浙江蓝特光学股份有限公司 关于上海证券交易所《关于对浙江蓝特光学 股份有限公司 2022 年年度报告的 事后审核问询函》的回复公告

事后审核问询函》的回复公告
本公司董事会及全体董事保证本公告内容不存在任何虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏,并对其内容的真实性、佛酷性和完整性依法承担法律责任。
浙江蓝特光学股份有限公司以下简称"临特光学"、"上市公司"、"公司")于2023年5月收到上海证券交易所出具的《关于对浙江蓝特光学股份有限公司2022年年度报告的事后审核问询函》(上证新设置公司402310469(以以下简称(间)的原义),公司学家联合证券有限员任公司以下简称"保存机构"),大健会计师事务所、特殊普通合伙,(以下简称"高特光学"),就《问询函》中各问题核查落实,现将有关问题包发如下:
问题 1.关于业绩下滑
年报显示,报告期公司实现营业收入 3.80 亿元,同比下降 8.45%;归母净利润 9.606.84 万元,同比下降 31.38%。收入方面分产品看,光学核输产品销售收入 1.41 亿元,同比下降 38.84%。披露非球面泛镜等品销增收入 6.41 亿元,同比下降 38.84%。披露非球面泛镜等品销增收入 1.56 亿元,同比下降 38.84%。按第55%;分地区看,国内销售收入 1.24 亿元,同比下降 38.84%。按重非实在 5.55%;分地区看,国内销售收入 2.42 亿元,同比下降 38.6%。应用比上下降 5.91%。玻璃温度产品销售收入 0.41 亿元,同比下降 13.39%。2022年公司前五大客户中第一二、第五大客户分影增客户,根据 2023年一季报,报告部公司实理是业业收入 8.553.31 万元,同比下降 4.62%,归母净利润 479.67 万元,同比下降 77.72%,扣非归母净利润—139.95 万元,同比由盈转亏, 1940年(11年),对单表版方式等,该明公司国内外收入结构存在差异的原因。(31 区分产品,分别按露国内、国外的收入结构及企业等,该明公司国内外收入结构存在差异的原因。(31 区分产品,分别按查自时企可比公司的收入变对情况是否存在较大差异,若是,请走一步识明原因及合理性。(4) 结合收入结构、并和率,则而使用等,分析一季度业绩下滑的原因,并结合在手订单情况,说明业绩下滑是否具有特殊性。

一、问题回复 (一)区分地区,分别披露前五大客户情况,说明前五大客户变动的原因

1、境内	销售情况 正大客户基本情	况		•
客户集团	信用期	2022 年末余額(万元)	截至 2023 年 4 月 情况(万元)	30 日回款 信用期是否变动
客户 A	90 天	581.58	581.58	否
客户 B	105 天	1,281.03	1,281.03	否
客户C	90 天	614.87	614.87	否
客户 D	60 天	251.10	251.10	否
客户E	120 天	182.86	166.13	否
		1,公司前五大客户回款情况 所致,截至2023年5月12日		

对方承	至 2023 年 4 万 50 日,公 兑汇票未及时申请所致,)前五大客户变动情况	或至 2023 年 5 月 12 E	日,公司已收到其回款。	<u> </u>
序号	客户名称	收入(万元)	主要销售产品	应用场景
2022 年	度			
1	客户 A	4,992.09	光学棱镜	望远镜
2	客户 B	1,927.79	非球面透镜	车载镜头
3	客户C	1,471.46	非球面透镜	车载镜头
4	客户 D	1,010.30	非球面透镜	安防镜头
5	客户E	816.30	光学棱镜	望远镜
小计		10,217.94		
2021年	度			·
1	客户 A	5,325.28	光学棱镜	望远镜
2	客户 C	1,585.45	非球面透镜	车载镜头
3	客户F	1,282.23	光学棱镜	瞄准镜
4	客户 D	1.215.14	非球面诱输	安防镰头

内销前五大客户中、除客户 B 和客户 F 外,其余客户较为稳定。客户 B2022 年销售额上升,主要系客户 B2022 年度 b8结构调整。大力扩展车载业务。故向本公司采购了较多玻璃非球面透镜。客户 F2022 年销售额下降,主要系 2021 年成像棱镜终端市场需求旺盛、客户 F 备货较多;2022 年成像棱镜绕端市场需求回路、客户 F 以消化 2021 年备货为主,向公司采购有所下降。

光学棱镜

望远镜

939.33

10,347.43

客户E

(1)前五大客户基本情况表						
客户名称	信用期	2022 年末余額 (万元)	截至 2023 年 4 月 30 日回款情况(万元)	信 用 期 是 否 变动		
客户G	30 天	570.58	570.58	否		
客户H	120天	699.04	699.04	是		
客户I	45 天、90 天	75.54	75.54	否		
客户J	60 天	172.29	172.29	否		
客户K	60 天	40.78	40.78	否		

注:客户 H2022 年信用期由 60 天调整到 120 天,系对方出于内部采购管理原因提出了纸长信期的要求,公司基于长期合作,维护客户关系,对方历史回款情记较好等因素同意延长信用期的要求由上表可知,截至 2023 年 4 月 30 日,公司前五大客户回款情况良好,不存在逾期情形。(2)外销能万大客户率水陆尽

(2)	外钥削五大各尸变动情况					
序号	客户名称	收入(万元)	主要销售产品	主要应用场景		
2022 年度						
1	客户G	4,129.99	非球面透镜	车载镜头		
2	客户H	2,630.46	玻璃晶圆	半导体、AR		
3	客户I	2,189.41	光学棱镜	智能手机		
4	客户J	1,890.23	光学棱镜	望远镜		
5	客户K	551.33	玻璃晶圆	半导体、AR		
小计		11,391.42				
2021 年度						
1	客户I	8,143.41	光学棱镜	智能手机		
2	客户H	3,292.54	玻璃晶圆	半导体、AR		
3	客户J	1,900.50	光学棱镜	望远镜		
4	客户L	599.22	其他	光学仪器		
5	客户K	322.77	玻璃晶圆	半导体、AR		
小计		14,258.44				

