

证券代码：002410

证券简称：广联达

广联达科技股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2026-002

| | |
|--------------------|--|
| 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 checked="" 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） |
| 活动参与人员 | <p>本次调研活动采取线上会议形式，参会人员总计 92 人。详细名单信息请参阅文末附表。</p> <p>因采取线上会议形式，参会者无法签署调研承诺函。但在交流活动中，我公司严格遵守相关规定，保证信息披露真实、准确、及时、公平，没有发生未公开重大信息泄露等情况。</p> |
| 时间 | 2026 年 03 月 24 日 8:30 |
| 地点 | 广联达二期大厦 618 会议室 |
| 形式 | 进门财经会议 |
| 上市公司接待人员姓名 | 高级副总裁、财务总监 刘建华 副总裁、董事会秘书 冯健雄 副总裁、平台技术负责人 郭建锋 |
| 交流内容及具体问答记录 | <p>一、副总裁、董事会秘书冯健雄介绍公司 2025 年经营情况</p> <p>2025 年外部环境依然复杂多变，在这样的大背景下，公司全年实现营业收入 60.68 亿元，同比下滑 2.17%，降幅同比 24 年收窄 2.76 个百分点；实现归属于上市公司股东的净利润 4.05 亿元，同比大幅增长 61.77%，盈利能力进一步提升。这一经营业绩的取得，主要有两个方面的原因：</p> <p>一是面对正处于转型升级期的建筑行业，公司保持战略定力，</p> |

选择主动应变。持续优化产品组合与业务结构，将资源更加集中地投向核心产品、高潜力区域以及重点客户，不断打磨产品、提升技术，筑高护城河；同时，深化客户经营，提供更贴合其业务场景的解决方案与服务，打造标杆示范案例，为公司的长期健康发展奠定基础。

二是对内以“向管理要效益”为原则，重点推进了组织与机制层面的优化，激发组织与人才的活力，大力推行精细化管理，全方位提升运营效率，报告期内公司三费合计同比 24 年下降了 5.63%，净减少费用 2.73 亿元。

具体分业务情况来看：

数字成本业务，受房建领域整体投资下降的影响，报告期内实现营业收入 47.79 亿元，同比下降 4.16%，降幅环比前三季度进一步收窄。新签云合同 33.8 亿元，同比下降 1.3%。当前行业的持续转型，使得客户对高质量投标与精细化成本管控的需求日益迫切，叠加新清单政策的持续落地，都在助力成本业务的发展。公司产品及时响应行业和客户需求的变化，进行迭代升级，适配城市更新、基础设施等新兴领域的需求，应用场景不断拓宽；新产品诸如清标、指标网等继续保持双位数增长，为板块持续增长注入动力。

数字施工业务，报告期内实现营业收入 8.46 亿元，同比增长 7.58%，毛利率从 35.87% 同比提升 22.46 个百分点至 58.33%。这一经营表现源于公司经营举措的调整，即在营销和产品端都实施更精准的资源配置，营销上聚焦全国核心市场与重点客户，深耕区域根据地；产品上，围绕核心生产要素与应用场景进行价值升级，减少低毛利产品的推广，持续优化产品结构。这些举措也使得部分产品逆势增长，公司价值提升的策略得到了客户的认可。

数字设计业务，报告期内实现营业收入 7117.19 万元，同比下降 21.04%。设计业务整体规模较小，现阶段的核心在于持续打磨产品、夯实产品价值、建立系列标杆，获得客户的价值认同，

为后续规模化推广铺垫基础。2025 年公司数维房建设计产品各专业的设计效率及二维制图效率明显提升，应用场景不断丰富，应用客户数、项目数也在快速增加；数维基建设计产品功能也在持续完善，完成了多家标杆应用的建设，市场推广正在加速。

海外业务，报告期内实现营业收入 2.4 亿元，同比增长 18.18%，表现出了强劲的增长势头。海外业务持续深化以亚洲和欧洲为核心的区域布局，并于新设香港客户部作为国际业务发展的桥头堡。在亚洲区域，成本业务的客户渗透率持续提升，并成功进入中东等新市场进行验证；在欧洲市场，MagiCAD 产品收入稳定增长，并加大向其他区域的延伸拓展；香港地区则继续发挥其“桥头堡”作用，在新业务试点与孵化方面取得了多项积极进展。

