第四节经营情况讨论与分析一、概述2019年，国际政治、经济形势复杂多变，全球宏观经济增长乏力，国内宏观经济增速放缓，中美贸易争端仍对出口型企业发展构成潜在不利影响。根据国际调研机构IDC的统计数据，全球智能手机行业出货量已连续三年同比下滑，2019年全球智能手机销量为13.71亿部，同比下降2.3%，降幅较2018年收窄。尽管外部环境复杂，但国家大力推动科技发展，减税降费助力企业，国内5G新基建、折叠屏手机、智能无线耳机、虚拟/增强现实等行业迅速发展。根据市场调研机构CounterpointResearch报告，2019年全球智能无线耳机（TWS）销量达1.20亿部，2020年将达到2.30亿部。根据国际调研机构IDC的预测，全球增强现实/虚拟现实产品在2019年的出货量约570万台，2020年将达到706万台。公司积极拓展智能手机以外的市场机会，布局智能无线耳机、虚拟/增强现实等市场，报告期内，实现经营业绩大幅增长。报告期内，公司继续坚持“零件+成品”发展战略，在微型声学器件、光学、智能无线耳机等领域取得了较快增长；推动公司治理变革，变革理念深入公司人心，期间费用得到较好控制，公司治理结构更加完善，决策运转更加高效，为公司进一步发展打下良好基础。2019年5月24日，国务院总理李克强亲临公司检查指导工作，勉励公司“靠科技创新、靠自己努力和广泛合作稳健扎实往前走，成为科技的前行者，最终赢得消费者和市场，市场会为歌尔歌唱”。未来，公司将不负嘱托，继续践行客户导向，深耕国际一流客户，开拓国内外市场，努力为客户创造价值，突破更多关键客户，赢得更多市场机会。报告期内，公司实现营业收入3,514,780.64万元，同比增长47.99%；公司实现归属于上市公司股东的净利润128,054.22万元，同比增长47.58%。2019年，公司营业成本2,972,577.58万元，同比增长54.16%。报告期内，公司销售费用、管理费用、研发费用和财务费用合计354,318.95万元，同比增长8.64%。报告期内，公司持续加大新技术、新产品、新工艺的开发力度，积极引进高端技术人才，研发投入202,282.46万元，占营业收入的比重为5.76%，占最近一期经审计净资产的12.54%。经营活动现金流量净额为净流入545,143.04万元，同比增长139.48%。主要原因是：本报告期内，“销售商品、提供劳务收到的现金”增加。二、主营业务分析1、概述参见“经营情况讨论与分析”中的“一、概述”相关内容。2、收入与成本（1）营业收入构成单位：元2019年2018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35,147,806,427.74100%23,750,587,785.28100%47.99%分行业电子元器件33,956,581,261.2496.61%23,370,875,524.8298.40%45.29%其他业务收入1,191,225,166.503.39%379,712,260.461.60%213.72%分产品精密零组件10,620,187,900.2830.22%9,931,197,884.7141.82%6.94%智能声学整机14,822,878,116.1442.17%6,812,724,239.5628.68%117.58%智能硬件8,513,515,244.8224.22%6,626,953,400.5527.90%28.47%其他业务收入1,191,225,166.503.39%379,712,260.461.60%213.72%分地区境内7,583,760,185.1121.58%4,679,340,208.4719.70%62.07%境外27,564,046,242.6378.42%19,071,247,576.8180.30%44.53%（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√适用□不适用单位：元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电子元器件33,956,581,261.2428,688,907,262.8415.51%45.29%51.30%-3.35%分产品精密零组件10,620,187,900.288,185,479,135.8522.93%6.94%11.14%-2.91%智能声学整机14,822,878,116.1412,945,608,369.8112.66%117.58%117.44%0.05%智能硬件8,513,515,244.827,557,819,757.1811.23%28.47%33.92%