

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：2025004

投资者关系活动类别	<input type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input checked="" 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
参与单位名称	华福证券；上海证券；国联证券；世纪证券；开源证券；国盛证券；东方证券；华泰证券；东北证券；华安证券；西部证券；西南证券；华创证券；东方财富证券；第一创业证券；东吴证券；财通证券；国信证券；华西证券；浙商证券；中泰证券；九州证券公司；摩根大通证券(中国)；江海证券；中国国际金融；长江证券；海通证券；兴业证券；光大证券；信达证券；德邦证券；山西证券；中银国际证券；中信证券；中国银河证券；瑞银证券；申银万国证券研究；招商证券；华金证券；中邮证券；平安证券；国海证券；国金证券；民生证券；广发证券；甬兴证券；中信建投证券、英大基金；国投瑞银基金；民生加银基金；华西基金；海富通基金；宏利基金；德邦基金；金鹰基金；东兴基金；长盛基金；景顺长城基金；格林基金；富安达基金；中信建投基金；兴业基金；金元顺安基金；嘉实基金；诺安基金；惠升基金；长安基金；摩根士丹利基金(中国)；广发基金；长信基金；国融基金；中银基金；新华基金；汇丰晋信基金；兴证全球基金；九泰基金；睿远基金；中信保诚基金；西部利得基金；博时基金；创金合信基金；易方达基金；东吴基金；国泰基金、百川财富；锐方基金；鸿运私募基金；深圳羊角基金；上海弥远资管；中天汇富基金；华夏未来资本；红杉资本(天津)；乾和资管；庐雍资管；呈瑞；上海朴信投资；浙江永禧投资；张家港高竹私募；长青藤资管；英领私募；敦和资管；博普科技；上海侏罗纪资管；上海谦心投资；诺泽私募；上海途灵资管；上海万吨资管；盘京；正源信毅资管；上海沔杨资管；北京百镭投资；上海五中私募；金新投资；合远私募基金；北京泓澄资管；上海泾溪投资)；红年资管；上海彤源发展；上海中域投资；循远资管；益和源资管；正圆私募基金；海南鑫焱创投；上海嘉世私募；

	<p>相生资管；浙江伟星投资；中泰安合投资；北京诺昌投资；安中投资(上海)；上海盈象资管；上海聆泽投资；上海阿杏投资；荷荷私募；深圳茂源财富；上海磐厚动量；九祥资管；上海明河投资；上海天猊投资；上海开思私募；诚盛投资；素本投资；上海喜世润投；见合私募；海南鸿盛私募；高毅资管、财通证券资管；东方证券资管；海通证券资管；华泰证券资管；光大证券资管、长城财富资管；中国人保资管；太平资管；百年保险资管；人寿资管；合众资管；中意资管；光大永明资管；紫金财险；国华兴益资管；太平养老；大家资管、国泰君安国际；美林亚太；商野村国际证券；富瑞金融；惠理集团；景泰利丰资管；奥恺基金；交银施罗德资管(香港)；中投国际(香港)；IGWT 投资；三井住友德思资管、景顺投资；国泰信托；文渊资管；摩根士丹利；威灵顿管理、中航信托；西藏信托、施罗德投资；联视投资；恒健投资；盛钧基金；三松集团；猎投资本合伙；铜冠投资；顶天投资；博菲电气；隆象私募基金管理；亘泰投资；十溢投资；水晶光电；景千投资；金科投资控股；度势投资；进门财经科技；钰磊企业；禾其投资咨询；道翼投资；天惠投资；君义振华；唯德投资、bamboohill</p>
时间	2025 年 1 月 11 日 9:00
形式	线上交流会
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；副总监兼董事会秘书 韩莉
投资者关系活动主要内容介绍	<p>一、问答环节</p> <p>1、问：从业绩预告来看，2024 年四季度的业绩增速不像一季度到三季度那样增长巨大，请问四季度业绩增速放缓的原因是什么？</p> <p>答：四季度环比下降主要有以下几点原因：从行业角度看，消费电子行业旺季通常在三季度，四季度有所回落是正常情况，公司业绩表现符合行业规律；从公司角度看，根据公司业绩的过往表现，三季度也通常是全年业绩表现最好的季度。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。另外，公司惯例会在年底对奖金等费用进行计提，也有一定的影响。</p>

2、问：请问公司对于 25 年、26 年业务展望，请问主要的增长点有哪些？

答：对于 25 年业务展望，公司的红外截止滤光片板块作为较为稳定的业务，份额将继续保持稳定；红外截止滤光片的升级产品涂覆滤光片在安卓客户端随着渗透率的提升会有一些的增长空间，在北美客户端有望实现份额提升；微棱镜产品由于客户新机型发布，机型销售的累加效应将带来一定的增量空间；薄膜光学面板业务在手机摄像头盖板的份额已经趋于稳定，2025 年非手机业务将在越南落地，带来新的业务增量；车载业务方面，在出货量上 2024 年已经有了较好的增长，随着国内大客户 HUD 方案升级以及海外客户定点逐步转量产，预计 2026 年会在利润上有更好的呈现。此外，半导体业务将维持稳定，并随着 AR/VR 和空间计算的发展迎来新的业务发展周期。2026 年公司也将有重要的新品落地，具体项目涉及到与客户的商业协定，目前暂时无法交流具体的项目细节。

