

证券代码：603083

证券简称：剑桥科技

## 上海剑桥科技股份有限公司 投资者关系活动记录表

编号：2023-003

投资者关系 活动类别	<input checked="" 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 type="checkbox"/> 其他（请文字说明其他活动内容）		
时间	2023年7月14日 星期五 14:00-15:00		
地点	电话会议		
上市公司 接待人员姓名	<b>序号</b>	<b>接待人员职务</b>	<b>接待人员姓名</b>
	1	董事长、总经理	Gerald G Wong（黄钢）
	2	董事、副总经理、董事会秘书	谢冲
	3	副总经理、财务负责人	侯文超
	4	市场部副总裁	杨小琳
参与单位名称 及人员姓名	<b>序号</b>	<b>参与单位名称</b>	<b>参与人员姓名</b>
	1	AHAM Asset Management	Brian Yau
	2	AHAM Asset Management	Darren Tan Jian-Ming
	3	AHAM Asset Management	Fairuz Kamilan
	4	AIA	Tan Kee Hoong
	5	AmanahRaya Investment Management	Brian Kok
	6	AmanahRaya Investment Management	Julian Law Chin Tatt
	7	Amfunds Management	Andrew Seah Saik Weng
	8	Areca Capital	Derick Gan
	9	Areca Capital	Hann Shen Sow
	10	Areca Capital	Wong Kye Siang
	11	Astute	Sarizal Suhaimi
	12	CCB International Securities (HK)	Clint Su
	13	CCB International Securities (HK)	Gina Guo
	14	CITIC Securities	魏鹏程
	15	CMY Capital	Ong Sue Jinn
	16	CMY Capital	Raymen Chua
	17	Doh Capital Malaysia	James Ong
	18	Ethereal Capital	Chin Yee Weng
	19	Goldman Sachs	郭劲
	20	Hong Leong Asset Management	Ng Suk Yee
	21	Hong Leong Asset Management	Simon Lim Jiing Liang
	22	Hong Leong Assurance	Jun Han Tan
23	Hong Leong Assurance	Loh Hong Gene	

24	KAF Investment Funds	Ahmad Tajuddin
25	KAF Investment Funds	Gerald Sheah
26	KAF Investment Funds	Jia Ying Loh
27	KAF Investment Funds	Syed Hazeeq Al Qadry Sayed Hazmie
28	KAF Investment Funds	Tan Gan Leong
29	Kenanga Investors	Dawne Chin Jing Li
30	KSC	Adrian Kok
31	KSC	Tan Jwin Hon
32	KWAP	David Leow
33	LTH	Iqbal Zainal
34	Manulife Asset Management	Chew Ron Yeoh
35	Manulife Asset Management	Gan Kong Yik
36	Manulife Asset Management	Kong Yik Gan
37	Manulife Asset Management	Lee Ta Wei
38	Manulife Asset Management	Vincent Han Sen Thien
39	Manulife Asset Management	Lee Ta Wei
40	Maybank	Chow Pei Ying
41	Maybank IBG	Anis Amira
42	Maybank IBG	Cassandra Ooi
43	Maybank IBG	Farid Izmeer
44	Maybank IBG	Grace Yau
45	Maybank IBG	Loh Yan Jin
46	Maybank IBG	Loke Su Yen
47	Maybank IBG	Nor Azila Wahab
48	Maybank IBG	Rafiq Khalid
49	Maybank IBG	Vincent Phuah
50	Maybank IBG	Wong Wei Sum
51	MIDF Asset	Suhir Che Selia
52	Pheim Asset Management	Law Yin Lyn
53	Phillip Capital	Albert Chia
54	Phillip Capital	Mutiara Zulkifli
55	Pinebridge	Gary Tee
56	PNB	Kader Farhan
57	Principal Asset Management	Zhi Yang Liew
58	Public Mutual	Mohammad Nor Adlan
59	SKJ Capital	Shin Kao Jack
60	TA Investment	Alynn The
61	TA Investment	Vivien Loh
62	Tokio Marine Life	Cheah Yii Toong
63	UJSB	Amira Filza
64	UOB Asset Management	Alan Low Jian Seong
65	UOB Asset Management	Tan Shin-E

