

证券研究报告 | 轻工制造 | 2025年06月13日

轻工团队·行业深度报告

AI眼镜开启智能化新篇，产业链协同赋能产业升级

分析师

李珍妮

登记编号：S1220523080002

联系人

李槟宇

并购家 免费行业报告网

IPOIPO.CN 每日更新 不用注册会员 无广告 永久免费

- **AI眼镜市场：AI智能眼镜作为AI应用落地的最佳载体，驱动智能穿戴设备迭代升级。**AI智能眼镜既弥补了XR设备在佩戴舒适性上的不足，又开创了更契合现代生活方式的交互模式。AI眼镜市场正由初探期向高速发展期迈进。RayBan Meta上市引起市场关注，DeepSeek等AI大模型的推出加速端侧AI推广落地。根据维深预测，随着更多品牌厂商的加入，以及AI智能眼镜产品落地，预计2025年，全球AI智能眼镜销量达到550万台，同比增长135%。轻功能、轻量级的AI+AR产品是AI眼镜发展的未来形态，到2035年，AI+AR智能眼镜有望实现传统智能眼镜的替代与智能手机规模相当，预计2035年AI智能眼镜销量有望达14亿副，渗透率约70%。
- **产业链协同赋能智能穿戴新蓝海：**在中国AI智能交互眼镜产业链体系中，上游环节主要由光学镜片、镜架结构件及核心元器件的专业制造商组成，中游涵盖ODM/OEM代工厂商与品牌厂商，下游主要聚焦于商业和消费者场景的应用。目前市场参与者主要分四大类，即互联网厂商、大型智能硬件厂商、科技创新厂商与传统眼镜厂商。未来厂商间合作或成优势互补、共拓市场的格局。
- **作为承载AI眼镜显示与交互核心功能，镜片行业将迎来量价齐升新机遇。**随着AI眼镜向支持定制镜片延伸，叠加中国消费者更换眼镜的频率不断缩短，以及对“一人多镜”生活方式的追求，镜片的需求量有望增加。另外，AI眼镜轻量化的设计特点及多模态的AI功能将加码镜片产品加速向高端化升级，驱动产品单价提升。中国镜片零售市场预计2024年至2029年镜片零售销售额将从381.5亿元增长至537.1亿元，销售量预计将从28,269.3万片增长至38,222.4万片，年复合增长率约6.2%。
- **传统眼镜商与科技企业联合发品，推动眼镜行业向智能化转型。**传统眼镜商凭借在眼镜品牌、销售渠道、眼镜/片产品质量以及专业化的视光验配服务等方面的优势，可有效弥补科技企业在眼镜市场的认知短板。科技企业则能够赋予AI眼镜智能化能力。
- **智能眼镜厂商的产品普及依赖传统眼镜渠道体系，深化合作成市场拓展关键。**用户在购买AI智能眼镜产品时，会呈现出明显的售前线下体验特征。多数智能眼镜品牌出身于3C电子产业，难以独立满足用户的配镜需求，因此，智能眼镜厂商的产品普及将对传统眼镜厂商的渠道体系有更多依赖，与传统眼镜商合作成为必然选择。
- **运动场景成为AI眼镜重要落地场景之一。**AI智能眼镜应用场景发展路径从通过骑行、徒步等刚需垂类场景快速落地，到户外多场景需求的全面覆盖，成为运动装备的关键配件。根据维深预测，预计至2035年，AR运动眼镜年销量将达到1700万副，市场规模约33亿美元。其中摩托车骑行、自行车骑行/跑步、游泳、滑雪场景AR运动眼镜销量约1500万副，市场规模约30亿美元。
- **建议关注标的：1、博士眼镜：**眼镜龙头零售商，渠道优势明显，已与业内头部智能眼镜厂商开展合作，目前已有包括雷鸟系列等多款AI智能眼镜产品在其门店销售；**2、明月镜片：**国内光学镜片龙头企业，常规镜片和功能镜片齐头并进，携手合作伙伴积极推进AI智能眼镜布局，同时，与德国徕卡在高端镜片领域开展合作，有望在镜片端更好助力AI眼镜发展；**3、康耐特光学：**镜片制造及出口龙头企业，与全球领先的科技和消费电子企业合作，携手歌尔股份协同赋能AI眼镜业务。**4、英派斯：**健身器材龙头，拟与国内头部智能眼镜厂商成立合资公司，依托自身运动场景+健身领域渠道优势切入AI眼镜赛道。
- **风险提示：**1、下游需求和智能眼镜出货量不及预期的风险；2、国内厂商技术研发推进不及预期的风险；3、市场竞争加剧等风险。

目录

- AI眼镜行业：AI落地最佳载体，智能穿戴新蓝海
- AI眼镜产业链：镜片承显示交互核心，眼镜零售商握渠道优势，运动成AI眼镜主场景
- 产业链相关标的梳理

AI智能眼镜：集成多种功能，兼具便捷性与交互性的AI技术可穿戴设备

AI智能交互眼镜作为贴身AI生活助手，集成相机、眼镜、墨镜及蓝牙耳机等多种功能，聚焦打造卓越智能化音频体验。区别于侧重视觉增强的AR眼镜，适配运动、户外、工作、学习等多元场景。其兼具潮流美观设计与出色佩戴轻便性，精准契合追求潮牌风格、穿戴舒适及日常便携的用户需求，实现科技与时尚深度融合，逐步融入现代生活。