外销前五大客户中,除客户1.客户6.客户 L外,其余客户较为稳定。客户12022年销售额下降较多.主要系由于终端产品技术更迭及设计方案变更,对方采购需求下降所致。客户6.主要从事车载镜头组装业务,存在向公司采购玻璃非球面透镜的需求。2021年、公司与该客户建立合作关系,并于当年9月份开始向其销售;由于公司产品质量较好、2022年双方合作规模进一步扩大,销售额及余额增加较多。客户1.地处白俄罗斯,2022年、安税岛战争的影响,该客户来晚量有所减少(二)区分产品,分别披露国内、国外的收入结构及其变动情况,并结合国内外市场需求,竞争格局、主要客户分布、公司销售策略、订单获取方式等,说即公司国内外收入结构存在差异的原因2022年公司销售中内销占比63.96%、较 2021年内销占比61.54%增长了2.42个百分点;外销占1.内销物收入结构及其变动情况,

项目	2022 年度		2021 年度		
	收人	占比	收人	占比	
玻璃晶圆	608.74	2.49%	246.95	0.96%	
非球面透镜	10,688.65	43.79%	9,297.68	36.06%	
光学棱镜	10,968.12	44.94%	13,809.66	53.55%	
其他	2,142.63	8.78%	2,433.01	9.43%	
小计	24,408.14	100.00%	25,787.30	100.00%	

2022年相比较 2021年,内销收人中非球面透镜销售占比增加,主要系下游车载镜头需求向好, 球面透镜销售增加所致,光学核镜销售占比减少,主要系 2022年下半年成像核镜终端市场需求回落 订单减少所致。

2、外销的收入结 单位:万元	构及其变动情况					
項目	2022 年度		2021 年度	2021 年度		
视日	收入	占比	收人	占比		
玻璃晶圆	3,535.25	25.94%	4,140.51	26.31%		
非球面透镜	5,087.79	37.33%	615.41	3.91%		
光学棱镜	3,147.93	23.10%	9,271.11	58.92%		
其他	1,856.55	13.62%	1,708.22	10.86%		
小计	13,627.52	100.00%	15,735.25	100.00%		

相比 2021 年、2022 年外轉收人中光学棱镜占比下降较多。非球面透镜占比上升。光学棱镜占比下降主要系由于终端产品技术更选及设计方案变更、公司光学棱镜中比系核镜收入相应下降所致;非球面透镜的目比大幅上升主要系系户 6 影响,该客户系 2021 年新开发客户。2022 年合作规模进一步扩大。销售额大届增加。
3.结合国内外市场需求、竞争格局、主要客户分布、公司销售策略、订单获取方式等,说明公司国内外收入结构存在差异的原因,从产品结构来看。2022 年,境内收入中占比较高的主要为非球面透镜和光学棱镜上选两项业务占境内收入的比例合计超过 85%。而玻璃晶圆的光学棱镜产。49%,1线外收入中丰球商透镜占比为37.33%,系收入占比最高的产品,但玻璃晶圆和光学棱镜产品也是境外收入的重要构成部分,两类业务收入占比最超过 20%。从它上最高的产品,但玻璃晶圆和光学棱镜产品也是境外收入的重要构成部分,两类业务收入占比最高的产品,但玻璃晶圆和光学棱镜产品也是境外收入的重要构成部分,两类业务收入占比最高的产品,但玻璃晶圆和光学棱镜产品也是境外收入的重要构成部分,两类业务收入由扩贴超过 20%。从客户结构来看。2022 年、公司境内收入为 24.408.14 万元,其中前五大客户收入台户金额为 11.391.42 万元,占境外收入的比例为 41.86%,境外收入为 33.67.52 万元,其中前五大客户收入台上企业分析以有比小于境外的特征。上述两类收入大量资本进行市场转节时,境外对于 AR、VR 领域上游客和实际上面内或上部市场并未从横应用,产业径企业需要投入大量资本进行市场等时,境外对于 AR、VR 领域、境外企业起步相对较早,国内内等企产主要集中在华东及西南地区、大客户主要发入了上水后,或目和传递上游客部件的需求高于境内,进而使得上市公司玻璃晶圆主要销往境外。
(2)主要各个分子是,公司内销客户主要处于在华东及西南地区、大客户主要为客户 A 及客户 B、 其中,客户4 主要生产效商型压镜、器体管、夜视镜等,在型还镜设计上还企业分别为智慧率载系统、4ARVR 领域,消费电子领域,型面传统的上途界上来传入电台上,是还是外域为其上现的主线,则或是在外域,从中政策和企业,或目和同时的上途并之等等部件的需求,进行的是公司的外域,人也比如其对较高。(3)竞争格局差异、长期以来全球光学元件中产的特殊,从市技术高,共和前途由上途,并使用的特益,从主张,并使产品的一种技术,使用处于该多类。并使用的特殊,从电比系统列线,使使 达国家。伴随着经济全球化、发达国家光电产业结构调整的加快以及中国制造业的崛起,全球光学元件产品订单和制造业正逐渐向中国大陆地区转移,推动了我国光学元件行业的持续、快速发展,并使

得境外光学产业向其龙头厂商集中。受此影响,上市公司境内外客户结构呈现出内销收入高于外销收入,外销客户销售更为集中的的情况。 除上述因素外,上市公司均主要通过专业展会、论坛、他人介绍等方式获取订单,并通过直销模式进行销售。因此、公司销售策略、订单抵取方式不是影响境内外收入结构差异的主要原因。综上所述、公司国内外收入结构存在差异具有合理性。(三)区分产品,分别比较公司与同行业可比公司的收入变动情况是否存在较大差异,若是,请进一步说明原因及合理性 1、上市公司各类型产品收入变动情况 上市公司 2020 年—2022 年主营业务收入中,各产品收入变动情况如下表所示:单位,万元

平匹:万九					
产品类型	2022 年度		2021 年度		2020 年度
) 1000/92	金額	变动率	金額	变动率	金额
光学棱镜	14,116.05	-38.84%	23,080.77	-22.06%	29,615.27
玻璃非球面透镜	15,776.44	59.15%	9,913.09	74.08%	5,694.59
玻璃晶圆	4,143.99	-5.55%	4,387.46	-16.07%	5,227.75
汽车后视镜	-	-	135.21	-37.20%	215.30
其他	3,821.66	-3.43%	3,957.25	28.61%	3,076.86
合计	37,858.14	-8.72%	41,473.78	-5.38%	43,829.76
注:汽车后视镜收入			司业务发展规划	中的主要业务	类型。因此,从

