

公司代码：688150

公司简称：莱特光电



陕西莱特光电材料股份有限公司
2024 年年度报告摘要

第一节 重要提示

1、本年度报告摘要来自年度报告全文，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 www.sse.com.cn 网站仔细阅读年度报告全文。

2、重大风险提示

报告期内，公司不存在重大风险。公司已在本报告中详细阐述可能存在的相关风险，敬请查阅本报告第三节“管理层讨论与分析”中四、“风险因素”的相关内容。

3、本公司董事会、监事会及董事、监事、高级管理人员保证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。

4、公司全体董事出席董事会会议。

5、中汇会计师事务所（特殊普通合伙）为本公司出具了标准无保留意见的审计报告。

6、公司上市时未盈利且尚未实现盈利

☐是 ☒否

7、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

公司拟以实施权益分派股权登记日登记的总股本扣除公司回购专用证券账户中股份数为基数分配利润，不进行资本公积金转增股本、不送红股。截至2025年3月31日，公司通过回购专用账户所持有的公司股份878,800股，不参与本次利润分配。

公司拟向全体股东每10股派发现金红利人民币1.3元（含税），截至2025年3月31日，公司总股本402,437,585股，扣除回购专用证券账户中股份数878,800股后，实际参与利润分配的股份数量为401,558,785股，以此计算合计拟派发现金红利人民币52,202,642.05元（含税）；公司2024年中期已向股权登记日在册的全体股东（扣除回购专用证券账户中股份数878,800股）每10股派发现金红利人民币1.2元（含税），即已经派发中期现金红利合计人民币48,187,054.20元（含税）；按以上利润分配方案，2024年度公司全年合计拟派发现金红利人民币100,389,696.25元，占公司2024年度归属于上市公司股东的净利润比例为60.00%。本年度以现金为对价，采用集中竞价交易方式已实施的股份回购金额19,986,562.30元（不含交易费用），现金分红和回购金额合计120,376,258.55元（含税），占本年度归属于上市公司股东净利润的比例71.94%，其中，以现金为对价，采用集中竞价交易方式回购股份并注销的回购（以下简称“回购并注销”）金额0.00元，现金分红和回购并注销金额合计100,389,696.25元，占本年度归属于上市公司股东净利润的比例60.00%。

公司2024年年度利润分配方案已经公司第四届董事会第十次会议及第四届监事会第十次会议审议通过，尚需提交公司2024年年度股东大会审议。如在本次利润分配方案董事会决议通过之日起至实施权益分派股权登记日期间公司总股本发生变动的，公司拟维持每股分配比例不变，相应调整拟分配的利润总额，并将另行公告。

8、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

1、公司简介

1.1 公司股票简况

☒适用 ☐不适用

公司股票简况				
股票种类	股票上市交易所及板块	股票简称	股票代码	变更前股票简称
A股	上交所科创板	莱特光电	688150	不适用

1.2 公司存托凭证简况

☐适用 ☒不适用

1.3 联系人和联系方式

	董事会秘书	证券事务代表
姓名	潘香婷	柴萌远
联系地址	陕西省西安市高新区隆丰路99号3幢3号楼	
电话	029-88338844*6050	029-88338844*6050
传真	029-88338844*8000	029-88338844*8000
电子信箱	panxiangting@ltom.com	chaimengyuan@ltom.com

2、报告期公司主要业务简介

2.1 主要业务、主要产品或服务情况

公司主要从事 OLED 有机材料的研发、生产和销售，主要产品包括 OLED 终端材料及 OLED 中间体。公司 OLED 终端材料产品涵盖了红、绿、蓝三色发光层材料、空穴传输层材料、空穴阻挡层材料和电子传输层材料等核心功能层材料，现已实现 Red Prime 材料及 Green Host 材料持续

量产供应、Red Host 材料小批量供货、Green Prime 材料及蓝光系列材料在客户端积极验证。同时在叠层器件用材料、蓝色磷光材料、高色域显示及敏化显示技术用 TADF 材料、超荧光材料等前沿技术方向积极布局储备，持续的技术创新为产品升级与新品开发提供了有力支撑，保持技术领先优势，为公司在行业中的持续发展打下了坚实基础；公司 OLED 中间体产品以咔唑、三嗪、呋喃、蒽等片段的衍生物为主，重点进行了氘代类产品布局，主要销往海外市场。