<p>投资者关系活动主要内容介绍</p>	<p><b>注：本次交流会以英文进行，以下纪要是根据会议录音翻译成中文。</b></p> <p><b>一、公司情况介绍</b></p> <p>公司于 2023 年 7 月 14 日披露了《2023 年半年度业绩预盈公告》，预计 2023 年半年度实现归属于上市公司股东的净利润为人民币 1.50 亿元至 1.65 亿元（约合 2,100 万美元至 2,300 万美元）。以上预告数据仅为初步核算数据，具体准确的财务数据以公司定于 2023 年 8 月 18 日正式披露的《2023 年半年度报告》为准，请各位投资者届时查阅公司官网投资者关系栏目。</p> <p>公司于 2006 年在中国上海成立，一直专注在应用于通信、数通和企业网络的光电终端设备，包括电信宽带、无线网络与小基站、交换机与工业物联网基础硬件以及高速光模块产品的研发、生产和销售。公司在北美、欧洲和亚太市场广泛开展业务。2017 年 11 月，公司在上海证券交易所主板上市。</p> <p>公司创始人黄钢先生曾任职于 AT&amp;T 贝尔实验室和朗讯光网络部门。公司在发展过程中先后进行了两次重要的收购，分别获得了 MACOM 和 Lumentum 日本公司的部分资产和研发团队，得以进入高速光模块领域。2022 年，公司整体业务收入达到了约 5.31 亿美元，相比 2021 年增长了 29.66%。</p> <p>在公司董事长兼总经理黄钢先生领导下，公司管理团队负责管理所有子公司的运营。每个子公司都有其特定的重点领域。例如，美国和日本子公司侧重研发，推动公司内部的创新；中国和马来西亚的子公司主要负责物流和生产制造，确保产品的高效生产和分销。这种结构使我们能够根据每个地区的独特优势进行战略资源配置。</p> <p>公司按产品和客户分成宽带、无线、光电子和 JDM 四个事业部。宽带事业部开发家庭和办公室中用于上网的网关；无线事业部开发无线网络设备和 5G 小基站，用于增强 5G 网络的信号覆盖，支持高密度数据使用；光电子事业部开发光模块，广泛用于各类通信设备；JDM 事业部与重要客户联合研发和生产制造，确保满足大客户的特定需求。</p> <p>光模块事业部是业务增长最快的部门。为了高效地将任何数据从 A 点传输到 B 点，信号需要在电信号和光信号之间进行转换。光模块就是用在传输过程中完成这种信号转换的装置。这些光模块通常在超级数据中心内使用，这些数据中心拥有大量的路由器和交换机，它们之间需要进行通信。此外，这些光模块在 5G 网络的建设中发挥了至关重要的作用。公司提供从 25G 到 800G 的各种光模块产品，并且正在持续研发 1.6T 光模块产品。这些模块具备各种不同的封装、数据传输距离、速度和容量。</p> <p>研发是公司非常重视的领域，公司每年将约 8% 的营收持续投入到新技术开发、产品改进、质量技术和工厂自动化等方面的工作。对研发的关注使得公司能够始终处于技术的前沿地位并在行业中保持竞争优势。</p> <p>生产设备的研发也是公司研发的重要组成部分。公司拥有一支生产设备研发工程师团队，并拥有自己的机械生产车间以及用于设计和制造高速光模块产</p>
----------------------	--

品的精密仪器。公司有机器人和自动引导车辆实现生产自动化，公司还开发了通过大数据分析追踪生产过程中的组件和产品的 IT 系统，能够实时了解工厂生产制造现场以及数据分析。

多年以来，公司先后获得了多个政府机构颁发的奖项和资质认证，以表彰公司在持续增长、企业发展以及智能制造等方面所取得的成绩。

公司管理团队成员具有国际化背景和丰富的通信行业从业经历。公司在不同的国家组建了来自不同文化背景的团队，对种族多样性的包容和尊重使得公司能够应对全球地缘政治紧张和突发事件所带来的影响和挑战。

