

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：2025010

投资者关系活动类别	☐特定对象调研 ☐分析师会议 ☐媒体采访 ☒业绩说明会 ☐新闻发布会 ☐路演活动 ☐现场参观 ☐其他
参与单位名称	申万宏源证券有限公司；华福证券有限责任公司；上海证券有限责任公司；世纪证券有限责任公司；开源证券股份有限公司；国盛证券有限责任公司；东方证券股份有限公司；诚通证券股份有限公司；东北证券股份有限公司；华泰证券股份有限公司；西部证券股份有限公司；中原证券股份有限公司；西南证券股份有限公司；华创证券有限责任公司；东方财富证券股份有限公司；东吴证券股份有限公司；财通证券股份有限公司；国元证券股份有限公司；国信证券股份有限公司；浙商证券股份有限公司；华西证券股份有限公司；中泰证券股份有限公司；中航证券有限公司；华源证券股份有限公司；南京证券股份有限公司；江海证券有限公司；中国国际金融股份有限公司；国泰君安证券股份有限公司；长江证券股份有限公司；国投证券股份有限公司；海通证券股份有限公司；兴业证券股份有限公司；光大证券股份有限公司；中银国际证券股份有限公司；山西证券股份有限公司；中信证券股份有限公司；中国银河证券股份有限公司；瑞银证券有限责任公司；招商证券股份有限公司；华金证券股份有限公司；中邮证券有限责任公司；天风证券股份有限公司；国金证券股份有限公司；民生证券股份有限公司；广发证券股份有限公司；野村东方国际证券有限公司；国联民生证券股份有限公司；中信建投证券股份有限公司、英大基金管理有限公司；民生加银基金管理有限公司；海富通基金管理有限公司；工银瑞信基金管理有限公司；东兴基金管理有限公司；弘毅远方基金管理有限公司；富安达基金管理有限公司；联博基金管理有限公司；永赢基金管理有限公司；嘉实基金管理有限公司；长安基金管理有限公司；摩根士丹利基金管理(中国)有限公司；前海开源基金管理有限公司；华安基金管理有限公司；汇丰晋信基金管理有限公司；兴证全球基金管理有限公司；圆信永丰基金管理有限公司；九泰基金管理有限公司；

	方正富邦基金管理有限公司；西部利得基金管理有限公司；博时基金管理有限公司；太平基金管理有限公司；富国基金管理有限公司；东吴基金管理有限公司；申万菱信基金管理有限公司；东方阿尔法基金管理有限公司；汇添富基金管理股份有限公司；贝莱德基金管理有限公司、深圳市华安合鑫私募证券基金管理有限公司；百川财富(北京)投资管理有限公司；锐方(上海)私募基金管理有限公司；上海利位投资管理有限公司；鸿运私募基金管理(海南)有限公司；海南羊角私募基金管理合伙企业(有限合伙)；深圳中天汇富基金管理有限公司；杭州新干懋业私募基金管理有限公司；北京沅沛投资管理有限公司；山东金仕达投资管理有限公司；深圳市兴亿投资管理有限公司；红杉资本股权投资管理(天津)有限公司；北京京港伟业投资有限公司；江苏瑞华投资控股集团有限公司；上海呈瑞投资管理有限公司；上海瀚伦私募基金管理有限公司；上海鑫垣私募基金管理有限公司；上海五地私募基金管理有限公司；浙江永禧投资管理有限公司；深圳创富兆业金融管理有限公司；上海金恩投资有限公司；上海晨燕资产管理中心(有限合伙)；上海钦沐资产管理合伙企业(有限合伙)；深圳博普科技有限公司；北京神农投资管理股份有限公司；广东冠达菁华私募基金管理有限公司；全天候私募证券基金投资管理(珠海)合伙企业(有限合伙)；富敦投资管理(上海)有限公司；苏州凯恩资本管理股份有限公司；苏州正源信毅资产管理有限公司；禾永投资管理(北京)有限公司；深圳大道至诚投资管理合伙企业(有限合伙)；基明资产管理(上海)有限公司；上海名禹资产管理有限公司；中新融创资本管理有限公司；北京源闾投资基金管理有限公司；上海瓜牛投资管理中心(有限合伙)；深圳前海华杉投资管理有限公司；上海顺领资产管理中心(有限合伙)；循远资产管理(上海)有限公司；广东正圆私募基金管理有限公司；海南鑫焱创业投资有限公司；上海嘉世私募基金管理有限公司；深圳市尚诚资产管理有限责任公司；凯联(北京)投资基金管理有限公司；杭州锦成盛资产管理有限公司；中泰安合投资管理有限公司；上海万丰友方投资管理有限公司；耕霖(上海)投资管理有限公司；上海聆泽投资管理有限公司；深圳前海汇杰达理资本有限公司；深圳茂源财富管理有限公司；荷荷(北京)私募基金管理有限公司；上海翎贲资产管理有限公司；磐厚动量(上海)资本管理有限公司；浙江浙大联合创新投资管理合伙企业(有限合伙)；上海天猊投资管理有限公司；上海中域资产管理中心(有限合伙)；上海筌笠资产管理有限公司；深圳前海旭鑫资产管理有限公司；西安瀑布资产管理有限公司；领颐(上海)资产管理有限公司；凯恩(苏州)私募基金管理有限公司；西藏青
--	--