OLED 终端材料直接用于 OLED 面板的生产，OLED 中间体是生产 OLED 终端材料的前端原材料，产品的终端市场应用领域为 OLED 显示设备，包括手机、电视、平板、电脑、智能穿戴、车载显示等。一直以来，公司致力于为全球知名 OLED 面板生产企业提供高品质专利产品及技术支持，依靠卓越的研发技术实力、优异的产品性能、完善的服务体系，获得了良好的行业认知度，客户覆盖京东方、天马、华星光电、信利等知名面板厂商，采用公司 OLED 终端材料所生产的面板已广泛应用于华为、荣耀、OPPO、VIVO 等国内外知名 OLED 终端应用产品。未来，公司将继续依托自身的研发实力和行业经验，紧跟 OLED 显示技术的发展趋势，持续加强技术创新与迭代，进一步提升 OLED 终端材料的产品性能并丰富材料种类，为提升 OLED 终端材料国产化和行业创新贡献更多力量。

2.2 主要经营模式

公司凭借多年的发展，在 OLED 有机材料领域积累了丰富的行业经验和市场优势，结合产品特点 and 业务发展要求，采取的研发、采购、生产、销售模式符合行业特点，满足公司业务发展的需要。

1、研发模式

公司以行业发展趋势和客户实际需求为导向，制定技术及产品中、长期研发战略规划，进行新产品、新工艺、新技术的研发以及现有系列产品配方优化和工艺改进，不断丰富和优化产品体系，提高市场竞争力。公司构建了科学、高效的研发组织架构并引入了机器学习、AI 等先进技术手段，全面支撑公司的核心技术及拳头产品的自主研发，同时与下游客户合作开发、与多所高校建立联合实验室，深入开展产学研合作，及时把握市场发展动向及研发成果转化，形成从研究开发到技术运用产业化的长效机制。

2、采购模式

公司采用自主采购模式，建有完善的《供应商开发管理办法》《采购策略管理办法》等制度，建立了规范的供应链管理及采购审批流程，明确了从采购计划到采购实施的具体要求，根据订单需求、备货需求及原材料市场变动情况建立采购计划；明确了供应商准入的基本资质要求，明晰了从产品研发到量产的供应商导入流程，在保证供应链安全及质量的前提下，按照品类对供应商进行差异化管理，实现对供应商的分级分类；同时运用 ERP 等信息化管理手段建立健全合格供应

商信息库、采购申请、计划管理、报表分析等各个管理模块，实现了申购、采购、品检、入库、付款的全流程追踪，从而保障公司各项生产经营活动顺利、高效开展。

3、生产模式

公司采用“以销定产”的生产模式，以客户订单及中长期预计需求量为导向，结合产品特点和生命周期，制定生产计划并实施。量产材料采用集中连续式生产，新材料和中间体采用订单式生产。

4、销售模式

公司主要采用直销的销售模式，客户直接下订单向公司进行采购。

2.3 所处行业情况

(1). 行业的发展阶段、基本特点、主要技术门槛

公司主要从事 OLED 有机材料的研发、生产和销售。根据《中国上市公司协会上市公司行业统计分类指引》，公司所属行业为制造业-计算机、通信和其他电子设备制造业（CH39）。根据《国民经济行业分类（GB/T 4754—2017）》《战略性新兴产业分类（2018）》，公司所处行业为“C3985 电子专用材料制造”，公司主要产品为“C3985 电子专用材料制造”的“有机发光材料”。根据《战略性新兴产业重点产品和服务指导目录（2016 年修订）》，公司主要产品符合目录中：“1 新一代信息技术产业”之“1.3 电子核心产业”之“1.3.5 关键电子材料”。

(1) 发展阶段

OLED 显示技术作为未来主流的显示技术之一，近年来受到了国家政策的大力支持，被列入数字经济核心产业。“十三五”国家战略性新兴产业发展规划等一系列政策法规，为国内 OLED 显示技术发展注入了强大动力。目前 OLED 显示面板制造领域呈现中韩主导的行业格局。中国 OLED 行业虽然起步较晚，但在国家政策大力支持下，产业规模增长迅速，国内企业如京东方、天马、华星光电、维信诺等面板厂商已逐步成为全球的中坚力量，京东方在 OLED 面板领域规划投资累计超 2,700 亿元，根据天风证券研究所数据，目前国内已建成 OLED 产线总投资金额超 3,800 亿元，我国已开始在 OLED 领域争夺全球显示行业新的制高点。随着 OLED 技术在智能手机、平板、笔电、可穿戴设备及车载屏等中小尺寸面板领域渗透率的持续提升，以及在大尺寸面板领域良率的不断突破，OLED 面板的出货量呈现出蓬勃发展的势态，相应也带动了 OLED 有机材料需求的提升。