最后是 AI 进展，报告期内，公司高度关注 AI 技术与建筑产业的融合，提出了“产业 AI”的发展理念，旨在将 AI 能力深度融合入建筑业的具体场景。公司聚焦于 AI 产品的商业化落地，围绕设计一体化、成本精细化、施工精细化三个高价值场景打造的 AI 产品，其能力已得到显著提升，相关应用正在稳步推进。

最后再对公司未来经营做个展望，2026 年正值公司新一轮三年发展战略的起步之年，开好局、起好步至关重要。公司深刻洞察到外部环境的变化，建筑行业在变，房地产市场由“增量扩张”转向“存量提质”，城市更新成为关键承载场景，基建作为建筑业发展的压舱石的作用更加凸显，市场对于“好房子”的追求愈发明确；软件行业也在变，从功能驱动到数据驱动，从大模型热潮到产业本体深化，服务模式也在不断创新；客户的需求同样在变，从追逐技术创新转向聚焦成本精细化管理，从单点效率提升转向全流程综合降本，从独立开发转向深度合作共赢。面对这一系列的变化，公司的策略是“坚守与应变”并举，坚守服务建筑产业的初心，积极拥抱变化，通过持续深耕建筑产业、大力发展产业 AI、不断夯实全球化基础，推动公司发展迈向新台阶，矢志成为全球数字建筑平台的引领者。

具体到2026年,公司各业务将在牢固夯实存量业务的基础上,大力拓展增量业务空间,打赢核心战役,努力实现营业收入和净利润的进一步增长。具体到各业务上:

数字成本业务的核心战役是打赢成本精细化,围绕成本业务全过程,以“AI+一体化”为引擎,实现平台型产品价值升级,稳固基本盘、做强新增长。

数字施工业务的核心战役是打赢施工精细化,深化“不省钱不要钱”价值主张,围绕施工精细化管理,聚焦PMLead和PMSmart两大核心产品,突破DATA+AI的高价值应用场景,打赢施工业务兑现价值、实现高质量增长的关键之战。

数字设计业务的核心战役是打赢设计一体化,以标杆突破为破局路径,实现从工具到平台,从单点到一体化的价值跃迁,打赢设计决胜战役。

海外业务2026年将作为重要的战略方向,公司会加快设计、成本、施工三大核心业务的全球化进程,加大海外资源投入,加快产品迭代升级,夯实和扩大海外根据地,全面推进全球化布局、本地化运营,加速海外业务的规模化发展,持续提升公司在全球建筑数字化领域的核心竞争力与市场影响力。

二、高级副总裁、财务总监刘建华介绍公司2025年财务指标

(1) 利润表主要科目变化

营业成本同比减少11.84%,主要为随业务结构调整硬件成本、实施交付人力成本减少所致;

销售费用同比增加0.06%,无重大变动,主要是营销费用有所增加;

管理费用同比减少12.96%,主要为公司加强精细化管理,人员成本、咨询及服务费用减少,以及一次性补偿金同比减少所致;

研发费用同比减少5.52%,主要为公司业务聚焦,人员成本、咨询及服务费用减少所致;

信用减值损失同比减少31.19%,主要为报告期内应收账款计

提的减值准备减少所致；

资产减值损失同比增加 143.18%，主要为报告期内被投企业或相关资产组业务变化出现减值迹象，计提相应的资产减值准备。

(2) 资产负债表主要科目变化

交易性金融资产较年初增加 2 亿元，主要为报告期购买结构性理财产品所致；

其他流动资产较年初增加 0.51 亿元，主要为报告期购买大额存单所致；

其他权益工具投资较年初减少 0.91 亿元，主要为报告期出售持有的明源云、成都集致等股权所致；

合同负债较年初减少 0.7 亿元，主要为数字成本业务 SaaS 服务相关递延服务结转收入所致；

长期借款较年初增加 0.39 亿元，主要为报告期取得股票回购专项借款所致。

(3) 现金流量表主要科目变化

经营活动产生的现金净流入同比减少 1.37 亿元，主要为报告期金融子业务收回贷款净额减少所致；剔除金融业务外的经营净现金流同比增加；

投资活动产生的现金净流出同比增加 1.12 亿元，主要为报告期购买理财产品净支出增加，出售明源云股票收回投资，长期资产投资减少等综合影响所致；

筹资活动产生的现金净流出同比减少 1.87 亿，主要为报告期分配股利、回购股份等增加，支付子公司少数股东出资款等减少，以及上年同期回购员工限制性股票，本期未发生等综合影响所致。

