

立讯精密工业股份有限公司

2022 年度董事会工作报告

一、2022 年公司经营情况的回顾

2022 年，国际地缘政治冲突加剧、以欧美为主导的发达经济体持续推动利率上浮、能源价格居高不下、全球经济下行压力不断凸显等不确定因素相互叠加涌起了全球通胀浪潮，复杂多变的外部环境与持续萎缩的消费需求，致使公司以及所处的产业链迎来诸多风险与挑战，但同时也蕴含着新的机遇与发展动能。

过去的一年，公司上下凝心聚力、砥砺前行，于危机中育先机。在正确认识机遇与挑战的基础上，密切关注客户需求及市场发展变化，持续精进核心技术和智能制造实力、不断精益和提高自身运营水平，通过高效发挥智能化、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，深入推动垂直整合一体化的经营模式以及各产品线/业务模块间的高效协同。

在前沿探索方面，公司秉持着为客户、为社会创造价值的理念，以“三个五年”战略部署为指引，结合新形势、新机遇，深度聚焦光、声、电、磁、热、射频等核心技术领域，以“工艺+底层技术”的强大能力拼图为基础，实现公司在不同产品、不同客户、不同领域的持续拓展，进一步深化对短、中、长期发展的前瞻布局。

在顺应全球制造产能变迁方面，随着主要客户对公司的国际化产能布局需求不断加深，以及中国制造业全球化战略的持续推进，公司已于越南、印度、马来西亚、德国等地设有海外生产基地，未来将持续完善和优化全球产能布局。公司全球化进程的逐步推进将有利于公司降低生产成本，提高快速响应能力及市场竞争力，并以灵活的态度应对宏观政治经济环境波动及国际贸易格局变化所带来的不确定性，切实增强公司的抗风险能力。

1、消费电子业务

2022 年，由于受地缘政治、全球通胀等外部因素影响，海内外消费需求出现不同程度下滑，叠加第四季度华中地区重要系统厂商产能受阻，公司部分零组件及模组产品出货量短期呈现被动下滑态势，整体稼动率出现一定波动。虽外部挑战严峻，但公司始终坚持强化战略思维、保持战略定力、加强战略谋划，在智能移动终端、健康穿戴、声学穿戴等系统组装业务，以及智能终端显示模组、系统封装、音圈马达等核心零组件、模组产品上均实现突破，凭借扎实的产品研发能力、领先的自动化制程开发水平、高效的精益制造能力、高品质的交付标准等多方面的优秀表现，持续收获核心客户高度的评价与充分的肯定，由此实现各产品线市场份额逐年提升。在新产品、新业务方面，公司充分肯定人机交互、虚拟现实等产业未来在工业、交通、医疗、娱乐等不同领域的发展空间，公司于报告期内积极布局，携手一流客户共同规划和落实下一个五年的黄金发展机遇。面对高度复杂的新产品界面，公司一如既往通过深度的工艺解析和技术分解，将综合复杂的结构转化为多个成熟的工

艺制程，并通过声、光、电、磁等技术赋能，帮助客户实现产品的开发和落地。

2、汽车业务

2022年，随着汽车产业“电动化”、“智能化”和“网联化”发展趋势的持续演进，国内新能源汽车产业快速发展，汽车电子在整车制造成本中的占比得到大幅度提升。公司依托强大的智能制造平台，充分利用在消费电子和通信领域深耕多年所积累的技术实力与客户资源，以把握技术发展和赋能客户为导向，通过布局国内多个生产基地与研发中心，同时高效发挥国内外资源协同效应，实现向汽车电子领域的跨界赋能。在汽车电动化、智能化、网联化的趋势带动下，公司汽车业务相关产品（高/低压线束、特种线束、充电枪、汽车连接器、智能座舱域控制器、液晶仪表、AR HUD、DMS等）市场需求强劲，业绩呈现高速增长。此外，公司控股股东立讯有限公司于2022年2月11日参股奇瑞控股集团有限公司及其下属子公司（以下简称“奇瑞集团”），与此同时，为构建公司汽车核心零部件前沿研发设计、量产平台及出海口，助力实现汽车零部件 Tier1 领导厂商的中长期目标，公司与奇瑞集团签署《战略合作框架协议》，通过与奇瑞集团的优势互补，快速提升公司作为 Tier1 厂商的核心零部件综合能力，并在实践中快速打磨、优化与放量。