AI智能交互眼镜



AI智能交互眼镜行业发展历程



大模型竞争带来价格竞争，促进商业化落地。在2022年ChatGPT的刺激下，人工智能热度持续提升，国内迅速形成大模型共识，模型厂商之间竞争逐渐白热化，DeepSeek的崛起带动了行业整体降低AI模型的收费标准，这种价格下降不仅降低了终端设备的开发成本，还加速了AI技术的普及。AI大模型的广泛应用和AI智能体的逐渐落地为终端市场带来新的增长动力。

部分宣布降价或免费使用的模型

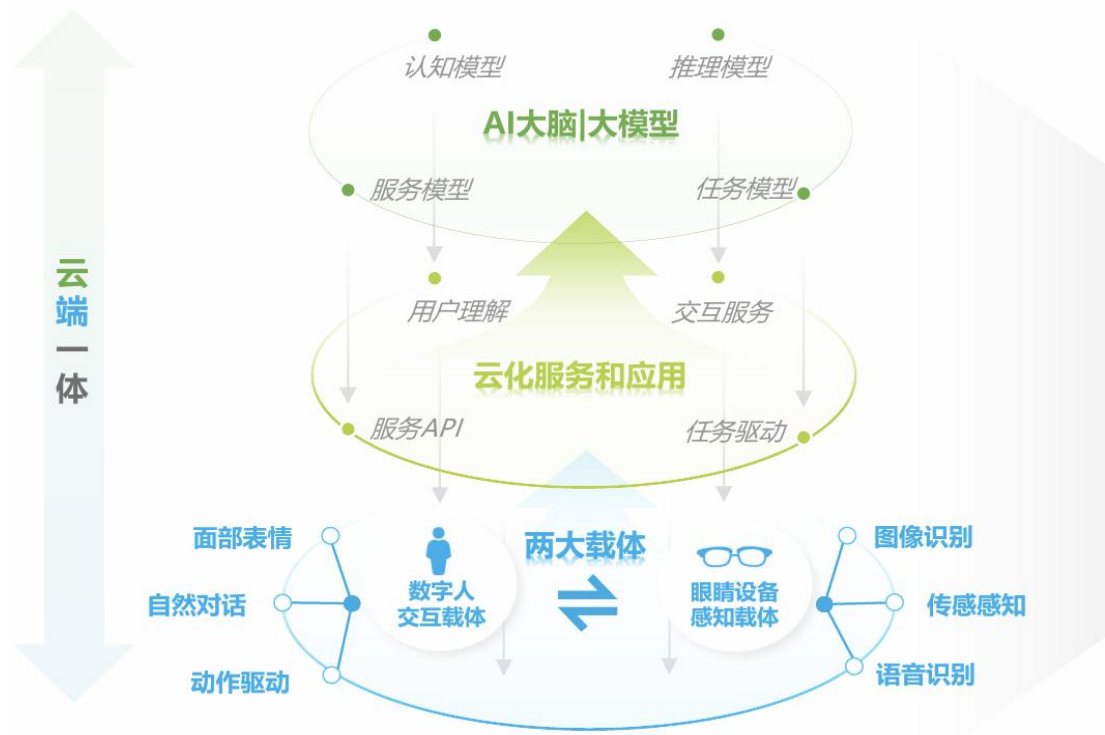
大模型名称	输入价格（元 / 千 tokens）	输出价格（元 / 千 tokens）	宣布价格或宣布下调价格的日期	所属公司
DeepSeek-V2	0.001	0.002	5月6日	深度求索
GLM-3-Turbo	0.001	0.001	5月11日	智谱 AI
豆包通用模型 pro-32k	0.0008	0.0008	5月15日	字节跳动
通义千问 Qwen-Max	0.04	0.12	5月21日	阿里云
通义千问 Qwen-Plus	0.004	0.002	5月21日	阿里云
通义千问 Qwen-Long	0.0005	0.002	5月21日	阿里云
文心一言 ERNIE Speed	免费	免费	5月21日	百度
文心一言 ERNIE Lite	免费	免费	5月21日	百度
讯飞星火 spark Lite	免费	免费	5月22日	科大讯飞
讯飞星火 Spark3.5 Max	0.021 - 0.03	0.021 - 0.03	5月22日	科大讯飞
混元 - lite	免费	免费	5月22日	腾讯云
混元 - standard	0.0045	0.005	5月22日	腾讯云
混元 - standard-256k	0.015	0.06	5月22日	腾讯云
混元 - pro	0.03	0.1	5月22日	腾讯云
GPT-4o	US \$5.00 /1M tokens	US \$15.00/1M tokens	5月13日	OpenAI

AI智能交互眼镜是AI应用落地的最佳载体。AI应用落地，赋能是主要手段，而AI赋能落地，需要寻找硬件载体。眼镜是最靠近嘴巴、耳朵、眼睛这三个人体重要感官的穿戴设备，而嘴巴、耳朵、眼睛分别承担语言输出、语音接收、信息摄入功能，人80%的信息来源于视觉，因此，眼镜成为AI最佳硬件载体，能自然实现声音、语言、视觉的输入输出。