公司在国际论坛活动中也非常活跃，例如，公司是下一代光传输网络组织的成员，也是 IPEC 国际光电委员会以及 Wi-Fi 联盟的成员。

## 二、Q&A

**Q: 请问马来西亚制造中心是一个外部单位吗？公司在马来西亚的所有生产是否均由其来承担？**

A: SMT TECHNOLOGIES SDN BHD 是公司在马来西亚的战略合作伙伴。截至目前，公司在马来西亚的所有生产均由其承担。

**Q: 请问公司对各个板块业务未来长期和短期的展望。目前公司光模块重点产品和客户拓展的进展情况，未来在哪方面可能会有比较明确的放量？**

A: 公司预计未来几年电信宽带接入业务仍将保持当前的增长势头。高速光模块是增长速度最快的业务板块。公司在 800G 领域是具有领先优势的公司之一，正与其他几家公司一起推动 800G 模块的发展。目前，公司已开始向通信设备制造商小规模交付。同时，公司也在与超大规模数据中心服务商合作，但目前主要还是针对交换机供应商。公司看好 LPO，该技术在降低成本、功耗以及延迟等方面存在优势。公司正与几家关键的超大规模数据中心客户深入探讨，他们对 LPO 非常感兴趣。但由于这是一项相对新的技术，公司预计从今年下半年到明年上半年，将会与客户开展更多的评估和测试。客户可能逐渐会有小规模部署，真正的批量采购将在明年下半年进行。公司的计划与此大致相符，并与组件供应商保持良好的合作关系。此外，我们还与交换机供应商以及最终客户进行端到端的测试。

**Q: 请问公司在中国和马来西亚分别生产什么产品？高端产品是先在中国生产，然后在亚洲或其它地区生产吗？或是不同产品的组合？**

A: 公司有三处不同地点的研发中心，大部分研发工作都在中国、日本或美国进行。因此，公司的产品制造地无关产品的研发地点。目前，公司的 NPI（新产品导入）流程是由上海牵头的。产品都会先经过上海做 NPI，然后再转移到上海以外的生产基地，马来西亚现在是我们在中国以外的主要制造地点。我们的战略是加快将产品从中国转移到马来西亚。这不仅限于低端或中端产品，还包

括高端产品。

**Q: 是否能够具体量化一下, 比如说目前有多少生产是在国外进行的?**

A: 这要视产品而定。公司已经与 SMTT 合作了 5 年左右, 从一开始小范围然后逐渐扩大。实际上, 双方已经合作生产了超百万台电信宽带产品和无线网络产品并出口到中国以外的地区。过去公司是基于规避贸易壁垒的考虑, 明年开始我们会首选马来西亚作为一些产品的发货地并加强与合作伙伴的合作。

**Q: 请问在未来的两年里, 公司预计在市场进一步渗透的情况下, 营收增长的比例是多少? 这些增长若来自于超大规模数据中心, 它们是中国的超大规模数据中心?**

A: 2022 年, 公司整体营业收入实现了显著增长, 所以光模块部门的占比相对有所下降, 但实际上光模块部门本身的营收也在增长。而且自 2021 年起, 公司从战略上决定退出一些低端光模块市场, 更加专注于高端 400G 和 800G 的产品, 所以这部分实际上有显著的增长。

**Q: 超大规模数据中心的需求将会在明年下半年才出现, 对吗? 因为还需要进行产品的测试和市场渗透。能否给出关于未来两年中这部分营收贡献的预期情况吗? 预计这部分将占到多少百分比的营收?**

A: 从公司整体业务而不只是马来西亚业务来看, 公司最早做的是宽带接入业务, 过去占比百分之百, 现在大约 50%, 但我认为宽带接入业务逐渐会降到 20%-30%。未来, 从 2025 年开始, 我们预期光模块将会是公司的主要业务和营收来源。我们对光模块部门的预期是占比超过 50%。

**Q: 请问超大规模数据中心的需求是来自中国的超大规模数据中心还是全球超级数据中心?**

A: 公司大部分的收入来自海外市场。

**Q: 请问您对 LPO 和 CPO 的看法如何? 您是否认为 CPO 在未来的 2 到 3 年内会商业化并成为主流技术?**

A: CPO 概念已存在了多年, 缘于这项技术相当具有颠覆性, 但在当前供应模式下, CPO 还面临诸多其他技术的挑战。虽然 CPO 尚未被推广开来, 但人们依然对它保有兴趣, 因而它也不会消失。CPO 强有力的优势在于降低功率和成本, 然而, 人们意识到 LPO 也可以实现同样的效果。LPO 对于 800G 来说是一个特别适用且可以实现的解决方案。所以, CPO 的商业化可能会因为 LPO 而推迟几年。

**Q: 请问目前 800G 光模块的发货数量? 在与超大规模数据中心的合作中,**

**公司目前在资格认证过程中的哪个阶段？预计何时能获得一些小额订单？**

A: 目前，公司 800G 光模块的发货数量在千只到万只量级。设备制造商正在加速从 400G 升级到 800G，对 800G 有很多需求，业界目前出货主要集中在两家超大规模数据中心，公司还不是这两家的供应商。公司是另外几家大规模数据中心公司的供应商并为他们提供设备，他们正在进行认证测试 800G，还有招标过程。