1) OLED 凭借卓越的性能优势，在各终端应用领域渗透率持续提升

①在小尺寸领域，OLED 已成为主流显示技术

智能手机是 OLED 面板下游主要的应用领域之一，OLED 屏幕的多样化创新与渠道下沉策略，持续拉动面板需求增长。群智咨询数据显示，2024 年全球 OLED 面板在手机端渗透率约 56%，预计 2025 年将达到近 60%，OLED 面板逐渐从高端旗舰机型向中低端手机机型渗透，1,000-2,000 元价位经济型手机也开始配置 OLED 屏幕。未来，随着 OLED 面板价格的进一步降低，各手机生产商或将持续提升 OLED 面板在中低端智能手机上的应用比例。同时，折叠手机的兴起为 OLED 发展带来新契机，随着技术成熟和消费者对创新设计的追求，其出货量稳步增长，根据市场研究机构 IDC 的报告，2024 年中国折叠屏手机出货量约 917 万台，同比增长 30.8%，Counterpoint Research 预计，2027 年全球折叠屏智能手机出货量将超 1 亿部，折叠手机市场需求的增长将进一步加速 OLED 在手机端渗透率的提升。

在智能穿戴领域，OLED 以其轻薄、柔性显示、续航能力强的特点应用在智能手表、智能眼镜、健身追踪器等设备，根据 Canalys 数据，2025 年全球可穿戴腕带设备市场出货量达到 2.17 亿台。此外，OLED 仍在向新兴应用场景拓展，在人机交互、虚拟现实等高端应用领域，OLED 显示技术也展现出广阔前景，如在 AR、VR、MR 等近眼显示产品中，OLED 逐渐成为首选显示技术，根据 Trend Force 集邦咨询数据，2024 年 OLED 在 AR 市场中的应用占比达 54%。

②在中尺寸领域，OLED 正在加速渗透

与传统显示器相比，OLED 具备轻薄、省电、高对比度及画面色彩还原、响应速度快等突出特性，在以平板、笔电为代表的 IT 产品和车载显示等中尺寸产品市场正在加速渗透。众多移动电脑厂商均为其高端及旗舰机型配备了 OLED 面板，包括三星、联想、惠普、戴尔、华硕、华为等。苹果公司在 2024 年推出的 iPad Pro 采用了全新的 OLED 屏幕，作为业内领先硬件设备制造商，苹果公司在中尺寸领域使用 OLED 面板的转变将起到类似在手机领域的示范作用，推动 OLED 面板在移动电脑领域渗透率不断提升。根据群智咨询预测，2024 年起，OLED 笔电市场将迎来迅猛发展的崭新周期，预计 2024 年内，渗透率将突破 3% 大关；至 2025 年，这一比例有望加速逼近 5% 的里程碑；而到了 2027 年之后，OLED 笔电的市场占有率更是有望超过 10%。

在车载显示领域，OLED 面板凭借其对比度高、清晰度高、响应速度快、可耐受温域范围较宽的特征，适用于汽车显示屏经常暴露在较强自然光下的场景特性，有助于驾驶者在较广的角度看到更为清晰细腻的画面，有利于安全驾驶。行业内部分知名车企如奥迪、宝马、奔驰等品牌近年来也开始采用 OLED 车载显示屏。随着汽车智能化的发展，OLED 屏幕被越来越多地应用于汽车的中控屏、娱乐屏、仪表盘等部位，车载 OLED 面板市场规模持续提升。根据 Omdia 预测，车载 OLED 面板出货量将从 2022 年的 57 万片攀升至 2027 年的 520 万片，复合增长率高达 54%。

③在大尺寸领域，良率及成本问题有待突破

电视是 OLED 在大尺寸领域的主要应用场景，相对于中小尺寸 OLED 面板，大尺寸 OLED 面板的良品率仍较低，生产成本较高，产能需求未完全释放，未来随着 OLED 面板技术持续革新、

高世代产线逐步投产，良品率及成本问题将得到优化，大尺寸的 OLED 面板出货量有望得到改善。

2) OLED 面板产能扩张，推动产业链上下游协同发展

面对 OLED 终端应用市场的巨大潜力和发展前景，国内面板厂商在保持 6 代线的技术、产能优势外，加大对高世代 OLED 产线的投资，京东方、维信诺先后宣布投资建设 8.6 代高世代 OLED 产线，旨在 OLED 中尺寸领域的竞争中占据更为有利的地位。随着国内面板厂商积极扩充产能、提升技术水平，近年来国内 OLED 面板出货量连年攀升，在全球市场的占比不断提高。CINNO Research 数据显示，2024 年国内 OLED 面板厂商已占全球 49.2% 左右的市场份额，较 2023 年的 43.2%，同比增长了 6 个百分点，与韩国面板企业的差距不断缩小，部分细分领域甚至实现了超越。这一出货份额的大幅增长，为国产 OLED 材料产业带来了强劲的发展动力。一方面，为保障供应链的稳定与安全，国内面板厂商倾向于与国内材料供应商建立紧密合作关系，从而降低对进口材料的依赖。另一方面，国产 OLED 材料企业在技术研发上不断取得突破，产品性能逐渐达到甚至超越国际同类产品水平，为国产材料在市场上赢得了更多机会。未来，随着国内面板厂商在高世代 OLED 产线布局的逐步完善以及出货份额的持续提升，国产 OLED 材料产业将迎来更为广阔的发展空间。国内面板厂商与材料企业之间的协同合作也将更加紧密，共同推动我国 OLED 产业在全球市场实现更高质量的发展，占据更为重要的地位。

