

证券代码：002273

证券简称：水晶光电

## 浙江水晶光电科技股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2025007

<b>投资者关系活动类别</b>	<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
<b>参与单位名称</b>	Point72；博道基金；博时基金；财富证券有（自营）；财通证券资产；淡水泉（北京）投资；东吴基金；东兴基金；光大保德信基金；光大永明资管；国富人寿保险；国华兴益保险；国寿养老；红杉中国；鸿盛资产；华富基金；华能贵诚信托；华泰证券（上海）资产；华夏基金；华夏久盈资产（北京）；汇添富基金；基石资本；嘉实基金；建信基金；金翼私募；金鹰基金；金元证券；九泰基金；南方基金；诺安基金；诺德基金；盘厚投资；浦银安盛基金；睿胜投资；上海国际信托；上海国泰君安证券资产；上海海宸投资；上海泾溪投资管理合伙企业（有限合伙）；上海玖鹏资产管理中心（有限合伙）；上海开思私募基金；上海途灵资产；上海正心谷投资；深圳广汇缘资产；深圳市怀德医疗健康；深圳市金广资产；深圳市金之灏基金；世纪证券；泰康资产管理；新华基金；信泰人寿；兴业资管（自营）；兴银基金；玄卜投资（上海）有限公司；易方达基金；誉辉资本；圆信永丰基金；远信（珠海）私募基金；长安基金；长江证券；长江证券（自营）；浙江龙航资产；浙商基金；中海基金；中航基金；中金基金；中信保诚基金；中信建投证券股份有限公司（资管）；中意资产；中银国际证券资产管理部
<b>时间</b>	2025年2月7日
<b>形式</b>	线上电话网络会议
<b>上市公司接待人员姓名</b>	副总经理兼董事会秘书 韩莉、IR

## 投资者关系活动 主要内容介绍

### 一、介绍公司经营情况

公司于 2025 年 1 月 10 日发布了业绩预告, 2024 年预计实现净利润 10-11.2 亿元, 同比增长 66.60%-86.59%, 实现扣非净利润 9.5-10.7 亿元, 同比增长 81.80%-104.77%, 净利润首次超 10 亿元, 创历史新高。更重要的是, 从增速来看, 从一季度开始基本保持扣非净利润增速大于净利润增速的态势, 体现了公司的内生成长力。

分各业务板块来看, 公司各主要业务板块均表现出较好的成长态势。

在手机业务端, 公司为大客户配套的微棱镜产品, 由于配套机型下沉, 叠加公司是主要供应商, 市场需求的提升带动了出货量的提升, 为公司 2024 年的业绩增长起到了较好的支撑作用。在安卓客户端, 随着安卓头部客户的回归, 涂覆滤光片的市场需求有所提升, 也贡献了较好的业绩。公司的薄膜光学面板业务经过过去几年的份额爬坡, 薄膜光学面板产品已经成长为公司的重要单品之一, 支撑公司的业务成长。另外半导体光学业务从 2024 年来看已呈现复苏态势, 手机在 3D 创新升级应用的趋势, 叠加 AR 及 AI 眼镜带来对空间感知的新需求, 半导体光学板块未来仍旧有广阔的应用前景。

在汽车业务端, 目前 HUD 的渗透率还处于较低的水平, HUD 作为未来智能座舱的第一屏还有很大的发展空间。公司在 AR-HUD 领域的市场占有率几年来均保持领先水平, 并且已经积累了较好的客户结构, 叠加其他车载相关光学产品的市场空间, 汽车电子作为公司的第二成长曲线, 依然有比较好的产业前景。

AR 眼镜端, 是公司重要的战略业务, 也是公司的一号工程。我们非常高兴地看到 AI 技术对于 AR 眼镜行业的推动作用, 并且坚定地相信 AR 眼镜是 AI 最好的载体。水晶从十多年前就已开始投入 AR 相关的研发布局, 目前在显示端的光波导技术、光机里面的相关光学元器件产品以及眼镜上的其他 2D、3D 相关光学元器件均有业务及技术研发布局。承载近眼显示功能的波导片, 其硬件成本占比较高, 是公司布局的重点领域, 公司重点布局衍射波导的体全息技术和反射波导技术, 尤其看好反射波导在 AR 眼镜领域的应用前景。反射波导在显示效果上, 尤其是全彩、高清晰度、大视场角上处于领先的水平, 但是其量产性过去多年来是全球性的难题。水晶多年来专注光学领域, 在光学精密加工和大批量量产上都有了比较好的技术积累和经验沉淀, 我们有信心在未来能够解决反射光波导的量产性问题, 助力 AR 眼镜产业的发展。

从业绩上看，2024 年水晶有了极大的飞跃，更重要的是在战略意义上，经过过去十多年的沉淀，水晶打开了和大客户全面合作的局面，进入了 2.0 战略合作伙伴阶段，在基本上发生了重要的变化。

从红外截止滤光片的 OEM 代工，到薄膜光学面板业务的直接合作，到微棱镜模块承接客户的创新研发项目，客户对水晶的认知从 0 到具备技术工艺开发和自动化开发能力的技术创新公司，水晶的增长动能也从成本制造导向向技术创新导向转变，实现了从合作伙伴向战略合作伙伴的跨越。客户未来在光学上有大量的创新升级需求，而公司多年来沉淀的精密光学加工技术正好契合了客户的需求，目前公司在手十余个项目并行开发中，给我们的未来成长打开了想象空间。这也对我们的能力提出了更高的要求，我们要在技术、质量、运营、平台等方面快速成长以匹配客户对我们的要求。