3、通信业务

2022年，公司通信业务整体呈现快速增长态势，但受到一系列地缘政治因素影响，海外营商环境、行业准入政策等诸多限制条件对公司在北美地区的系统产品业务的持续拓展产生一定的阻挠。但在电连接、光连接、光模块、风冷/液冷散热部件等核心零组件上，公司海内外业务拓展成果丰硕，与此同时，公司在高速互联产品相关技术上拥有广泛且深度的专利布局，并积极主导或参与相关行业标准的制定，如 CPO 光互联标准、设备专业界面 QSFP112 国际标准等。未来在全球云服务市场规模高速增长的中长期趋势下，伴随云计算、大数据、物联网、人工智能等新一代信息技术在全球范围内的广泛应用，将进一步拓宽通信领域的相关核心零组件的需求空间。报告期内，公司持续加强在通信领域核心零部件的研发投入，致力于提升高/低频电连接、光连接、光模块、散热温控设备和射频通信产品的能力基础，并以“应用一代，开发一代，研究一代”为产品核心战略，建立各领域能力沙盘。为进一步加强产业垂直整合，推进技术跨界融合，提升产品线品类覆盖率，公司于2022年2月12日以要约收购方式控股汇聚科技有限公司，此举进一步完善公司在通信、医疗、汽车、工业等领域的互联产品战略布局。

二、主营业务分析

1、收入与成本

（1）营业收入构成

	2022年		2021年		同比增减
	金额	占营业收入比重	金额	占营业收入比重	
营业收入合计	214,028,394,291.44	100%	153,946,097,790.40	100%	39.03%
分行业					

电脑互联产品及精密组件	11,279,925,261.07	5.27%	7,856,595,729.78	5.10%	43.57%
汽车互联产品及精密组件	6,149,359,869.13	2.87%	4,142,675,174.19	2.69%	48.44%
通讯互联产品及精密组件	12,834,368,214.51	6.00%	3,269,476,642.60	2.12%	292.55%
消费性电子	179,666,857,997.07	83.95%	134,637,995,600.46	87.46%	33.44%
其他连接器及其他业务	4,097,882,949.66	1.91%	4,039,354,643.37	2.62%	1.45%
分产品					
电脑互联产品及精密组件	11,279,925,261.07	5.27%	7,856,595,729.78	5.10%	43.57%
汽车互联产品及精密组件	6,149,359,869.13	2.87%	4,142,675,174.19	2.69%	48.44%
通讯互联产品及精密组件	12,834,368,214.51	6.00%	3,269,476,642.60	2.12%	292.55%
消费性电子	179,666,857,997.07	83.95%	134,637,995,600.46	87.46%	33.44%
其他连接器及其他业务	4,097,882,949.66	1.91%	4,039,354,643.37	2.62%	1.45%
分地区					
内销	20,224,747,347.20	9.45%	10,493,247,599.10	6.82%	92.74%
外销	193,803,646,944.24	90.55%	143,452,850,191.30	93.18%	35.10%
分销售模式					
直销	214,028,394,291.44	100.00%	153,946,097,790.40	100.00%	39.03%

(2) 占公司营业收入或营业利润10%以上的行业、产品或地区情况

	营业收入	营业成本	毛利率	营业收入比上年同期增减	营业成本比上年同期增减	毛利率比上年同期增减
分行业						
消费性电子	179,666,857,997.07	159,057,762,186.53	11.47%	33.44%	33.28%	0.11%
分产品						
消费性电子	179,666,857,997.07	159,057,762,186.53	11.47%	33.44%	33.28%	0.11%
分地区						
外销	193,803,646,944.24	170,964,362,210.55	11.78%	35.10%	35.01%	0.06%
分销售模式						
直销	214,028,394,291.44	187,928,880,285.38	12.19%	39.03%	39.16%	-0.08%

