

明月镜片股份有限公司

2024 年年度报告摘要

一、重要提示

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，投资者应当到证监会指定媒体仔细阅读年度报告全文。

所有董事均已出席了审议本报告的董事会会议。

立信会计师事务所（特殊普通合伙）对本年度公司财务报告的审计意见为：标准的无保留意见。

本报告期会计师事务所变更情况：公司本年度会计师事务所由变更为立信会计师事务所（特殊普通合伙）。

非标准审计意见提示

☐适用 ☒不适用

公司上市时未盈利且目前未实现盈利

☐适用 ☒不适用

董事会审议的报告期利润分配预案或公积金转增股本预案

☒适用 ☐不适用

公司经本次董事会审议通过的利润分配预案为：以剔除公司回购专用账户后的股数 200,732,618 股为基数，向全体股东每 10 股派发现金红利 5 元（含税），送红股 0 股（含税），以资本公积金向全体股东每 10 股转增 0 股。

董事会决议通过的本报告期优先股利润分配预案

☐适用 ☒不适用

二、公司基本情况

1、公司简介

股票简称	明月镜片	股票代码	301101
股票上市交易所	深圳证券交易所		
联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表	
姓名	曾哲	李鹤然	
办公地址	上海市普陀区岚皋路 567 号品尊国际中心	上海市普陀区岚皋路 567 号品尊国际中心	
传真	021-52971882	021-52971882	
电话	021-52660665	021-52660665	
电子信箱	stock@mingyue.com	stock@mingyue.com	

2、报告期主要业务或产品简介

（一）公司业务概况

公司是国内光学镜片领军企业，技术先进、连续多年全国销量领先，也是目前 A 股唯一一家以光学树脂镜片为主业的上市公司。现在已具备完善的产业链及一站式服务体系，业务涵盖镜片、镜片原料、成镜、镜架等产品的研发、设计、生产和销售。其中，中高档光学树脂镜片是公司的核心产品，镜片产品以自有知名品牌“明月”为主。公司交付能力行业领

先，精益的制造能力保证了产品的交付质量，通过持续推进智造升级，实现定制片 48 小时交付率 99%，50 片内订单 4 小时现片交付率 100%，成镜当日交付率 99.5%。公司还积极切入镜片原料领域，与日本三井、韩国 KOC 合作建立全球领先的镜片原料研发生产中心，是全球为数不多实现原料自给的镜片企业。公司自主研发生产的 1.71、KR 树脂、KR 超韧、PMC 超亮等优质原料除自用外，还开放供应给同行，惠及全行业。

公司自成立以来始终以研发为本，是行业内从事镜片研发的先行者和领导者。明月获得国家知识产权优势企业等荣誉称号，自主研发并申请了数十项发明专利，是国内镜片企业里少数拥有自主知识产权的高新技术企业之一，也是专精特新“小巨人”企业。尤其是原料，公司有效填补了国内镜片原料生产技术方面的空白，同时在光学设计、实用功能和膜层研发等方面在国内外同行中占据优势地位。2008 年，公司自主研发的 KR 超韧镜片获国家发明专利，镜片材料分子结构为网状交联结构，不易碎且抗冲击性强，是普通镜片的 5.6 倍，同时阿贝数较其他同类产品更高，成像品质好佩戴更舒适。2014 年，公司率先推出自主研发的 1.71 非球面镜片，突破高折射率伴随高色散的技术壁垒，在更轻、更薄的前提下，阿贝数高达 37，成功攻克了行业难题。公司首创的 PMC 超亮镜片，透光率高达 98.6%，纯净透亮，视物更加清晰真实，拍照不反光，给颜值加分。

随着人口结构的改变、消费者健康意识的提升和消费升级，功能性镜片的需求显著增强，带动眼镜均价的提升。随着电子产品渗透率增长及户外运动量下降导致用眼时长增加、消费者对个性化及功能性镜片需求增长，公司顺应市场需求和行业发展趋势，不断推出新的功能性镜片产品，持续扩充升级产品线。

