

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：2024-003

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： <u>股东大会互动交流</u>
参与单位名称及人员姓名	公司 2023 年度股东大会参会股东
时间	2024 年 6 月 27 日 15:00-17:00
地点	广东省东莞市清溪镇北环路 313 号
上市公司接待人员姓名	董事长/总经理王来春女士；独立董事宋宇红女士、张英女士、刘中华先生、侯玲玲女士（新任）；监事夏艳容女士、莫荣英女士；副总经理、董事会秘书黄大伟先生；财务总监吴天送先生。
投资者关系活动主要内容介绍	<p>公司接待人员与股东互动交流</p> <p>问题 1：公司如何理解大客户关于 AI 的战略及硬件应用，并如何参与其中？</p> <p>答：公司的主要大客户相对而言更追求极致，不管是软件开发还是硬件搭配上都比较具有优势。在 AI 浪潮来临时，该客户的产品会是标杆性、引领性的。对于立讯而言，无论是哪个客户，我们都会发挥出自己的价值。无论是技术的储备，工艺的创新以及服务的意识上，立讯都是让客户放心。除了千万级的产品，公司也有关注、配合其他细分领域的客户。在 AI 时代，硬件的声、光等传感技术也十分重要，这也是与公司的布局相符的。</p> <p>问题 2：请问公司在通讯、汽车板块的战略？</p> <p>答：公司通讯板块早在十几年前已经开始发展储备，从简单的服务器配套到今天 AI 服务器集成上的光电连接、散热及电源管理。四年前受到的国外同业的挑战，也证明了公司在通信行业的技术储备。但在商务上，公司确实会受到一些地缘政治的影响。现随着行业迭代加快及算力需求增长，对电连接的要</p>

求更多更高，这对立讯而言是很好的机会。国内外的巨头都是公司的合作伙伴，公司正在走在一条正确的道路并将持续走下去。在汽车板块，目前有一个趋势，国外客户或者国内品牌海外市场均需要中国产业链全球制造的能力，立讯在这点上通过内生外延已经做好了充足的准备。

问题 3：请问公司在印度的布局？

答：目前公司在印度拥有两个符合基础需求的厂房。公司始终以客户需求为核心，但因为印度政策上对外资企业的限制，公司并不急于快速推动产业建设。尽管如此，公司依然致力于全球化的发展战略，以便随时应对市场需求，确保商业运作不受影响。

问题 4：公司未来发展中，哪些领域前景更优？哪个领域的成长性更高？

答：在公司未来的发展中，消费电子、汽车和通信产业各具优势。从市场前景和成长性来看，消费电子市场依然庞大，预计至少还有 10 年的成长空间。公司在消费电子领域积累了丰富的经验，并且在 3-5 年前积极拓展大客户之外的客户。我们有信心在消费电子领域未来 3-5 年内保持快速的增长，并在接下来的 10 年内保持平稳增长。公司的竞争优势在于具备从精密零组件到功能模组再到系统集成的全方位能力，同时在全球化制造和与客户同步开发方面表现突出。在汽车板块，大规模产量为中国企业在 Tier1 供应商层面提供了重要机遇。虽然在绝对市场规模上，汽车市场可能不及消费电子，但其成长速度更快，汽车行业的获利能力也略高于消费电子。公司在汽车领域的高速增长是基于其强大的制造和开发能力，这为我们在这个快速增长的市场中占据了有利位置。通信产业方面，公司预计在明年初可以实现高速成长，并在 3-5 年之后保持平稳增长。在未来 10 年中，消费电子和汽车将对公司贡献相当，通信产业的成长性也将显著提升，但规模也许不及消费电子。总结而言，公司三大板块有望在未来几年实现快速增长，并在长期保持稳健的发展态势。

问题 5：地缘政治对中国企业的影响，公司在国际化过程中是否有压力？

答：近几年通过深入海外市场一线，已经逐渐摸清地缘政治对商务发展的限制边界，可以看出在公司原有的 3%-5% 左右产品确实会受到地缘政治的限制，只能在国内或者与中国友好国家发展，类似于 ODM 的通信设备产品、服务器整机等，我们对于这部分也相应做了投入资源的收缩。而剩下 95% 的市场可以分为两部分，一半业务是完全不受影响的，这部分产品是中国企业更有优势，或者竞争对手已经没有涉及；另一半业务，在开拓的过程中虽然需要比非

中资企业做得更加优秀，但是只要团队一直保持领先就能争取到机会。所以目前来看，有一定的压力，但更加是我们的动力。

问题 6：随着机器人时代的到来，未来全球的制造成本是否会拉平？

答：机器人不断发展会给生产人员、技术人员带来很多帮助，但对于少量多样的客制化产品，可预见的时间里需要投入一线人员的成本还是比较高。用汽车线束来举例，汽车线束以前是 700-800 个回路，现在有 2000 多个回路，其中 30%的工站确实可以用机器人或装备取代，但是在架构上的众多回路可以简化为几个点对点之前，剩下的 70%还是很难用机器人替代。

问题 7：公司是否能配合客户实现节省人工的目标？

答：包括立讯在内的很多中国企业，在制造端提供模组化、自动化的解决方案能力都是领先的，但实际生产中是否使用模组化、自动化取决于产品的经济效益，有些产品在高峰期时的稼动率是其他时期的 4 倍，如果使用全自动化生产的话，capex 投入无法最大化利用，相应增加了成本，这个方案也不会是客户的最优选。从实现自动化率提升的角度看，这个本身在技术上是没有难度的，但需要根据客户、市场、产品的具体情况来看，小批量的产品做大量模组化、自动化的生产，经济效益不高，所以很多客户在柔性化生产方面还是更希望用人工。