三、互动问答

Q1：新清单政策已于 2025 年 9 月正式生效，目前在全国的推广节奏和带来的影响如何？公司如何评估该政策对数字成本业务的拉动作用？

答：新清单是住建部在 2024 年 12 月份发布政策指引，于 25

年 9 月 1 日生效，其核心在于推动工程造价的市场化和精细化。整体来看是全国有约 60%的省市在 2025 年执行响应新清单，部分地区的执行节奏比预期的更快。

新清单的实施会带来四个新的需求或需求变化，一是工具的多模式：原来是国标清单，核心是套定额，现在依旧是国标清单，但是不仅可以套定额，还可以套市场化的人材机数据去列项等，相当于多了一条路；二是参考依据的多模式：可以有很多市场化的依据，也是公司指标网目前正在做的事情；三是投标高质量：如新清单中增加了不平衡报价等，也提升了对清标的诉求；四是在政策过渡期，客户的学习诉求等。从 9 月 1 日新清单生效后，能明显看到的是客户对于新清单的态度发生了很大的变化，从旁观者转化为了深度参与者。

从对公司业绩的影响来看，可以从两个方面来看，一是对于公司的传统老产品，如算量、计价等，需要积极适配新清单不断提高产品竞争力，提高续费率并获得更高的市场份额；二是对于公司的新产品，如清标、指标等，此类产品顺应新清单趋势，且成长空间较大，也是增长的主要动力来源。

总体来看，新清单是推动工程造价市场化改革的一个核心推动力，也会带来诸多新的需求变化，公司紧跟落地实施节奏，紧抓需求机会，推动成本业务的稳定增长。

Q2：当前 AI 已经成为所有软件都必须拥抱的一个趋势，公司也有 AI 相关的产品布局，请问目前的成效及后续的发展思路

答：AI 作为新的生产力，是公司面向未来的核心战略之一。自 2023 年坚定推行“AI in AI”以来，已取得阶段性成果，主要体现在产品与技术两个层面。

从产品维度看，有三层进化。第一层面是通过 AI 实现功能升级，截止目前，公司基本全系产品都通过 AI 实现了增强，能够帮助客户提高作业效率或工作质量，比如算量产品中的抄图、识图能力以及很多产品中的 AI 操作助手等；第二层面是核心产品中增

加 AI 原生模块，用 AI 来新增一些能力，给客户带来更多的价值，比如设计中的渲染模块以及工业安装算量中的一些模块等；第三层面是 AI 原生产品，比如目前还在早期阶段的工地智能体、安全大脑等。这是从产品维度看到的 AI 应用的不同深度，其给客户带来的价值也是持续递进的，从“量变”-帮客户更快、更好的做现有的工作，到“质变”-以全新的方式帮助客户提供价值，与之对应背后的市场空间也在持续递增。

从技术层面看，公司是构建了“三驾马车”的支撑体系。首先是打造更懂建筑行业的 AI 模型，包括市场比较熟知的 AecGPT，其是以大语言模型为基础，能更好的了解建筑行业知识，但建筑行业的 AI 落地还需要从一维的大语言模型，走向二维和三维模型，即我们当前正在投入力量去研究的图纸大模型和空间大模型等；其次是 AI 工程化层面，工程化是实现 AI 价值落地的关键支撑。为此，公司围绕不同产品和应用场景，构建了覆盖单点应用、 workflow 及智能体等多种模式的工程化落地平台，旨在系统性地加速 AI 技术与公司全线产品的融合与应用；再次是打造公司的核心平台能力，即平台往“平台+组件”的方向进行架构升级，产品往平台型的方向进行架构升级，核心是不仅公司能使用 AI，更重要的是公司的能力还能被 AI 使用。

展望后续，期望未来 2-3 年内，公司的 AI 产品能够给客户带来代际上的价值升级，AI 也成为公司重要的一个收入增长引擎。

Q3：海外业务后续拓展的思路

答：海外业务是公司 2026 年的战略重点，整体还是会适度加大投入。公司目前的海外业务，主要还是亚洲和欧洲两个方向，其中亚洲地区以公司成本业务和施工业务为主，欧洲市场重点推广公司设计和施工业务。

在欧洲市场上，以收购的 MagiCAD 和 EQUA 两个子公司为业务开展的基础，这些年也积累了很好的客户基础，并基于广联达自主知识产权的底层平台，打磨开发出了一款面向全球的机电一