长期来看，目前公司的增长已经转向新品创新驱动。得益于过去二十多年的发展沉淀，尤其是近五年跟大客户的合作逐步深入，公司已经形成了非常稳固的基本盘，公司的主要业务板块，在几年之后都会有新的项目陆续落地，为公司的业绩增长托底。

公司之所以能够有多个项目在研开发中并且可以期待其在未来逐步落地，本质上是公司已经和多个巨头客户形成了技术上的战略合作伙伴关系，以 ODM 的身份参与到客户面向未来的产品开发。2024 年末公司很荣幸收到客户邀约参加了第二届供应链博览会，客户对公司的展台和展品给予了“创新的典范”评价。因此在稳定的基本盘形成，并且与客户有了新的合作定位后，我们未来新项目的落地能够有一定的保障。

光学仍旧是一个具有巨大潜力且可以持续十年的黄金赛道。结合当下的 CES 展，我们也在现场看到了非常多的创新产品，无论 AI、人形机器人还是智能驾驶等等，其实对光学的需求都非常强劲。而这里面核心卡位的客户，无论是海外还是国内的巨头，都与公司深度绑定。水晶作为国内的光学细分领域的龙头企业，公司将受益于这一创新趋势。

4、问：公司领导在本次 CES 展上有看到什么技术或者产品的创新趋势吗？尤其是在针对 AR 眼镜的创新趋势上？

答：CES 展会作为消费电子领域的重要展会，每年公司都会组织观展，了解行

业的最新动向。在这次 CES 展会上，我们看到了 AI 的快速迭代，成为了推动创新的重要力量，出现了许多的新品 AI 眼镜，AI 眼镜已经处于初期爆发的确定性趋势中。但是目前推出的大部分 AI 眼镜都还没有结合显示，并不是真正的 AR 眼镜。虽然有部分头部企业在尝试将 AI 功能与 AR 结合，但大多数还停留在 Birdbath 方案阶段，这种方案虽然显示效果不错，但较为笨重，不符合 AR 眼镜追求轻量化的特性。我们也看到了有一些参展商也推出衍射光波导的表面浮雕方案，但依旧是以纳米压印方案为主。可以明确的是，AI 眼镜的概念已被广泛接受，随着行业对显示方案的不断迭代，AI+AR 是必然的发展趋势。

5、问：公司为了匹配大客户多项目并行开发需要在组织上进行调整，能否分享一下公司在这方面的规划？

答：经过过去二十多年，公司战略聚焦，构建了消费电子、车载光学以及 AR/VR 三大板块，而现在光学正处于前所未有的产业创新需求周期。目前在消费电子领域公司和大客户已经开展全面合作，过去我们几年才能够有一个大项目，但是现在我们必须同时并行开发多个项目，包括 2D 成像、3D 传感领域中的创新升级等等。其中许多项目涉及了多种技术的融合创新，产品复杂度和模块化趋势越来越明显，难度也是前所未有的。

基于这一变化，我们认为水晶来到了新的阶段，这一阶段也是过去大客户供应链上的友商已经走过的道路，并且通过这一改变获得了不斐的成果。我们将台州基地定义为对大客户的核心实践基地，非大客户的业务将整合至江西基地，越南基地即将投入使用启动公司双循环战略，临海基地作为公司主要的冷加工基地也将继续加强力量。

这样的调整既给我们带来了压力，也给了我们非常强劲的动力，因为这是水晶千载难逢的调整的好时机，如果我们不在这个时候坚定地调整，那么我们将丢失一次重大战略转型、发展的机会，只有坚定地走转型调整的道路，我们才能在战略上保持定力，才能让这次机会变成公司的重大战略机遇。公司现在的业务托底非常稳健，在技术上有了大量的沉淀，大客户与我们的互动交流也十分密切，使得我们的各类技术融合能力、提出创新解决方案能力、自动化解决方案能力、对大项目的运行掌控能力等有了全方位的提升。相信集全公司的力量，我们一定能够协调好各类资源，在组织上统筹布局，顺利进入新的发展阶段。

6、问：公司在组织调整期间，在费用端预计会有怎样的影响？

答：基于公司的组织调整和与大客户合作全面开展的新时期，尽管在资本开支和期间费用上可能会有所波动，但这是公司与客户中长期发展的保障。同时我们会持续开展降本增效工作，2025 年公司将开展“现场主义”工作，进一步推动人效提升，保持战略定力和抓住重大发展机遇。

