

公司代码：688007

公司简称：光峰科技



深圳光峰科技股份有限公司

2022 年半年度报告摘要

2022 年 08 月

第一节 重要提示

1.1 本半年度报告摘要来自半年度报告全文，为全面了解本公司的经营成果、财务状况及未来发展规划，投资者应当到上海证券交易所网站(<http://www.sse.com.cn>)网站仔细阅读半年度报告全文。

1.2 重大风险提示

公司已在本报告中详细阐述公司在生产经营过程中可能面临的各种风险，敬请查阅“第三节 管理层讨论与分析”之“五、风险因素”。敬请投资者注意投资风险。

1.3 本公司董事会、监事会及董事、监事、高级管理人员保证半年度报告内容的真实性、准确性、完整性，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担个别和连带的法律责任。

1.4 公司全体董事出席董事会会议。

1.5 本半年度报告未经审计。

1.6 董事会决议通过的本报告期利润分配预案或公积金转增股本预案
无

1.7 是否存在公司治理特殊安排等重要事项

适用 不适用

第二节 公司基本情况

2.1 公司简介

公司股票简况

公司股票简况				
股票种类	股票上市交易所	股票简称	股票代码	变更前股票简称
A股	上海证券交易所科创板	光峰科技	688007	不适用

公司存托凭证简况

适用 不适用

联系人和联系方式

联系人和联系方式	董事会秘书（信息披露境内代表）
姓名	陈雅莎
电话	0755-32950536
办公地址	深圳市南山区粤海街道学府路63号高新区联合总部大厦20-22楼
电子信箱	ir@appotronics.cn

2.2 主要财务数据

单位：元 币种：人民币

	本报告期末	上年度末	本报告期末比上年度末增减(%)
总资产	4,124,469,910.64	4,097,230,955.90	0.66
归属于上市公司股东的净资产	2,482,478,931.50	2,438,064,581.44	1.82
	本报告期	上年同期	本报告期比上年同期增减(%)
营业收入	1,269,322,202.11	1,104,689,243.59	14.90
归属于上市公司股东的净利润	45,966,481.10	151,413,920.79	-69.64
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	22,005,386.92	66,961,936.08	-67.14
经营活动产生的现金流量净额	-78,553,359.67	170,659,313.90	-146.03
加权平均净资产收益率(%)	1.86	6.89	减少5.03个百分点
基本每股收益(元/股)	0.10	0.33	-69.70
稀释每股收益(元/股)	0.10	0.33	-69.70
研发投入占营业收入的比例(%)	9.06	8.61	增加0.45个百分点

2.3 前 10 名股东持股情况表

单位：股

截至报告期末股东总数(户)	13,652
截至报告期末表决权恢复的优先股股东总数(户)	0
截至报告期末持有特别表决权股份的股东总数(户)	0

前 10 名股东持股情况							
股东名称	股东性质	持股比例 (%)	持股数量	持有有限售条件的股份数量	包含转融通借出股份的限售股份数量	质押、标记或冻结的股份数量	
深圳光峰控股有限公司	境内非国有法人	17.62	79,762,679	79,762,679	79,762,679	无	0
深圳市原石激光产业投资咨询合伙企业(有限合伙)	境内非国有法人	5.33	24,139,500	24,139,500	24,139,500	无	0
南通海峡光峰投资合伙企业(有限合伙)	境内非国有法人	5.10	23,080,329	0	0	无	0
深圳市光峰达业投资有限合伙企业(有限合伙)	境内非国有法人	4.51	20,430,250	20,430,250	20,430,250	无	0
深圳市光峰宏业投资有限合伙企业(有限合伙)	境内非国有法人	3.46	15,662,374	15,662,374	15,662,374	无	0
中信产业投资基金(香港)二零一六投资有限公司	境外法人	3.14	14,218,034	0	0	无	0
深圳市金镭晶投资有限合伙企业(有限合伙)	境内非国有法人	2.73	12,353,106	12,353,106	12,353,106	无	0
GREEN FUTURE HOLDINGS LIMITED	境外法人	2.72	12,333,426	0	0	无	0
SAIF IV Hong Kong (China Investments) Limited	境外法人	2.50	11,330,029	0	0	无	0
深圳市光峰成业咨询合伙企业(有限合伙)	境内非国有法人	2.30	10,394,846	10,394,846	10,394,846	无	0
上述股东关联关系或一致行动的说明	1、截至 2022 年 6 月 30 日，公司前十名股东中，深圳光峰控股有限公司、深圳市原石激光产业投资咨询合伙企业(有限合伙)、深圳市光峰达业投资有限合伙企业(有限合伙)、深圳市光峰宏业投资有限合伙企业(有限合伙)、深圳市金镭晶投资有限合伙企业(有限合伙)、深圳市光峰成业咨询合伙企业(有限合伙)系一致行动人；除此之外，公司未接到上述股东有存在关联关系或一致行动协议的声明； 2、公司未知上述其他股东之间是否存在关联关系或属于《上市公司收购管理办法》中规定的一致行动人。						
表决权恢复的优先股股东及持股数量的说明	不适用						