AI智能眼镜功能特点



AI大模型技术深度整合到眼镜中



- AI智能眼镜核心功能在于把AI技术和眼镜形态相融合，为用户供给语音助手、实时翻译、导航提醒等智能化服务。
- AI智能交互眼镜的独特优势体现在两方面：一是深度优化语音交互，用户日常活动中无需依赖视觉交互控制设备，尤其适用于运动、户外、工作等需持续关注环境的场景，通过语音控制提升交互的自然性与安全性，增强便捷性和实用性；二是佩戴轻便舒适，可长时间使用，既弥补了XR设备在佩戴舒适性上的不足，又开创了更契合现代生活方式的交互模式。

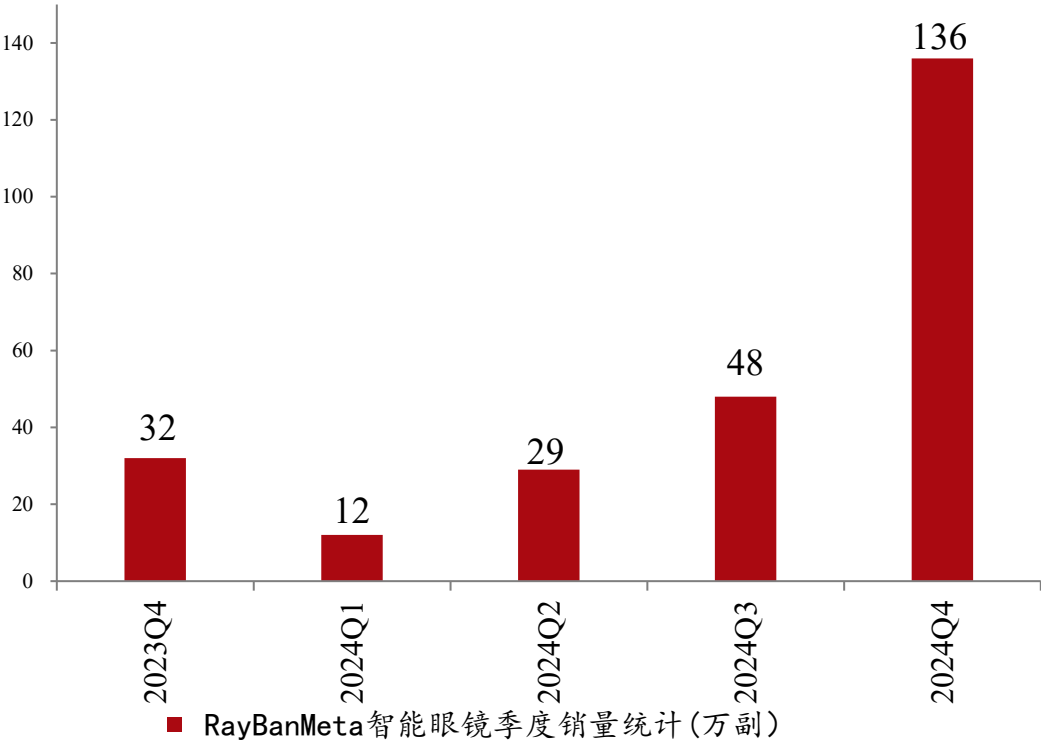
AI智能交互眼镜/AR/VR/XR特征对比

	产品形态	主要功能	交互方式	硬件需求	市场定位	主要应用场景
 AI智能交互眼镜	眼镜/墨镜/运动镜造型	• 语音交互 • 信息提示 • 辅助现实	• 语音 • 触控 • 手势	• 轻量化 • 便携性 • 低功耗	• 消费级 • 企业级	• 运动 • 户外 • 日常生活 • 学习/办公
 AR设备	• 分体式AR眼镜 • 一体式AR眼镜	• 增强现实 • 虚拟信息叠加	• 视觉 • 触控 • 手势	• 透明显示屏 • 高亮度	• 消费级 • 企业级	• 工业制造 • 智慧零售 • 社交 • 广告
 VR设备	• VR一体机 • 主机/PC VR • 手机盒子	完全沉浸式虚拟体验	• 手柄 • 触控 • 视觉	• 高性能处理器 • 高分辨率显示屏	主要消费级	• 游戏 • 影视 • 教育 • 旅游
 XR设备	XR头盔	扩展现实，结合AR和VR特性	多种交互方式，包括AR和VR	• 高性能处理器 • 多种传感器	企业级，专业应用	• 设计 • 建筑 • 工业制造 • 展览

AI智能眼镜标杆：RayBan Meta上市点燃市场热度

RayBan Meta是RayBan与Meta合作发布的第二代智能眼镜产品。自发售初期，便因其具备时尚外观设计、实现与Instagram等视频平台的联动，且深度整合Meta的Llama模型，在行业内外引发广泛关注。自2023年第四季度开启发售以来，RayBan Meta已取得较好理想的销量表现。2024年全球AI智能眼镜销量为234万台，海外AI智能眼镜出货量为227万台。销量主要来源于RayBan Meta智能眼镜，RayBan Meta作为推动AI智能眼镜热度的标杆产品，在海外AI智能眼镜销量中占主导地位。

RayBan Meta智能眼镜季度销量统计(万副)