-3.61%分地区境内6,459,120,877.305,557,007,759.9713.97%48.48%52.60%-2.32%境外27,497,460,383.9423,131,899,502.8715.88%44.57%50.99%-3.57%公司主营业务数据统计口径在报告期发生调整的情况下，公司最近1年按报告期末口径调整后的主营业务数据□适用√不适用（3）公司实物销售收入是否大于劳务收入√是□否行业分类项目单位2019年2018年同比增减电子元器件行业销售量万只325,562.16247,080.7831.76%生产量万只329,157.33248,278.7732.58%库存量万只24,548.2120,953.0417.16%相关数据同比发生变动30%以上的原因说明√适用□不适用报告期内，经营规模扩大，产销量增加。（4）公司已签订的重大销售合同截至本报告期的履行情况□适用√不适用（5）营业成本构成行业分类单位：元行业分类项目2019年2018年同比增减金额占营业成本比重金额占营业成本比重电子元器件直接材料22,447,674,366.8678.25%14,347,518,541.0875.66%56.46%直接人工2,427,992,336.028.46%1,863,973,774.479.83%30.26%制造费用3,813,240,559.9613.29%2,750,601,015.7414.51%38.63%（6）报告期内合并范围是否发生变动√是□否公司本年通过设立方式取得4家子公司，分别为沂水泰克电子科技有限公司、青岛虚拟现实研究院有限公司、西安歌尔泰克电子科技有限公司、歌尔科技（越南）有限公司。公司本年减少4家子公司，分别为ANIMAAB、歌尔丹拿音响有限公司、青岛歌尔精密制造有限公司、大连歌尔泰克科技有限公司。（7）公司报告期内业务、产品或服务发生重大变化或调整有关情况□适用√不适用（8）主要销售客户和主要供应商情况公司主要销售客户情况前五名客户合计销售金额（元）24,344,398,963.74前五名客户合计销售金额占年度销售总额比例69.26%前五名客户销售额中关联方销售额占年度销售总额比例0.00%公司前5大客户资料序号客户名称销售额（元）占年度销售总额比例1客户一14,288,195,673.7240.65%2客户二4,044,783,772.6811.51%3客户三3,647,965,847.0810.38%4客户四1,292,402,411.393.68%5客户五1,071,051,258.863.05%合计--24,344,398,963.7469.26%主要客户其他情况说明√适用□不适用公司与前五名客户不存在关联关系或除关联关系外的其他关系。公司与客户保持了长期稳定的合作关系，保证了公司销前五名供应商合计采购金额（元）5,055,450,969.53前五名供应商合计采购金额占年度采购总额比例20.34%前五名供应商采购额中关联方采购额占年度采购总额比例0.00%售的稳定；同时公司随着产品线和市场的拓展也在积极开发新客户，降低客户集中度。公司主要供应商情况公司前5名供应商资料序号供应商名称采购额（元）占年度采购总额比例1供应商一1,683,724,224.276.77%2供应商二1,165,307,624.024.69%3供应商三960,762,818.153.87%4供应商四690,073,589.432.78%5供应商五555,582,713.662.24%合计--5,055,450,969.5320.34%主要供应商其他情况说明□适用√不适用3、费用单位：元2019年2018年同比增减重大变动说明销售费用534,438,331.89569,244,060.54-6.11%管理费用838,266,588.88756,026,175.8810.88%主要原因是：报告期内，职工薪酬增加所致财务费用363,688,007.45317,997,348.0014.37%主要原因是：报告期内，发生的利息费用增加研发费用1,806,796,550.441,618,162,120.9011.66%主要原因是：报告期内，公司加大研发投入4、研发投入√适用□不适用公司已建立起多技术融合的产品研发平台，在声光电等主要技术方向积累了丰富的经验，通过集成跨领域技术提供系统化整体解决方案。通过多年在声光电领域设计、研发和生产方面的持续积累，融合硬件及软件处理技术，持续服务于消费类电子领域全球顶级客户。公司已建立“政用产学研”机制，与北京航空航天大学、清华大学、浙江大学、哈尔滨工业大学、华中科技大学、中科院、长春光机所、日本东北大学、美国斯坦福大学、美国麻省理工学院、高通等国内外知名高校和科研机构建立长期战略合作伙伴关系，形成综合性、合作性技术研发平台，开发跨平台创新产品。