2 年升始, 汽车后飛線队入划分在其他条别中。 2、同行业可比公司各条型产品收入变动情况 同行业可比公司水晶光电, 五方光电, 美迪凯 2020 年-2022 年各产品收入变动情况: 自行业可比公司水晶光电, 五方光电, 美迪凯 2020 年-2022 年各产品收入变动情况:

単位:万元					
水晶光电	2022 年度		2021 年度		2020 年度
产品类型	金额	变动率	金額	变动率	金額
光学元器件	201,970.29	-4.83%	212,213.79	3.13%	205,778.15
半导体光学	28,848.41	-9.83%	31,994.70	-28.06%	44,475.57
薄膜光学面板	157,007.10	64.52%	95,431.92	121.38%	43,107.40
汽车电子(AR+)	18,874.93	55.40%	12,146.33	95.28%	6,219.82
反光材料	27,560.79	6.52%	25,872.71	37.06%	18,877.42
其他业务收入	3,289.85	0.34%	3,278.76	-15.59%	3,884.28
合计	437,551.37	14.86%	380,938.21	18.18%	322,342.64
五方光电	2022 年度		2021 年度		2020 年度
产品类型	金额	变动率	金額	变动率	金額
红外截止滤光片	93,967.72	28.44%	73,159.52	28.70%	56,844.46
生物识别滤光片	7,887.58	69.42%	4,655.77	193.95%	1,583.88
其他	1,086.85	10.24%	985.90	131.36%	426.13
合计	102,942.16	30.64%	78,801.19	33.89%	58,854.47
美迪凯	2022 年度		2021 年度		2020 年度
产品类型	金额	变动率	金額	变动率	金額
半导体零部件及精密加工服 务	18,710.43	-14.16%	21,796.54	36.03%	16,023.38
生物识别零部件及精密加工 服务	2,689.24	-60.20%	6,756.94	-55.04%	15,029.64
精密光学零部件	11,155.22	-3.48%	11,557.61	11.20%	10,393.22
光学半导体	5,439.49	198.98%	1,819.32	-	-
半导体封測	230.38	-	-	-	-
AR/MR 光学零部件精密加工 服务	925.51	160.39%	355.43	123.44%	159.07
其他	1,292.93	19.20%	1,084.67	104.53%	530.33
合计	40,443.21	-6.75%	43,370.51	2.93%	42,135.64

3.上市公司与同行业可比公司的收入变动情况比较 2022年,上市公司光学楼镜,玻璃非球面透镜收入金额变对较大,其中光学楼镜收入金额下降 8.964.72 万元,降辐 38.84%;玻璃非球面透镜收入金额上升 5.863.35 万元,增幅 59.15%,两者共同作 用,使得当年收入下降 3.615.64 万元,除幅 8.72%。 上市公司与同行业可比公司收入变动情况及比较分析具体如下:

单位:万元					
公司名称	2022 年度		与上市公司变动率差异分析		
Z H-DW	金額 变动率				
水晶光电	437,551.37	14.86%	变动率差异较大,系整体产品类型不同。具体而言,上市公司专注于光学元件中的玻璃相关加工产品领域,水晶光电除光学冷加工产品外,产品还包含较多的薄膜产品等。		
五方光电	102,942.16	30.64%	变动率差异较大,系整体产品类型不同。具体而言,五方光电主要产品为红外截止滤光片,产品构成及细分领域与上市公司有所不同。		
美迪凯	40,443.21	-6.75%	变动率基本一致。		
蓝特光学	37,858.14	-8.72%	-		
同行业可比公司与上市公司营业收入变动存在差异,主要系产品类型不同所致。从细分产品类型					

即11 年刊に公中与上甲公中富业収入及效用存住差异,主要条产品类型不同所致。从细分产品类型来看,光学核像系列产品与美迪凯生物识则零都件具备一定的可比性、下游应用为包含手机入脸识别,满型式镜头等领域。玻璃丰球而透镜产品主要应用于高清安防监控、车载镜头等。以及激光器、测理仪等仪器仪表镜域、与成是光电汽车中子(AR+)相比处于可比范围、上述两类细分产品与上市公司细分产品收入变动情况及比较分析具体如下:

产品名称	2022 年度		与上市公司变动率差异分析	
) 00-43-95	金额	变动率	一旦工作公司交易十条并为利	
美迪凯的生物识别零部件及精密加工服 务	2,689.24	-60.20%	趋勢一致,变动率存在差异。美迪凯生 物识别零部件主要应用领域为手机人 脸识别、潜望式镜头等消费电子领域,	
蓝特光学的光学棱镜	14,116.05	-38.84%	因下游需求变更性得收人下降较多; 上市公司光学棱镜收入下降,去要病 应用于手机人脸识别领域的长条棱镜 收入下降,而成像棱镜等其他光学棱 镜产品收入未出现明显下降。因此,上 市公司收入下降的比例低于美油凯。	
水晶光电的汽车电子(AR+)	18,874.93	55.40%	变动率基本一致。	
蓝特光学的玻璃非球面透镜	15,776.44	59.15%		

(四)结合收入结构、毛利率、期间费用等,分析一季度业绩下滑的原因,并结合在手订单情况,说明业绩下滑是否具有转接性 1.结合收入结构、毛利率、期间费用等,分析一季度业绩下滑的原因 上市公司 2023 年一季度主营业务收入中,各产品收入、成本、毛利率变对情况如下表所示: 值价、万元

产品类型	收入		毛利率	
) 四兴至	金额	变动率	数值	变动
光学棱镜	2,114.61	-50.58%	40.16%	下降 8.86 个百分点
玻璃非球面透镜	4,427.67	45.38%	32.39%	下降 6.28 个百分点
玻璃晶圆	922.77	1.70%	0.07%	下降 14.84 个百分点
其他	983.23	35.97%	23.68%	下降 31.16 个百分点
合计	8,448.28	-5.66%	29.79%	下降 12.72 个百分点