2025 年至 2030 年的十五五期间对水晶来说将是一个崭新的时期，这个机遇千载难逢，产业的态势已经形成，我们的基础能力、资源集聚能力、客户资源都已经到了新的台阶，我们有信心能够抓住这个机遇，站上新的平台。未来水晶希望能够成为全球 AR 光学显示领域的龙头企业，为客户提供显示解决方案，并且通过与客户深度合作，推动水晶的高质量发展。2025 年将是我们承上启下的关键一年，在水晶历史上也将是具有里程碑意义的转折升级之年，对于我们来说既有兴奋也有面对挑战的压力，我们会抓住这一窗口期，扎实组织基础，打开公司全新的发展态势。

## 二、问答环节

1、问：请问公司怎么看 2025 年消费电子行业的景气度？

答：公司是上游光学元器件供应商，下游还有几道工序，对于行业整体的能见度不高，对于行业情况下游组装厂会更加清晰。从目前公司的订单情况来看，目前处于正常状态。

2、问：请问公司四季度环比下降的主要因素是什么？

答：依照公司和行业过往的历史经验来看，三季度普遍是行业旺季，四季度有所回落是正常情况，因此 24 年四季度环比下降属于正常的行业季节表现。另外公司惯例会在年底对奖金等费用进行计提。此外，公司的微棱镜项目在 2024 年的出货周期较 2023 年有所提前，导致四季度业绩波动也比较明显。

3、问：请问公司微棱镜业务 2025 年展望？

答：目前我们尚未接到客户下沉机型的通知，因此大概率 2025 年仍将在高端机型上应用，叠加 2024 年的 2 款高端机型持续销售，市场总需求仍将保持增长，在份额上我们将继续争取主力供应商的地位。微棱镜产品是新品，在良率上还有提升空间，加上降本增效工作公司将持续开展，持续挖掘毛利空间。

4、问：请问微棱镜产品 2024 年的价格情况和 2025 年的价格展望？

答：2024 年由于产品良率爬坡进度顺利，微棱镜产品价格正常年降。2025 年的微棱镜产品有一些小升级，目前还没有到和客户确定价格的阶段，后续清晰度更高后再为大家更新。

5、问：请问往后看，公司还能看到哪些微棱镜的升级变化？

答：AI 赋能叠加安卓头部客户的回归，带动消费电子行业进入了新的软硬件升级周期，微棱镜的升级也属于升级周期中的一部分。微棱镜的升级不止是其本身的升级，还有其应用在其他方面的延升。目前公司在新品落地研发上的核心竞争力已经上了新的平台，过去水晶更加偏向制造，现在水晶与客户在新品研发上有了更多的合作，这是我们和客户技术上的战略合作伙伴的体现，11 月我们非常荣幸收到了客户的邀约，在链博会上亮相，我们是光学元器件板块、光学技术的参展厂商，可以看到未来客户在光学上的创新升级趋势的确定性，并且水晶都将是其光学升级上的核心合作伙伴。

在微棱镜产品的升级上，客户对其升级迭代已经能看到未来多年，25 年主要是小升级，更大的升级在未来清晰度会更高。

6、问：请问公司在光学创新升级趋势下，公司怎么看单机价值量的提升趋势？

答：从中长期角度来看光学创新升级对我们来说肯定是有利态势。

在手机业务端，除了在性能上要满足客户的要求外，客户还要求产品是具有性价比的。性能和成本，也是水晶契合客户需求，成为客户技术上的战略合作伙伴的原因。2025 年公司有机会切入大客户旋涂滤光片的供应链，对客户来说就是具有性价比的选择。

另外我们也看到安卓头部客户的回归带来了消费电子创新升级的新态势，叠加

	<p>AI 赋能对光学硬件上有更多的需求和更高的要求，比如环境感知等。</p> <p>在车载业务端，公司的 AR-HUD 市场占有率多年来保持行业前列水平，并且在更加高端的 Lcos 等方案上，也有了较好的客户和技术卡位。相信未来在更高端的 AR-HUD 量产后，公司在汽车上的单车价值量有望进一步提升。</p> <p>除了手机和车载上的单机价值量外，更重要的是公司的战略业务 AR 眼镜板块。在手机上公司主要供应的是光学零组件，硬件成本占比不高，但是在 AR 眼镜上光学的硬件成本占比将大幅提升。公司在 AR 眼镜的光波导上多年的技术布局，尤其是在反射光波导方案上，相信未来 AR 产业的发展将打开单机价值量的新空间。</p> <p>7、问：请问 2025 年公司切入大客户旋涂滤光片供应，该业务的后续展望如何？</p> <p>答：旋涂滤光片在北美大客户的所有机型的前后摄上已经实现了标配，但是过去主要是海外供应商供应，国内供应商主要提供镀膜端工序。25 年公司有望在涂胶端切入供应链，第一年公司首先要保证稳定的产品品质，并在其基础上逐年实现渗透率的提升。</p> <p>8、问：请问公司怎么看 HUD 的渗透率和价格趋势？</p> <p>答：近几年 HUD 的渗透率一直保持快速的增长，虽然目前渗透率还不高，但是若干头部车企已经开始将 HUD 定义为智能座舱的第一屏，并且逐渐有标配的趋势。在车载业务端，我们更看重盈利，尤其是在目前汽车市场内卷的态势下，更要选择和积累优质的合作伙伴。目前水晶的收入主要来自于消费电子产业，汽车端份额占公司收入占比较小，因此在车上我们更加聚焦盈利产品，或者是有技术卡位的产品。基于上述逻辑，公司重点开拓海外客户，海外客户的定点转量产周期较长，还需要时间和耐心。另外在国内客户上，我们重点合作头部客户，绑定在技术和规模上有影响力的重点核心企业。主要拳头产品就是 AR-HUD 整机解决方案、激光雷达视窗片等元器件。</p>
附件	无
日期	2025 年 2 月 8 日