	骊资产管理有限公司；上海湘禾投资有限公司；武汉美阳投资管理有限公司；青岛素本投资管理有限公司；海南鸿盛私募基金管理有限公司；上海合道资产管理有限公司；征金资本控股有限公司、中信证券资产管理有限公司；华泰证券(上海)资产管理有限公司；上海光大证券资产管理有限公司；上海甬兴证券资产管理有限公司、太平洋资产管理有限责任公司；长城财富保险资产管理股份有限公司；太平资产管理有限公司；安联保险资产管理有限公司；中国人寿资产管理有限公司；合众资产管理股份有限公司；永诚保险资产管理有限公司；华安财保资产管理有限责任公司；中华联合保险集团股份有限公司；民生通惠资产管理有限公司；国华兴益保险资产管理有限公司、美林(亚太)有限公司；摩根士丹利亚洲有限公司；香港商野村国际证券有限公司；中信里昂证券有限公司；交银施罗德资产管理(香港)有限公司；中投国际(香港)有限公司；毅恒控股有限公司；BARNHILLCAPITALLIMITED；富瑞金融集团香港有限公司；MARCO POLO PURE ASSET MANAGEMENT LIMITED；云根资本有限公司；IGWT Investment 投资公司；鲁信国际金融有限公司；Point72 Hong Kong Limited；花旗環球金融亞洲有限公司；UNIVERSAL (CHINA) LIMITED、立格资本投资有限公司；第一上海证券有限公司；施罗德投资管理(香港)有限公司；三井住友德思资产管理株式会社、星展银行(中国)有限公司；中国工商银行股份有限公司、宁银理财有限责任公司；汇华理财有限公司、中信期货有限公司、华能贵诚信托有限公司；上海国际信托有限公司、华夏久盈资产管理有限责任公司；广州由榕管理咨询有限公司；深圳猎投资本合伙企业(有限合伙)；深圳市晓扬科技投资有限公司；上海证券报社有限公司；明见投资管理有限公司；上海睿胜投资管理有限公司；上海十溢投资有限公司；上海冰河资产管理有限公司；上海度势投资有限公司；每日经济新闻；南京睿澜私募基金管理有限公司；深圳进门财经科技股份有限公司；台州市椒江工业投资集团有限公司；上海行知创业投资有限公司；施罗德投资管理(上海)有限公司；《证券日报》社；杭州富贤企业管理有限公司；杭州量界投资有限公司；果行育德管理咨询(上海)有限公司；上海顶天投资有限公司；深圳证券时报社有限公司；光驰科技(上海)有限公司；苏州景千投资管理有限公司；上海申银万国证券研究所有限公司；中国证券报有限责任公司；天风证券股份有限公司上海证券自营分公司；粤佛私募基金管理(武汉)有限公司；深圳金泊投资管理有限公司；天惠投资有限责任公司；君义振华(北京)管理咨询有限公司；融捷投资控股集团有限公司；深圳市唯德投资管理有限公司、赢舟资产管理有限公司；河南省远大投资；
--	---