3) OLED 核心材料国产化进程加快，自主可控供应链体系加速构建

OLED 终端材料是 OLED 面板发光的物质基础与核心要素，也是产业链中技术壁垒最高的环节之一，在全球市场对产业链的整体竞争力有着重要影响。在 OLED 产业蓬勃发展的进程中，OLED 有机发光材料起着至关重要的作用，其迭代、创新与技术变革紧密贴合终端下游应用需求，推动着 OLED 显示性能持续提升，是 OLED 终端产品实现高性能、多样化和市场竞争力的关键要素。

在全球 OLED 产业迅猛发展的浪潮下，国内 OLED 有机发光材料领域取得了长足进步，正逐步改写着产业格局。随着国内 OLED 面板产能的扩张，国产 OLED 有机发光材料的市场空间被不断打开。过去，受限于海外厂商的专利垄断，OLED 终端材料的核心技术和产品主要依赖进口，国外企业在市场中占据主导地位。但近年来，这种局面开始改变，以京东方、天马、华星光电等为代表的国内面板厂商的崛起，其庞大的产能需求为国产材料厂商提供了广阔的应用舞台。面对国内 OLED 终端材料市场的机遇与挑战，国内材料厂商在研发投入和技术创新方面表现出了强劲的动力和决心，少数企业突破了国外专利封锁，攻克了一系列技术难题，部分产品的关键性能指标达到了国际先进水平，打破了国外企业在该领域的技术垄断，逐步缩小与国外同行的差距，凭借着本地化服务优势、成本优势以及对国内市场需求的快速响应能力，逐渐在国产替代进程中崭露头角，逐步实现从依赖进口到自给自足的转变，进而有力地保障国内 OLED 产业供应链的安全与稳定。预计未来几年，随着 OLED 技术的不断进步和应用领域的持续拓展，国内对 OLED 有机

发光材料的需求将保持高速增长态势，为国内 OLED 有机材料产业的发展提供广阔的市场空间。

(2). 公司所处的行业地位分析及其变化情况

公司专注于 OLED 有机发光材料的研发、生产和销售，拥有数百项 OLED 终端材料专利，在国内率先实现 OLED 终端材料从 0 到 1 的突破，是国内少数具备自主专利并实现 OLED 终端材料量产供应的企业之一。公司 OLED 终端材料产品布局涵盖了红、绿、蓝三色发光层材料、空穴传输层材料、空穴阻挡层材料和电子传输层材料等核心材料，技术贯穿材料设计、合成、器件制备及评测等方面，具有深厚技术积累和研发储备。公司自主研发生产的 Red Prime 材料获得国家工信部认定制造业“单项冠军”产品，Green Host 材料和 Red Host 材料率先在面板厂商实现混合型材料的国产替代，打破了国外企业在技术上的长期垄断。公司曾先后获得“国家知识产权优势企业”、“第二十四届中国国际高新技术成果交易会优秀产品奖”、“DIC AWARD 显示材料创新金奖”、“陕西省技术发明一等奖”、“陕西省绿色工厂”、“国家级绿色工厂”及“中国新型显示产业链卓越贡献奖”等。

一直以来，公司致力于为 OLED 面板生产企业提供高品质专利产品及技术支持，凭借卓越的研发技术实力、优异的产品性能、完善的服务体系及稳定的供应能力，获得了良好的行业认知度，与京东方、天马、华星光电、信利等全球知名 OLED 面板生产企业建立了紧密的合作关系，产能规模及出货量保持国内领先。公司始终高度重视研发，2024 年持续加大研发投入，不断推进 Red Prime 材料、Green Host 材料的量产升级，成功实现 Red Host 材料的小批量供货，Green Prime 材料及蓝光系列材料在客户端积极验证。同时在叠层器件用材料、蓝色磷光材料、高色域显示及敏化显示技术用 TADF 材料、超荧光材料等前沿技术方向积极布局储备，持续的技术创新为产品升级与新品开发提供了有力支撑，保持技术领先优势，为公司在行业中的持续发展奠定了坚实基础。

