营收和获利均较上年同期有大幅度的成长，成长的动能来源主要是：（1）公司全体同仁不断努力，使疫情对生产及运营成本的损耗降至最低，新老产品进展顺利；（2）立铠的融合进展顺利，经营成果大幅度优于上年同期；（3）2021 年部分需求因市场缺料递延至 2022 年 Q1。

三、公司管理层与投资者互动交流

1、非常高兴看到公司一季度这么亮眼的成绩，请教一下去年收入和利润的差异。下半年立铠收入增长非常大，主要原因是？

财报上并无特别注明客户产品，这是基于商业契约精神不能做详细的说明。从目前的情况看，立铠大客户占比高于公司整体大客户占比。除了大客户占比高以外，立铠在单一产品的营收贡献占比较高，且产品销售单价与材料成本也较高。立铠从去年开始才相对大规模地服务客户，因此，立铠去年上、下半年的比例与消费电子 3:7 或者 1:2 的比例不太协调。

从今年开始，立铠的表现会与消费电子整体趋势较为接近。去年呈现出的“喇叭口”状态在今年会变得相对平均，符合我们对消费电子大概趋势的理解。

2、若客户出现转移调整，越南等海外生产基地产能能否承接客户 NPI 的转移？

针对消费电子领域，目前已有的产业转移是客户基于关税变动、部分地区供电限制及疫情带来的不确定性而作出的考虑。如果单纯从关税角度来看，客户 NPI 的需求并不强烈；但部分地区供电限制及疫情所带来的不确定性将不可避免地带来 NPI 需求。作为板块的领头羊，公司有能力也有信心为客户排忧解难。

过去的消费电子产业主要依托经验主义解决问题，而如今产品设计与落地的模块化已十分清晰，公司于不同的新模块中坚持创新，满足客户在新产品中的开发需求，以持续提升在市场中的自身竞争力。立讯作为消费电子领域的 OEM 与 ODM 龙头，将会加快准备海外的 NPI 工作。

可以预见的转移趋势在消费电子领域首先会发生在与中国临近的越南、印度、马来西亚、泰国等国家，至于欧美地区目前尚未可见。

对于通讯电子领域，即便不存在疫情或供电的问题，客户基于对政治等各类因素的考虑，通讯行业往外走的趋势也不可避免。因此公司对在海外设立通讯产业 NPI 以及制造基地也均有布局，布局成果能与汽车产业实现共享。

3、如何看待产业转移过程中对于行业整体供应格局产生的影响？公司有何整体应对策略？

以印度举例，对于不同品牌而言区域诱因不仅体现在生产力单价的相对低廉，还包括市场的内需增长、政府积极招商引资等原因。因此无论是今天的越南或是明天的印度，转产的诱因对行业整体都会产生影响，机遇与挑战将留给做足准备的厂商。

4、公司去年下半年电脑互连与连接器板块的增速为历史新高，其背后的原因是什么？是否有归类调整所带来的影响？

主因是立讯并购子公司，而子公司品类与公司原有品类在占比上有不同区分，整体来看发展趋势并没有较大变化，主要系并入的子公司在电脑品类具有一定规模，属于正常累加后形成的较大增幅。

5、对于智能手机业务的发展和盈利展望说明？

对于智能手机业务中的任何整机或新产品来说都存在喇叭口的概念，前期投入较大，但只有较小的产出，到一定程度才能达到相对平衡，这样的投入和产出状况是比较正常的。

去年，公司在新产品上的业绩如预期，小额亏损为正常情况。尽管 2021 年度受外部压力影响较大，未能实现盈利，但今年一季度不仅优于去年，更优于预期。公司对团队表现十分满意，对未来 3 至 5 年的发展充满信心，并希望团队能实现自我及其他平台领域上的超越。

6、请问对比 2022 年与 2021 年，公司对全年展望的信心是基于新业务的放量，还是成长空间受到 2021 年产品出货递延的因素影响？

整个年度成长，与公司“三个五年”战略布局有同质性，即在计划时间内达成高效能的目标产出。公司通过不断推动内部经营管理模式及现有产品优化，在把握老客户新产品、老产品增量的同时，实现老产品质量拓宽。今年一季度成长中确实有部分递延增量的影响，但仅在 3% 左右，因为消费产品不属于生活刚需，需求存在于消费者能力充裕时。所以今年整年成长组成除前瞻性布局的新产品落地外，更多是基于现有产品的质量优化。