为了给客户和消费者更丰富的产品选择、更舒适的视觉体验，公司于 2024 年 4 月推出浅底色防蓝光镜片新产品，保证双重防蓝光效果的基础上，让镜片更清透。目前公司防蓝光产品矩阵扩充到专业级、日常通用、浅底色三个系列，可以满足更多场景下用户需求。

自 2017 年开始，公司与全球知名光学专家、国家探月计划专家组成员庄松林院士及其团队合作，建立了行业示范性的院士工作站和眼镜工程技术中心，对眼视光行业的前瞻性课题进行专项攻坚。并于 2021 年联合庄松林院士及其团队，根据中国孩子的眼球结构和用眼习惯推出了更适合中国孩子佩戴的两代近视管理镜片产品——“轻松控”（简称“一代”）及“轻松控 Pro”（简称“二代”）。

公司的近视防控镜片不同于同行普遍采用 PC 材料，开创性地研发了专用树脂材料和特殊工艺，更耐磨更通透、光学性能更好；独特的非对称设计，更符合中国小孩的用眼习惯、佩戴更舒适；轻松控 Pro 系列选用独家 3D 内雕工艺，将 1,295 个立体微透镜雕刻于镜片内部，更耐用、视觉体验更好。

明月依托强大的研发实力，不断创新近视管理解决方案，2024 年公司又推出新一代轻松控 PRO2.0 系列产品，进一步优化了镜片的光学设计和成像质量，离焦功能层微透镜的数量从 1,295 个增加到了 1,329 个。根据中山大学中山眼科中心发起的为期 1 年的前瞻性、多中心、随机、双盲、平行对照试验的总结报告，轻松控 PRO2.0 戴镜 12 个月等效球镜度有效率为 73.82%，较轻松控 PRO1.0 的 60%有了大幅提升，在同样价格的基础上，轻松控 PRO2.0 产品更优、防控效果更佳。目前轻松控系列产品全部产品线覆盖 1.56、1.60、1.67、1.71 四个折射率，有日常使用和防蓝光两个类别，离焦镜核心技术专利权为公司所有。另外 2024 年全新升级的「1.74」高折镜片，成为高度数近视人群的首选，提供最高 1500 度的光度选择。高折也减轻了镜片的厚度和重量，从而减少对鼻部的压力，提供了更舒适的佩戴体验。

2024 年 4 月，公司宣布与全球摄影和光学传奇品牌德国徕卡公司达成镜片领域的独家合作协议，双方将在品牌运营、技术研发、精准成像、光学设计、精密制造、市场推广等方面深入合作，共同开启中国高端镜片市场新篇章。在关注国人眼健康与提升视觉质量方面，明月和徕卡亦秉持相同的理念。双方都渴望通过不断的技术突破、考究的光学设计与制造工艺，提供绝佳视觉体验，周全守护国人的眼健康。

5 月 17 日，眼科眼视光学术大会 2024 Vision China 正式开幕。同期，明月镜片举办了轻松控 24 个月临床报告发布暨研讨会。四川大学华西临床医学院、中山眼科、浙大二院、温州医科大学等专家齐聚一堂，共同探讨轻松控的近视防控效果。在大会上，四川大学华西医院公布了关于明月多点正向离焦镜（轻松控 Pro）的二十四个月临床研究报告。报告结果显示，在戴镜第二年，配戴明月轻松控 Pro 的受试者中，有 72%有效延缓了近视加深，同时眼轴增长也被显著延缓了 61%。这一数据再次证明了明月轻松控 Pro 在青少年近视防控领域的出色效果。该产品显著减缓了青少年近视度数增长，97%的受

试者能在 1 天之内适应镜片，77% 的受试者能马上适应，几项核心指标均居行业前列，获得专家一致好评。

2024 年暑假，明月镜片还和小黄人一起碰撞出许多趣味活动。暑假期间，明月镜片发起“去环球影城看小黄人”活动，小朋友们在验配轻松控 Pro 时，不仅可以获得定制版小黄人礼盒，还能获得抽奖卡。活动火爆，全国超 50,000 人参与抽奖，多组家庭最终前往环球影城，与小黄人进行“亲密互动”。