(3). 报告期内新技术、新产业、新业态、新模式的发展情况和未来发展趋势

OLED（有机发光二极管）作为新一代显示技术，凭借其自发光、对比度高、视角广、响应速度快等特性，近年来在全球显示领域取得了飞速发展，在智能手机、平板、笔电、车载显示、智能穿戴等众多领域得到广泛应用。2024 年，OLED 技术持续创新，产业格局不断优化，市场应用进一步拓展，为显示行业的发展注入了新的活力。

(1) 新技术

1) 材料技术革新

OLED 有机材料作为行业上游的关键环节，对中下游的面板制造、终端产品应用的发展，均起到了相互拉动的作用，核心材料的持续创新升级推动 OLED 显示技术的不断发展革新。

早期 OLED 材料以荧光材料为主。荧光材料具有结构简单、易于合成的特点，但其内量子效

率理论上限仅为 25%，限制了 OLED 显示的发光效率。随着技术发展，磷光材料逐渐兴起，磷光材料能够利用单重态和三重态激子发光，内量子效率理论上可达 100%，极大提升了 OLED 的发光效率。从荧光到磷光技术的转变，是 OLED 材料发展的关键突破。目前，红色和绿色磷光材料已相对成熟并广泛应用，显著提升了 OLED 面板的色彩表现力和功耗表现。蓝色磷光材料方面，目前在寿命、稳定性和色纯度等方面仍面临挑战，暂未实现商业化量产。2024 年，全球多家科研机构与企业持续加大对新型蓝色磷光材料的研发投入，在材料结构调控和技术路线等方面取得了显著的进展。公司积极进行蓝色磷光技术布局，同时与客户联合进行蓝色磷光材料的产业化推进，目前产品正在验证测试。

2) 叠层器件应用

叠层器件技术是提升 OLED 性能的另一关键因素。传统单层 OLED 器件在发光效率、寿命和功耗等方面存在一定局限。叠层器件是在单层 OLED 的基础上进行创新，它通过电荷产生层(CGL)将多个发光单元串联起来，构建出一种多层结构，每个发光单元均可独立贡献亮度，恰似多个光源协同作业。一方面，叠层结构通过增加发光层数，提高发光效率。另一方面，叠层结构可以分散电子与空穴复合产生的能量，减少器件老化，延长使用寿命。此外，叠层器件还能更好地兼容不同的发光材料，为进一步提升 OLED 面板性能创造了条件。京东方第 8.6 代 AMOLED 生产线拟通过采用低温多晶硅氧化物 (LTPO) 背板技术与叠层发光器件制备工艺，使 OLED 屏幕实现更低的功耗和更长的使用寿命。天马的 SLOD 技术，即叠层 OLED 器件，通过设计新型电荷产生层结构，将传统电荷产生层中 90%的横向电流转化为发光电流。这一改进不仅使器件效率大幅提升，功耗相比常规叠层器件降低 30%，还将器件寿命延长至常规单层器件的 4 倍以上。同时，该技术融合蓝色磷光、TADF 等先进技术，全面优化 OLED 面板性能。报告期内，有多家终端厂商推出搭载叠层 OLED 器件的终端应用产品，如华为手机 Mate 70 RS 非凡大师、华为 MatePad Pro 12.2 英寸平板、苹果新款 iPad Pro 以及戴尔 XPS 13 笔记本电脑等，车载显示如理想、极氪等部分车型也采用叠层 OLED 显示屏。

(2) 新产业扩张

在明确的产业趋势下，全球主流显示面板厂商在 OLED 领域积极布局产能，三星、京东方、维信诺先后宣布投建 8.6 代 AMOLED 产线，旨在未来 OLED 中尺寸领域的竞争中占据更为有利的地位。以京东方为例，根据公开披露信息，为更好的应对柔性 AMOLED 在高端中尺寸产品领域的需求，京东方投建国内首条第 8.6 代 AMOLED 生产线，主要生产笔记本电脑、平板电脑等智能终端高端触控 OLED 显示屏，采用 LTPO 背板技术与叠层发光器件制备工艺，使 OLED 屏幕实现更低的功耗和更长的使用寿命，有望带动下游笔记本及平板电脑产品的迭代升级，其 8.6 代 OLED 基板尺寸为 2290mm×2620mm，面积相比于 6 代线基板扩大 2.16 倍，可显著提升基板切割效率并降低成本分摊。随着 8.6 代线投产加之叠层 OLED 器件的应用，有望显著加速 OLED 技术向中尺寸显示领域渗透，同时带动 OLED 材料需求进一步增长。