公司注重在全球范围内整合在声、光、电、无线通讯、精密制造等多学科领域中的优秀人才，专职研发人员近9,000名，形成全球、多领域研发体系。2019年，公司共申请专利3,105项，其中发明专利1,838项，获得发明专利授权738项。截至2019年12月31日，公司累计申请专利18,765项（其中国外专利累计申请量2,274项），发明专利申请量8,656项；公司累计授权量10,577项，发明专利授权量2,214项，体现了公司强大的研发实力。报告期内，公司研发投入为202,282.46万元，占营业收入的比重为5.76%，主要用于微型扬声器、虚拟现实/增强现实产品、智能音频、智能可穿戴电子产品、传感器等。公司研发投入持续增加，将有利于公司产品在全球范围内市场竞争力和占有率的进一步提升。公司研发投入情况2019年2018年变动比例研发人员数量（人）8,9418,8161.42%研发人员数量占比15.00%18.12%-3.12%研发投入金额（元）2,022,824,599.331,892,288,492.956.90%研发投入占营业收入比例5.76%7.97%-2.21%研发投入资本化的金额（元）573,145,429.51558,022,081.492.71%资本化研发投入占研发投入的比例28.33%29.49%-1.16%研发投入总额占营业收入的比重较上年发生显着变化的原因□适用√不适用研发投入资本化率大幅变动的原因及其合理性说明□适用√不适用5、现金流单位：元项目2019年2018年同比增减经营活动现金流入小计37,276,798,900.0025,090,720,763.8348.57%经营活动现金流出小计31,825,368,485.4122,814,312,791.8639.50%经营活动产生的现金流量净额5,451,430,414.592,276,407,971.97139.48%投资活动现金流入小计446,202,102.91234,480,186.1790.29%投资活动现金流出小计3,484,060,581.884,497,321,121.38-22.53%投资活动产生的现金流量净额-3,037,858,478.97-4,262,840,935.21-28.74%筹资活动现金流入小计9,639,569,872.169,503,805,107.301.43%筹资活动现金流出小计10,976,274,632.038,873,807,833.6423.69%筹资活动产生的现金流量净额-1,336,704,759.87629,997,273.66-312.18%现金及现金等价物净增加额1,086,734,354.51-1,349,978,166.94-180.50%相关数据同比发生重大变动的主要影响因素说明√适用□不适用（1）经营活动产生的现金流量净额为545,143.04万元，同比增长139.48%，主要原因是：本报告期内，“销售商品、提供劳务收到的现金”增加。（2）投资活动产生的现金流量净额为-303,785.85万元，同比流出减少122,498.25万元，主要原因是：本报告期内，“购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金”减少。（3）筹资活动产生的现金流量净额为-133,670.48万元，同比减少312.18%，主要原因是：本报告期内，“偿还债务支付的现金”增加。报告期内公司经营活动产生的现金净流量与本年度净利润存在重大差异的原因说明√适用□不适用经营活动产生的现金净流量超本年度净利润326.18%，主要原因是：公司持续精细化运营，运营周期优化，资金占用减少；同时公司固定资产折旧、无形资产摊销等非付现支出增加经营活动产生的净流量。三、非主营业务分析√适用□不适用单位：元金额占利润总额比例形成原因说明是否具有可持续性金额占利润总额比例形成原因说明是否具有可持续性投资收益-159,710,388.06-10.85%主要原因是报告期内处置交易性金融资产和长期股权投资形成投资损失否公允价值变动损益26,646,196.761.81%主要是衍生金融工具产生的公允价值变动收益否资产减值-108,834,231.25-7.40%存货跌价损失否营业外收入15,298,789.841.04%处理长期挂账确认无法支付的应付款项形成否营业外支出40,017,441.072.72%主要是非流动资产报废损失否四、资产及负债状况分析1、资产构成重大变动情况公司2019年起首次执行新金融工具准则、新收入准则或新租赁准则且调整执行当年年初财务报表相关项目√适用□不适用单位：元2019年末2