7、上述前瞻性布局的新产品业务在年度业务增长中是否有占比？

以今年一季度为例，业务增长受递延增量部分影响极低，仅在 3% 左右，今年的增长侧重点主要在于去年产品的延伸。

8、怎么看待与规避如以往消费电子产业链进行产业转移的过程中，出现的类似于跑冒滴漏的现象，即 ROE/ROIC 出现区域性下行的情况？

公司现有海外的产品线都处于成熟的业务模式与管理模式之中，对公司而言挑战并不是特别大。公司拥有丰富的对外贸易经验，上下同仁无论在客户业务端、产品端或是运营端的国际化语言要求及国际化思维要求都可以适应国际化带来的挑战，且谋定而后动，公司在每次迈步之前，都会预先做多次费用测算及沙盘预演，当所有事项都有支撑点时，才会踏出这一步。

9、以目前在海外投资回报的 ROIC 为例，国际与国内相较哪个会更优秀及如何看待其未来趋势？

这两者之间不能单纯从指标上去对比其差异，参看海内外财务指标时，可能会出现海外指标优于国内指标的情况，这是受大环境因素影响，国内较海外风险相对可控，所以公司在做商务规划时，基于平衡风险方面的综合考虑，倾向于将“稳定”布局在海外，“弹性”留存在国内。

10、公司在产业转移的布局上有没有考虑到国内原有产能的利用？

对存量市场而言，当企业进行海外产能扩充，势必会与国内已有产能此消彼长。因为当进行海外产能扩充时，企业将面对海外成长成本与国内成熟产地及人力的浪费，这种情况对一些负增长、无增长或者增长很小的企业而言压力非常大。

对于立讯而言，该问题在未来 5 年内比较好吸收。例如公司汽车线束业务未来计划在国内建造工厂来覆盖产品需求，在此过程中，公司将原有的消费电子生产基地向汽车线束方向转变，这种对于市场的挑战，大部分企业会感到承压，但对于高速成长的企业则相对会好些。因为在转换过程中，公司现有成熟的消费电子员工、干部以及场地都可以利用起来。单从产品面来看，线束从零开始也带来了很大挑战，但是从公司角度，可以通过与客户沟通协调来解决问题，因此公司并无过度考虑。

公司需要扎实稳步地前进，在传统能源、智能电动车或者更多领域内，孵化新产品都需要不低于 5 年的时间，所以勤恳、务实地前行是企业前进的原动力。

11、对于年报中员工的人数，还有过去 5 年的人均创利金额，基本上人均创利金额在 3 万元左右，或者 3 万-4 万之间徘徊。假设未来 5 年立讯能够保持 30% 的净利润增长，业务非常强劲，按照过去人均创利的水平，我们管理的员工数将会达到 80 万的量级，80 万这个量级也是达到了全 A 股上市公司最高的人数量级。从这方面来讲，管理的挑战是非常大的。未来是否会由于自动化导致人均创利有大幅提升，从而使得我们的管理难度没有想象中那么大。即便是达到 80 万的人员，包括刚才讲的可能要在海外转产一些产能，海外的员工也会包含在里面，这样的管理难度如何解决？

不可否认，几十万人是不好管理的，所以需要制度来协助。公司 2021 年人数约 22.8 万，2020 年约 17 万，去年利润还是受到部分大环境影响，但是从营收规模来看，如果未受大环境影响，公司人均产值提升幅度还是会比较大。未来不论是立讯或其他企业，都会朝此方向不断优化产业和自身能力。

此外，公司现有产品，无论在消费电子、通信、汽车或者医疗相关市场，都有较高同质性，对于管理边际线而言，相对难度主要在于宽度和深度。因此在我们第一个，甚至第二个五年计划内，我个人未感觉到需特别忧虑。但是我们有做一些调整，在沿海地区侧重于开发及 NPI，在内陆地区更多的是量产，把厂区规模缩小，也充分利用现

有的资源或优惠的资源，去实现在地化员工的服务。我们内地有很多员工工作达到 10 余年，这些都是比较稳定的支持。

12、2021 年年报和 2022 年一季报来看，净利率是 5% 左右，跟过去比较长时间的净利率在 8% 左右相比，其实是有一定差距的，您前面介绍一些并表的原因，还有其实更多的一些业务可能是在投入期的状态。从中长期维度来讲，您觉得立讯的净利率水平是朝着例如 5% 以及更高增长，从而维持 25% 左右的 ROE 水平，还是说现在由于部分业务在投入期，公司人均创收是在增长的，但利润端暂时还没体现出来，其实在未来人均创利会提升，未来长期来看，可能净利率会回到利润 8% 左右，毛利率也会回到过往的水平，而不是说是会做利润更薄但周转更快的业务？

公司所有延伸性的产品，其经营状况的极限是维持目标，众多产品表现比以往更好。部分子公司可能在去年的报表上面利润贡献没有超过 10%，现在没有办法跟大家作进一步的拆分，但公司内部部分老的 BU 是值得肯定的。公司延伸性产品的经营状况都是比自己的过去好，而新产品是比同业好。