（3）新业态拓展

1) 智能手机领域，折叠屏创新与技术融合

折叠屏手机成为 2024 年智能手机领域的焦点，推动 OLED 技术迈向新高度。华为推出全球首款三折叠屏手机 HUAWEI Mate XT 非凡大师，凭借 OLED 屏幕柔性特质，实现铰链内外弯折，具备三种折叠形态。完全折叠时方便携带，展开一侧屏幕可满足多任务需求，完全展开呈现 10.2 英寸大屏，提供媲美平板的体验，极大拓展了手机使用场景与功能。除三折叠手机外，OLED 屏幕在刷新率、分辨率及屏下技术上持续突破。高刷新率（如 240Hz 及以上）与高分辨率（2K 及以上）屏幕逐渐普及，带来更流畅、清晰的视觉体验；屏下摄像头、屏下指纹技术愈发成熟，提升屏占比与美观度，优化交互体验。此外，OLED 屏幕与 AI 技术深度融合，AI 算力提升使手机能实现 AI 写作、AI 作图、AI 剪视频等复杂任务，AI 影像优化与语音助手也依赖 OLED 屏幕特性，为用户带来更智能交互体验。

2) IT 设备领域，渗透率提升

在笔记本电脑、平板电脑等 IT 设备领域，OLED 屏幕渗透率显著提高。越来越多品牌在笔记本电脑中采用 OLED 屏，2024 年出货量大幅增长，因其能提供更鲜艳色彩、更高对比度和更广视角，满足用户对高品质视觉体验的追求。平板电脑方面，华为 MatePad Pro 以及苹果 iPad Pro 采用 Tandem（叠层 OLED）屏幕，引领行业潮流，预计未来几年 OLED 在平板电脑中的渗透率将持续上升。

3) 车载显示领域，应用拓展与定制化发展

随着新能源汽车与自动驾驶技术发展，OLED 屏幕在车载显示领域应用不断拓展。京东方在 2024 年 SID 展示电动柔性车载驾驶舱，主驾驶侧 17 英寸曲率渐变中控屏和副驾驶侧 15.05 英寸电动折叠屏可自动变换形态；天马展示带柔性 OLED 屏和透明 Micro LED 屏的智慧驾驶舱显示解决方案，13 英寸 OLED 屏可动态弯折或隐藏，副驾驶区域的 13 英寸滑动式 OLED 屏展开时显示面积大幅增加。OLED 屏幕的异形、超宽温域、超宽视角、快速响应等特性，使其能满足汽车内饰对显示屏幕的多样化需求，实现个性化、定制化设计，提升车内显示效果与交互体验，成为汽车智能化、网联化发展的重要助力。

4) 其他领域，可穿戴设备与近眼显示的新机遇

在可穿戴设备领域，OLED 屏幕凭借轻薄、低功耗等优势，成为智能手表、手环显示屏的理想选择。如 Apple Watch 采用的 OLED 屏幕显示清晰、色彩鲜艳，支持常亮显示，方便用户查看信息。在 AR（增强现实）、VR（虚拟现实）、MR（混合现实）等近眼显示产品中，OLED 显示技术逐渐成为首选屏幕技术。2024 年，OLED 在 AR 市场中的应用占比达 54%，其高分辨率、高亮度特性为用户带来更逼真的沉浸式体验，随着技术发展与成本降低，有望在近眼显示领域迎来更

广泛应用。

2024 年 OLED 技术在各终端应用领域多点开花，无论是在传统优势领域的持续深耕，还是在新兴领域的积极拓展，都展现出强大的发展潜力与创新活力。未来，随着技术不断进步与成本进一步降低，OLED 有望在更多领域实现突破，持续推动各行业的显示技术革新，为用户带来更优质的视觉体验与便捷的生活方式。

（4）新模式，产业链上下游合作更为紧密

近年来国内 OLED 面板出货量连年攀升，国内 OLED 产能持续提升，在全球市场占比逐步扩大，OLED 产业链上下游企业之间协同发展，从上游材料到中游面板制造企业，再到下游终端应用企业，形成了紧密的合作关系。例如，在折叠屏手机领域，材料厂商、面板厂商与手机厂商共同攻克折叠屏的弯折寿命、显示均匀性等难题，推动折叠屏手机从概念走向成熟商用。定制化生产模式也逐渐兴起，根据不同客户的特殊需求，提供个性化的 OLED 显示解决方案，满足了小众高端市场的需求。国内 OLED 面板厂商为保障供应链的稳定与安全，通过与国内材料供应商进行联合开发共同推进核心材料国产化，降低对进口材料的依赖，提高产业安全性和自主性。与此同时，国产 OLED 材料企业在技术研发上不断取得突破，部分产品性能逐渐达到甚至超越国际同类产品水平，国内面板厂商可根据自身需求定制材料，加快产品研发和迭代速度，更好响应市场变化，增强国产 OLED 面板在全球市场的竞争力。