体化三维设计软件平台 MCINNOVA MEP，当前在欧洲已经有一部分客户在试用，会在未来逐步向市场加大推广的力度。总体上公司在与 MagiCAD、EQUA 以及自身数维设计软件的融合会不断成熟，在欧洲市场上以设计为主，也在推广施工业务。在亚洲市场上，整个基础建设处在一个比较活跃的阶段，公司也是希望能抓住这个大的机会，因此在营销渠道的建设、产品的开发上都加大了投入力度。另外就是香港这边，其作为公司国际业务发展的桥头堡，打造产品和培养人才，助力公司国际化业务的推动。

总体来说，近两年，公司一直在围绕客户新的需求，做产品上的准备，希望能尽快推向市场，促进整体业务的增长。

Q4: AI 技术正在催生按结果付费等新的商业模式产生，请问其对公司的影响，未来的商业模式会有什么样的演进

答：AI 技术的到来确实正推动商业模式的持续进化，从大的视角来看，普遍看到的趋势是会从 SAAS 到 RAAS。对于 TO B 端的严肃业务场景，后续商业模式会演化成一个什么样的形态，我们也一直很关注。公司持续跟踪海内外同类及跨行业企业经验，关注到了他们在这种 TO B 严肃场景下 AI 价值成功落地的基本范式，即“先进的模型能力”、“深厚的行业知识（Know-How）与数据积累”以及“成熟的专业工具”三者的深度融合。这对应着技术领域所探讨的“连接主义”与“符号主义”路线的结合。

在具体落地路径上，一方面要充分发挥大模型在用户意图理解、复杂 workflow 拆解与智能编排等方面的核心优势；另一方面必须依托长期积累的行业知识、业务数据与专业工具能力，确保输出结果的严肃性、可靠性、稳定性及可解释性，满足工程建设等严肃场景的严苛要求。基于这一核心判断，未来公司面向客户的服务模式将呈现多元融合形态，SaaS、WAAS、RAAS 等多种业务模式协同并存，将成为更符合行业趋势的发展形态。

广联达在成本、设计、施工等核心业务领域已积累深厚的行业知识、海量业务数据与成熟专业工具，这些壁垒性资源构成了

公司在 AI 时代的核心竞争力。该等核心优势不仅支撑公司现有 SaaS 业务发展，更可平滑迁移至 WAAS、RAAS 等创新业务模式，为公司产品体系全面适配 AI 时代、实现 AI 价值高效落地及商业模式持续升级提供坚实基础。

从需求侧来看，AI 技术的成熟使得大量以往依靠传统方式难以满足的客户需求得以实现，进而打开全新市场空间。具体举例来看：如企业级产品普遍面临客户“千人千面”的个性化需求，其底层核心功能趋同，但业务流程、应用呈现、关注点差异显著，传统定制化模式商业模式较重、实施效率偏低。通过将公司核心能力 Skill 化，能够被 AI 使用，同时前端集成 AI 编程能力，一线工程师可快速理解并响应客户需求，高效实现个性化应用交付，推动传统重模式的定制实施业务向轻量化、规模化的“千人千面”商业模式升级，更好满足客户差异化需求。当前市场出现的基于 Token 的商业模式，核心是按应用结果进行付费。如公司施工业务中提出的“不省钱不要钱”的价值主张，本质上也属于按结果付费的类型。这类按结果付费的相关需求如果能够得到有效释放，也将带来更大的市场空间。

Q5：数字成本业务 2025 年的云业务收入占比以及 2026 年增长的展望

答：2025 年数字成本业务收入是 47.79 亿，其中云收入 34.57 亿，占比 72%。

对于 2026 年，公司将通过多路径努力争取成本业务收入的增长：一是拓展行业和地域空间：从房建领域向基建、水利、新能源、海外市场等新领域延伸；二是深化客户经营：提升现有客户的续费率与产品应用深度，提升单客户价值，并加强在过去相对弱势区域的拓展力度；三是创新商业模式：通过 AI 应用，推动业务模式从单一的 SaaS 席位收费，向 WAAS、RAAS 等模式扩展。

Q6：数字施工业务毛利率提升的原因以及其 2026 年是否可持续

答：2025 年施工业务毛利率的显著提升，主要源于公司业务结构的转变。具体包括一是大幅减少了原来附带硬件的低毛利业务，转向以软件销售为主；二是提高了标准化产品的销售比重；三是通过提效降低了二次开发成本。

展望 2026 年，随着 AI 技术的深入应用，定制化开发的成本有望进一步显著下降。公司也提出了在未来一段时间内实现“定制开发零代码”的远期目标，即主要由 AI 完成编程工作。因此，施工业务成本下降、毛利率维持在较好水平的趋势预计能够延续。