(3) 营业成本构成

行业分类	项目	2022年		2021年		同比增减
		金额	占营业成本比	金额	占营业成本比	

			重		重	
电脑互联产品及精密组件	销货成本	8,991,105,12 5.09	4.78%	6,296,204,92 9.34	4.66%	42.80%
汽车互联产品及精密组件	销货成本	5,159,940,77 8.89	2.75%	3,475,111,29 1.70	2.57%	48.48%
通讯互联产品及精密组件	销货成本	11,405,956,3 91.67	6.07%	2,700,268,41 6.55	2.00%	322.40%
消费性电子	销货成本	159,057,762, 186.53	84.64%	119,338,834, 375.15	88.37%	33.28%
其他连接器及其他业务	销货成本	3,314,115,80 3.20	1.76%	3,237,917,28 0.14	2.40%	2.35%

三、公司核心竞争力分析

（一）数字应用激发智造新潜能

随着新一代信息技术与制造业的不断深度融合，公司时刻紧扣智能制造这一底层逻辑，大力推动自动化工艺、数字化应用对制程开发、人员组织及生产方式的持续赋能。

在数字化应用方面，公司引入SAP、PLM、MES、WMS等系统，实现从设计研发、生产到营销、采购、仓储、售后等全生命周期的管理流程和生产制程的进一步优化，做到“以客户为中心”的精准化、科学化、智能化管理，以精益求精的态度实现生产效率和良率的不断提升。

在自动化工艺方面，公司积极发挥机器视觉在精度、速度、重复性、可靠性、信息聚合等方面的显著优势，实现工艺制程中精密电子元器件的定位与检错判断、组装过程中零件与治具的主动配合定位以及零组件产品外观机器AI辅助检查，依靠机器视觉的测量数据实时反馈，增强自动化设备的深度自学习能力，打造自动化工艺的闭环控制。

（二）前瞻布局开辟增长新曲线

在公司“三个五年”的战略指引下，公司时刻把握市场动态，顺应行业发展趋势，以协同发展为本目的，围绕主营业务进行前瞻布局，致力于市场提供产业链完整、极致的综合解决方案。一方面，依托在消费电子领域深度积累和不断打磨的综合能力，公司已构建“工艺+底层技术”的能力拼图，以能力为敲门砖，实现在核心客户新老产品及其他消费电子客户海量市场的不断开拓。此外，公司持续将能力横向拉通，跨界赋能至汽车、通讯板块，凸显了公司在相关板块的差异化优势，有效支撑了商业计划的落地实施，实现了公司多元化的产品布局。另一方面，凭借多年来对各细分市场的深耕，公司在工艺上已具备完全自主的关键核心制程能力，包括模/治具设计加工、裸铜抽线、塑胶粒成型、冲压/锻压件加工、精密植入成型、表面处理、SMT、SiP以及系统级组装测试。通过在零组件、模组、系统级组装顺向或逆向的垂直整合，不断深挖产品价值的深度。

在产业链国际化的时代趋势下，公司的全球化布局正向纵深发展，除国内的广东、江西、江苏、浙江、安徽等地外，公司已在越南、印度、墨西哥等国家与地区搭建了成熟的产能基地与研发中心，在就近服务客户、提升产品成本优势的同时，高效集聚海外高精尖人才资源，为团队开拓高端市场、高品质服务客户提供强劲支撑。

（三）科研创新增添成长新动能

上市以来，公司始终将研发创新放在企业发展的重要位置，持续坚持对研发技术的大力投入，努力革新传统制造工艺，不断提升自动化生产水平，将各段精密制造工艺平台化。此外，公司高度重视在底层材料及创新生产技术的长期耕耘，研发

团队持续深入技术前端，学习探索先进精密制造工艺与产品应用，与核心客户共同建立了数间先进技术开发实验室，共同开发前沿技术。公司研发投入主要分为前沿科技投入和产品迭代投入。前沿科技投入主要围绕公司中、长期的产品与业务规划布局，将整体研发费用的约30%投入到底层材料、工艺、制程等前沿技术领域的创新研发中，推动公司在未来20年内实现30%的产品步入全球行业的无人区；产品迭代投入则是围绕新方案、新产品从有概念到NPI（新产品导入）过程中的研发投入。历年来，公司研发投入及研发成果均呈稳步上升态势，在研发投入方面，公司近三年累计研发投入208.34亿元，其中报告期内84.47亿元；在研发成果方面，公司累计拥有发明专利4,526件，较2021年末增长46.47%。