2024 年 10 月，明月镜片作为中国航天事业合作伙伴，与中国航天严选一线门店，给予门店航天品质认证，打造航天视觉保障中心，为消费者提供更高水准的服务。《明月镜片 x 中国航天人视觉健康保障计划》旨在让客户成为航天认证门店，被认证的门店不管是专业度还是服务上都得到进一步肯定，权威认可让消费者更信赖。

2024 年 10 月，明月与全球光学巨头徕卡公司闪耀举办“全新视界·徕卡镜片（LeicaEyecare）中国发布会”，现场展示了徕卡镜片的最新科技成果，诠释“你值得看见本真的世界”的品牌精髓。双方未来合作涵盖了光学技术的共享、产品研发联合创新及市场渠道的拓展等诸多方面。明月将利用服务中国市场多年来积累的经验，进军高端镜片市场，为消费者打造视觉盛宴。

2024 年 11 月，第七届中国国际进口博览会在上海拉开帷幕。明月镜片再次被授予“进博会指定镜片品牌”。这也是明月镜片连续四年获得这一荣誉，代表中国镜片为嘉宾提供视觉支持，展示民族品牌实力。

在品牌建设方面，不仅有刘昊然及陈道明双代言人加持品牌热度，明月镜片常年合作的国民级 IP，也为品牌带来强背书、高声量。上半年，明月镜片与中国航天联合发起“中国航天人视觉健康保障计划”，并联合全国眼镜零售龙头提供高水准专业服务。登山方面，明月镜片携手西藏雅拉香波珠峰登山队再次成功登顶 8,848 米，用登山定制款户外镜为队员提供专业防护，再显“中国技术”的强劲实力。此外，明月镜片一路支持青少年攀岩运动，从 2023 全国青少年攀岩公开赛到 2024 全国青少年 U 系列攀岩联赛，传递品牌精神价值。

在提高品牌声量的同时，明月镜片不断加码重点产品轻松控系列推广，与环球影业超级 IP 小黄人联名，与母婴育儿头部博主年糕妈妈发起“百名妈妈亲测”活动，也带动消费者对产品的关注，提高了产品的市场竞争力。

作为国产镜片领导品牌，明月镜片长年履行近视科普的社会责任，始终关注青少年眼健康。明月不仅提供专业的近视管理方案，也积极投入到公益事业，公司全年登陆央视《新闻联播》黄金时段，以公益短片号召关注儿童青少年近视防控；6.6 全国爱眼日期间，与搜狐新闻发起“2 小时户外”倡议，线上线下联动，共同倡议爱眼护眼；作为中国镜片行业龙头，公司多次邀请北大清华优秀学子、知名眼科专家，并携手当地重要合作伙伴，共同走进校园，开展校园近视防控讲座。通过卓越榜样的力量，为学生们分享经验加油打气的同时，进一步科普近视防控知识，提高学生们的视力保护的重视，培养学生们的爱眼护眼的意识，从而更专心地投入学习，实现自己的人生梦想。

公司目前直接和间接合作的线下终端门店数量达到数万家，并且在持续推动直销、经销与医疗渠道协同发展。一方面公司会快速推动直销客户即眼镜零售店积极销售近视管理镜片，并且提升合作客户头部门店的销售占有率；另一方面通过经销客户实现对中小客户的快速覆盖。公司顺应行业变革，积极推动客户的转型升级，并且持续推出更多功能性、高折射率的新产品，赢得了渠道合作伙伴与广大消费者的双重认可。

面对宏观和消费环境的不断变化，明月镜片坚定地推进“夺取中国镜片第一品牌”的战略目标，坚持“健渠道”和“优增长”的原则，不断优化客户结构。在扩大大中型客户占比的同时，公司也注重提升合作客户的质量。依托于卓越的产品力和遍布全国的销售网络，明月镜片加大了品牌传播力度，加快了渠道扩张的步伐。在行业普遍采取价格战的背景下，公司保持了清醒的认知，坚持长期主义和战略定力，自 2019 年起永久性退出价格战，并有序退出了过度竞争的低端低价市场。通过不断完善市场监督管理机制，明月镜片严格管理市场秩序，保持价格稳定，为客户和消费者营造了一个良好的市场环境，并坚决抵制假冒伪劣产品，确保消费者能够安心购买，持续引领行业的良性发展。