	Marathon Asset Management ；国惠（香港）控股有限公司；FCS Capital；广东壹宸科技有限公司；北京恒诚拓新；MediaHoly Capital； JKCapitalManagementLimited；APC International Co., Limited
时间	2025 年 4 月 10 日 09:30-11:00
形式	线上视频直播
上市公司接待人员姓名	董事长 林敏；董事兼总经理 王震宇；副总经理兼财务总监 郑萍；副总经理兼董事会秘书 韩莉
投资者关系活动主要内容介绍	一、2024 年经营情况 2024 年公司实现营业收入 62.78 亿元，同比增长 23.67%，实现毛利润 19.5 亿元，同比增长 38%，实现归母净利润 10.3 亿元，同比增长 71.57%。2024 年公司收入、利润均创历史新高，并且归母净利润的增速远超收入增速，取得这样好的成果主要得益于公司这几年新项目量产以及产品结构的优化，另外内部通过降本增效、“二缩三降” 的推进，公司的管理效能大幅的提升。 另外从整体经营来看，公司 2024 年实现毛利率 31.1%，较去年同期提升 3.3%。实现净利润率 16.4%，较去年同期提升 4.6%，主要是生产成本及各项费用的下降使得两个指标有了比较好的表现。收入规模上，2024 年公司收入较去年同期增加约 12 亿，主要是公司的光学元器件和薄膜光学面板板块贡献了较好的增长。 分各业务板块来看，2024 年公司五大业务板块均保持较好的增长态势。其中光学元器件业务实现收入 29 亿元，同比增长 18%，占公司主营业务收入的 47%。薄膜光学面板业务实现收入 25 亿元，同比增长 34%，占公司主营业务收入的 40%。这两大板块贡献了公司主要的收入来源。半导体光学业务实现收入 1 亿元，同比增长 20%，占公司主营业务收入的 2%，汽车电子（AR+）实现收入 3 亿元，同比增长 3%，占公司主营业务收入的 5%。反光材料业务实现收入 4 亿，同比增长 37%，占公司主营业务收入的 6%。 从盈利贡献来看，公司 2024 年毛利率较上年同期提升了 3.3%，五大业务板块均实现了毛利率正向提升，其中光学元器件业务毛利率达到 36.3%，提升了 5.6%，半导体光学业务毛利率达到 40.3%，提升了 5%，薄膜光学面板业务毛利率达到 26.7%，提升了 1.2%，汽车电子（AR+）业务毛利率达到 13.5%，提升了 1.8%，反光材料业务毛利率达到 30.9%，提升了 1.7%。

	分地区看公司的销售情况，2024 年公司外销收入占公司主营业务收入比重为 74.9%。公司在产业链中属于上游，产品直接出口到美国极少，占收入比重小于 0.1%，基本上不受加征关税直接影响。公司海外业务中，其中 55%的出口通过国内保税区完成，不存在关税波动风险，剩余直接出口海外大部分是中国台湾、新加坡、越南、日韩等国家和地区，其中公司对东亚地区出口占比约 59.7%，对东南亚出口占比约 12.2%，对欧洲出口占比约 1.3%，对美国出口占比不到 0.1%，对其他区域出口占比约 1.6%。从原材料的进口端来看，公司的核心原材料如光学玻璃、蓝宝石晶棒、金属环等均以德国、俄罗斯、日韩等进口为主。进口方式为加工贸易保税进口，不涉及进口关税。 从期间费用来看，2024 年期间费用总额下降约 1%，期间费用占收入的比重约 12.3%，较上年同期下降 3%。其中，公司的销售费用由于海外业务布局同比增长 20%，但占公司营业收入占比保持稳定。管理费用 3.65 亿元，同比增长 3%，占公司主营业务收入的比例为 5.8%，较上年有所下降。研发费用 4.08 亿元，同比下降 4%，主要是为新项目的研发投入。实现财务收益 8,619 万元，同比上升 23%，主要是汇兑收益和利息收入构成。 在股东回报上，2024 年度公司拟向全体股东每 10 股派发现金红利 2 元(含税)，不送红股，不转增资本，该事项尚需股东大会审议通过。公司也向股东大会提请审议关于 2025 年中期的现金分红授权董事会全权处理的议案。未来公司将持续做好经营，回报投资者。 二、2025 年展望 展望 2025 年，公司目标实现营业收入增长 0%到 30%。2025 年我们的经营计划已经在公司年度报告中披露：（1）建设市场 2.0 体系，深化客户关系，打造内外双循环战略；（2）基础业务深扎稳打，战略业务前瞻布局，构筑战略核心卡位；（3）深化机制改革，激活组织活力，强化核心竞争力；（4）坚持降本增效，持续推进二缩三降，落地“现场主义”，提升内生竞争力。 在资本性支出以及企业费用支出方面，我们预计公司 2025 年资本性支出占公司营业收入比重约为 10%到 15%，主要用于公司基建支出以及经营性投资。公司基建支出主要包括越南基地建设以及台州总部厂区建设，经营性投资主要针对公司未来的新项目。考虑到外部形势，2025 年公司将坚持降本增效，对于期间费用率我们目标继续下降 1%到 2%。
--	---