（四）双碳理念焕发绿色新活力

公司在生产经营过程中聚焦“双碳”目标，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。截至报告期末，公司共计43间工厂获得 ISO 14001 环境管理体系认证，9间工厂获得ISO 50001能源管理体系认证，11间工厂获评国家级或省市级绿色工厂，12个子公司获得UL 2799废弃物零填埋认证铂金等级。

基于SBTi1.5℃路径要求的减碳目标，公司按照气候行动规划路线图稳步推进碳盘查、碳减排、碳中和的行动规划，并根据实际经营情况对气候变化战略进行定期审视和调整，通过能源结构低碳转型、优化废弃物排放管理、屋顶光伏建设、直购绿电、绿能投资等方式，助力公司绿色可持续发展。

（五）筑巢引凤汇聚人才新高地

企业最核心的竞争力，最终都体现为人才与企业文化的深度融合、相互滋养所形成的软实力。核心人才既是企业可持续发展的基石，其本身也是培育企业所需人才的主力军。公司始终践行人才兴业战略，持续完善人才梯队建设体系和人才储备机制，一方面充分吸引契合公司成长所需、认同也符合企业文化特质的优秀人才，不断扩充骨干队伍；一方面持续完善人才培养体系和人才选用制度，随着公司业务不断发展，持续、合理地人才提出新的要求，激发其对能力边界的自我突破，不断提升个人综合实力与管理水平，为公司发展贡献新能量。在务实进取、精益求精和使命必达的企业文化熏陶下，公司为核心人才提供充分施展平台，有效激发其使命感、成就感及团队荣誉感。目前，公司已在全球范围内整合了材料、自动化、电子信息、模具、企业管理等多领域的优秀人才，为公司可持续发展储备人才资源。公司深谙如何吸引与留住人才，使人才与企业文化深度融合，形成人造环境、环境造人的良性循环，这也是企业最核心的竞争力。受益于有效的人才机制，公司在确保传统优势领域人才充沛的同时，也为新领域、新业务的高速和可持续发展奠定了基础。

四、董事会日常工作情况

报告期内，公司董事会共召开八次会议。会议的召开与表决程序符合《公司法》及《公司章程》等法律、法规和规范性文件的规定。具体情况如下：

时间	会议届次	审议事项	表决情况
2022年2月21日	第五届董事会第七次会议	《关于公司符合非公开发行股票条件的议案》	全票通过
		《关于公司非公开发行股票方案的议案》	
		《关于公司非公开发行股票预案的议案》	

		<p>《关于公司非公开发行股票募集资金使用可行性分析报告的议案》</p> <p>《关于公司前次募集资金使用情况专项报告的议案》</p> <p>《关于公司非公开发行股票摊薄即期回报及填补即期回报措施和相关主体承诺的议案》</p> <p>《关于提请公司股东大会授权董事会全权办理公司本次非公开发行股票相关事宜的议案》</p> <p>《关于调整 2019 年股票期权激励计划预留授予激励对象名单、期权数量及注销部分期权的议案》</p> <p>《关于 2019 年股票期权激励计划预留授予第二个行权期行权条件成就的议案》</p> <p>《关于公司向银行申请综合授信额度的议案》</p> <p>《关于公司开展外汇衍生品交易的议案》</p> <p>《关于公司 2022 年度日常关联交易预计的议案》</p> <p>《关于公司召开 2022 年第一次临时股东大会的议案》</p>	
2022 年 4 月 27 日	第五届董事会第八次会议	<p>《2021 年度总经理工作报告》</p> <p>《2021 年度董事会工作报告》</p> <p>《2021 年度财务决算报告》</p> <p>《2021 年度利润分配预案》</p> <p>《募集资金存放与实际使用情况的专项报告》</p> <p>《2021 年内部控制的自我评价报告》</p> <p>《2021 年度内部控制规则落实自查表》</p> <p>《2021 年年度报告及年度报告摘要》</p> <p>《2021 年度独立董事述职报告》</p> <p>《2021 年度可持续发展报告》</p> <p>《关于调整独立董事薪酬的议案》</p> <p>《关于续聘会计师事务所的议案》</p> <p>《关于公司向银行申请综合授信额度的议案》</p> <p>《关于使用部分闲置自有资金购买理财产品的议案》</p> <p>《关于 2022 年度增加日常关联交易预计的议案》</p> <p>《关于增加注册资本并修订<公司章程>的议案》</p> <p>《关于修订<股东大会议事规则>的议案》</p> <p>《关于修订<董事会议事规则>的议案》</p> <p>《关于修订<独立董事工作制度>的议案》</p> <p>《关于修订<信息披露管理办法>、<投资者关系管理制度>、<重大信息内部报告制度>、<董事会秘书工作细则>、<董事会审计委员会工作细则>、<董事会提名委员会工作细则>、<董事会薪酬与考核委员会工作细则>、<董事会战略委员会工作</p>	全票通过