**Q: 请问无线事业部的小基站业务从销售贡献来看，主要是来自中国还是来自海外？**

A: 公司的大部分业务都在中国以外，小基站也不例外，我们的客户大部分来自海外。

**Q: 关于美中之间的紧张关系，我想了解一下是否有可能对贵公司的业务造成影响以及您的业务战略是如何应对这种情况的？**

A: 目前并没有所谓的限制阻止公司向美国客户销售，但他们确实加强了更多的限制措施，同时增加了一些成本和关税等。所以这就是为什么我们积极地将部分生产转移到中国以外的地方。实际上，很多友商也开始采取同样的做法，但我们已经这样做了 5 年了。我们与马来西亚的合作伙伴建立了非常好的关系，并准备加快在马来西亚部署产能的速度。

**Q: 关于不同的业务部门，您能否与我们分享一些客户的身份，比如他们的名称？**

A: 公司通常与客户签署了保密协议，受到保密协议限制，我们不能谈论客户身份。你可以检索“超大规模数据中心”或者一些顶级的交换设备制造商作为参考。

**Q: 请问贵公司高速光模块的技术能力与同行相比在关键领域有必要的竞争优势吗？**

A: 公司有一个主要的研发中心位于日本，是我们收购了原 Oclaro 的光模块团队，他们原来是日立的光模块团队，有着 35 年的悠久历史，在高速光模块研发领域非常知名。除此之外，近年来中国在高速光模块研发方面也构建了能力，可以看到许多领先的光模块公司都在中国。所以我们也在中国由本地人才组建了一支非常强大的光模块团队，他们与日本的同事们并肩工作。另外，为了更加快速服务于北美超大数据中心客户，我们在美国硅谷也建立了光模块的预研和研发部门。

公司的策略与同行相比可能会有所不同。公司的客户以通信设备制造商为主，一直以来公司与他们合作并为其提供电信宽带、无线网络产品和服务。在服务于超大规模数据中心方面，公司可能稍微落后一点点，自 2-3 年前开始进军

这块市场，现在已经追赶上来并获得了客户的认可。我认为在这方面没有劣势。

此外，公司在制造方面有很大的优势。公司在中国的制造基地年产量在千万台级别，并计划在马来西亚也发展类似规模的生产能力。所以我认为与同行相比，公司并没有劣势。

**Q：请问未来公司在马来西亚的产能目标占公司总产能的比例？**

A：取决于公司在马来西亚产能的增长速度。这涉及到很多因素，不仅仅是工厂，还包括物流和所有的物料等等。公司计划将更多的制造和物料产能转移到马来西亚。我们的目标是从现在开始更加积极主动地在马来西亚扩大产能，而并非像过去那样是被动地在中国之外进行生产。

**Q：请问马来西亚的产能和计划转产能否给出一个大概的目标？**

A：尽量多做，目标可能是 50%吧，取决于一些因素，如 PCN（产品变更通知）。每个客户以及每个产品更换生产基地都需要得到客户的批准，因此更换产地的进度快慢取决于多快能获得客户批准我们转产的申请。比较积极的信号是客户非常支持我们扩大在马来西亚的制造基地。

**Q：这种转产地只集中在马来西亚吗？还是在其他地方比如欧洲、日本和美国等地也在进行这种转移？**

A：公司没有在日本或是美国制造，公司在日本和美国有研发中心。现在公司所有产品的研发无论在美国、日本还是中国，都会先通过中国工厂进行 NPI 然后加速将生产制造转移到马来西亚。这是我们的流程，与产品的研发地点无关。