注:上表中变动率系指 2023 年一季度金额较 2022 年一季度金额的变动情况。 上市公司 2023 年一季度期间费用变动情况如下表所示: 单位: 7元						
项目	2023年一季度	2022 年一季度	增长率			
管理费用	962.15	721.85	33.29%			
销售费用	141.92	144.71	-1.93%			
研发费用	1,738.72	1,160.33	49.85%			
合计	2,842.78	2,026.88	40.25%			

2023年一季度,上市公司业绩下滑主要受收入下降,毛利率下降和期间费用增加等因素共同作用所致,具体分析如下: (1)收入下降。2023年一季度,上市公司主要产品光学稜镜收入下滑50.58%,玻璃非球面透镜收入上升45.38%,共同作用使得当期收入下降5.666%。 (2)毛利率下降。受市场竞争加剧、产品结构变动,收入下滑但折旧费用等固定支出并未随之下降等因素的影响,上市公司各类型产品毛利率均存在不同程度的下滑,进而使得当期毛利率下降12.72

等因素的影响,上市公司各类型产品毛利率均存在不同程度的下滑,进而使得当斯毛利率下降 12.72 个百分点。
市公司根源则增用增加。 考虑到设备采购存在周期 设备调试需要时间,产能需要提前储备等因素,上市公司根据项目进度要求,在量产前采购了部分设备。相关设备于 2022 年 4 季度到 "并调试完成,达到预定可使用状态。根据(企业会计准则第 4 号——固定资产)第十八条。固定资产应当接了并遗产成成,达到预定可使用状态。根据(企业会计准则第 4 号——固定资产)第十八条。固定资产应当接了非提折旧,并根据用途计入相关资产的放本或者当期损益。在项目并始量产制,因为设备智术为生产而服务,因此实务中过最的时间比增长了 33.29%。随着对应项目进入八址量生产阶段,上述设备折旧已计入生产多度主要捐间比增长了 33.29%。随着对应项目进入八址量生产阶段,上述设备折旧已计入生产表达率。间时,受新型微核预加工技术研发项目特质研发投入的影响,当期研发费用增长 49.85%—但随着新型微核核加工技术研发项目制则相对是大小规定和目标实形发发入的影响,当期研发费用增长 49.85%—但随着新型微核核加工技术研发项目制度和设定,有扩发费用较 2022 年有所下降;上述因素共同作用使得当期期间费用增长了 40.25%—2 年全年研发费用较 2022 年有所下降;上述因素共同作用使得当期期间费用增长了 40.25%—2023 年全年研发费用较 2022 年有所下降;上述因素共同作用使有当期间的表别,在手订单包括玻璃非实相遗镜、玻璃温圈及光学核镜产品,第问订单主要系光学核镜产品,于微时通过,这时间,是不是一个现代的工程,不是一个现代的工程,从当时间,以为于2023 年(月份正式量产,预计可以分析,以为计划的工程,从当于2023 年(月份正式量产,预计)2023 年全年将继续保持增长,因此全年来看业线相比上年持续下滑的可能性较小。上核查意则

二、核查意见

三、核查意见

经核查、保养机构和会计师认为;
(一)内外销前五大客户变动具有合理性;
(二)公司国内外收 法特构在在差异具有合理性;
(二)公司国内外收 法特构在在差异具有合理性;
(二)公司与同行业可比公司营业收入变动存在一定的差异,具有合理原因;从细分产品类型来
看、公司与同行业可比公司营业收入变动存在一定的差异,具有合理原因;从细分产品类型来
看、公司与同行业可比公司营业等、得其备合理原因;上市公司目前在于及意向订单储备情况良好,受主要
项目产品微棱镜量产时间因素影响,预计 2023 年上半年上市公司业绩仍将承压,可能存在同比下滑的风险。但处全年来看业绩相比上年并等下滑的同性较小。
问题 2.关于毛利率变动
年报显示,报告职公司毛利率 37.41%,同比减少 14.64 个百分点,分产品看,光学棱镜产品毛利率
44.68%,同比减少 13.47 个百分点。玻璃非球面透镜产品毛利率 38.87%。同比减少 0.70 个百分点,玻璃 温圆产品毛利率 10.35%。 同比减少 2.84 个百分点,分地収至 国内射销售毛利率 42.74%,毛利率同比减少 4.22 个百分点,国外销售毛利率 27.94%,同比减少 26.67 个百分点。
请公司;(1)就允学校镇业务、玻璃届组业务、分别说明报告期毛利率大幅下降的原因,与下济市场需求变任、合同执行情况等,说明玻璃晶圆 外销售毛利率转低的原因及合理性。(2)结合下游市场需求变任、合同执行情况等,说明玻璃晶圆外销售毛利率同比大幅下滑的原因。(3)被露出外销售前五大合同的基本内客,长行语况等,说明玻璃晶圆外销售毛利率同比大幅下滑的原因。(3)被露出外销售前五大台间的基本内客。毛利率,并各占上涨情况、说明国外销售毛利率同比大幅下滑的原因,经常形成,是否充分揭示相关风险。请保存机构,会计师核查并发表明确定到,

请保存机构、会计即核查并发表明确意见。 一、问题问复 (一)就光学核镜业务、玻璃品圆业务、分别说明报告期毛利率大幅下降的原因,与下游市场需求 变化是否一变、披露毛利率相对较低合同的基本内容、执行情况、与整体毛利率的差异等,并分析上述 台同毛利率较低的原因及合理性 1、光学核镜、玻璃晶圆业务 2021 年和 2022 年收入及毛利率情况,与下游市场需求变化一致 单位;万元

平位:77元						
项目	2022 年度		2021 年度			
- 横日	收人	毛利率	收人	毛利率		
光学棱镜	14,116.05	44.68%	23,080.77	58.15%		
其中:长条棱镜	1,222.25	20.09%	7,274.06	70.66%		
成像棱镜等其他棱镜产品	12,893.80	47.02%	15,806.71	52.39%		
玻璃晶圆	4 143 99	10.35%	4 387 46	36.19%		