Q7：对比“九三”，公司“十三”战略有哪些核心的延续与调整

答：“十三”期间，公司总体的战略方向可以概括为三句话：深耕建筑行业、发展产业 AI、夯实全球化发展。发展目标是推动公司重回增长轨道，在产业 AI 的应用上取得关键突破，推动数字建筑平台成型，最终成为全球数字建筑平台的领导者。

“十三”战略的核心延续在于坚定不移地“深耕建筑行业”。变化与升级主要体现在两个方面：

一是战略聚焦更加突出：将数字成本业务作为业务锚点进行强化，充分发挥其产品与市场优势，聚焦客户项目精细化管理的需求，以此作为公司发展的基石。

二是强化全流程协同：“十三”期间将着力发挥设计、成本、施工全业务流程的协同优势。通过打通三个环节，整合核心产品能力，完成公司整体价值主张的升级。

Q8：近期以 OpenClaw 为代表的“龙虾热”迅速发酵，这类技术趋势是会削弱公司在垂直领域的专业壁垒，还是会因为公司深厚的行业积累而进一步巩固公司的竞争护城河？

答：当前市场对龙虾的关注度确实很高。我们认为，这类智能体的出现，本质上是 AI 工程化的一个“胜利”。其核心价值在于，将 AI 的角色从提供建议和辅助的“参谋”，升级为能够自主调用工具、执行复杂任务的“执行者”。这为我们提供了重要的

| | |
|-----------------------------------|---|
| | <p>借鉴方向。</p> <p>我们认为，AI 浪潮不仅不会削弱，反而会进一步巩固和加持我们的核心竞争力。原因在于：AI 智能体在执行任务时，其效果依然高度依赖于所调用的专业工具、所依据的行业数据和所遵循的专业知识。而广联达经过长期深耕，在建筑行业积累的深厚专业知识、海量行业数据以及覆盖设计、成本、施工的全系列专业软件工具，构成了我们独特且坚实的竞争壁垒。在 AI 时代，其依然是非常重要的护城河。</p> <p>此外 AI 的发展推动我们进入“双向赋能”的新阶段。我们不仅要让产品“使用 AI”来增强功能，更要让我们的核心能力“被 AI 使用”。这意味着，未来用户调用我们专业服务的入口将变得更加多样化——可能不再局限于打开特定软件，而是通过各类 AI 智能体等方式。但无论入口如何变化，服务的底层核心依然是我们所积累的软件能力、数据与知识，可能更多的只是产品形态的变化，公司也正在主动推进产品与架构的升级以适应这一趋势。具体举措包括：推动主营产品向“平台化”架构转型，通过 API 化、Skill 化让其能被 AI 发现、理解和调用等。</p> |
| <p>关于本次活动是否涉及应披露重大信息的说明</p> | <p>本次活动不涉及应披露重大信息</p> |
| <p>活动过程中所使用的演示文稿、提供的文档等附件（如有）</p> | <p>无</p> |

附表：参会人员名单（排名不分先后）

| 姓名 | 机构名称 |
|-----------|-----------------------------|
| Li Yiming | Global Telecom Capital |
| 廖克銘 | IGWT Investment 投资公司 |
| Noah Mann | Ubiquitous Asset Management |
| 章孝林 | 爱建证券有限责任公司 |
| 王珏 | 安和(广州)私募证券投资基金管理有限公司 |
| 黄华艳 | 北京大道兴业投资管理有限公司 |
| 陶静 | 北京枫泉投资管理有限公司 |
| 李广帅 | 北京高信百诺投资管理有限公司 |
| 秦雨清 | 北京高信百诺投资管理有限公司 |
| 王亮 | 北京高信百诺投资管理有限公司 |
| 向正富 | 财达证券股份有限公司 |
| 陆迪 | 创金合信基金管理有限公司 |
| 周志敏 | 创金合信基金管理有限公司 |
| 吕林 | 东方财富证券股份有限公司 |
| 张开元 | 东方证券股份有限公司 |
| 周昊 | 东兴基金管理有限公司 |
| 张朗铭 | 富瑞金融集团香港有限公司 |
| 杨文健 | 光大保德信基金管理有限公司 |
| 林晓凤 | 光大保德信基金管理有限公司 |
| 刘勇 | 光大证券股份有限公司 |
| 吴晓思 | 广东正圆私募基金管理有限公司 |
| 麦浩明 | 广州市航长投资管理有限公司 |
| 陈芷婧 | 国金证券股份有限公司 |
| 孟灿 | 国金证券股份有限公司 |
| 朱瑶 | 国泰海通证券股份有限公司 |
| 杨林 | 国泰海通证券股份有限公司 |
| 林小聪 | 国泰基金管理有限公司 |
| 杨楠 | 国投证券股份有限公司 |
| 耿军军 | 国元证券股份有限公司 |
| 李谦 | 杭州长谋投资管理有限公司 |
| 唐巍 | 荷荷(北京)私募基金管理有限公司 |
| 闫慧辰 | 红杉资本股权投资管理(天津)有限公司 |
| 高波 | 鸿运私募基金管理(海南)有限公司 |
| 王晓琼 | 花旗環球金融亞洲有限公司 |
| 傅晟 | 华富基金管理有限公司 |
| 郭雅丽 | 华泰证券股份有限公司 |
| 周宗舟 | 汇丰晋信基金管理有限公司 |
| 许晓威 | 汇丰晋信基金管理有限公司 |
| 刘逸然 | 汇丰前海证券有限责任公司 |