医疗渠道作为近视管理产品销售的重要领域，明月镜片对其进行了定点定向的开发，特别是针对一些大中型、连锁型的医疗机构，目前已初见成效。公司积极参与行业学术交流，2024 年上半年在第二十四届国际眼科学学术会议

（COOC2024）、眼科眼视光学术大会 2024Vision China，以及与爱尔眼科合作的线上发布会上精彩亮相。明月镜片与眼科专家携手，共同探索研究新动态和临床新技术，助力“轻松控”应用的升级。面对眼视光行业的升级趋势，明月镜片继续砥砺前行，发力布局医疗渠道。凭借先进技术和优质产品，公司已与国内多家权威眼科医院展开合作。在 COOC2024 学术会

议上，明月镜片正式推出了针对医疗渠道的品牌“好医生”，其产品线覆盖了老中青全年龄段，以满足不同人群的视觉健康需求。这一举措标志着明月镜片在医疗渠道的深入布局，展现了公司在眼视光领域的领导地位 and 创新能力。2024 年 11 月，明月镜片携手广东省精准医学应用学会举办了《2024 近视防控新技术研讨会》。中山大学中山眼科中心、天津市眼科医院视光中心、爱尔眼科等多位专家出席，就近视防控镜片技术专题展开深度讨论。

未来，随着近视矫正需求的不断深入，需有更专业、更综合的近视解决方案。明月镜片将不断携手眼科、眼视光专家，推动视光发展，持续为渠道与患者带来最新技术和前沿方案，做好国人眼健康的守护者。同时不断加大研发投入，积极布局如 AI 智能眼镜相关的新技术，探索并审慎利用资本市场的有利平台，持续聚焦公司主业，努力提升经营质量。

（二）公司产品基本情况

公司深耕镜片行业多年，不断研发新产品、新工艺，向市场提供各种光度、折射率和功能的镜片，针对不同人群及多元使用场景的视觉需求，镜片产品可分为日常通用镜片和功能性镜片两大类。



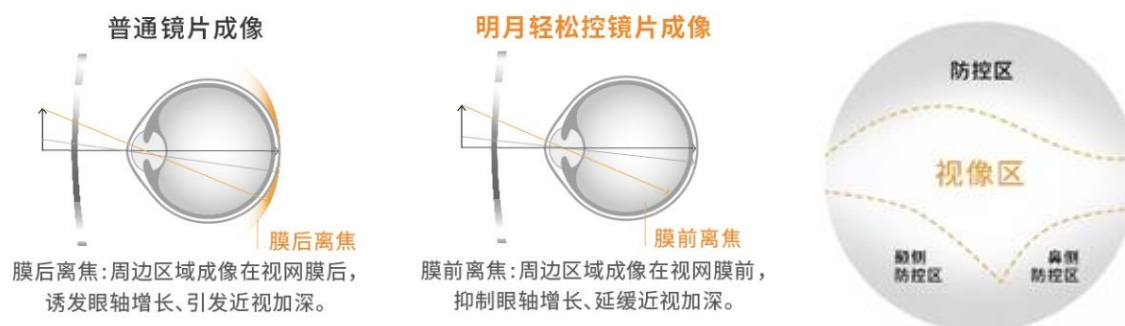
日常通用镜片是指各种折射率的普通镜片，目前公司产品覆盖 1.56、1.60、1.67、1.71、1.74 全部常用折射率，在相同度数、直径的前提下，镜片折射率越高，则镜片的边缘厚度越薄，整体重量越轻，佩戴越美观、舒适；但另一重要参数“阿贝数”通常和折射率呈现出“跷跷板效应”，即折射率越高，阿贝数越低，色散越大，视物效果越差。公司率先推出的 1.71 高折射率镜片，阿贝数高达 37，打破了全行业高折射率伴随高色散的技术魔咒，兼具高折射率及高光学参数两大优点。受到行业内外充分认可，产品投放市场以来广受好评，已逐渐成为中高度近视及高端消费者的优先选择。