(1) 光字核镜业务 由上表可见,光学核镜业务 2022 年销售额和毛利率大幅下降主要系长条核镜产品销售额及毛利下降所致,同时,成像核镜等其他核镜产品本期销售额和毛利率也有所下降。 长条核镜本期销售额和毛利率均大幅下降主要系客户1的长条核镜产品销售额下降所致,由于受下游市场的终端产品的迭代影响。原终端产品接近生命周期尾声所致,公司与客户1长条核镜的产销量大幅下降,5下游市场需求变化一致。毛利率大幅下降主要系产量大幅下降的情况下,人工,折旧、水电等成本占比增加所致。

量大幅下降,手下游市场需求变化一致。毛利率大幅下降主要系产量大幅下降的简允下,人上,初口、水电等成本占比增加所致。
成像核镜等核镜。品本期销售额和毛利率也有所下降主要原因系成像核镜受下游市场需求放缓影响,销售额出现了一定幅度下降。毛利率下降系成像核镜产品本期收入下降。固定成本分摊增加所致。综上、公司光学核域少多本期毛利学大幅下降于济市场需求变化一致。
(2)玻璃品圆产品主要包含显示玻璃品圆、衬底玻璃品圆及深加工玻璃品圆等类型,其中显示玻璃品圆再裁剪切割后可制成、AR光波导。最终用作AR 镜片材料;衬底玻璃品圆产品主要用在半导体后前加工的封装工序中,最终应用于消费电子产品、深加工玻璃品圆产品主要用在半导体后前加工的封装工序中,最终应用于消费电子产品、深加工玻璃品圆产品主要用在半导体后前加工的封装工序中,最终应用于消费电子产品、深加工玻璃品圆产品主持续增加投入,加大玻璃品圆试制力度,导致人工、折日、水电等成本上升。

信息披露DISCLOSURE

2022 年,全球智能终端市场需求低速、智能手机、智能手表、笔记本电脑、平板电脑、VR/AR等市场規模涨跌不一、智能手机、笔记本电脑、VR/AR等品类末能的疾距增长、出货量在低位徘徊。受限于下游市场需求变化及订单量、公司 2022 年度玻璃品剧。"销量有所下降,使得本期毛利率下降。2、光学核镜业务、玻璃品剧业务毛利单相对教陈台间的执行情况。本期光学核镜业务、玻璃品剧业务的主要客户、产品较上年度无重大变化、毛利率相对教低主要系令本期产量下降影响、单位成本上升所载。 光学核镜业务、玻璃品剧业务本期实现收入金额大于100 万元的客户(占光学核镜业务、玻璃品剧业务本期实现收入金额大于100 万元的客户(占光学核镜业务、玻璃品剧业务本期实现收入金额大于100 万元的客户(占光学核镜业务、玻璃品剧业务本期营业收入的 90.38%)中,其订单/台同中毛利率低于总体毛利率 20%以上的主要订单/台同汇总情况如下:单位、万元

育傷内容 销售金额 客户 应用场景 丁草 获取 数人确认方式及时点 与整体毛列 同是否存在	平12:	:///L						
光 学 枝 成 - 长 条 1,208.02 客户 I 智能 手 机 商务治读 海 B 1,208.02 客户 I 智能 手 机 商务治读 遊 公司刘公司提货,公 - 22.25% 百多治读 遊 公司公司以市 接货。	消售内容	销售金额	客户	应用场景		收人确认方式及时点		同是否存在
坡 璃 晶圆 - 深加 317.67 客户 I 下在 LOGO 图 6 分方式出口。公司以产品或粮基出口或单作为粮水桶以时点,在取得品额 8 形式 4 服地 打投 图 4 服地 5 水水水桶以时点,在取得运搬车车车的产品出现 4 服装 电 爆性 空运为	施 - 长条	1,208.02	客户Ⅰ		商务洽谈	方式出口。货物完成后, 由客户通知其委托的物 流公司到公司提货,公 司交货给客户委托的物 流公司,并取得确认单	-22.25%	否
大地子 川州 八九八	圆 = 深加 工玻璃晶	317.67	客户I	照地灯投	商务洽谈	货)方式出口。公司以产 品完成报关出口。岸作 为收入确认时点,在取 得经海关审验的产品出	-132.08%	否

客户1光学楼镜产品合同毛利率较低主要系受下游市场的浆端产品的迭代影响、相关产品长条楼镜的销售量出现明显下降、而分摊的折旧等固定成本并不能超之下降、导致毛利率水平下降明显。客户1玻璃品圆合品毛利率较低主要系突加工玻璃品圆产品前道生产工户与长条楼镜产品共用产线(车间),其成本归集分配方式如下;(1)直接材料,按照车间设置辅助明班进行归集,其中专用材料直接的定价全强对应产品。共相材本在各产品之间按各产品的标准材料建构分配;(2)直接人工;按照车间设置辅助明班进行归集。各车间请整为工在各产品之间按各产品的数量及理论工费单耗进行分配;(3)制造费用;按照车间设置辅助明班进行归集。各车间制造费用除外协加工费等直接指定分配对合成水,其他制造费用在各产品之间按各产品创造费用除外协加工费等直接指定分配对合成本外,其他制造费用在各产品之间按各产品数量及理论工费单耗进行分配。本期长条榜键产品产量和转取加工玻璃品圆产品的产量为出现下滑,且深加工玻璃品圆产品的产量产滑端度小于长条核镀产品产量和转取加工玻璃品圆产品的产量为出现下滑,且深加工玻璃品圆产品的产品产品产品的产品等。

毕证:刀儿					
项目	2022 年度		2021 年度		
	收入	毛利率	收入	毛利率	
玻璃晶圆	4,143.99	10.35%	4,387.46	36.19%	
其中:显示玻璃晶圆	1,143.13	31.28%	1,672.33	47.25%	
衬底玻璃晶圆	2,647.88	23.10%	2,021.02	34.93%	
深加工玻璃晶圆	352.98	-153.07%	694.11	13.22%	

项目	2022 年度				2021 年度		
坝日		收入 毛利率		收入	毛利率		
外销	13,627.52 27.94%			15,735.25	54.61%		
2、国外销售前五大合同具体内容如下:							
序号	客户			销售内容		签订时间	
1	客户 G			玻璃非球面透镜		2022/12/17	
2	客户G			玻璃非球面透镜 202		2022/12/17	
3	客户G			玻璃非球面透镜		2022/9/16	
4	客户G			玻璃非球面透镜		2022/8/10	
5	客户G			玻璃非球	面透镜	2022/3/23	
由上表可见, 本期国外销售前五大合同对应的客户均为客户 G, 对应的产品为玻璃非球面透镜产品。							