| | |
|------|------------------------|
| 张恒 | 汇丰前海证券有限责任公司 |
| 刘逍遥 | 开源证券股份有限公司 |
| 庄亚林 | 美银证券 |
| 李慧群 | 美银证券 |
| 郭新宇 | 民生证券股份有限公司 |
| 李承霖 | 摩根大通 |
| 钱凌霄 | 摩根大通证券(中国)有限公司 |
| 林陳悅亞 | 摩根士丹利亚洲有限公司 |
| 杨飞 | 鹏华基金管理有限公司 |
| 刘颖飞 | 平安银行股份有限公司 |
| 丁宁 | 瑞银资产管理(上海)有限公司 |
| 李墨 | 上海保银私募基金管理有限公司 |
| 董铨群 | 上海复星高科技(集团)有限公司 |
| 李其东 | 上海嘉世私募基金管理有限公司 |
| 林仁兴 | 上海金恩投资有限公司 |
| 翟云龙 | 上海聆泽私募基金管理有限公司 |
| 王友红 | 上海名禹资产管理有限公司 |
| 姜宇帆 | 上海明河投资管理有限公司 |
| 陈雨欣 | 上海睿亿投资发展中心(有限合伙) |
| 王开元 | 上海申银万国证券研究所有限公司 |
| 马家保 | 上海世亨私募基金管理有限公司 |
| 成佩剑 | 上海五地私募基金管理有限公司 |
| 周峰 | 上海行知创业投资有限公司 |
| 冯超 | 上海煜德投资管理中心(有限合伙) |
| 袁鹏涛 | 上海中域资产管理中心(有限合伙) |
| 张欣 | 申万菱信基金管理有限公司 |
| 曹谨 | 深圳华强鼎信投资有限公司 |
| 梁正芳 | 深圳前海汇杰达理资本有限公司 |
| 黄向前 | 深圳市尚诚资产管理有限责任公司 |
| 李博天 | 深圳拓森投资控股有限公司 |
| 郑宗杰 | 统一证券投资信托股份有限公司 |
| 吕政和 | 西安江岳私募基金管理有限公司 |
| 周成 | 西部证券股份有限公司 |
| 徐聪 | 信达澳亚基金管理有限公司 |
| 江耀堃 | 兴银理财有限责任公司 |
| 李苗苗 | 玄卜投资(上海)有限公司 |
| Zeyu | 亚银环球资产管理有限公司 |
| 凡翔 | 易米基金管理有限公司 |
| 林权 | 粤港澳大湾区科技创新产业投资基金(有限合伙) |
| 周翔宇 | 招商证券股份有限公司 |
| 尚鹏岳 | 浙江观合资产管理有限公司 |

| | |
|-----|--------------|
| 刘雯蜀 | 浙商证券股份有限公司 |
| 杨洋 | 中财招商投资集团有限公司 |
| 童思艺 | 中国国际金融股份有限公司 |
| 车姝韵 | 中国国际金融股份有限公司 |
| 戴佳敏 | 中航信托股份有限公司 |
| 刘一哲 | 中泰证券股份有限公司 |
| 闻学臣 | 中泰证券股份有限公司 |
| 马庆刘 | 中信证券股份有限公司 |
| 张晓亮 | 中信证券股份有限公司 |
| 张令泓 | 中银基金管理有限公司 |
| 刘聪颖 | 中邮证券有限责任公司 |
| 陈昭旭 | 中邮证券有限责任公司 |