功能性镜片是指在日常普通镜片的基础上，根据应用场景和人群特点不同，通过调整镜片基础材料、光学设计或镜片膜层使得镜片拥有一种或多种功能特性，比如近视管理、PMC 超亮、KR 超韧、双重防蓝光、智能变色、渐进多焦点、偏光等。公司功能镜片覆盖齐全、品质放心，能够满足消费者对于近视度数、复合功能等各类个性化需求。其中明月首创的

PMC 超亮镜片采用 KR 树脂高度提纯加工的新型镜片材料，透光率高达 98.6%。随着人们对美丽、健康、自信更加关注，对个性化与精致化的生活方式更加追求，PMC 超亮镜片因其更少反光，视物更清晰透亮，美观度更高而获得消费者的青睐，销量快速增长。2024 年公司推出了全新防蓝光浅底版镜片，这款产品的独特魅力在于其几乎无色偏的特性，同时保持了卓越的透光性。它将防护功能与视觉清晰度完美融合，为消费者提供了一种既保护眼睛免受蓝光伤害，又不牺牲视觉体验的高品质选择。

国内儿童青少年户外活动少、近距离用眼多，长时间使用电子屏幕，近视低龄化、近视度数增长变快，近视防控难度明显增加。公司于 2021 年 6 月、12 月分别推出专为中国孩子设计的青少年近视防控镜片——“轻松控”及“轻松控 Pro”，两款产品分别采用周边离焦眼轴控制技术（C. A. R. D）及多点近视离焦眼轴控制技术（C. A. M. D），通过形成膜前离焦控制眼轴过快增长，有效延缓近视加深。



视像区设计方面，“轻松控”的视像区采取非对称的 NasalSide 鼻侧近视区扩大技术，符合中国孩子“长时间近距离用眼”和“眼球内旋”的生理特点，更大化地实现舒适性，孩子更愿意长时间佩戴，防控效果更佳。“轻松控 Pro”根据中国孩子“水平视野切换多、上下视野切换少”的习惯，采用光线追踪技术，在视像区设计方面使用了非对称的“贝壳形”设计，让孩子快速适应新镜片且愿意长期佩戴。区别于传统镜片在外表面的挤压成型工艺，轻松控 Pro 开创性地采用 3D 内雕工艺，在镜片内部雕刻多达 1,295 个正度数的立体微透镜，这种“满天星”的设计，大大增加了离焦区域的面积，更自然地实现了“膜前离焦”，从而可实现控制眼轴快速增长、延缓孩子近视加深的效果。材料方面，公司技术团队改善了其他同类产品表面不耐磨的缺点，“轻松控”采用自研的 PMC 超亮和 KR 树脂材料，阿贝数高达 40。相较于外资同类的 PC 材料产品，树脂材料更耐磨，阿贝数、透光率等性能更优，而且可以覆盖多个折射率和满足多种功能场景的需要。

2024 年公司推出轻松控 Pro2.0，作为轻松控 Pro 的升级版，新品减缓近视加深有效率达 73.82%，其非对称正向多点离焦镜片在临床试验中展现出了卓越的性能。

在视像区的设计上，轻松控 Pro2.0 进行了全面升级。研发人员通过追踪青少年上课用眼切换场景下的眼动轨迹，结合眼底黄斑需要接收离焦信号的区域范围，巧妙地取点拟合出上下非对称的“小贝壳”仿生视像区。这一设计不仅提升了佩戴者的视觉舒适度，还优化了离焦信号的传递效率。

此外，轻松控 Pro2.0 在镜片离焦功能层也进行了创新。微透镜的数量从 1,295 个增加到了 1,329 个，更高的透镜密度使得向眼底传递的离焦信号更加密集，从而提高了离焦效用，有效抑制了眼轴的过快增长。