2021年的1.16%上升至30.30%。成为公司2022年度外销第一大客户。公司在该客户的产品定价时, 综合考虑了客户所处车载镜头市场的发展前景、客户市场地位和未来的合作潜力。2022年该客户的毛 利率低于外销收入平均毛利率水平,其在外销收入中占比的上升是国外销售毛利率水平下降的主要 原以之一。 此外,由于受下游市场的终端产品迭代影响,公司光学棱镜中的长条棱镜产品收入由2021年度的7.274.06万元下降至1.222.25万元,其毛利率也因此大幅下滑,该产品是公司对外销客户1销售的主要产品,其占外销收入比例和产品毛利率的下降也是公司2022年国外销售毛利率下降的主要原因

。 (四)区分产品,分别比较公司与同行业可比公司的毛利率水平及变动方向的差异及原因 1、综合毛利率比较情况分析 2021年度至2023年1-3月,公司与同行业可比公司的综合毛利率情况如下:

	同行业可比公司	证券代码	2023年1-3月	2022 年度	2021 年度	
	水晶光电	002273.SZ	24.36%	26.90%	23.81%	
	五方光电	002962.SZ	18.96%	15.73%	22.29%	
	美迪凯	688079.SH	30.97%	36.29%	50.24%	
	平均		24.77%	26.30%	32.11%	
	公司	688127.SH	30.44%	37.61%	50.06%	
ì	公司与同行业可比公司平均毛利率相比总体呈现下降趋势、变动趋势一致、公司毛利率水平与美迪凯较为接近。可比公司水晶光电的毛利率低于公司、主要系水晶光电除光学冷加工产品外还包括较					

迪凯较为接近。可比公司水晶光电的毛利率低于公司,主要系水晶光电除光学冷加工产品外还包括较多镀膜产品,而公司专注于光学元件中的玻璃相关加工产品领域,产品构成及细分领域有所不同。五方光电在2022年度和2023年一季度综合毛利率低于公司友同行业可比公司平均水平、主要系五方光电的产品种类以滤光片为主。成本大幅上与导致其毛利率下滑较为明显。而公司的主要产品是光学楼镜,玻璃目球面透镜,玻璃晶圆等,一大型,从业务板块和产品类别来看,公司产品商盖光学楼镜,玻璃非球面透镜,玻璃晶圆等三大类别、小空品具有非标准、定制化品类多的转点,整体来设计以公司中与公司产品在类型、规格、性能、用、途方面均存在差异。具有直接竞争关系的产品较少。综合以上因素,公司在综合毛利率方面与同行业上市公司可比性用对较烈。或体高于同行业可比公司毛利率平均水平。2分产品毛利率比较情况分析。

报告期内,公司分产品的毛利率情况如下:

ナ 映像棱镜及微棱镜等类型,其中光 泛应用于智能手机潜望式镜头等消

公司	产品	2022 年度	2021 年度			
55.41) 101	毛利率	同比	毛利率		
美迪凯	生物识别零部件及精密加 工服务	64.49%	-2.05%	66.54%		
蓝特光学	光学棱镜	44.68%	-13.47%	58.15%		
2021年及2022年,公司光学楼镜毛利率有所下降低于可比公司,主要系两者产品有所差异,同时长条棱镜项目受终端产品技术更迭及产品技术变更影响,销量有所下降固定成本不变,导致毛利率有所下降。成像棱镜受市场需求放缓影响,出货量也出现了一定幅度下降;受下游市场需求发生变化的影响。同行中印比公司的智能手机光学等部件的毛利率均有所下降。公司玻璃非球面透镜产品主要应用于高清安防监控、车载镜头等,以及激光器、测距仪等仪器仪表铜级。与同行业可比公司的同类产品对比,玻璃非球面透镜产品与水晶光电汽车电子(AR+)相比处于可比范围,如下表所示。						

公司	产品	2022 年度	2021年度	
X-11		毛利率	同比	毛利率
水晶光电	汽车电子(AR+)	37.62%	1.10%	36.52%
蓝特光学	玻璃非球面透镜	38.87%	-0.70%	39.57%

2021年及2022年公司玻璃非球面透镜产品毛利率波动相对平稳,与同行业可比公司的相关产品 毛利率相近。玻璃非球面透镜产品受汽车智能驾驶需求的带动,应用于车载 360°环视摄像头及车载激 光雷达的玻璃非球面透镜产品出货量有较大增加。 公司玻璃晶圆产品土货包含显示玻璃晶圆、积底玻璃晶圆及深加工玻璃晶圆等类型,其中显示玻 璃晶圆是采用切片、粗磨、铁磨,抛光、镀膜等工序加工制造而成、裁剪切割后可制成 AR 光放导、最终 用作 AR 榜计材料。与同行业可比公司的同类产品对比、玻璃晶圆系列产品中的显示玻璃晶圆手美迪 凯 ARMR 光学零部件精密加工服务相类似,但是根据美迪凯年报显示其 ARMR 光学零部件精密加

	是样品销售及小批量生产,毛利率波			ut)04-4-hbil (日田)
证券简称	产品	2022 年度	2021 年度	
近分門か) 1111	毛利率	同比	毛利率
美迪凯	AR/MR 光学零部件精密加工服务	39.74%	-22.10%	61.84%
	玻璃晶圆	10.35%	-25.84%	36.19%
蓝特光学	其中:显示玻璃晶圆	31.28%	-15.97%	47.25%
监村儿子	衬底玻璃晶圆	23.10%	-11.83%	34.93%
	ax for ⊤ pdrpk ⊟ (iii)	152.070	15.070	12 2207