RayBan Meta：第一代VS第二代参数对比

	Meta智能眼镜第一代：RayBan Stories	Meta智能眼镜第二代：RayBan Meta
产品图		
发布时间	2021年9月	2023年9月
价格	299美元起	299美元起
重量	50g	50g
摄像头	双5MP（照片：2592*1944；视频：720P）	单12MP（照片：3024*4032；视频：1080P/60fps）
音频	定制开放式扬声器	定制开放式扬声器（低音提升2倍，最大音量提高50%，加入“定向音频技术”）
麦克风	三麦克风阵列	五麦克风阵列
芯片	Wear4100	高通AR1
MetaAI	/	接入Llama3模型，功能：AI语音助手、AI识物、翻译
交互	语音+按钮/触控板	AI语音+按钮/触控板
防水	不防水	IPX4
续航	175mAh（4-6h），收纳盒充电（195g，可充4次）	154mAh（4-6h），收纳盒充电（133g，可充8次）

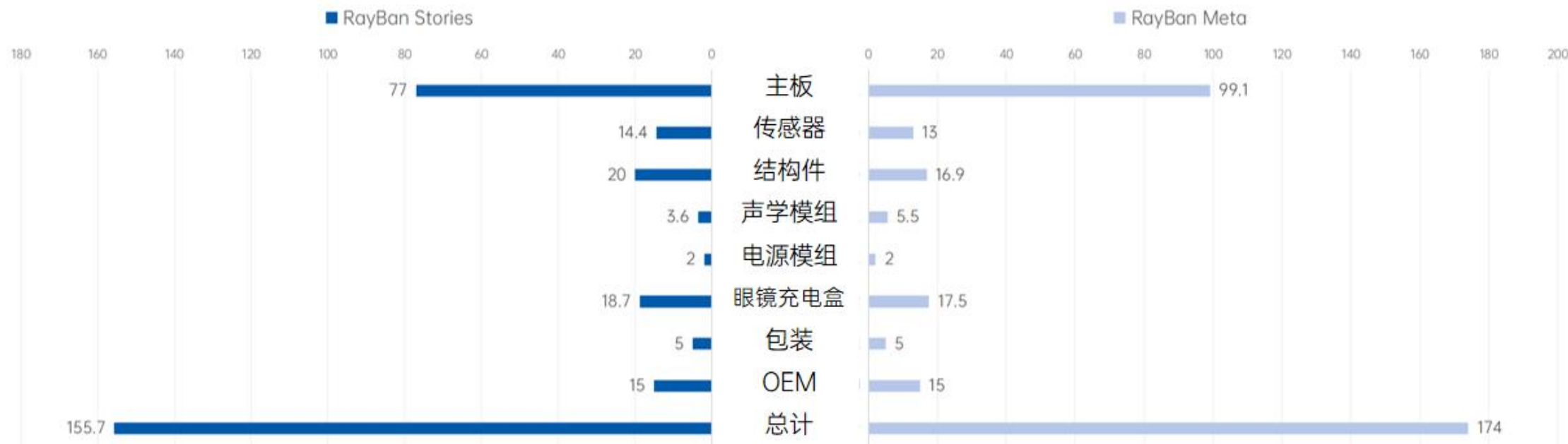
RayBan Meta: 第一代VS第二代成本结构对比

RayBan Stories成本总计155.7美元，主板芯片的成本约77美元，占比约49.45%，成本占比接近一半；结构件的成本约20美元，占比约12.85%；眼镜充电盒的成本约18.7美元，占比约12.01%；OEM的成本约15美元，占比约9.63%。

RayBan Meta成本总计174美元，主板芯片的成本约99.1美元，占比约56.95%，成本占比超一半；眼镜充电盒的成本约17.5美元，占比约10.06%；结构件的成本约16.9美元，占比约9.71%；OEM的成本约15美元，占比约8.62%；

与RayBan Stories相比，RayBan Meta的SOC相比于RayBan Stories的SOC会贵很多，导致在主板芯片上，RayBan Meta的成本更高，同时在一些数量影响价格的部件上，如结构件，RayBan Meta由于足够的销量从而比RayBan Stories价格更低。

RayBan Stories与RayBan Meta成本结构对比



- 目前AI智能眼镜主要分为三类：无摄像头智能眼镜、带摄像头智能眼镜以及带显示屏智能眼镜。
- 无摄像头智能眼镜主要指集成了音频、无线通讯等模块，主打AI语音交互、音乐、通话等功能。
- 带摄像头智能眼镜可进一步提供图像拍摄能力，同时根据AI软件算法可实现图像识别等功能。
- 带显示屏智能眼镜（即AI+AR智能眼镜）则主要集成了AR光学显示技术，可以实时输出显示画面，能够配合摄像头模块进行手势交互等识别功能。