2.4 前十名境内存托凭证持有人情况表

适用 不适用

2.5 截至报告期末表决权数量前十名股东情况表

适用 不适用

2.6 截至报告期末的优先股股东总数、前 10 名优先股股东情况表

适用 不适用

2.7 控股股东或实际控制人变更情况

适用 不适用

2.8 在半年度报告批准报出日存续的债券情况

适用 不适用

第三节 重要事项

一、公司应当根据重要性原则，说明报告期内公司经营情况的重大变化，以及报告期内发生的对公司经营情况有重大影响和预计未来会有重大影响的事项

适用 不适用

二、经营情况的讨论与分析

（一）报告期内经营情况分析

2022 年上半年，在国内疫情多发散发、行业供应链短缺与国内外宏观环境复杂多变的背景下，公司坚持“核心技术+核心器件+应用场景”的战略布局，全面谋划增收创利，增加研发投入，积极开拓创新应用新领域，强化供应链、库存管理，全力保障企业生产经营平稳有序。报告期内，公司实现营业收入 126,932.22 万元，同比上升 14.90%。业务层面，核心器件业务、C 端自有品牌业务、工程投影业务三大业务表现亮眼。整体来看，作为公司的基本盘，影院放映服务、工程和教育三大业务的市场份额继续保持行业第一，与此同时，作为公司增长盘，核心器件业务和 C 端自有品牌业务不断突破，发展势头强劲。

单位：万元 币种：人民币

主营业务分行业情况						
分行业	营业收入	营业成本	毛利率 (%)	营业收入比上年增减 (%)	营业成本比上年增减 (%)	毛利率比上年增减 (%)
激光显示行业	126,932.22	88,456.06	30.31	14.90	22.24	减少 4.19 个百分点
主营业务分产品情况						
分产品	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 (%)
1、销售业务	113,156.62	81,850.58	27.67	24.12	24.87	减少 0.43 个百分点
（1）光源与光机	22,736.62	13,445.20	40.87	120.97	210.91	减少 17.11 个百分点
（2）激光投影整机	79,768.57	59,761.32	25.08	4.90	4.89	增加 0.01 个百分点
激光电影放映机	2,358.15	1,405.43	40.40	-17.42	-1.12	减少 9.83 个百分点
专业显示投影机（工程、商教）	17,763.33	9,867.05	44.45	-6.84	-12.52	增加 3.61 个百分点
激光电视	21,745.97	14,453.12	33.54	-16.56	-21.58	增加 4.26 个百分点
智能微投	37,901.11	34,035.72	10.20	35.09	31.69	增加 2.31 个百分点
（3）其他产品	10,651.43	8,644.06	18.85	120.35	103.41	增加 6.76 个百分点
2、影院放映服务业务	13,521.49	6,474.67	52.12	-27.17	0.70	减少 13.25 个百分点
3、其他业务	254.11	130.82	48.52	-65.63	-65.76	增加 0.20 个百分点
合计	126,932.22	88,456.06	30.31	14.90	22.24	减少 4.19 个百分点

1、核心器件业务

1.1 家用核心器件业务

2022 年上半年，国内智能投影市场继续保持快速增长态势，公司紧抓智能微投市场快速增长的机遇，大力推动 To C 核心器件的业务布局。

激光投影核心器件业务在家用领域快速扩张，公司为当贝、安克创新、泽宝、极米、优派、海尔等多家友商供应定制研发的激光微投光机或激光电视光机等产品。2022 年上半年，该业务总体实现营业收入约 2.3 亿元，基本达到 2021 年全年的业绩。其中，公司联合当贝发布的激光投影仪 X3 与 X3 Pro，市场反响热烈。与此同时，公司持续加大海外市场客户开拓力度，扩大老客户战略合作规模，新客户新品类逐步实现量产。持续扩大的激光投影生态链朋友圈，进一步验证了公司核心技术的竞争优势。