019年初比重增减重大变动说明金额占总资产比例金额占总资产比例货币资金3,612,725,720.7310.42%2,391,589,146.428.04%2.38%报告期内公司经营规模扩大，营运资金储备增加应收账款8,103,952,322.7623.38%7,212,249,058.1924.23%-0.85%存货5,296,464,329.5315.28%3,548,509,753.7011.92%3.36%报告期内公司经营规模扩大，公司存货储备增加长期股权投资269,961,654.440.78%247,669,710.760.83%-0.05%固定资产11,502,483,642.9533.19%11,117,324,474.6937.36%-4.17%公司总资产规模扩大，固定资产占比减少在建工程1,539,222,428.404.44%1,320,210,388.774.44%0.00%短期借款6,154,458,300.0017.76%5,851,710,294.5519.66%-1.90%长期借款343,653,859.810.99%606,423,511.342.04%-1.05%2、以公允价值计量的资产和负债√适用□不适用单位：元项目期初数本期公允价值变动损益计入权益的累计公允价值变动本期计提的减值本期购买金额本期出售金额其他变动期末数金融资产1.交易性金融资产（不含衍生金融资产）95,584,824.80-30,849,635.46-148,716,291.7143,500,000.0021,235,189.342.衍生金融资产32,133,630.86-6,459,489.8325,674,141.033.其他债权投资4.其他权益工具投资276,065,988.224,545,322.3955,809,602.86336,420,913.47金融资产小计403,784,443.88-37,309,125.29-144,170,969.3255,809,602.8643,500,000.00383,330,243.84上述合计403,784,443.88-37,309,125.29-144,170,969.3255,809,602.8643,500,000.00383,330,243.84金融负债112,990,718.70-63,955,322.05179,076,343.06112,990,718.70115,121,021.01报告期内公司主要资产计量属性是否发生重大变化□是√否3、截至报告期末的资产权利受限情况项目年末账面价值（元）受限原因货币资金518,121,928.41各类保证金等固定资产26,229,900.85子公司抵押借款合计544,351,829.26五、投资状况分析1、总体情况√适用□不适用报告期投资额（元）上年同期投资额（元）变动幅度306,419,103.57257,421,841.2919.03%2、报告期内获取的重大的股权投资情况□适用√不适用3、报告期内正在进行的重大的非股权投资情况√适用□不适用歌尔股份有限公司2019年年度报告全文单位：元项目名称投资方式是否为固定资产投资投资项目涉及行业本报告期投入金额截至报告期末累计实际投入金额资金来源项目进度预计收益截止报告期末累计实现的收益未达到计划进度和预计收益的原因披露日期（如有）披露索引（如有）东莞松山湖歌尔工业园区项目自建是电子元器件85,509,727.9885,509,727.98自筹资金3.83%不适用0.00不适用2019年01月03日具体内容详见信息披露网站巨潮资讯网、《证券时报》、《中国证券报》、《上海证券报》刊登的《歌尔股份有限公司关于公司全资子公司与东莞市松山湖高新技术产业开发区管理委员会签署投资合作协议的公告》（公告编号：2019-001）越南歌尔科技建设项目自建是电子元器件451,016,846.69451,016,846.69自筹资金64.43%不适用0.00不适用合计------536,526,574.67536,526,574.67----0.00------224、以公允价值计量的金融资产√适用□不适用单位：元资产类别初始投资成本本期公允价值变动损益计入权益的累计公允价值变动报告期内购入金额报告期内售出金额累计投资收益期末金额资金来源股票169,951,481.05-30,849,635.46-148,716,291.7121,235,189.34自有资金金融衍生工具-6,459,489.8325,674,141.03自有资金其他319,565,988.224,545,322.3955,809,602.8643,500,000.00336,420,913.47自有资金合计489,517,469.27-37,309,125.29-144,170,969.3255,809,602.8643,500,000.00383,330,243.84--5、募集资金使用情况□适用√不适用公司报告期无募集资金使用情况。