AI智能眼镜产品形态分类

	音频AI智能眼镜（无摄像头）	拍照AI智能眼镜（带摄像头）	AR+AI智能眼镜（带显示屏）
概念	传统蓝牙音频眼镜接入AI大模型，是AI智能眼镜的基础形态，AI大模型通过语音的方式提供基础的智能服务。	在音频AI智能眼镜的基础上增添了摄像头，AI大模型可通过摄像头感知周边环境，提供与当下环境具备交互能力的智能服务。	具备AR显示功能、并且接入大模型的眼镜，部分眼镜具备拍照、空间定位等多模态感知能力，AI大模型可通过AR显示实现实时信息输出，实现更简便的信息交互。
技术特点	在基础眼镜的功能上集成音频模块、无线通讯模块、AI 加速器等器件用于实现音频功能、无线通讯功能以及人工智能应用，主要交互手段依靠语音交互和触摸交互。	在无摄像头智能眼镜的基础上，集成摄像头器件，用于提供图像拍摄能力，同时可依据内置的人工智能算法，配合摄像头实现图像识别等功能。	在带摄像头智能眼镜的基础上，集成显示模块，用于提供实时内容的输出，配合摄像头模块可实现手势交互等 3DoF 识别功能。
代表产品	2024年4月26日，李未可科技推出旗下首款AI眼镜 Meta Lens Chat，可听歌通话，主打AI语音交互能力。用户通过触摸镜腿唤醒AI助手，并通过语音与AI 助手进行交互，实现问答或简单任务布置。	2023年9月28日，meta 联合rayban发布新一代智能眼镜Ray - Ban Meta，用户可通过Ray - Ban Meta眼镜听音乐、通话、拍照片、拍短视频、直播等，同时内置的人工智能模型Meta AI也支持用户的问答交互，调用摄像头识别图像等。	2023年10月13日，雷鸟发布一体式AR眼镜雷鸟X2，该眼镜提供640×480分辨率的屏幕显示，搭配摄像头和传感器，内置人工智能大模型，用户可通过语音交互、戒指交互以及镜腿上的触摸板交互等方式，实现听音频、看视频、玩游戏、与人工智能交谈等功能。
产品图片			

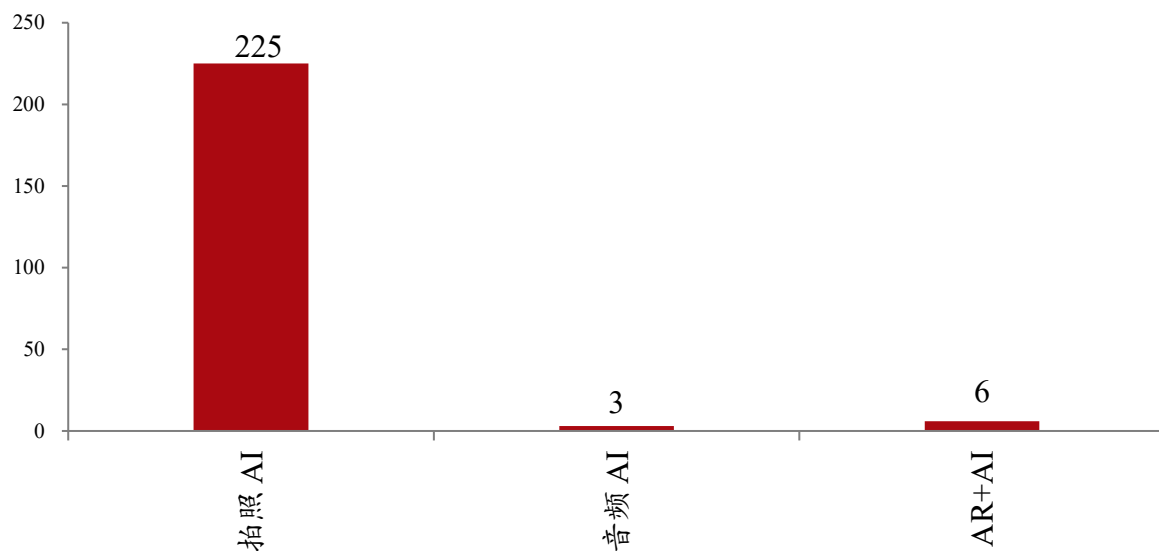
AI智能眼镜产品功能对比

参数类别	李未可Meta Lens Chat	RayBan Meta	雷鸟X2
基础功能	支持定制近视镜片以及磁吸式墨镜片	支持选配定制近视镜片或墨镜片	不支持选配定制近视镜片或墨镜片
重量	38.3g（不含镜片）	50g（含镜片）	119g（含镜片）
AI能力	支持语音交互、不支持图像识别	支持语音交互和图像识别	支持语音交互和图像识别
交互能力	语音交互、双镜腿触摸交互	语音交互、单镜腿触摸交互	语音交互、戒指交互、双镜腿触摸交互
成本	发售价699元起	发售价299美元（约2153 元）起	发售价4999元起

