

广东奥普特科技股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2025-009

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 ☒现场参观 ☒其他线上会议
参与单位名称	Ariose Capital、EFM、GIC、HSBC、JPMAM、Manulife、Pleiad Investment Advisors、Point72、SMBC Nikko Securities Inc.、TD asset management、W、北京大道兴业投资、北京橡果资产、碧雲资本、财通证券、大和证券、大和资本市场香港、东方财富、东莞证券、东莞证券东莞长安分公司、东海证券、东兴基金、东亚前海证券、法国巴黎银行、方正证券、富国基金、富瑞金融集团香港、高盛、耕零（上海）投资、光大证券、广州冰湖私募基金、国金证券、国寿安保、国泰海通、国泰君安、国信证券、国元证券、海南道亦私募基金、杭州诺泽私募基金、弘则弥道（上海）投资、胡杨私募基金、花旗环球金融亚洲、华创证券、华福证券、华泰证券、华西证券、华夏、华源证券、汇丰晋信基金、金元证券长沙韶山中路证券营业部、开源证券、凯基证券亚洲、麦格理资本、美林（亚太）、民生证券、明河投资、摩根士丹利亚洲、南京证券、诺安基金、瑞穗证券北京代表处、瑞银证券、睿勤洞见家族、山西证券、上海弘尚资产（有限合伙）、上海坤阳私募基金、上海陆宝投资、上海麦臻股权投资（有限合伙）、上海秋阳予梁投资、上海申银万国证券、上海证券、深圳纽富斯投资、深圳市明达资产、深圳市睿德信投资、盛博香港、赛分科技、天风证券、威灵顿、西部证券、汇丰银行、幸福人寿保险、野村东方、甬兴证券、长城证券、长江证券、招商证券、中广云投资、中国银河证券、中金公司、中泰证券、中信建投、中信证券。
时间	2025 年 4 月 29 日-2025 年 4 月 30 日
地点	广东省东莞市长安镇长安兴发南路 66 号之一、线上会议
公司接待人员姓名	副总经理兼董事会秘书：许学亮先生 证券事务代表：余丽女士
投资者关系活动主要内容介绍	问题1：介绍下公司 2024 年分行业业绩情况？ 回答：2024 年，公司实现营业收入 91,137 万元，较 2023 年下降 3.44%。2024 年面临下游行业资本支出景气度不足的挑战，公司业务和产品依然显示出核心竞争力，营收波动较小。表明公司多元化的产业布局和市场调节能力在一定程度上缓冲了部分行业的下行压力。 2024 年，在 3C 行业，公司营收达到 58,478 万元，同比增长 0.74%。尽管 3C 行业整体复苏不甚显著，主要客户资本开支收紧，产线投入减少，但公司凭借持续的技术创新、产品线拓展以及对客户需求的深度挖

	掘，实现了该领域收入的微幅增长，进一步印证了公司在 3C 领域的技术和产品优势。目前公司产品在 3C 核心大客户相关产业链收入持续稳居国内同类视觉产品首位。 2024 年，在锂电行业，公司收入为 20,908 万元，同比下降 19.72%。锂电行业仍处于下行周期，客户资本开支从“扩规模”转向“提效率”，需求疲软。公司依托已有的市场份额和客户基础，加大 AI+解决方案投入，凭借技术优势部分抵消了行业周期波动带来的负面影响，持续巩固在锂电行业的视觉领先地位。 2024 年，公司业务在半导体行业和汽车行业呈现出强劲的增长态势。公司在半导体行业收入达到 5,081 万元，同比增长 44.08%；在汽车行业收入达到 3,210 万元，同比增长 89.95%。两个行业的显著增长，凸显了在国产替代趋势下，未来机器视觉行业及奥普特的巨大增长潜力。公司凭借技术优势和本土化服务，正逐步攫取海外竞争对手的市场份额。 问题2：2025 年公司业绩增长目标？是否含收购并表？ 回答：公司管理层根据既定的发展战略和股权激励计划，制定了明确的业绩目标：以 2024 年营业收入为基数，公司 2025 年度营业收入增长率不低于 20%。其中营业收入均以公司会计年度审计报告所载数据为准，收入统计口径与 2024 年一致（即不含新增主体收入）。故收入增长目标不含公司收购并表所带来的相关主体收入。 公司将继续在研发方面加大投资力度，在运营层面加强管理与成本控制，保持 2025 年营业收入增长的同时，净利润增长率不低于营业收入增长率。 公司业绩目标不代表公司对 2025 年度的盈利预测，目标能否实现取决于经济环境和市场状况的变化等因素，存在一定的不确定性，敬请广大投资者注意投资风险。 问题3：公司今年业绩增长点有哪些？ 回答：2025 年，公司持续加速机器视觉软硬件产品及方案的标准化进程，持续完善“AI+视觉+运动”产品线布局，在深耕现有的 3C、锂电、汽车、半导体等行业的基础上，持续开拓新兴行业，持续拓展海外市场，努力实现公司 2025 年度经营目标。 问题4：介绍下公司的国产替代进程？ 回答：在 3C 电子、半导体、汽车制造等高端制造领域，此前关键装备和核心部件多由欧美日厂商主导，机器视觉产品也不例外。近年来
--	---