六、重大资产和股权出售1、出售重大资产情况□适用√不适用公司报告期未出售重大资产。2、出售重大股权情况□适用√不适用七、主要控股参股公司分析√适用□不适用主要子公司及对公司净利润影响达10%以上的参股公司情况单位：元公司名称公司类型主要业务注册资本总资产净资产营业收入营业利润净利润潍坊歌尔子公司电子元器件制造805,601,925.002,489,824,952.821,729,151,258.944,656,303,753.80195,611,904.07180,055,394.71越南歌尔子公司电子元器件制造252,535,006.302,085,258,862.75979,017,771.503,636,465,853.96237,277,406.22206,135,148.35报告期内取得和处置子公司的情况√适用□不适用公司名称报告期内取得和处置子公司方式对整体生产经营和业绩的影响沂水泰克电子科技有限公司设立取得优化产业布局，拓展产业规模青岛虚拟现实研究院有限公司设立取得优化产业布局，拓展产业规模西安歌尔泰克电子科技有限公司设立取得优化产业布局，拓展产业规模歌尔科技（越南）有限公司设立取得优化产业布局，拓展产业规模ANIMAAB清算优化公司资源配置，降低管理成本歌尔丹拿音响有限公司注销优化公司资源配置，降低管理成本青岛歌尔精密制造有限公司注销优化公司资源配置，降低管理成本大连歌尔泰克科技有限公司注销优化公司资源配置，降低管理成本主要控股参股公司情况说明无八、公司控制的结构化主体情况□适用√不适用九、公司未来发展的展望1、行业竞争格局和发展趋势报告期内，智能手机行业继续出现同比下滑，4G智能手机用户增速持续放缓，5G智能手机尚处于起始阶段。根据国际调研机构IDC的统计数据，2019年全球智能手机销量为13.71亿部，同比下降2.3%；根据中国信息通信研究院的统计数据，2019年国内手机市场总体出货量3.89亿部，同比下降6.2%；根据国际调研机构StrategyAnalytics的统计数据，2019年全球5G智能手机销量为1,900万部。除4G智能手机市场进入存量博弈阶段、5G智能手机尚处于初始阶段的影响外，中美贸易摩擦引发全球经济发展的不确定性，产业链受到冲击，导致行业整体发展形势不断下滑，对公司经营构成挑战。报告期内，智能无线耳机（TWS）、虚拟/增强现实等新型智能硬件不断创新发展。根据市场调研机构CounterpointResearch报告，2019年全球无线耳机（TWS）销量达到1.20亿部，2020年将达到2.30亿部。耳机作为智能手机重要的声学配件，由有线化向无线化、智能化发展，应用更多传感器，逐渐成为极具市场增长潜力的智能硬件产品。虚拟/增强现实产品发展迅速，在4K超清显示、眼球追踪、6DoF等方面不断提升技术规格，未来朝小型化和无线化不断发展，交互方式更加自然，实现深度沉浸体验。根据国际调研机构IDC的预测，全球增强现实/虚拟现实产品在2019年的出货量约570万台，2020年将达到706万台，同比增长23.6%，各品牌逐步推出新一代产品，推动行业进一步发展。在行业竞争方面，智能手机市场品牌集中度日益提升，电声器件市场的挑战主要来自客户对高规格创新产品的采购意愿、原材料市场价格的变动、行业增速放缓下价格竞争加剧等；智能声学整机市场的挑战主要来自无线耳机对有线耳机的替代速度、智能音箱的普及度、智能无线耳机产品的创新速度等；智能硬件市场挑战主要来自消费者对新型智能硬件的认可度、市场培育的成熟度、软件等生态的成熟度等。2、未来发展战略公司立足于消费电子领域，在智能手机、智能平板电脑、智能家用电子游戏机等已有市场之外，深耕智能无线耳机、虚拟/增强现实等可穿戴类产品，不断开拓新型消费电子市场，夯实自身产品研发与制造能力，树立歌尔制造的良好形象；另一方面通过一系列措施，逐渐放弃技术含量低、附加值低的OEM业务，转而主要为企业客户提供ODM、JDM服务，紧跟业内领先客户的战略方向，着重发展以人工智能为核心的虚拟/增强现实、智能穿戴、智能音频、智能装备等战略新兴产业；积极从国家战略中把握发展定位，主动进行创新转型。未来公司重点的投资领域主要集中在相关产品的关键核心技术，逐步搭建开放、包容、共赢的生态型企业平台。同时积极进行人才布局，在全球范围内围绕着人才聚集地，积极进行研发中心布局，确保公司战略实施落地。3、下一年度经营计划2020年开年新冠肺炎疫情爆发及其扩散对全球宏观经济构成了不利影响，多国采取“封城”等应对措施，不可避免地影响了消费电子产业的发展。