AR+AI 智能眼镜是AI 智能眼镜发展的未来形态

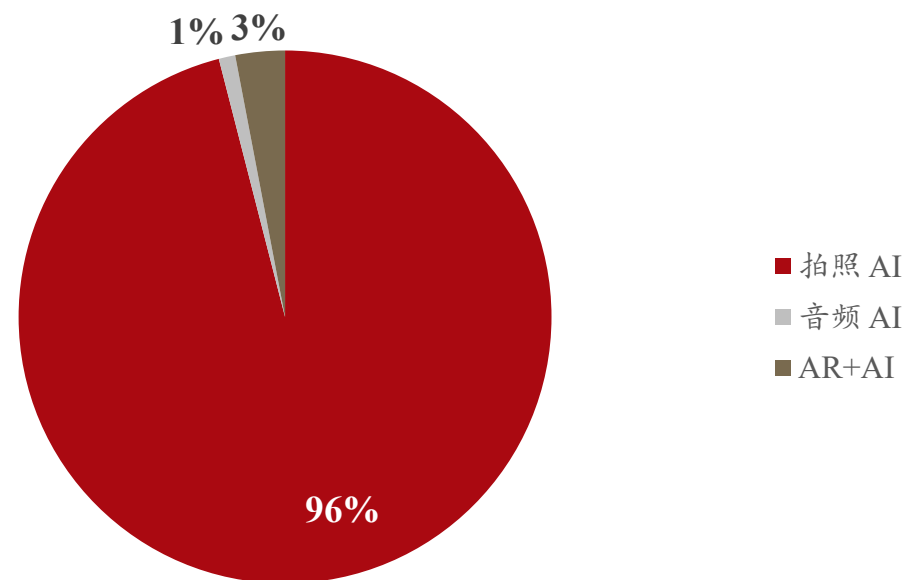
- 2024年AI 智能眼镜按功能形态分类的销量占比中，拍照AI 智能眼镜占96%、AR+AI 智能眼镜占3%、音频AI 智能眼镜占1%，由于RayBan Meta智能眼镜在销量中占主要成分，因此功能形态以拍照AI 智能眼镜为主。
- 从长远维度考量，若想在硬件研发与功能创新层面实现突破，部分AI 智能音频眼镜后续发展路径会纳入显示模组，构建轻功能、轻量级的AI+AR产品形态，赋予AI 智能眼镜更便捷的信息交互模式，进一步拓展其应用场景。