在工艺方面，轻松控 Pro2.0 延续了该系列的 3D 内雕工艺，将微透镜雕刻在镜片内部。这一工艺不仅避免了微透镜的磨损，还确保了微透镜度数的永久恒定，从而能够更持久稳定地发挥防控作用。

折射率方面，“轻松控 Pro”镜片折射率覆盖 1.56、1.60、1.67、1.71，1.67 及 1.71 镜片产品的折射率大幅高于同类 1.59 的产品，光学参数好、性价比更高、重量更轻、边缘更薄，为孩子正处于发育阶段的鼻梁减轻负担，产品佩戴时也更加美观。



（三）销售模式

公司主要立足于国内市场，采取直销为主、经销为辅的销售模式。面向全国数以万计的各类眼镜连锁店和眼科医院，建立了多层次、高覆盖、行业领先的销售网络体系。公司近年以“明月”品牌为核心，聚焦于最为广阔的中高端市场。截至 2024 年末，公司直销客户 2,707 家、“明月”品牌经销客户 66 家（含医疗渠道），客户结构持续优化。报告期内，公司直销渠道收入为 44,235.32 万元，占营业收入的 57.43%；经销渠道收入为 26,463.09 万元，占营业收入的 34.35%。

3、主要会计数据和财务指标

（1）近三年主要会计数据和财务指标

公司是否需追溯调整或重述以前年度会计数据
☐是 ☒否

元

	2024 年末	2023 年末	本年末比上年末增减	2022 年末
总资产	1,861,102,531.56	1,752,743,944.92	6.18%	1,659,522,293.16
归属于上市公司股东的净资产	1,669,525,834.67	1,556,526,892.00	7.26%	1,469,289,709.08
	2024 年	2023 年	本年比上年增减	2022 年
营业收入	770,297,786.61	748,743,207.89	2.88%	623,065,041.29
归属于上市公司股东的净利润	176,785,928.28	157,543,021.14	12.21%	136,218,335.29
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	152,097,603.69	136,198,456.01	11.67%	92,660,962.26
经营活动产生的现金流量净额	211,159,110.55	209,092,426.97	0.99%	146,853,950.24
基本每股收益（元/股）	0.8807	0.7818	12.65%	0.6760
稀释每股收益（元/股）	0.8807	0.7818	12.65%	0.6760
加权平均净资产收益率	10.99%	10.33%	0.66%	9.52%

（2）分季度主要会计数据

单位：元

	第一季度	第二季度	第三季度	第四季度
营业收入	192,086,337.15	192,934,006.72	198,262,404.64	187,015,038.10
归属于上市公司股东	42,208,439.85	46,758,290.82	48,041,102.63	39,778,094.98

的净利润				
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	34,793,590.00	40,704,401.76	41,981,589.43	34,618,022.50
经营活动产生的现金流量净额	21,818,792.00	49,202,941.53	67,397,889.02	72,739,488.00

上述财务指标或其加总数是否与公司已披露季度报告、半年度报告相关财务指标存在重大差异

☐是 ☒否

4、股本及股东情况

(1) 普通股股东和表决权恢复的优先股股东数量及前 10 名股东持股情况表

单位：股

报告期末普通股股东总数	18,773	年度报告披露日前一个月末普通股股东总数	23,110	报告期末表决权恢复的优先股股东总数	0	年度报告披露日前一个月末表决权恢复的优先股股东总数	0	持有特别表决权股份的股东总数（如有）	0
前 10 名股东持股情况（不含通过转融通出借股份）									
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	质押、标记或冻结情况				
					股份状态	数量			
上海明月实业有限公司	境内非国有法人	55.09%	111,004,500.00	0.00	不适用	0.00			
上海诺伟其定位投资管理有限公司—宁波梅山保税港区诺伟其定位创业投资合伙企业（有限合伙）	境内非国有法人	6.29%	12,667,564.00	0.00	不适用	0.00			
谢公兴	境内自然人	2.45%	4,933,500.00	3,700,125.00	不适用	3,700,125.00			
谢公晚	境内自然人	2.45%	4,933,500.00	3,700,125.00	不适用	3,700,125.00			
招商银行股份有限公司—兴全合润混合型证券投资基金	其他	1.98%	3,980,050.00	0.00	不适用	0.00			
丹阳市志明企业管理中心（有限合伙）	境内非国有法人	1.74%	3,510,000.00	0.00	不适用	0.00			
曾哲	境内自然人	1.62%	3,274,500.00	2,455,875.00	不适用	2,455,875.00			
曾少华	境内自然人	1.22%	2,467,500.00	0.00	不适用	0.00			