1.2 创新核心器件业务

1.2.1 取得 IATF 16949 认证，成功卡位车载新赛道

汽车的智能化已成为未来汽车领域的发展趋势，智能座舱对车载显示提出了新的需求，激发了激光投影显示在车载显示的创新性应用，如提供驾驶辅助、乘员的人机交互体验和娱乐等功能，包括车顶天幕、车窗透明显示、娱乐大屏、AR-HUD、智慧表面、智能激光大灯等，车载显示的市场空间广阔。

报告期内，公司取得了 IATF 16949: 2016 质量管理体系认证证书，标志着公司获得了进入国内外汽车行业供应链的准入通行证。

公司将充分发挥技术及产品优势，在取得 IATF 认证的基础上，持续拓展车载显示的前装市场与后装市场业务，加强与整车厂商及一级供应商开展多层次、全方位合作。

1.2.2 发布自研全球首个 PPI 破万 AR 光学模组，取得 AR 技术领域重大突破

2022 年 5 月，公司公布了自研的全球首个 PPI 破万 AR 光学模组，这标志着公司在 AR 领域的技术研发上取得了重大突破。该袖珍型 AR 光学模组从底层技术架构上进行突破，在高像素密度层面取得重大进展，成为全球首个 PPI 破万的 AR 光学商业化模组。

1.2.3 与美的集团达成战略合作，进入家庭服务机器人市场

报告期内，凭借自研激光光机亮度高、体积小、散热极佳、能效高等优势，公司携手国内家电龙头企业美的集团，在家庭服务机器人领域达成战略合作，为美的集团发布的首代家庭服务机器人提供投影解决方案。本次与美的集团的战略合作，拓展了公司核心器件的创新应用场景，公司具备进入移动装置领域的激光植入能力。

2、非核心器件业务

2.1 C 端市场持续发力，喜迎业务新突破

报告期内，公司持续发力 C 端市场，加大 C 端市场的自有品牌推广力度，子公司峰米科技自有品牌业务在 2022 年上半年同比增长 50%，占峰米科技总营业收入比重达 50%。同时，峰米科技自有品牌业务的毛利率较去年同期提升超 5 个百分点，毛利率得到显著提升。

2022 年 5 月，峰米科技正式发布了旗舰新品 V10 4K 超高清投影仪，并在 618 大促期间，一举拿下 LED 4K 超高清投影仪新品销量冠军。在今年 618 购物节中，峰米科技全网 GMV 突破 2 亿元，连续五年蝉联激光电视线上销售额与销量的双冠军。

据 IDC 数据报告显示，在 2022 年上半年中国消费投影机市场（即家用投影机市场）出货量排名中，峰米自有品牌（不含 ODM）出货量同比大增 289%，市场份额达到 7%，位列第三。