2024年全球AI智能眼镜按功能形态分类销量（万副）



■ 2024年全球AI智能眼镜按功能形态分类销量（万副）

2024年全球AI智能眼镜按功能形态分类销量占比（%）

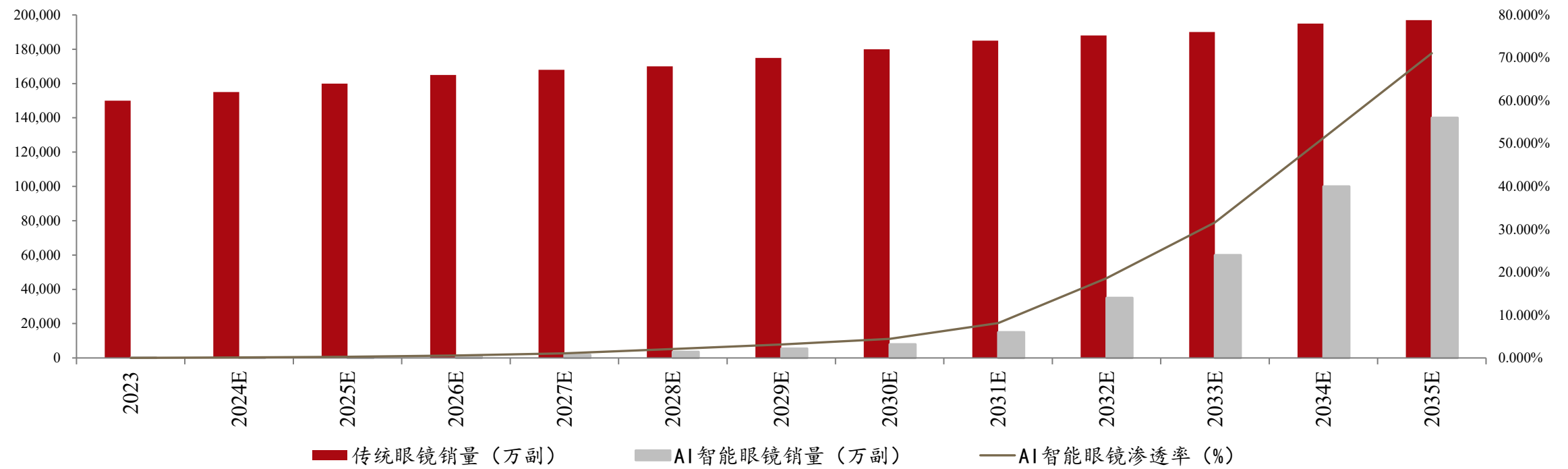


CES展出的AR+AI眼镜产品

品牌	产品	摄像头	光学	重量	其他卖点
1MORE 万魔	G70	500 万像素	×	不详	280mAh电池、运动监测、磁吸充电、双计算核心、Q3上市
GetD 格多维	AI 音频眼镜	×	×	不详	售价30美金、支持ChatGPT交互
	AI 拍摄眼镜	1200 万像素	×	不详	恒玄BES2500芯片、IPX4防水、计划售价200 美金、Q2上市
Gyges Labs&Moody	Halliday	×	Digow 微投影仪	35g	系统集成AI助手
IMAIR	INAIR 2 Pro 空间套装	×	Micro-OLED+Birdbath	不详	INAIR 2 Pro 眼镜支持双目3840*1080分辨率， 120Hz高刷，电致变色镜片
	INAIR AI 空间计算机	×	Micro-OLED+Birdbath	不详	增加外接键盘，AR轻办公
RayNeo 雷鸟创新	雷鸟 V3 AI 拍摄眼镜	√	×	39g	通义独家定制大模型、AR1旗舰级芯片、定价1799元
	雷鸟 Air 3	×	Micro-OLED+Birdbath	76g	观影眼镜、游戏眼镜
	雷鸟 X3 Pro	√	Micro-LED +衍射光波导	不详	0.36cc体积、Q2上市
Rokid	Rokid Glasses	√	Micro-LED+衍射光波导	49g	联合暴雪设计、多模态AI大模型、游戏、大屏观影、轻办公
	Rokid AR Lite	×	Micro-OLED+Birdbath	75g	游戏、大屏观影、轻办公
	Rokid AR Studio	×	Micro-OLED+Birdbath	不详	空间计算套装
Solidd	SoliddVision	√	不详	不详	针对黄斑变性的低视力辅助
星纪魅族	StarV Air2	×	Micro-LED+衍射光波导	44g	与Captify的合作，旨在为听障人士服务、提供语音转写
ThinkAR	Allens	×	Micro-LED树脂光波导	37g	Fov达 30°，搭载 Ambiq Apollo4处理器
Vuzix	Ultralite 智能眼镜参考设计	800 万像素	光波导	78.3g	30° FOV、AR1 平台、Android12
XREAL	XREAL Air 2 Ultra	√	Micro-OLED+Birdbath	80g	XR观影眼镜、娱乐眼镜
	XREAL One 系列	×	Micro-OLED+Birdbath	84g	X1芯片、3D悬浮体验、Pro版光学为混合波导
大朋 VR	DPVR AI Glasses 系列	√	×	不详	配置具有较大差异化，计划在今年1、2月发布
歌尔	AR 参考设计 Mulan 2	不详	Micro-LED+全息波导	36g	超薄玻璃堆叠架和超轻钛合金铰链
	Wood 2	√	不详	48g	超轻材料前框、超小型SP模组等创新技术
雷神科技	雷神 AURA 智能眼镜AR轻享版	×	Micro-OLED+阵列波导	79g	0 - 600度的屈光调节，600尼特入眼亮度
	雷神 AURA 智能眼镜AR+AI版	4800 万像素	Micro-OLED+阵列波导	不详	2025年3月上市
	雷神 AURA 智能眼镜AI探索版	√	×	不详	高通骁龙AR1平台，将支持1080P防视频录制
李未可	Meta Lens View	1200 万像素	×	37g	4阵列麦克风

目前AI智能眼镜发展仍处于探索期，随着AI技术的多元结合，主打AI功能的智能眼镜市场有望高速发展。根据维深预测，预计2025年全球AI智能眼镜销量550万台，较2024年增长135%。增长主要来自于2024Q4闪极、雷鸟、Rokid、looktech 等品牌厂商发布的新品量产发售，以及2025年小米、三星、字节跳动、雷神等更多品牌大厂的AI智能眼镜产品落地。更多AI智能眼镜品牌厂商的加入，推动AI智能眼镜市场规模不断扩大，AI智能眼镜的发展趋向成熟，将在传统眼镜销量保持稳定增长的大背景下快速向传统眼镜渗透。到2030年后，AI+AR技术发展成熟阶段，AI+AR智能眼镜行业会进入高速发展期。预计2029年，AI智能眼镜年销量有望达到0.55亿副；在2035年，AI+AR智能眼镜最终实现传统智能眼镜的替代与智能手机规模相当，成为下一代通用计算平台和终端。目前，智能眼镜产业链厂商正在快速跟进。预计2035年全球传统眼镜销量可达19.7亿副，其中AI智能眼镜销量达14亿副，渗透率约70%。