问题 8：在自动化浪潮中，中国和东南亚等地的差距是否在缩小？

答：公司在所从事的细分行业中还处于全球领先地位，比如越南、印度、墨西哥等国家，都无法复刻中国制造业的发展道路，这些国家在产业链整合方面也与中国的有着一定的差距，且中国一直在招商引资中提供最好的服务，这使得中国在全球制造业中的地位依然稳固。当前趋势更多还是现有产业链外移，而不是在新地区建立完整的产业链，尽管部分规模较小、技术门槛较低的公司可能因产业链转移而被整合，但整体来看，公司在全球高技术含量和复杂制造业领域的竞争力依然强劲。

问题 9：如何看待员工、客户及大小股东之间的关系和排序？

答：公司员工、客户、股东之间不存在根本矛盾。立讯是“摆渡人”，品牌客户是“淘金人”，立讯摆渡客户去淘金，立讯成就客户，才能成就公司。公司好，员工和股东才能好。

问题 10：请问从消费电子到汽车、通信等领域的技术跨度如何实现？

答：在消费电子领域，公司和头部客户的深度合作并非运气使然。全球服务头部客户的企业很多，但是立讯能够把握时机、磨练自己，抓住发展机会。我经常提醒团队思考：未来要去哪里？现在在哪里？为什么能在市场中立足？优秀的同业很多，我们需要向客户传递一份信心：现在选择立讯没有错，以及未来立讯也不会让他失望。这些都是我们一直思考的方向。比如在汽车线束领域，相比部分公司，立讯起步晚、初始规模小，但是目前在规模、供应能力，以及未来的扩充能力上都呈现出领先趋势。原因在于，客户眼中的立讯是一家具备高质量解决问题能力的公司。特别是在智能车时代，汽车线束产品复杂性提高，立讯仍然能在内部管理体系、智能制造上面配套满足客户需求，并且整合同一生产线的多种产品品类，在产能上高速爬坡。以立讯曾经在高速连接线、线性马达、摄像头等产品的布局相类似，在进入某一细分领域前，我们都会做好充分的市场调研与全面的沙盘推演。过去这么多年，立讯想要往哪个方向走，基本能实现，就是因为带着敬畏之心看待机会，做足准备。

问题 11：公司如何看待大客户业务未来的成长？

答：全新产品的第一代能做到这个程度已经非常优秀，也获得了同业对于各项技术的高度认可，我个人认为，每个新产品可能需要至少三代的时间，让消费者的体验更上一层楼。大客户在技术投入、内容支持、软件和硬件的垂直整合上面都非常领先。

问题 12：公司 ESG 上有什么努力？

答：ESG 类似企业的体检报告，能够呈现潜在的问题，所以公司非常重视，希望通过 ESG 管理对企业自身进行完善的健康检查，提前预防、及时应对。

问题 13：未来是否会引入如 Intel 等相关领域行业头部公司的计划？

答：如果时间点合适、价值合适，同时可以相互赋能，可以考虑。但不会纯粹因为资金的需求来引入投资人。

问题 14：展望未来，公司致力于发力多元增长点如汽车、通信板块，大量投资这两个板块后是否会拉长投资回报的时间？

答：往年公司营收、利润成长稳健，24H1 在不利的大环境下依旧保持超 20% 增长，证明公司一直都有在提前做详尽的规划和充足的准备。对于一个新产业的投入，公司除了做好详细规划外，我们还会重点关注这个新产业在未来

短中长期的 ROE 水平，我们会更加青睐那些在长期稳定状态之后，ROE 水平仍能保持在 20% 以上的项目。并购也非常谨慎，卖方在财务和管理上的缺点短期内或许会对我们购买方公司整体 ROE 造成拖累，但公司会严格考核影响是否可控，可控才会推进，所以过去几年无论内生还是外延 ROE 表现稳定。固定资产的投资更多是投向大客户，400 多亿固定资产 40% 厂房，剩下 60% 中的 70-80% 是 400 多条 SMT 产线，剩下为动态的每代产品迭代时优化的 CAPEX。汽车和通信的 CAPEX 投入上，更多是柔性的，因为这部分公司深度参与 ODM。去年终止 135 亿定增，是因为公司对现金流和增长充满信心。

问题 15：公司自身是否有通过 AI 提升效率？

答：公司在提升效率方面一直致力于应用人工智能技术。早在公司发展初期，我们便积极推进智能制造和智慧办公的实践，这些举措使得在员工数量减少的情况下，依然实现了产能和销售的双重提升。这一切得益于公司早期在生产和管理中广泛应用 AI 技术。未来，公司将继续加大人工智能在企业各个环节的深度融合，加速推动 AI 技术在业务中的创新应用，助力企业发展再上新台阶。

问题 16：公司未来是否有并购的计划？

答：多年来公司在并购方面积累了丰富的经验，并对未来的并购策略有明确规划。我们在并购过程中深知卖方或多或少会存在一些困难，因此，我们的评估重点在于目标公司是否能为本公司在市场上带来补充，团队能否在有限时间内实现预期的改变。我们始终坚持“看好、看懂、赋能”的原则。近年来，公司收购了多家企业，在大多数情况下，公司仅组织小规模专业团队进行协助，为对方实现在财务、组织架构等方面的赋能。公司的并购意图更多的是基于业务需求而非单纯财务的考量，尤其关注那些已经具备一定基础并能弥补公司战略布局的企业。此外，由于公司有充裕的储备现金流，公司不会以发债来并购企业。未来，我们将继续保持这一稳健的并购策略，确保每一次并购都能为公司的长远发展提供强有力的支持。

附件清单
(如有)

无

日期

2024 年 6 月 27 日