	三、美国关税对公司的影响分析 在直接影响方面，由于公司在产业链中属于上游，公司的量产产品基本没有直接出口到美国，目前直接出口美国的仅是打样产品，打样也是因为公司和北美大客户的创新性技术研发。目前这些打样费用在公司的营收占比极低，因此基本上没有受到关税的直接影响。 在间接影响方面，大家关心的主要是产品价格、销量和未来成长性的问题。关于价格，截止到目前，公司未收到核心客户由于关税政策调整带来的订单计划、价格调整的信息。对于未来的价格走势，公司有以下几点看法： 第一，公司在消费电子产业链主要供应元器件类产品，产品的单价基本在几元到十几元人民币区间，对于这类元器件的产品，关税转嫁对于客户在关税整体承担上的占比其实是微乎其微的，意义并不大，这是一个客观的事实。 第二，降价其实对消费电子产业链并不是一个新鲜的话题，本质上其实是制造业通过良率的提升、降本增效等手段挖掘毛利，然后在价格上让渡了部分给客户。对于制造业而言，无论是公司还是全产业链，“降本增效”本身就是核心竞争力之一，也是中国供应链整体的核心竞争力。我们能够以更低的价格，更好的服务，为客户提供相同或者更好品质的产品。这也是为什么整个消费电子的供应链都是集聚在以大陆为主的东南亚地区。所以价格本身是公司的核心竞争力，也是公司不可替代性的体现之一。不管有没有关税这个事情，“降本增效”和价格压力一直是客观存在，并且在价格的压力下，企业的核心竞争力和行业竞争格局、份额等才能更好地体现。 第三，公司供应给核心客户的产品是光学核心元器件、核心模块，虽然每年都会面临价格下降的压力，但对我们的收入、利润增长影响相对较小，核心原因在于客户的硬件上，光学硬件一直是处于升级过程中。比如说从小滤片到大滤片，从白玻璃滤片到蓝玻璃滤片再到涂布滤光片，甚至涂布之后还在继续做升级，比如潜望式长焦的需求、大底摄像头的需求，我们看到整个光学硬件持续升级态势很好地抵消了部分传统产品的降价压力，这也是光学行业的特色。再加上得益于公司多年来和客户的战略布局、研发投入，以及客户关系的升级，后续在客户新品开发和量产上，公司的卡位在全球都具有稀缺性，甚至部分产品是具有独占性的，因此公司有更好的韧性。 第四，客户降本的诉求，其实也一直是整个制造业面临的一个共同诉求，也正
--	--

	是因为这个原因，所以今年我们在北美大客户的涂布滤光片产品上成功破局。我们可以在提供同样高品质产品的量产供应和开发的前提下，同时具备价格的压倒性优势，今年才有机会成为破局之年，突破了海外供应链多年的垄断。这个破局之年也奠定了后续在该产品上公司未来 3 到 4 年的持续性的增长，对公司的收入和毛利的提升无疑是非常有利的。 关于未来消费电子终端，尤其是北美大客户的销量走势，以及公司未来的可持续发展成长性，我们从产品结构、市场结构、客户结构上进行分析。 从产品结构上，公司过去，尤其是近五年的增长，其实是新品驱动的增长。在财务数据上，在过去几年消费电子行业疲软的态势下，公司依旧保持稳健增长态势，就是因为公司的增长主要是由新品驱动的，相信在公司后续的增长上也依旧是新品驱动的逻辑，并且后续的落地新品将更有技术含量、更有独占性，是不可或缺性、稀缺性的代表。因此公司的增长相对而言是更有韧性的。 从市场结构上，消费电子、车载光学、AR/VR 是公司成长的三条曲线，包括现在公司正在布局的 AI 领域，这些赛道上对光学的需求是刚需，并且要求更高，需求更旺盛。因此光学是一个非常好的赛道，是个高速成长的刚需赛道，只要有这个共识，在这个赛道上处于头部地位的企业，尤其是具有较强研发实力的企业，一定会优先受益。目前公司除了消费电子之外，在车载、AR/VR、AI 领域的布局已经初见成效，为公司后续的增长提供了更好的动力跟保障。 从客户结构上，得益于以上多样化的市场布局和多年来与客户的持续沟通和卡位，公司一如既往地秉持大客户策略，因此我们基本上合作的都是行业内的龙头。也是得益于公司技术和量产的相对稀缺性和部分独占性，未来公司的项目在几年内也会逐步兑现，形成更多样化的结构。 总结来看，第一，“稳健”是公司的底色，过去稳健，未来也会持续保持稳健。风险意识是刻在管理层骨子中的文化。早在几年前公司就已经开始着手布局，进一步提升公司的抗风险能力，秉持着“调结构、优布局、缩支出、降风险，打造内生竞争力”的经营方式，我们持续推进“二缩三降”等降本增效动作，2025 年更是进一步推出“现场主义”。我们启动了双循环建设，推动新加坡海外运营中心和越南基地的二期建设。我们启动了市场 2.0 体系的建设，以匹配升级的大客户关系、技术型水晶应有的市场体系。为了更好地服务客户，我们还调整了四大基地的战略布局跟定位，并在此基础上持续深化机制改革，进一步激发内部活力，打造内生的竞
--	---