在线办公、家庭健身、在线游戏等产业发展迅速，为公司智能无线耳机、智能可穿戴产品、家用电子游戏机配件等产品创造了市场机会。公司多年以来依靠准确的战略布局、持续的研发投入、精细化经营能力、高效的决策机制，潜心发展成为营收超过300亿元的行业龙头公司，虽压力巨大，公司相信在党和国家的正确领导下，公司上下团结一致，定会渡过难关，更上一层楼。为实现新一年经营目标，公司主要措施为：（1）保持战略定力，把握发展机遇。保持战略定力，强化零组件业务的战略布局，增强垂直整合能力，整机带动零件，零件支撑整机，形成整机零件互相拉动、互相支撑的良好局面。坚定不移提升精密制造和自动化能力，增强公司内生发展动力。（2）坚持以客户满意为导向，深耕战略客户。进一步落实大客户战略，建立战略客户管理机制，围绕客户数量做减法，客户质量做加法，做好战略性产品线，为客户提供产品更加丰富、质量更加过硬、技术更上层楼的服务，做最适合客户的供应商。（3）有效管控风险，持续健康经营。努力实现健康经营，识别和化解潜在风险，想方设法提升盈利能力，在市场竞争中建立和拓宽护城河，保证公司持续盈利。高度关注外部环境变化，尤其是新冠疫情对全球产业链的影响，在产业布局过程中评估风险，做好应对准备。（4）强化人才战略，提升组织能力。持续优化干部管理体系，将干部的识别和培养放到更加重要的位置，努力健全干部任命机制、进出机制、考核和激励机制，打造人才梯队，建立专业化团队，认真学习并坚决执行公司干部核心价值观。4、资金需求及使用计划公司与银行等金融机构保持良好的合作关系。2020年，公司将加强现金管理力度，适度扩大金融衍生品交易规模，合理分配长短期负债比率，规避流动性风险和汇率风险，为公司发展提供稳定、充足的资金支持。5、未来面对的风险（1）市场风险公司主营业务包括精密零组件、智能声学整机和智能硬件，主要面向全球市场。近几年以来国内外宏观经济发展不确定性增加，部分智能消费电子产品出现增速放缓，有可能影响消费电子产品的销售，影响公司业绩。中美贸易争端对全球贸易体系产生重大影响，增加外向型出口企业经营的不确定性。（2）经营风险①客户相对集中的风险公司所处行业的竞争格局以及公司的业务模式决定了客户相对集中，尽管公司与上述客户存在长期稳定的合作关系，但如果主要客户受内外部因素影响，将会带来公司订单波动。②汇率波动的风险公司出口销售比重较大，也需进口一部分原材料，公司部分研发、生产及检测设备也需要从国外采购。公司出口销售和进口原材料以美元结算为主，人民币/美元汇率波动幅度增加，使公司面临汇率风险。③核心技术人员流失的风险核心技术人员是公司生存和发展的关键，是公司维持和提高核心竞争力的基石。消费类电子行业高端技术研发及生产人才需求加剧、竞争激烈，如果公司不能持续完善各类激励约束机制，可能导致核心技术人员的流失及核心技术的泄密，使公司在技术竞争中处于不利地位，影响公司长远发展。④新冠疫情持续发展的风险自2020年1月份以来，我国以及世界多个国家或地区均发生了新型冠状病毒疫情。经过两个多月的艰苦抗击，疫情在我国已得到明显控制，但近日海外疫情出现迅速蔓延并在多个国家呈现爆发的态势。本次疫情对宏观经济、企业经营及居民生活等均造成了影响，也相应对公司所在的消费电子领域造成了一定程度的冲击。虽然短期来看，疫情对公司的经营业绩和发展前景不会造成重大不利影响，但是若疫情的发展超出预期并呈现长期化趋势，可能会对公司经营业绩产生进一步的不利影响。（3）管理风险近年来，公司生产规模逐渐扩大，产品种类不断增多，员工规模也增长较快，这些都对公司在经营管理等方面能力提出了更高要求。公司进入新的业务发展领域，更需要公司管理层具有卓越的经营管理能力。如果公司管理水平不能适应公司规模迅速扩张以及业务发展的需要，将影响公司的应变能力和发展活力，公司将面临一定的管理风险。十、接待调研、沟通、采访等活动1、报告期内接待调研、沟通、采访等活动登记表√适用□不适用接待时间接待方式接待对象类型调研的基本情况索引2019年02月28日实地调研机构巨潮资讯网，2019年2月27日-2月28日投资者关系活动记录表2019年04月25日实地调研机构巨潮资讯网，002241歌尔股份调研活动信息201904292019年08月22日实地调研机构巨潮资讯网，002241歌尔股份调研活动信息201908222019年08月29日实地调研机构巨潮资讯网，002241歌尔股份调研活动信息201908302019年10月24日实地调研机构巨潮资讯网，002241歌尔股份调研活动信息201910252019年10月29日实地调研机构巨潮资讯网，002241歌尔股份调研活动信息20191030