险。是否充分揭示相关风险 1、下游市场需求变化情况 目前光学光电子元器件的应用领域中,各类摄像头模组、生物识别技术产品。5G 光通讯技术和设 备的创新是未来光学光电子元器件的主要增量市场。从产业链来看、下源及终端客户对上游光学光电 子元器件的要求更加精密。较薄,加工工艺更加高效、精准、复杂。随着下游智能干却摄像。识别横组的 升级、汽车智能驾驶的成熟、安昉监控摄像机的智能化到无人机的普及等,直接带动光学光电子元器 件的市场需求。与此同时,随着5G 商用的发展,生物识别技术在消费电子中的应用、芯片材料的改良 改进等外需技术的进步、光学光电子元器件行业迎来了良好的发展机遇。光学光电子行业将良前和 未来相当长一段时间内都将迅速发展的高技术高附加值产业。公司主要产品具体市场需求变化情况 如下。

未来相当长一段时间内都将迅速发展的高技术高附加值产业。公司主要产品具体市场需求变化情况如下:
(1)光学按镜
公司长条校镜项目受终端产品技术更迭及产品技术变更影响,销量持续大幅下降,原终端产品接近生命周期尾声,长条棱镜交122 销售收入1,222.25 万元,未来长条棱镜对光学棱镜销售收入的影响逐步减弱;传统成橡枝镜受市场需求放缓影响,出货量也出现了一定幅度下降,成橡枝镜主要应用于湿微镜,型远镜等市场,市场需求相均稳定。应用于智能手机槽型法摄像头模组的微枝镜产品已基本完成开发,目前正在小批量试生产阶段,预计6月份进入正式量产阶段,随着项目投入量产,将带动光学核镜业务大幅增长。
(2)玻璃丰球面透镜
随着信息技术,机器人技术的发展,智能手机,数码相机,视频监控系统,PC摄像头和汽车摄像头等消费电子类产品呈现数字化。高清化,网络化、智能化的发展趋势。成像灵嫩度,分辨率、噪声的摄像头模组是消费电子产业链上的重要一环。全球智能手机、视频监控系统和智能汽车摄像头中的快速发头模组是消费电子产业链上的重要一环。全球智能手机、视频监控系统和智能汽车摄像头市场快速发头模组是消费电子产业链上的重要一环。全球智能手机、视频监控系统和智能汽车摄像头市场快速发,模组是消费电子产业链上的重要一环。全球智能手机、视频监控系统和智能汽车摄像头市场快速发,模组是消费电子产业强生的创度。

由于公司所处行业下游更新迭代速度快,产品又存在定制化、非标化的特点、部分产品项目周期的到期亦实对公司短期收益带来不利影响。

一、核查意见

- 《核查意见

- 《核查意见

- 《核查意见

- 《核查意见

- 《核查意见

- 《核查意见

- 《校查》

- 《校本》

间球件的原。云灯即恢复开发来明确思见,开设时针页核查刀机及有效性、允对性。 一、问题回复 (一)说明 2020 年至 2023 年一季度,存货变动方向与营收变动方向不一致的原因及合理性;上述 各期原材料变动与"能 在手订单的匹配性。以及期后结构情况;上述各期库存商品。发出商品的期后 结构情况。结构相同是否具有一致性;上述各期的五大供应商的变动情况及具体原因 1. 说明 2020 年至 2023 年一季度,存货变动方向与营收变动方向不一致的原因及合理性 2020 年至 2023 年一季度,公司存货及营业收入情况列示如下; 量价;万元

平田:刀儿				
项目	2023.3.31/ 2023 年 1-3 月	2022.12.31/ 2022 年度	2021.12.31/ 2021 年度	2020.12.31/ 2020 年度
存货	15,674.30	13,571.44	9,900.01	6,492.93
营业收入	8,553.51	38,036.61	41,548.37	43,893.33
报告期内,公司 迭代的影响销售规	收入呈现下降趋势, 模逐年下滑,2020章	存货金额逐年上升, F至 2022 年公司对	主要系:(1)公司主要 客户 I 的销售额分别	客户 I 由于终端产品 川为 21,714.43 万元

迭代的影响销售规模逐年下滑,2020 年至 2022 年公司对客户1的销售额分别为 21,714.43 万元。 8,143.41 万元及 21,894 17元、下降福度整钦、公司通过放根于新密条户 加强与其他老客户的合作等 方式,提高了其他客户的销售规模,使得营业收入总体下降规模相对较小;2)公司存货金额逐年上升 主要系公司结合近年玻璃1年添面透镜。成像接镜良好的销售情况及市场需求,提高了相关全货的各 货;33由于公司对案投项目"微棱镜产业基地建设项目"追加了投资。达到可使用状态时间从 2022 年 12 月延迟至 2023 年 6 月,公司前期备货的微棱镜原材料未能消耗导致 2023 年一季度末的存货金额

2020年至2023年一季度,公司各期原材料、产量、在手订单及期后结转情况如下: 材料 4,871.04 4,449.02 ,098.01 2,150.54 最后一季度产量 1,008.27 1,068.88 ,308.58 1,179.71 月后三月使用情况 834.07 1,181.29 1,085.51 801.41 26.55% 月后三月使用占比 35.04% 37.27%

2021年原材料变动与最后工程,17.12%。 26.55% 35.04% 37.27% 注:2023年1-3月的期后三月使用情况系。2023年4月份单月的使用情况。 2021年原材料变动与最后一季度产量变动趋势一致、公司基于产量情况增加了原材料备料;2022年和 2023年,最后一季度产量下降,但原材料金额上升,主要系基于微棱镜繁投项目即将投产的预期,公司在 2022年末和 2023年一季度末增加了较多微棱镜材料备料,使得原材料变动与产量变动有所差异。 2022年期后,是用使用占比下降较多,公司下游应用端市场中潜望式镜头结构已逐渐成高端手机构配、公司应用于智能手机潜望式摄像头模组的微棱镜产品尚未进入正式最产阶段,当期备货的微棱镜材料别后尚未开始消耗所变。 3. 各期库存商品 发出商品的期后结转情况,结转时间是否具有一致性各期库存商品和发出商品的期后结转情况,结转时间是否具有一致性各期库存商品和发出商品的期后结转情况,

项目	2023.3.31/ 2023年1-3月	2022.12.31/ 2022 年度	2021.12.31/ 2021 年度	2020.12.31/ 2020 年度
库存商品	6,474.17	6,915.97	4,703.02	3,508.35
发出商品	1,015.61	826.94	619.10	505.29
小计	7,489.78	7,742.90	5,322.12	4,013.64
期后三月结转	1,440.94	2,797.27	2,343.69	2,030.00
期后三月结转占比	19.24%	36.13%	44.04%	50.58%