	争力。因此公司的战略一直是具有前瞻性和余量的，在面对当下宏观不确定的局势下，我们要集中精力办好自己的事情，坚定信心，坚定战略，不慌张不动摇。今年我们要继续做好上述布局，确保公司和客户的多个战略项目成功落地和量产，进一步提升自己的技术壁垒，提升公司的不可替代性。第二，捂好钱袋子，持续提升抗风险能力。公司的财务报表从现金流层面、负债层面都有非常强的抗风险能力，这也是公司的风险意识的体现。 最后，在泥沙俱下的不确定宏观形势下，我们始终相信很多具有高技术壁垒、不可替代性强的企业，会展现出更好的韧性，具备更好的抗风险能力。我们将继续坚定不移地走“国际化、技术型、开放合作”的道路。 四、问答环节 1、问：现在关税政策的不确定性较强，公司战略上有没有调整？是否还会拥抱大客户？ 答：水晶是一家中国的企业，在这个宏观形势下，我们一定是跟着国家走，这是根本性原则。前面有提到关税对公司基本没有直接影响，间接影响可能会存在，但是手机这种消费电子产业链全球化供应链格局是不可改变的。过去我们提出的“全球化、技术型、开放合作”的战略指导方针不会因为关税政策产生任何动摇。对于大客户，过去它不仅给我们带来了盈利，也对公司组织能力、运营能力提升给予了帮助，使得公司的企业竞争力也有很大的提升，这个提升是全方位的。未来大模型时代，我们相信这家公司以及全球其他优秀的龙头公司一定是值得我们去拥抱的。 在这个局势下，我们坚定双循环布局。我们仍然保持信心，公司的基础布局、发展态势和能力都已形成，不动摇不慌张，坚定战略。过去我们就对今天的局面有所预感，很早我们就树立了“活着就是成长”的底线思维，早早提出双循环战略，未来我们要加快新加坡运营中心建设，加快越南二期建设，坚持修炼内功，坚持推动现场主义，持续打造市场 2.0 体系。此外捂紧钱袋子，坚持现金为王，公司一直是风险厌恶型的经营风格，账面始终保持充裕的现金流，在现在的局势下更要把充足的现金流当作第一要务，让投资更精准，口袋更加饱满，提高企业的抗风险能力。 不乱说，不乱动，不过早判定形势，不先做不必要的决策，我们相信国家的智慧，也相信全球化不可逆转的趋势，就像前面说的，做好充足的准备，并且提升自身的不可替代性会让公司更有韧性、更具有抗风险能力。
--	--