		细则》、<董事、监事和高级管理人员持有和买卖本公司股票管理制度>、<内幕信息知情人管理制度>、<内部审计制度>的议案》	
		《关于召开 2021 年度股东大会的通知》	
		《2022 年第一季度报告》	
2022 年 7 月 6 日	第五届董事会第九次会议	《关于调整 2018 年、2019 年、2021 年股票期权激励计划行权价格及注销 2019 年股票期权激励计划部分股票期权的议案》	全票通过
		《关于 2019 年股票期权激励计划首次授予第三个行权期行权条件成就的议案》	
2022 年 8 月 25 日	第五届董事会第十次会议	《2022 年半年度报告》	全票通过
		《关于会计政策变更的议案》	
		《关于申请发行超短期融资券的议案》	
		《关于 2022 年度增加日常关联交易预计的议案》	
		《关于召开 2022 年第二次临时股东大会的议案》	
2022 年 9 月 15 日	第五届董事会第十一次会议	《关于向 2021 年股票期权激励计划预留授予的激励对象授予股票期权的议案》	全票通过
2022 年 10 月 28 日	第五届董事会第十二次会议	《2022 年第三季度报告》	全票通过
2022 年 11 月 11 日	第五届董事会第十三次会议	《关于<立讯精密工业股份有限公司 2022 年股票期权激励计划（草案）>及其摘要的议案》	全票通过
		《关于制定<立讯精密工业股份有限公司 2022 年股票期权激励计划实施考核管理办法>的议案》	
		《关于核实<立讯精密工业股份有限公司 2022 年股票期权激励计划（草案）>中激励对象名单的议案》	
		《关于公司召开 2022 年第三次临时股东大会的议案》	
2022 年 12 月 5 日	第五届董事会第十四次会议	《关于向 2022 年股票期权激励计划激励对象授予股票期权的议案》	全票通过
		《关于调整 2018 年股票期权激励计划行权数量及注销部分股票期权的议案》	
		《关于 2018 年股票期权激励计划第四个行权期行权条件成就的议案》	

五、对公司未来发展的展望

1、未来发展战略

基于核心管理层对市场、产品、客户的前瞻规划，在全体员工兢兢业业、使命必达、勇于创新的不努力下，公司在消费电子、汽车、通信领域已形成多元化、集成化、协同化的战略布局。面对新市场格局，公司深知机遇与挑战所在，并将坚定不移地投资未来，在强大核心竞争力驱动下，充分发挥自身各项优势，致力于为行业、为客户带来更多核心价值。

未来几年，消费电子业务仍将占据公司重要位置。从零部件、模组到系统，公司将持续贯彻和深化垂直整合理念，努力革新传统供应思维与方式、重构供应链，追求协同效应最大化，不断提升企业为客户创造价值的能力，不断追求可持续发展战略。同时，针对部分核心模块与工艺，公司将遵循“老产品，新客户、新市场”的战略原则，深耕产品广度与深度，有效