对于利润率表现从 8% 降到 5% 左右，一季度的产品中约 120 亿的产品利润率较低，但是其实际上的表现还是会比别人好，比以前的自己好，尽管拉低了整体利润率。在商业机会的选择上，我们会更多的选择对市场有帮助、对 ROE 有帮助的，而不会过多的去考虑到整体净利率由 8% 降到 5%。我认为目前看到的基本是我们能接受的大方向的底线，如果更低的话，我们会慎重考虑。

13、公司从 2021 年第三季度开始，资本开支有比较明显的提升，这部分增加的原因是对应今年的新产品，还是说更远期的规划？

资本开支的增加与公司并购的子公司有较大关系，这也是主要的原因，其次为公司部分新产品在原有市场上的投入，预计会持续到今年上半年。其他例如智能移动终端显示模组、系统封装产品、智能穿戴产品以及摄像马达等产品，预计会在接下来几年内仍保持高速增长。总体而言，公司成熟产品部分的资本支出到今年上半年基本可以缓和。至于汽车及通信领域，其资本支出压力不会特别大。

14、公司会不会因自动化程度高，反而在市场销售状况差的时候影响盈利？

一些单品类的产品会受到这样的挑战，当其表现不佳时，有些自动化模组会变成阶段性负担，这是不可避免的。目前自动化的普及不在于技术，而是产品的生命周期与价值。当产品的生命周期较短时，其自动化的价值就不高，公司会尽量使用简单的辅助模组去实现，以减少不稳定的冲击，特别是针对第一代产品时，我们会格外谨慎。

15、公司智能可穿戴产品在 2022 年的展望如何？

我们认为智能可穿戴产品已经与智能手机一样相对成熟，品牌端的竞争力也已经把消费市场划分得较为清晰。有市场领导力和有竞争力的品牌厂商仍然能在高端产品上有更好的表现，包括对声学可穿戴产品市场的贡献，因此公司依然看好这个市场，也在稳健当中持续发挥，并且我们较好的表现将有助于品牌客户在市场的突破。而其他如健康可穿戴产品，随着传感器功能的增加，量会比声学可穿戴产品更有增长空间。包括健康可穿戴和声学可穿戴在内的智能可穿戴市场，我们看到大环境在调整，也看到客户对供应链、市场品类/商务策略的调整，未来几年，智能可穿戴产品市场将拥有更健康、稳定的成长。

16、想问一下公司 22-23 年汽车业务部门的工作重点是什么？收入的成长来自于哪里？

汽车业务的介绍大家可以参看公司年报，写得十分详细。我们认为汽车 Tier1 和消费电子 Tier1 不太一样，汽车 Tier1 基本从零开始，而消费电子 Tier1 只是在客户要求的基础上在后段落地。实际上公司汽车业务很多产品线，并不是客户没有给我们机会，而是好几类产品公司因为开发资源成长跟不上，只会策略性地从头部客户开始服务。从目前情况看，公司汽车业务将保持高速的成长。

17、公司从与汽车客户接触到形成收入需多长时间？

海外传统汽车品牌客户大约需要 4 年时间。海外领先新能源品牌客户 B 点可能只需几个月时间，正常大概一年左右。国内客户现在也大概是 12 个月到 18 个月左右，相对都较快。

18、公司与奇瑞的合作是否有新的动态可以分享？

立讯人与奇瑞人无论在经营理念或是市场信息的分享上，都做到了快速的融合。无论是奇瑞或是其潜在客户，都比较肯定公司在过去的帮助，让奇瑞在一些项目上更明确、更有信心。我们认为目前与奇

瑞的合作十分顺利，无论是 ODM 或是 Tier1 业务，亦或是团队的融合，都实实在在超预期。

19、公司对长期汽车制造模式变化的看法如何？ODM 是否会变成未来比较重要的一种汽车制造方式？

对于一些新的 Smart EV 品牌，在目前阶段非常需要有更多可以快速面对市场的产品，而在该市场环境下，更多的情况还是由像奇瑞这种企业提供传统的架构，然后让品牌可以在传统架构上设计搭载其想要的新体验。以目前的情况来看，奇瑞缺的不是机会，而是需要把更多的资源更好地分配到共同造车的业务上来。公司与奇瑞的合作，在现有品牌或是 JDM 上，都在优化资源的分配。

20、公司汽车业务目前是以线束、连接器等产品为主，而通过与奇瑞的合作可以帮助公司拓展到更多 Tier1 产品的机会，这样理解是否正确？

公司还有很多产品需要从 0 到 1，再从 1 到 10。从 0 到 1 需要在产品开发过程中有一个可以共同预研的平台，而 1 到 10 则是指如关系到人身安全的重要终端产品出来的时候，我们的产品可以在整车上发挥，目前公司至少在商务层面排除了障碍。未来，公司 Tier1 的发展将不仅限于奇瑞，通过与奇瑞这层关系，使得我们 Tier1 产品从 0 到 1、从 1 到 10 的过程会更方便，公司也将积极寻求更多的商业机会。