2、问：公司厂房搬迁的计划会不会调整？

答：目前生产基地的调整按部就班进行中，新加坡运营中心的建设我们也在做，公司始终坚持成长性思维，无论多复杂的形式我们都会沉着冷静应对。

3、问：请问公司波导的量产进度和客户验证情况？如果量产的话未来是否会搬到关税比较低的全球性区域？

答：AR 是公司的第三成长曲线，我们坚信 AR 会是消费电子非常重要的分支，我们的投入是坚定不移的，并且希望未来水晶成为 AR 时代的龙头企业。

我们的业务布局也是立体的。在光机上，过去我们做过光机的代工，对光机有深刻的理解，现在在光机元器件上我们有产品布局；元器件的平移，手机上大量和 2D、3D 摄像传感有关的元器件，我们会坚定地平移到 AR 眼镜上，并且我们极具优势和竞争力。尤其是 3D 视觉，我们正在筹备 3D 视觉在机器人视觉和 AR 上的战略地位；关键的显示系统，做 AR 眼镜时代显示的龙头企业，我们走得很坚定，并且一直以来和巨头共舞的，我们的技术、设计、量产都是和巨头互动的，公司的角色是在匹配设计的同时解决量产的问题，并且目前在反射光波导量产性上已经取得了很好的成就。由于和客户有相关商业协定的限制我们不能透露具体的进展情况，但是目前在特殊工艺的解决和量产导入的进展上总体符合预期，我们坚信水晶是解决反射光波导量产难题的最主要的角色。

对于量产线规划目前不排除搬出的可能性，但是当下研发的核心攻关还是在国内，搬出的前提是自动化能够提升到一定的程度，才有客观可行性、可操作性。

4、问：请问公司怎么看碳化硅刻蚀波导技术路径？

答：从行业上来看目前是衍射光波导和反射光波导两条线路并行发展，技术在进步，材料在进步。碳化硅材质在高折射率上有优势，高折射率在大视场角有优势。目前碳化硅在材料降本上存在一定的挑战，但是我们相信中国企业在降本上的能力，材料成本不是最核心的因素，光学指标更加重要。碳化硅刻蚀方案不是目前成熟量产的半导体工艺能够做的，在技术工艺上也还要进一步成熟。反射光波导方案要解决量产性问题，满足高折射率条件下光胶的问题，两条技术路线各有不同的难点。

	在显示效果上，理论模型来看反射光波导还是具有优势。我们坚定地相信反射光波导是未来 AR 眼镜最主流的技术，只要突破量产性问题，能够实现大规模、高效率、合理成本量产，我们有信心能够解决这个难题。 5、问：请问车载板块是否会随着海外客户的量产节奏改善？ 答：车载业务板块发展形势很好，行业增长态势很快，但是同时也非常内卷，尽管公司 AR-HUD 出货量快速增长，但是由于价格下跌在毛利上还存在挑战。 在客户结构上，公司在欧洲已经取得多个海外主流汽车品牌的定点，但是海外客户普遍定点转量产需要 3 年左右时间，相信随着海外客户量产后，我们的盈利水平能够得到改善，因此还需要时间和耐心。 另外我们也在和客户开发标准化、模块化的 AR-HUD 产品，并且通过供应链管理进一步降低 AR-HUD 的成本。 在技术上我们也看到 AR-HUD 在不断升级。公司切入 AR-HUD 领域就是以光学系统解决方案为优势，客户也看中了公司的系统解决优势、技术品牌优势。我们通过 TFT 方案打开市场后，LCOS 以及其他更加高端的 AR-HUD 方案使得公司的技术优势充分体现。目前也已经有头部企业明确 AR-HUD 将成为智能座舱的标配，走技术升级路线，公司作为技术优势的企业是优先受益的。 另外激光雷达上车速度和标配的趋势已经越来越明显，激光雷达可以有效弥补 2D 摄像头纯视觉方案的缺陷，在恶劣天气环境下精准识别周边环境，为安全驾驶兜底，在激光雷达上的客户布局我们也在加速。人形机器人对激光雷达也有很强需求，今年针对人形机器人的激光雷达视窗片等产品也会进入量产阶段。 6、问：请问公司棱镜业务在安卓端的展望？ 答：对成像质量的追求是所有手机客户的追求，棱镜是长焦技术的核心部件。安卓客户的棱镜目前以传统三角棱镜为主，24 年公司在安卓棱镜市场的份额较 23 年有所提升。长焦拍摄作为提升拍摄体验的重要手段，我们看好未来头部客户的渗透趋势，我们会力争提升份额的同时，嫁接技术工艺层面的优势，为客户提供更好的方案和盈利。今年在部分客户上已经有了一定的推进进展。 7、问：今年公司涂布滤光片在大客户上实现了突破，请问公司在技术上如何
--	--