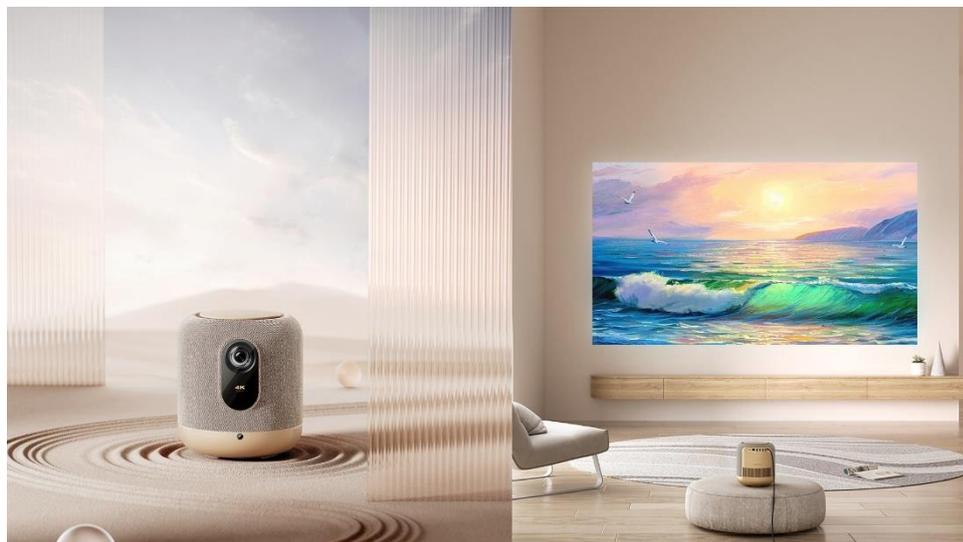


图 1：峰米 V10 4K 超高清投影

2.2 提升解决方案创新及差异化能力，专业显示业务市场份额位居第一

报告期内，受国内新冠疫情影响，公司专业显示业务出现需求暂停及取消，工程业务和商教业务的整体市场表现较同期有所下降。但公司积极应对疫情带来的冲击，进一步加强产品和渠道的布局，实现持续保持市场份额第一的领先地位。

其中，工程业务方面，针对灯光亮化、文旅夜游、大型场馆演艺市场，推出全新激光 3DLP 高亮工程投影机——G 系列，实现高亮工程投影机的更广应用覆盖。

此外，公司积极探索新的产品应用场景，推动产品解决方案持续创新。在文旅亮化、夜游经济等领域，大力推动高端机型的销售，公司打造了重庆涪陵锦绣广场投影秀、江西婺源婺女洲徽艺文旅特色小镇等具有行业影响力的案例，全面提升公司品牌力。

奥维睿沃（AVC Revo）2022H1《中国大陆激光投影市场研究报告》显示，2022 年上半年工程投影品牌格局中，公司以销量占比 17.9%、销售额占比 16.6% 拿下行业双第一。教育市场品牌格局中，公司销量份额达 26.2%，位列行业第一。

2.3 积极应对疫情影响，影院业务有望快速反弹

2022 年上半年，疫情反复导致部分影院关停、电影排片推迟，公司影院放映服务业务承压。随着下半年暑期档、国庆档等旺季各路影片来袭，叠加国家电影局惠民政策的大力扶持，影院业务有望实现快速反弹。

报告期内，为了持续扩大光源市场份额，子公司中影光峰针对客户多样化、灵活性的商务需求，中影光峰正式上市 ALPD® Lite 版光源，减少客户总体投资压力，提升电影放映质量，为影院带来优质的观影体验；截至本报告披露日，中影光峰 ALPD® 激光放映解决方案国内市场安装量突破 27,000 套，为国内超过 6,000 家影院提供服务。报告期内，公司加大激光光源在海外市场应用的推广力度，提升品牌出海影响力，已覆盖美国、泰国、韩国、意大利及爱尔兰等地区，海外市场需求增长较快。

此外，报告期内，中影光峰入选 2021 年度第二批北京市专精特新“小巨人”企业名单。

（二）报告期内利润影响因素分析

在费用方面，报告期内，公司销售费用同比增长 34.14%，同比增加 3,061.62 万元，主要是市场投入费用增加 2,098.52 万元，系公司实施积极的市场竞争策略，加大 C 端市场投入和自有品牌建设；管理费用方面，为重点激励对公司未来新增长曲线起重要作用的核心人员，公司相继推出限制性股票激励计划，本期股份支付费用为 4,430.15 万元，较上年同期增加 98.55%。

非经常性损益方面，公司计入当期损益的政府补助较去年同期减少了 5,578.14 万元，GDC 开曼公司的业绩补偿款 3,817.59 万元，已计入 2021 年上半年的非经常性损益。因此 2022 年上半年非经常性损益同比大幅下降。

因此，公司本期利润相较上年同期出现较大差异。剔除股份支付费用的影响后，实现归属于母公司所有者的净利润 8,620.56 万元；实现归属于母公司所有者的扣除非经常性损益的净利润 6,224.45 万元。

综上，2022 年上半年虽受疫情反复等宏观因素影响，但公司依托核心器件的优势，业务韧性强，基本盘业务稳定，实现销售收入有所增长。与此同时，公司积极布局车载等创新应用领域，不断拓宽核心器件应用领域，深度挖掘公司未来利润的潜在增长点。整体而言，虽公司存在战略性投入、利润短期下滑的压力，但整体经营基础稳固，未来发展趋势持续向好。