2024 年，OLED 在新技术、新产业、新业态、新模式方面取得了显著的发展成果。技术创新推动了产业升级，新产业格局逐渐形成，新业态和新模式为 OLED 产业开辟了新的发展空间。未来，OLED 技术将继续朝着更高性能、更低成本、更多创新应用的方向发展，产业规模将不断扩大，应用领域将不断拓展。随着技术持续创新和产业协同发展，国产 OLED 面板有望在全球显示产业中占据更重要地位，推动中国显示产业迈向新高度。

3、公司主要会计数据和财务指标

3.1 近 3 年的主要会计数据和财务指标

单位：元 币种：人民币

	2024年	2023年	本年比上年 增减(%)	2022年	
				调整后	调整前
总资产	2,118,081,195.61	1,942,657,636.97	9.03	1,908,511,163.91	1,908,511,163.91
归属于上市公司股东的净资产	1,784,183,898.24	1,696,675,438.12	5.16	1,685,270,988.30	1,685,270,988.30
营业收入	471,766,669.31	300,677,120.16	56.90	280,298,282.75	280,298,282.75
归属于上市公司股东的	167,318,929.31	77,045,841.52	117.17	105,475,890.82	105,475,890.82

净利润					
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	147,966,806.97	56,296,112.55	162.84	76,496,006.38	74,245,093.50
经营活动产生的现金流量净额	227,647,257.39	66,324,331.99	243.23	180,488,476.97	180,488,476.97
加权平均净资产收益率（%）	9.59	4.54	增加 5.05个百分点	7.28	7.28
基本每股收益（元 / 股）	0.42	0.19	121.05	0.27	0.27
稀释每股收益（元 / 股）	0.42	0.19	121.05	0.27	0.27
研发投入占营业收入的比例（%）	13.71	16.77	减少 3.06个百分点	12.76	12.76

3.2 报告期分季度的主要会计数据

单位：元 币种：人民币

	第一季度 (1-3 月份)	第二季度 (4-6 月份)	第三季度 (7-9 月份)	第四季度 (10-12 月份)
营业收入	114,068,353.51	131,454,550.27	110,668,882.98	115,574,882.55
归属于上市公司股东的净利润	43,511,586.05	48,972,926.52	37,268,648.69	37,565,768.05
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润	38,769,944.10	43,712,686.07	33,365,022.43	32,119,154.37
经营活动产生的现金流量净额	22,509,275.06	84,634,924.09	36,192,187.56	84,310,870.68

季度数据与已披露定期报告数据差异说明

☐适用 ☒不适用

4、 股东情况

4.1 普通股股东总数、表决权恢复的优先股股东总数和持有特别表决权股份的股东总数及前 10 名股东情况

单位：股

截至报告期末普通股股东总数(户)					7,785		
年度报告披露日前上一月末的普通股股东总数(户)					8,567		
截至报告期末表决权恢复的优先股股东总数（户）					0		
年度报告披露日前上一月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		
年度报告披露日前上一月末持有特别表决权股份的股东总数（户）					0		
前十名股东持股情况（不含通过转融通出借股份）							
股东名称 （全称）	报告期内 增减	期末持股数 量	比例 (%)	持有有限售 条件股份数 量	质押、标记或冻 结情况		股东 性质
					股份 状态	数量	
王亚龙	626,521	199,280,802	49.52	198,654,281	无	0	境内自然 人
西安麒麟投资有 限公司	0	17,680,000	4.39	17,680,000	无	0	境内非国 有法人
北京芯动能投资 管理有限公司一 天津显智链投资 中心（有限合伙）	-424,509	14,666,900	3.64	0	无	0	其他
深圳国中中小企 业发展私募股权 投资基金合伙企 业（有限合伙）	0	13,467,636	3.35	0	无	0	其他
北京君联成业股 权投资合伙企业 （有限合伙）	-8,403,528	8,733,016	2.17	0	无	0	其他
全国社保基金一 零三组合	7,039,797	7,100,000	1.76	0	无	0	其他
北京君联慧诚股 权投资合伙企业 （有限合伙）	-6,610,031	6,955,517	1.73	0	无	0	其他

陕西供销知守基金管理有限公司—陕西供销合作发展创业投资合伙企业（有限合伙）	-522,000	5,465,256	1.36	0	无	0	其他
共青城麒麟投资合伙企业（有限合伙）	0	3,640,000	0.90	3,640,000	无	0	其他
中汇人寿保险股份有限公司—传统产品	3,500,090	3,500,090	0.87	0	无	0	其他
上述股东关联关系或一致行动的说明	王亚龙与西安麒麟及共青城麒麟互为一致行动人、君联成业与君联慧诚互为一致行动人。除此之外，公司未知其他股东之间是否存在关联关系或一致行动关系。						
表决权恢复的优先股股东及持股数量的说明	无						