丹阳志远 企业管理 中心（有 限合伙）	境内非国有 法人	1. 13%	2, 269, 600. 00	0. 00	不适用	0. 00
中国光大 银行股份 有限公司 一兴全商 业模式优 选混合型 证券投资 基金 LOF）	其他	1. 03%	2, 074, 649. 00	0. 00	不适用	0. 00
上述股东关联关系或一 致行动的说明		谢公晚、谢公兴系兄弟关系，曾少华系谢公晚妹妹之配偶；谢公晚、谢公兴、曾少华合计持有上海明月实业有限公司 100%的股份；谢公兴为丹阳市志明企业管理中心（有限合伙）的执行事务合伙人。因此谢公晚、谢公兴、曾少华、上海明月实业有限公司、丹阳市志明企业管理中心（有限合伙）为一致行动人。 曾哲为丹阳志远企业管理中心（有限合伙）的执行事务合伙人，因此曾哲与丹阳志远企业管理中心（有限合伙）为一致行动人。 除此以外，公司未知前十名无限售条件普通股股东之间是否存在关联关系，也未知是否属于一致行动人。公司未知前十名无限售条件普通股股东和前十名普通股股东之间是否存在关联关系，也未知是否属于一致行动人。				

持股 5%以上股东、前 10 名股东及前 10 名无限售流通股股东参与转融通业务出借股份情况

☐适用 ☒不适用

前 10 名股东及前 10 名无限售流通股股东因转融通出借/归还原因导致较上期发生变化

☐适用 ☒不适用

公司是否具有表决权差异安排

☐适用 ☒不适用

（2） 公司优先股股东总数及前 10 名优先股股东持股情况表

公司报告期无优先股股东持股情况。

(3) 以方框图形式披露公司与实际控制人之间的产权及控制关系



5、在年度报告批准报出日存续的债券情况

☐适用 ☒不适用

三、重要事项

2024 年公司营业收入为 77,029.78 万元，较去年同期增长 2.88%，毛利率为 58.56%，较去年同期提升 0.98 个百分点，研发费用为 3,498.85 万元，较去年同期增长 24.96%，归属于上市公司股东的净利润为 17,678.59 万元，较去年同期增长 12.21%。剔除海外业务和原料业务不利影响，公司镜片业务较去年同期增长 8.72%，产品聚焦策略效果显著。常规镜片中的明星产品表现突出，大单品持续领涨，尤其是 PMC 超亮系列产品 2024 年收入较同期增长近 45.6%，三大明星产品的收入在常规镜片收入中占比为 54.6%。近视防控产品依然保持在快速增长的上升通道中，2024 年第四季度“轻松控”全系列产品销售额为 4,158 万元，同比增长 23.6%，2024 年全年“轻松控”全系列产品销售额为 16,365 万元，同比增长 22.7%。2024 年三季度公司推出防控效果更好的轻松控 Pro2.0 系列产品，并主动召回轻松控 Pro 产品，剔除产品升级回收带来的影响后，2024 年“轻松控”系列产品销售额为 17,272 万元，同比增长 29.5%。

基于公司当前稳健的经营状况，并结合公司未来的发展前景，在保证公司正常经营和长远发展的前提下，公司按照《未来三年股东分红回报规划（2024 年-2026 年）》，制定了 2024 年度利润分配预案为：以剔除公司回购专用账户的股数 200,732,618 为基数，向全体股东每 10 股派发现金股利人民币 5.00 元（含税），合计派发现金股利 100,366,309.00 元（含税），不送红股，不以公积金转增股本。