	国内厂商技术实力快速提升，叠加地缘因素影响，“国产替代”成为明确的产业方向。 公司作为本土机器视觉领先企业，紧抓这一历史机遇，重点面向过去由海外同行垄断的应用环节提供替代方案。例如在消费电子装配检测领域，公司推出的视觉系统已经成功进入头部客户产线，实现对部分进口产品的替代；在半导体封测、汽车零部件检测等领域，公司也取得了突破性的客户进展。由于国内客户对响应速度和本地服务的要求更高，公司本土化优势明显，再加上性价比和定制化灵活性的优势，使得国产机器视觉方案日益受到欢迎。 随着“国产替代”进程的深入和本土供应商技术能力的增强，国产替代比例正逐年提高，显示出国内市场广阔的增长潜力。 问题5：除了工业制造领域外，公司是否有人形机器人领域拓展规划？ 回答：随着技术和市场的演进，公司也在积极探索更广泛的新兴领域对视觉技术的需求。其中既包括对现有工业领域更深层次、更全面的渗透，也包括向泛工业、消费级产业的拓展。公司充分发挥在工业机器人领域长期积累的经验和技術优势，关注人形机器人等新兴热点领域对机器视觉的需求。公司已经基于自身成熟的 3D 视觉（如结构光、TOF 等）和 AI 算法技术，以及目前成熟的核心传统视觉模组产品能力，着手研发面向人形机器人等新型终端的视觉模组和解决方案。在这一过程中，公司保持理性和克制，审慎评估市场成熟度和商业可行性，将相关研发定位为前瞻性布局，适度介入人形机器人视觉等话题领域。 管理层认为，人形机器人尚处于发展初期，短期内难以形成大规模市场，但视觉作为机器人感知的关键技术，公司进行预研有助于提前占据技术制高点。一旦未来条件成熟，公司可以凭借过去在工业机器人、协作机器人、应用场景辅助机器人的应用积累，提前布局迅速推出契合市场需求的产品。 问题6：公司海外市场开拓的必要性与进展？ 回答：开拓海外不仅直接带来新增市场空间，更能够对标国际一流竞争对手，提升自身技术和产品的竞争力。目前，海外发达国家和地区的自动化程度普遍较高，各产业链和生产环节相对标准化且成熟。公司通过组建专业的全球服务团队、积极与当地有影响力的企业建立战略合作伙伴关系、打造符合当地特色的本土化服务体系，持续在欧洲、东亚、东南亚等地拓展业务。 通过上述措施，公司既能服务当地客户、参与国际竞争，又能与国
--	--

	际领先视觉企业对标，发现差距并改进技术。同时，公司在海外项目中接触到高标准应用需求和复杂场景，这有助于锻炼团队并催生新的产品创意。当国内客户有更高要求或面临进口替代场景时，公司可凭海外经验提供本土方案实现替代，为国内业务升级提供支撑，确保公司在国产替代进程中的技术领先。 问题7：公司 AI 产品与解决方案主要应用于哪些行业？ 回答：公司的 AI 产品与解决方案已深度应用于新能源、3C 电子、半导体等高端制造领域，2024 年实施规模以上项目数百个，检测产品数十亿件。 （1）3C 行业，公司研发高精度、高可信的 AI 解决方案，覆盖手机制造中屏幕、组装、电子回收等广泛工艺流程，在侧壁小孔、通孔的刀纹、未见光、划伤以及音圈马达表面压伤等缺陷检测中，精准率远超行业标准。在手机、耳机的胶路复检项目中，借助于高质量图像生成技术，仅需 15 张图像即可生成大批高质量的缺陷图像数据，生成精度控制到 3 pixel，误检率控制到 0.1%以下。 （2）锂电行业，公司推出行业通用 AI 模型，实现对锂电卷绕、切叠等主流工艺关键工序的高速自适应通用检测。面向锂电前道工序（涂布、分条、模切等），公司提供开箱即用的高速高精度工业视觉方案；针对形态多样的中后道工序（焊接、包装、入壳）等，公司研发自适应迁移学习技术，助力产线换型时 AI 项目实施周期缩短 40%。 （3）半导体行业，面向 12 英寸晶圆，可实现精准快速的 AOI 检测与计数，检测项覆盖了脏污、刮伤等 16 项缺陷类型，检测精度达微米级。对多达 60 万颗晶粒进行精准计数和分类可视化，整体视觉处理时间低于 30 秒，漏检率为 0.1%、误检率为 2%。极大提升检测效率、节约人力成本。 （4）其他行业，公司的 AI 技术还应用到物流、交通、医疗等多个领域，例如，在物流行业，助力分拣系统实现每小时 1518 件包裹的精准检测，抓取成功率 100%，上双率低至 0.01%。 问题8：公司今年的市场规划？ 回答：（1）优化客户结构：对于大行业战略大客户，采用直销模式，提供全面的解决方案，以深度满足其技术需求，提升公司技术实力并实现规模效应；对中小型客户，探索经销模式，提供标准化产品及方案，通过较低增量投入扩大市场覆盖面； （2）市场领域拓展：在巩固现有的 3C 电子、锂电等领域客户的基
--	--

	础上，积极把握半导体、汽车等行业的国产替代机遇，进一步拓展市场空间； （3）海外市场布局：进一步强化和深耕国内市场的同时，积极开拓欧洲、东亚、东南亚等海外市场，提升国际化经营能力和品牌知名度； （4）销售渠道与生态建设：加大标准产品销售，拓宽销售渠道。通过生态合作模式链接行业伙伴，实现资源共享与协同发展； （5）工业 AI 技术驱动：依托工业 AI 技术进步，推动了多场景应用方案落地，持续拓展市场空间。
说明	投资者接待活动过程中，公司管理层积极回复投资者提出的问题，回复的内容符合公司《信息披露管理制度》等文件的规定，回复的信息真实、准确，不涉及应当披露的重大信息。
附件清单（如有）	无