21、公司在系统化封装业务未来可能会做进一步的规划，是否意味着未来公司在半导体封装制程上有所业绩贡献？公司对于这样的商业机会是基于什么考虑？

在公司第二个五年和第三个五年计划中，主被动元器件是公司一定要把握的机会。无论是汽车、通讯或是消费电子，硬件方面的产品线我们相对比较完备，而相对门槛更高的，则是主被动元器件的相关环节。对公司而言是跨领域，我们不排除会用外延方式去布局和把握。虽然我们一直都在做这方面的市场调研、评估与洽谈，因为存在很多诸如时间、选择方式等变化，因此目前暂无明确的时间表，但我们对于公司未来的规划是很明确的。

22、公司 2022 年切入到通信服务器的整机 ODM 环节中，请问

可以给客户哪些更有优势的服务？

首先从产品的优势来看，除了三大件以外，大部分料件我们都能支持，例如 Cable/Connector、CPU/DDR/High Speed 相关的 I/O 以及 Internal 相关，价值量总计约 8,000~12,000 元。在数据中心领域，客户并没有把它当作终端商品，而是当作一个大的部件，因为相关设备本质上是基于客户需求而深度定制开发的，所以这与我们一贯的商业逻辑是相吻合的。

目前国内服务器市场是国内企业的机会。我们的优势在于团队非常优秀，“老酒装新瓶”，在研发团队加入后，公司整体平台能快速协助团队发挥，另外，深度的垂直整合能力也是公司核心竞争力之一。

23、公司刚提到，目前老产品比过去好，新产品比同行好，也提到说利润率 5%可能底线，而今年一季度公司的利润率就是 5%，所以从公司的角度，整体盈利能力一季度往后是处于一个改善的通道？

所谓 5%是指公司高层在做未来规划时，从整个运营资金、财务指标的健康上做的考虑。实际上也并不是产品只要达到 5%利润率我们就接，而是得根据产品、市场、以及自身因素等多个层面去做综合考虑。有些产品本身的 ROE 较优异，或者说对未来的影响比较大，就算 1%的利润率公司也会考虑。所以 5%的利润率是管理层对公司良性经营的一个参考指标，不是衡量单一客户单一产品的指标。至于之前所说的“比自己昨天好，比同业好”，这其实不是所谓的改善，而是作为一家企业，本就必须有这样的追求，在市场里不能进步随时都会被超越。

24、目前公司处在“喇叭口”投入期的产品占比，未来是持续提升，还是处于稳定的状态？

综合来讲，2025 年前公司“喇叭口”的情况都差不多，处于比较稳定状态，我们也会根据实际经营发展战略进行平衡调节。

25、前段时间公司成立了一个新能源的子公司，方不方便讲下未来这块业务规划？

公司有部分服务于新能源领域的产品，因此经营范围内必须要注册相关的信息才能经营。但是我们在光伏新能源上目前没有大的规划，希望大家不要误解。

| | |
|--------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | <p>四、王来春董事长针对本次交流会的总结</p> <p>首先对大家提问的问题，有些地方仍是我们亟需改善与加强，但是请大家相信立讯是一个对自己现在以及将来规划都非常清晰的企业。我们短期会有质量地完成我们既定的目标，通过内部持续改善，将业务及内部管理质量做到极致。尽管这两三年来问题非常多，但我们还是很坚定，只要我们积极面对，依旧可以克服很多困难。同时我们也会把握住“第二个五年”的机会，包括汽车、通信以及消费电子大客户以外的市场。“第二个五年”是一个非常好的成长和爆发期。我相信在“第一个五年”末的时候，相关业务已经有很好的贡献。</p> <p>谈到汽车业务，事实上，我们“喇叭口”还是挺大。但是在汽车 Tier1 “喇叭口”很大的情况下，我们依然还有比较好的表现。所以请大家抱着信心去看待我们在“第一个五年”末和“第二个五年”的高速成长。</p> <p>在未来“第二个五年”和“第三个五年”，公司确实会有新的切入点，我们看好主被动元器件相关业务的发展，同时也做了充足的调研及准备。在 SiP 及 MiniLED 上面的优秀业绩相信很快能得以呈现。</p> <p>关于立讯为什么不做第二季度的预测。因为我们将近 60%产能在华东实现。主要有以下两个原因：第一，客观来讲目前存在一些不确定因素；第二，微观来讲我们也是困难重重，但我们也得到了很多支持和帮助。现阶段整体经营状况受控。</p> |
| 附件清单 (如有) | 无 |
| 日期 | 2022 年 4 月 28 日 |