扩大其应用领域范围，提高在不同市场、客户的占有率，进一步提升企业经营抗风险能力。结合强化内外双循环的经济发展大趋势，消费电子在更大的消费需求被激发的大背景下，科技改变生活的智能消费性电子产品将蓬勃发展，相关产品包括智能可穿戴、智能家居、智能显示等，无论是核心零部件或整机系统组装，公司均已具备完整的综合能力，并已成为新产品/新业务做好充分准备。其中，在 AR/VR/MR 领域，公司将着力进行完整的产品深度布局，发挥自身在产品工艺、精益生产、自动化等方面明显优势，力争在新赛道取得好成绩；在通信互连领域，公司通过技术深耕与产学研一体化的开展，目前已在部分细分领域实现了全球领先。未来，公司将持续坚持“应用、开发、预研”的一体化战略原则，持续保持对市场与前沿技术的高度粘性，努力实现在更多细分领域的全方位突破。针对通信射频业务，公司将围绕“核心零部件+模块+系统”的产品战略规划，持续加大设计研发投入，提升核心零部件的自制能力，通过数字化转型升级，在精益生产、供应链管理等方面持续提高内部运营效率；面对汽车“电动化”、“智能化”和“网联化”给中国汽车企业带来的商业机会，公司战略目标清晰明确，即专注于 Tier 1 核心零部件市场。在汽车消费电子化的浪潮下，传统稳定的供应格局将被打破，越来越多的商业机会将密切拥抱在消费电子领域拥有沉淀和底蕴，同时也深度具备汽车产业经验的复合型厂商。未来几年，公司将继续把在消费电子、通信领域积累的精密制造经验与解决通信级别高速传输的开发能力降维应用于汽车业务当中，充分发挥所长。同时，以合作的整车 ODM 平台为出海口和切入点，不断打磨自身 Tier 1 能力，迎接 Smart EV 百家争鸣时代的新挑战和新机遇。

2、下一年度经营计划

2022 年，公司始终抱着敬畏之心看待市场机会和挑战，全体同仁使命必达、克服万难，在努力完成年初既定目标的同时，持续规划和制定下一年度经营计划。

2023 年，面对复杂多变的内外部环境，公司始终坚守主业，力求准确把握新发展阶段中的“变”与“不变”，通过深刻感悟变局、感悟大势、感悟其中蕴藏的发展机遇，把公司高质量成长的主动权牢牢掌握在自己手里。未来，公司将继续围绕主业持续探索，夯实既定商业计划，在追随消费电子智能移动、智能可穿戴等 IoT 市场零组件、模组与系统的解决方案等新机会外，公司同步加强在汽车、通信、工业、能源、医疗等新市场及新材料、新工艺、新应用等技术方面的大力建设；针对新并入和孵化的单位与业务，我们将充分发挥自身所长，在客户资源、供应链资源、精益生产、自动化、数字化、智能化等方面进行协同赋能，达到快速培育和效益放大的战略目标。

在消费电子领域，公司将持续深耕既有客户及产品，在夯实自身基础的前提下，灵活运用多年来在消费电子行业所积累的底层技术与工艺的复合开发能力，实现对产品的持续赋能和差异化经营，并通过将公司多品类零组件、模组产品的堆叠，在不同的应用场景下营造更多的生态组合，其中包括对现有产品的功能升级，也包括对全新产品界面的复杂工艺制程和多技术融合下的深度赋能。此外，公司将分别从不同终端产品的核心零组件、模组及系统级产品等角度出发，深度剖析已有的服务能力，对不同需求、不同规模体量的不同客户进行深度调研和精准服务，同时依托对消费电子产品需求的前瞻预判及现有消费者痛点的持续改良，实现在红海竞争中突围领跑，在蓝海挖掘中弯道超车。

在汽车领域，公司将持续配合海内外品牌客户进行零部件业务的开发投入，依托在消费电子、通信领域积累的客户平台、产品矩阵和制造实力，以汽车“神经”系统为基础，进一步拓展连接器、新能源、智能座舱、智能网联等产品线。同时，建立在与奇瑞公司合作的整车 ODM 平台，以及未来与更多平台的潜在合作基础上，公司将持续为汽车核心零部件业务拓展更

多前沿的研发设计、量产平台及出海口，以此取得 0 到 1 的商业机会，并借助自身优势充分参与市场竞争，使公司 Tier 1 产品在市场的磨炼中彰显更多内在价值，致力于在未来三个五年内实现成为全球汽车零部件 Tier1 领导厂商的中长期目标。

在通信领域，全球 AI 热潮预计将拉动以算力为核心的服务器及相关零组件、模组的市场需求。未来随着在 AIGC 时代下，自然语言处理（NLP）与计算机视觉（CV）等多模态预训练模型及相关衍生应用的大面积落地，庞大的数据洪流将越来越依赖于高性能计算能力和数据中心的高速网络，这也为高速互联技术发展提供了新的机遇。面对创新的市场机遇，公司越发深度地研判产业链核心价值所在，找准真正具备进入壁垒和技术自主权的关键环节，定位国内外头部需求客户，有的放矢，快速形成差异化竞争优势。在此战略指引下，公司将持续加强在网络通信、基站射频等领域相关核心技术的研发与创新，通过精准把握电连接、光连接、风冷/液冷散热部件等数据/超算中心核心零组件相关新兴技术的变革趋势，着力锻造为全球领先客户提供高附加值产品及服务的能力，开辟公司更多增长曲线。