	实现的？怎么展望未来的份额提升情况？ 答：公司是做滤光片起家，大客户在这之前主要和海外公司合作，但是其镀膜绝大部分是公司为客户服务的。过去公司在国内安卓客户上积累了很多新技术的应用和经验，积累了我们的优势，并向大客户展示了极强的产品技术，在自动化导入、大规模生产管理系统等方面有我们的优势和先进性。并且相较海外友商，我们设定了合理的毛利，对客户来说是具有性价比的选择。对于未来的份额，我们相信二分天下有其一是能够期望的，涂布滤光片将是未来公司长久并且规模巨大的项目，为公司提供较好的盈利预期。 8、问：请问公司薄膜光学面板非手机业务落地情况？以及后续在海外的产能规划情况？ 答：薄膜光学面板在非手机上有很多材料、新技术的应用，甚至涉及到类半导体的应用，为公司未来带来规模和盈利的想象空间。 非手机的薄膜光学面板业务将全部落在越南二期，预计今年年中将进入相对正式的量产，预计年底越南工厂进入正常的状态。越南工厂对公司降低风险、规避冲突、争取国际化布局有很好的缓冲作用。 9、问：请问公司四季度毛利率环比下滑的主要原因？ 答：消费电子行业出货的淡旺季还是比较明显，公司整体周期和行业周期保持一致，因此环比下降属于正常情况，四季度同比来看还是有明显提升。 10、问：今年公司毛利率提升显著，往后看公司怎么看毛利率走势？ 答：毛利率是一家公司市场关系、技术差异化价值的体现，技术型是公司的基础竞争力。公司的业绩增长已经切换为新品导向，新品的毛利率普遍有较好的空间，随着未来新品逐步落地，中长期看公司毛利率有一定的增长空间。 11、问：请问公司 2024 年微棱镜产品的价格和份额，以及公司怎么看其未来的走势？ 答：23-24 年公司一直是微棱镜产品绝对的主力供应商，份额基本保持稳定，在价格上由于良率爬坡，因此有正常的价格年降。微棱镜是实现长焦拍摄的核心元
--	---

	器件，未来与客户关于技术上的迭代升级将有持续多年的升级周期，短期以小升级为主。另外从供应链格局来看，公司在研发、量产、品控上的优势比较明显，我们将继续争取主力供应商地位，后续微棱镜业务的增长空间主要看其渗透率提升态势。 12、问：请问公司越南二期工厂的进展情况以及预期产值？ 答：公司越南二期工程预计今年下半年将进入量产。公司的海外布局和组装厂不同，我们的下游主要在大陆、越南，公司是光学元器件领域少有的在海外有工厂布局的企业，战略布局上走在前列。后续我们会根据客户情况和供应链逐级传递情况动态布局，在越南的布局我们是有前瞻性的，已经留了余量。 13、问：请问公司怎么看碳化硅材料，有没有可能在反射光波导中替代玻璃？ 答：我们认为必要性不是很大，波导的视场角需要和光机相匹配，如果光机和波导的视场角不匹配，大视场角反而拉低了图像的清晰度。折射率并不是考虑材料或者方案的唯一选项，漏光、彩虹纹、色彩均匀性、能耗等因素需要综合考虑。 五、董事长总结 感谢各位投资者朋友的支持和关心，过去一年在不确定的外部环境下，我们走过来了并且交出了漂亮的答卷，经受住了环境的考验，形成了新的能力，丰富了技术和产品货架，并且在和大客户的合作中快速成长，这是构势的过程。AI 大模型为光学行业未来 10-20 年带来了巨大的发展机遇，我们会顺着这个态势努力把未来几年的战略扎实落地。我们希望在未来 AR 眼镜时代到来的时候公司可以成为 AR 眼镜时代的龙头企业。我们也希望“大客户策略”能够成为多条线的结合，无论国内、海外在新领域里都能形成新的业务格局，未来公司的路越来越宽、越来越好，公司的规模更加稳健。我们对公司的未来非常有信心。 在这个不确定形势下，我们还要有逆势思维。当前全球化碰到了一些挑战和变化，我们如何在这个情况下继续发展，在不确定环境下如何去面临挑战，当下我们更要保持战略定力，看清了再调整、动手。2025 年将是公司重要的调整年，我们要在内部管理上强调内功，强调现场主义，向现场主义要效率，相信我们能够越做越好。
--	---

附件	2025 年 4 月 10 日投资者关系活动记录表附件之演示文稿
日期	2025 年 4 月 10 日