注:2023年1-3月的期后三月结转情况系 2023年4月份单月的结转情况。 从上表可知、公司2020年和2021年未发出商品和库存商品的期后三月结转比例较为接近、2022 年末期后三月结转比例有所下降,主要系公司根据市场销售情况、同时为了平滑产能利用情况以实现 规模效应在期末备货有所增加,导致期末库存商品和发出商品金额上升较多,期后三月结转比率有所 下降。公司库存商品、发出商品的期后结转时间具有一致性。公司首即库存商品和发出商品结存时间具有一数性。公司有助库存商品发出商品的规与结转时间具有一数性。公司 4、各期前五大供应商的变动情况及具体原因

序号	供应商名称	采购金额(万元)	是否新增前五大
2023年	一季度		
1	供应商 A	682.11	否
2	供应商 B	331.51	否
3	供应商 C	297.12	是
4	供应商 D	146.05	是
5	供应商 E	142.66	否
	小计	1,599.43	
2022年	度	·	
1	供应商 A	2,658.54	否
2	供应商 B	1,444.77	否
3	供应商 F	1,375.93	否
4	供应商 E	1,036.40	否
5	供应商 G	384.43	否
	小计	6,990.07	
2021年	度	·	
1	供应商 A	1,735.13	否
2	供应商 F	1,409.11	否
3	供应商 E	1,193.07	否
4	供应商 G	900.79	否
5	供应商 B	770.90	是
	小计	6,009.00	
2020年	度	·	
1	供应商 A	1,432.51	否
2	供应商 G	1,210.48	否
3	供应商 F	718.04	否
4	供应商 H	495.78	否
5	供应商 E	484.52	否
	小计	4,341.33	

从上表可见,2020年至2023年一季度,公司前五大供应商较为稳定。变动情况及具体原因分析如

采购献上升。
(2)2023 年—季度, 供应商 C 和供应商 D 跻身前五大
公司主要向供应商 C 和供应商 D 采购微棱镜材料, 公司募投项目"微棱镜产业基地建设项目"预计将于 2023 年 6 月达到可使用状态, 公司在 2023 年一季度提前备货相关材料, 向供应商 C 和供应商 D 的采购额增加。

D的采购额增加。 (二)说明 2022 年存货跌价准备的测试过程和结果,存货跌价准备与同行业可比公司的差异,存货跌价准备计提的充分性;说明 2022 年版材料,库存商品跌价准备转回的具体原因 2022 年公司存货情况列示如下:

坝日	账面余额	跌价准备	账面价值				
原材料	4,449.02	107.91	4,341.11				
在产品	2,942.65	254.63	2,688.02				
库存商品	6,915.97	1,354.89	5,561.08				
发出商品	826.94	-	826.94				
委托加工物资	154.29	-	154.29				
合计	15,288.86	1,717.42	13,571.44				
1、2022 存货跌价准备的测试过程和结果							

1,2022 存成於的作為的場所以這程學的 (1)存货款价准备的测试过程 资产负债表目按成本与可变现净值款低计量,存货成本高于可变现净值的,计提存货款价准备。 在確定存货的可变现净值能以从合同或订单约定的售价为基础,并且考虑下游市场及终端客户需求量 变化、存货在库时间、资产负债表日后事项的影响等因素。公司计提存货款价准备的方式具体如下; ①直接用于出售的存货,在正常生产经营过程中以该存货的估计售价或去估计的销售费用和相 关税费的多额确定其可变现净值;需要经过加工的存货,在正常生产经营过程中以所生产的产品 的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用和相关税费后的金额确定其可变现 净值

停值。 ②针对长库舱的存货,由公司财务部会同销售部门分析下游市场及终端客户需求量变化、近期发 货量以及预计后续求货的可能性等因素,并据此估计其可变现净值并计提存货跌价准备;对于预计已 无使用价值和已无出售可能性的存货,全额计提存货跌价准备。 (2)存货款价准备的结果

(2) 样访默价准备的结果 按照企业会计准则》和公司存货跌价准备计提的会计政策及方法、检查了 2022 年公司期末存货 跌价准备的测试过程、公司期末充分计提了存货跌价准备。 2. 说明存货跌价准备与同行业可比公司的差异、存货跌价准备计提的充分性 (1)库龄分布

2022年12月31日,公司存货构成及库龄情况列示如下: 单位,万元

坝日	账曲示额	欧加维奇亚洲	1 平以内	1-2 4-	2-3 平	5 平以上
原材料	4,449.02	107.91	3,162.69	667.32	250.40	368.61
在产品	2,942.65	254.63	2,942.65	-	-	-
库存商品	6,915.97	1,354.89	5,440.91	414.44	151.36	909.26
发出商品	826.94	-	826.94	-	-	-
委托加工物资	154.29	-	154.29	-	-	-
合计	15,288.86	1,717.42	12,527.48	1,081.75	401.76	1,277.87
占比	100.00%	-	81.94%	7.08%	2.63%	8.36%
公司存货店	车龄主要集中在	1年以内。1年以	上库龄原材料主	要系公司原	先备货的部	3分玻璃等原构

公司存货库龄主要集中在1 年以内。1 年以上库龄原材料主要系公司原兄备货的部分玻璃等原材 料因规格与目前客户产品不远危、加使用该批次产品将造成较大规耗,且由于其不易规制。可以保 存较长时间,故公司未轻易耗用,使得其库龄较长。对于长库龄原材料,公司进行了重点关注, 其中,部分玻璃原材料,由于其不易损耗,可以保存较长时间,并没有发生减值,无需计提跌价 准备、对存在磨损、变质或挥发情况的材料按政策计提了存货款价准备、放期未对原材料计提 的跌价准备金额较小。库龄 1 年以上库存商品主要系因客户项目结束或终端产品迭代而未消 化的长条类产品、非球面透镜及反光镜产品,目前结存产品后续主要会用于产品的保养维修; 对于库龄 1 年以上库存商品,公司根据其预计可变现价值计提了 1,063.46 万元,计提比例 72.10%,公司对长库龄库存商品的跌价计提比例较高。

(下转C6版)