7、问：长期来看，公司在 AR 领域的创新思路和节奏如何？

答：AI 大模型不仅推动了智能手机向 AI 手机的升级，也带动了 AI 眼镜场景的发展，而 AI 眼镜必将走向 AR 眼镜，通过近眼显示实现人与现实场景的交互。公司正紧抓 AR 光学时代到来的机遇，并将其列为公司的一号工程，计划通过几年发展，公司能够转型成为 AR 光学核心显示解决方案的供应商。目前 AI 技术的快速发展为这一领域带来了巨大推动力，但是在显示的硬件端仍然有很多技术难题需要解决，公司坚定投入并在硬件基础技术上不断迭代进步。此外，AR 眼镜将带来 3D 传感领域的创新需求，公司半导体光学板块有望迎来新的产业机遇。

8、问：请问公司反射式波导产线的进展情况？

答：过去十多年公司坚定地投入反射光波导技术开发，着力解决反射光波导的量产性难题。目前正在建设初步的 NPI 产线，其中一些基本工艺已基本打通，但是某些特性工艺尚在攻关阶段。我们相信在一定时间内，我们有能力实现更高层次的量产能力，但是具体的产线规划和时间节点出于商业考虑公司不便披露细节，未来在合适的、可以公开的时候再进行交流。

9、问：请问 2025 年公司对大客户拉货情况及出货动能如何展望？

答：随着 AI 技术与智能手机结合，大客户芯片和 IOS 生态的布局，有望缩短消费者的换机周期，叠加大客户在印度和非洲两个市场的布局，从趋势上判断会给市场带来积极的信号。但是公司处于产业链较上游，对于客户具体的节奏下游供应商会更加清楚。

9、问：请问公司 2026 年能够看微棱镜有什么变化？以及未来几年的市场份额预测

是怎样的？

答：公司与大客户在微棱镜产品上有长期的合作开发计划，目前的方案迭代可见度已经能够看到未来多年。

微棱镜份额上公司过去两年保持主要供应商的地位，未来公司也会争取继续保持，具体的份额情况还需要结合公司的报价策略和商务策略动态跟进。

10、问：在客户结构方面，目前公司和大客户的业务占比较高，请问公司对于 2025 年韩系客户和 H 客户的展望？

答：公司已经和大客户进入了新品 ODM 兑现阶段，大客户的业务占比也呈现逐年增长态势。为了优化公司的业务结构，我们正通过布局北美其他客户、开拓韩系客户以及以 H 客户为代表的其他国内客户来分散风险。目前我们已经在 2D、3D 产品上和北美其他客户已经开展了全面对接。

在韩系开户开拓上，2021 年公司在越南布局就是为了开拓韩系客户。虽然由于客户供应链较为封闭，公司的份额还处于较低的水平，但是相信在越南基地投产后，我们对韩系客户也将加大开发力度，争取更多的份额。

在国内客户的开拓上，我们将继续执行双循环战略，在通用产品上确保产品毛利率和盈利性，在高端产品上聚焦创新型产品，在战略业务上用好在技术上的稀缺卡位。

11、问：请问公司在光波导上看好的技术路径？

答：水晶一直以来都是坚定看好反射光波导技术。第一，在光学性能上反射光波导技术整体表现领先；第二，我们非常有信心能够解决反射光波导工艺量产的难题。2025 年我们也将持续解决反射光波导的技术难题，我们也期待行业中的巨头在这一领域的持续探索和研究，这也给我们带来了巨大的动力。

同时我们认为这个市场是巨大的，无论是将 AR 眼镜定位为智能终端或者未来的智能手机伴侣或者替代品，针对不同的用户和应用场景 AR 眼镜也将匹配不同的硬件和生态，这也就意味着每种路径都有其市场空间。反射光波导的优势在于全彩、高分辨率、大视场角，虽然价格昂贵但是可以通过大批量量产工艺的开发来降低产品价格。对于追求效果的 C 端客户而言，反射光波导是比较好的选择，而水晶在这一领域恰好有二十多年的技术沉淀，也已经有比较好的客户积累。

	<p>12、问：请问公司对于 AR 眼镜的发展有什么判断？</p> <p>答：我们认为 2025 年 AR 眼镜产业仍处于初级阶段，市场上大部分产品仍旧以带音频功能、单色显示或低分辨率全彩显示为主。大市场角和高分辨率产品还需要硬件端迭代解决技术解决方案，保守估计硬件端的迭代可能还需要几年时间。</p> <p>13、问：请问光波导镜片理想重量能做到多少克？</p> <p>答：目前对于光波导片的理想重量还没有具体的定义，根据不同终端的 AR 眼镜产品设计，其重量分布会有差异。</p> <p>二、董事长总结</p> <p>今天的问题都是公司在战略层面上高度关注、始终在思考的问题，非常感谢大家对公司发展战略、战略关键核心技术、资源配置，甚至对公司组织能力提升的关注。相信 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。如果将过去定义为水晶的 1.0 阶段，25 年开始水晶将进入 2.0 阶段，希望各位投资者以长周期概念来看水晶。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。</p>
附件	无
日期	2025 年 1 月 11 日