**Q：能分享一下公司以及客户在全球地理布局的情况吗？之前提到大部分都在中国之外，所以这是一个增长趋势还是一直都如此？**

A：公司的海外业务占比一直在增长，有超过一半的业务来自美国，欧洲的业务也有相当的份额，在东南亚地区也做得很好。这三个地区是公司的业务重点。

**Q：请问来自中国本土终端客户的业务贡献有多少？**

A：2022 年，来自中国境内的营业收入约占到全部营业收入的 18%。

**Q：公司将策略转向在中国以外获得更多的客户是因为中国本土的需求在下降吗？**

A：中国本土的需求一点都没有放慢速度。受限于产品类型不同和客户需求的差异化，以及 CIG 自身在海外市场和知名度，公司基于此根据自身优势开

展业务，造成了海外客户事实上的业务占比更多一些，但同时中国本土市场一直是公司重点发展和关注的。

**Q：那公司的产品定价在所有地理位置市场上都是一样的吗？**

A：不一样。通常来说，公司在中国市场以外的市场产品定价会更高一些，但主要是因为成本差异，例如客户产品维护，显而易见海外的成本会高一些。

**Q：谈到成本，请问贵公司的产品在马来西亚制造与在中国制造之间有什么差异吗？**

A：在制造成本方面没有很大的差异。

**Q：您是说马来西亚制造的生产成本实际上可以与中国制造相媲美？**

A：这取决于如何在马来西亚选点以及如何进行制造。公司的合作伙伴在该地区有着悠久的历史，我们将会引入更先进的制造工艺、技术、软件和管理系统。与此同时，公司将与当地企业进行合作，采用正确的做法。因此，我认为我们在马来西亚进行制造能够保持竞争力，我们对此非常乐观。

**Q：既然您在马来西亚有如此庞大的计划，能否分享一下为了转产已经投入了多少投资以及预计还要投入多少？**

A：目前我们还没有公开这方面的更多信息。

**Q：能否请您分享一下迄今为止贵公司最终客户的需求情况以及您未来的预期？在过去的两个季度里客户需求有否放缓？**

A：公司已披露了 2023 年半年度的业绩快报，可以看到过去的两个季度客户需求并没有放缓。但是，全球经济存在一些不确定性，下半年的情况还要再看一下。实际上，我们与客户沟通时也看到下半年的需求非常大。我们目前看到的趋势是客户对库存非常谨慎，比去年更谨慎，对长期订单的下单也更谨慎。与前几年相比，我们看到更多周期长的预测和交期短的订单。

**Q：请问是否意味着在贵公司的客户那里由于库存水平较高，所有转产的可见性实际上都降低了？**

A：不，并非高库存。举例来说，客户对库存更加谨慎，每个客户对其库存的容忍度都比过去有所下降，现在他们更有意识地控制库存。这意味着他们会下达短交期订单，而不是长交期的订单。

**Q：请问能否分享平均的销售价吗？比如说 800G 光模块？**

A：这方面可以参考 LightCounting 的市场报告。我认为现在的市场价格大约在 900-1,200 美元。900 美元可能是合理的数字，并需要一定的量。但我们相



	<p>信这个数字会下降到 600-700 美元左右，并且将会在这个水平上稳定一段时间。</p> <p><b>Q: 请问是因为更多的供应商起来了吗?</b></p> <p>A: 对，而且可能更多的是因为需求上涨了。</p> <p><b>Q: 能否分享一下光模块的销售组合? 比方说 400G 以上的市场份额?</b></p> <p>A: 我们正在改变光模块产品的构成，400G 产品和 800G 产品的占比在增加，并停产了一些低端模块以提高专注度。我们将会从 100G 开始，到 400G，再到 800G，这些是我们更加专注的领域。</p> <p><b>Q: 您能分享这些高速模块是否正在获得全球市场份额吗?</b></p> <p>A: 是的。我认为其中一个原因是我们做得很好，但实际上还有另外一个原因是越往高端走越难，进入门槛越高，供应商就越少，这对我们而言更有利。</p> <p><b>Q: 请问您有认识的哪家，或者竞争对手，已经或正在进入做 1.6T 的光模块?</b></p> <p>A: 不便涉及具体名称。中国可能有几个，美国可能有一两个，所以你可能会猜测是哪些厂家。在圣地亚哥举行的 2023 年 OFC 展会上，大约有五家公司展示了 1.6T 光模块的研发样机，我们公司是其中之一。</p> <p><b>Q: 请问为什么选择马来西亚作为下一个生产地? 您在马来西亚看到了哪些优势?</b></p> <p>A: 这是一个好地方，我认为有几个优点。其中很重要的一点是在那里有一个制造业的合作伙伴，我们就不必空降去一个不熟悉的地方。此外，我们在那里的合作并非单纯找一家代工厂商，而是往那里输送制造技术，并在当地建立了一个技术支持团队，在马来西亚和上海之间无疑需要持续的大量沟通，虽然公司有很多人英语说得很好，但一个有众多人口会说中文和有华人社区的地方自然更受青睐。</p>
附件清单 (如有)	无
备注	