存托凭证持有人情况

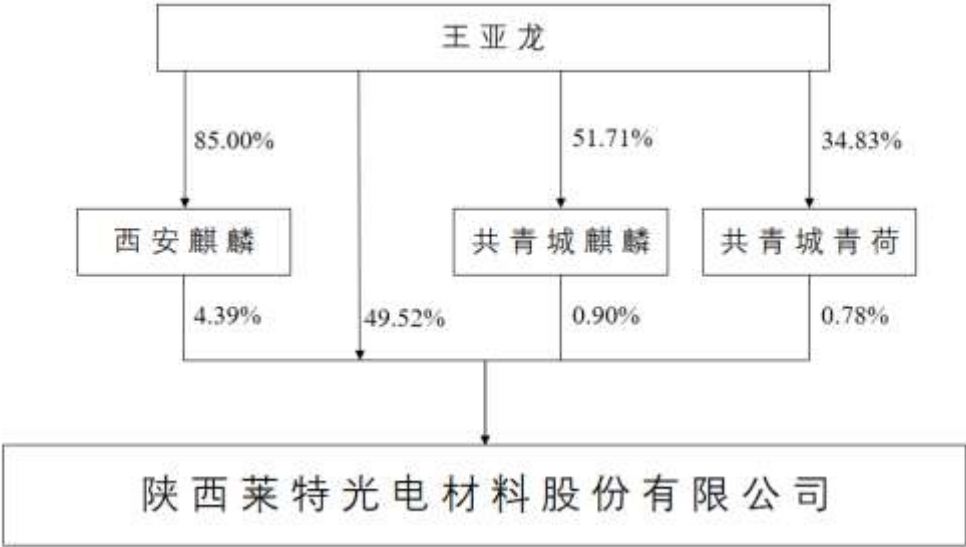
☐适用 ☒不适用

截至报告期末表决权数量前十名股东情况表

☐适用 ☒不适用

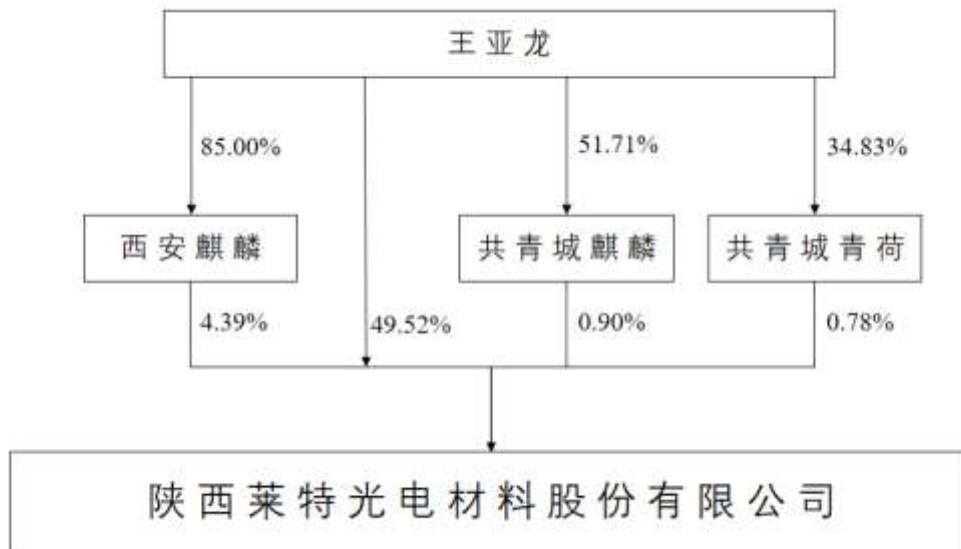
4.2 公司与控股股东之间的产权及控制关系的方框图

☒适用 ☐不适用



4.3 公司与实际控制人之间的产权及控制关系的方框图

☒适用 ☐不适用



4.4 报告期末公司优先股股东总数及前 10 名股东情况

☐适用 ☒不适用

5、公司债券情况

☐适用 ☒不适用

第三节 重要事项

1、公司应当根据重要性原则，披露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。

报告期内，公司实现营业收入 47,176.67 万元，较 2023 年度上升 56.90%；归属于上市公司股东的净利润为 16,731.89 万元，较 2023 年度上升 117.17%。归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润为 14,796.68 万元，较 2023 年度上升 162.84%。

2、公司年度报告披露后存在退市风险警示或终止上市情形的，应当披露导致退市风险警示或终止上市情形的原因。

☐适用 ☒不适用