3、为实现未来发展战略所需的资金需求及使用计划

截至 2022 年末，公司资产负债率为 60.38%。2023 年，公司将继续扎实有序推进各项业务的高质量发展，在新市场开拓及新项目投产仍存在一定的资金需求。随着行业地位的提升及客户关系的稳固，公司在竞争格局上取得了一定优势。后期，公司将持续通过专案管控方式严格控制资本支出，定期对资本支出投资回报情况进行分析检讨；在应收账款和库存管理等环节持续进行深度优化，最大程度提高资金使用效率。公司将根据发展战略的需要，在不同阶段充分考虑各类融资手段的有效使用，合理调整公司的资产负债结构，为公司股东创造更大的效益。

4、未来面对的风险

（1）宏观经济波动风险

当前全球宏观环境存在较多不确定性，中美贸易摩擦、地缘政治持续恶化和扩大化等。宏观经济环境的不利因素将可能使得全球经济下行压力加大、主要发达经济体通胀高企，居民收入、购买力及消费意愿将承受较大压制。若宏观环境的不确定性长时间无法得到有效控制，则相关影响将给行业及公司带来一定冲击和挑战。

（2）汇率风险

目前公司境外收入占营业收入比重较大，主要以美元结算。2020 年-2022 年，公司境外销售额分别为 8,504,628.09 万元、14,345,285.02 万元和 19,380,364.69 万元，分别占主营业务收入的 91.94%、93.18%和 90.55%。由于我国实行有管理的浮动汇率制度，汇率随着国内外政治、经济环境的变化而波动，当汇率出现较大波动时，汇兑损益对公司的经营业绩会造成一定影响。为减少汇率变化对公司经营成果造成的不确定性，公司将尽力掌握汇率走势，严控外币净资产比例，通过开展外汇衍生品交易的方式，降低汇率波动对公司的影响。

（3）管理风险

近年来，公司致力于推动各项业务的高质量成长，不断加强在消费电子、通信和汽车等领域的横向拓展与垂直整合，体系内经营主体较多且相对分散，加之地缘政治、中美摩擦等因素，公司主要客户对产能国际化程度要求日益高涨，这对公司经营管理能力及优质人才储备提出了更高要求。若公司管理水平不能支撑自身规模的快速发展，公司将面临一定的管理风险。

（4）客户相对集中的风险

公司十分重视与重要客户长期稳定的合作关系。目前，公司客户集中度相对较高，并且短期主要集中在消费电子领域。尽管相关客户在业内均属于顶尖客户，具有强大、领先的市场竞争力，且与公司保持了多年的稳定合作关系，但如若重要客户发生严重的经营问题，公司也将面临一定的经营风险。公司将进一步深化在客户、产品及业务的多元化路线，以工艺+底层技术为支撑点，持续进行横向拉通、跨界赋能，努力开拓新市场、新业务。

六、内幕信息知情人管理制度的建立及执行情况

报告期内公司严格按照《内幕信息知情人登记管理制度》、《外部信息使用人管理制度》及中国证监会《上市公司监管指引第5号——上市公司内幕信息知情人登记管理制度》等相关规定做好内幕信息知情人登记备案工作。在公司2022年各定期报告编制、审议和披露期间，公司加强了内幕信息管理，严格控制内幕信息知情人员范围，及时登记知悉公司内幕信息的人员名单及其个人信息，并及时向监管机构报备。经自查，未发现2022年度公司内幕信息知情人在影响公司股价的重大敏感信息披露前利用内幕信息买卖公司股票的情况。公司及相关人员不存在因内幕信息知情人登记管理制度执行或涉嫌内幕交易被监管部门采取监管措施及行政处罚情况。公司董事、监事和高级管理人员不存在违规买卖公司股票的情况。

立讯精密工业股份有限公司

董事会

二〇二三年四月二十七日