AI智能眼镜销量规模及渗透率（万副、%）

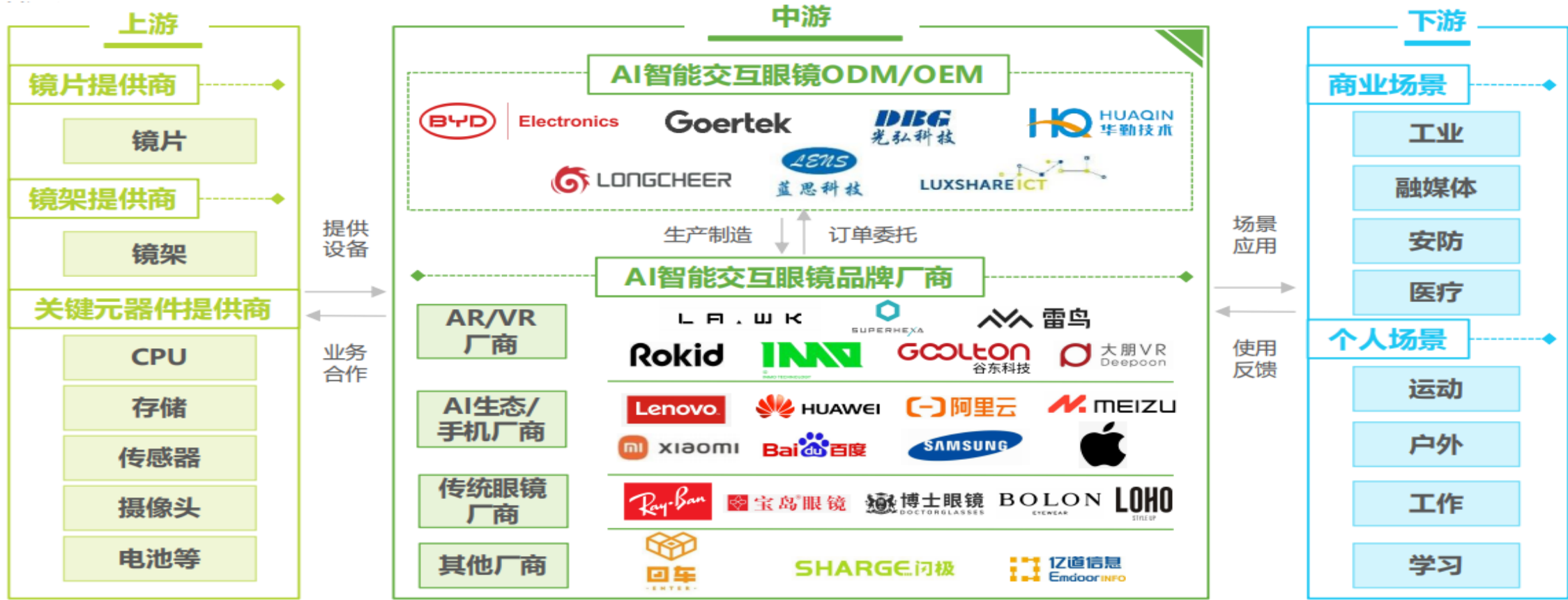


目录

- AI眼镜行业：AI落地最佳载体，智能穿戴新蓝海
- AI眼镜产业链：镜片承显示交互核心，眼镜零售商握渠道优势，运动成AI眼镜主场景
- 产业链相关标的梳理

在中国AI智能交互眼镜产业链体系中，上游环节主要由光学镜片、镜架结构件及核心元器件的专业制造商组成，中游涵盖ODM/OEM代工厂商与品牌厂商，下游主要聚焦于商业和消费者场景的应用。自2024年起，众多厂商密集宣布布局AI智能交互眼镜领域。目前市场参与者主要分四大类，即互联网厂商、大型智能硬件厂商、科技创新厂商与传统眼镜厂商，各自具备不同方向优势，未来厂商间合作或成优势互补、共拓市场的重要路径。

产业链及产业图谱



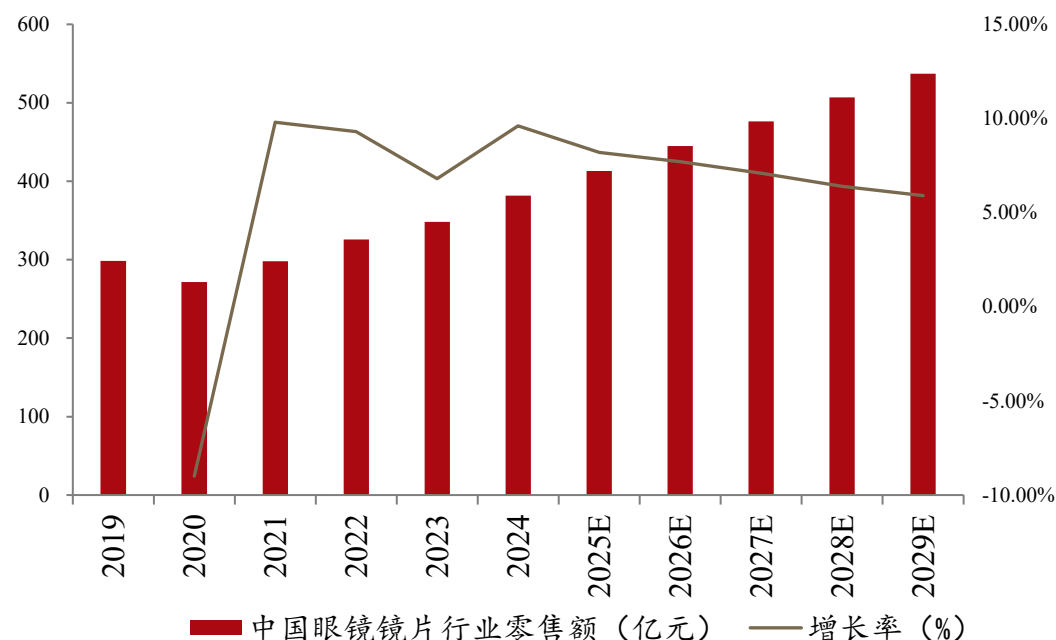
镜片承载AI眼镜显示与交互核心功能，迎来量价齐升新机遇

- 镜片是AI眼镜实现显示功能的关键部件，承担着显示和交互的核心功能。随着AI眼镜市场的不断扩大，镜片的需求量也将增加。
- 根据沙利文预测，中国镜片零售市场未来将保持稳定增长，预计2024年至2029年镜片零售销售额将从381.5亿元增长至537.1亿元。

小米智能眼镜拆解示意图



中国眼镜镜片行业零售额及增速（单位：亿元、%）



镜片承载AI眼镜显示与交互核心功能，迎来量价齐升新机遇

- 随着人们在不同场景下对用眼需求的日益多样化，功能性镜片应运而生并不断发展，为满足各类视觉需求提供了精准且有效的解决方案。
- 为了满足多场景下的用镜需求，消费者“一人多副眼镜”的情况愈加明显。整体拥有2副及以上眼镜消费者占比过半。

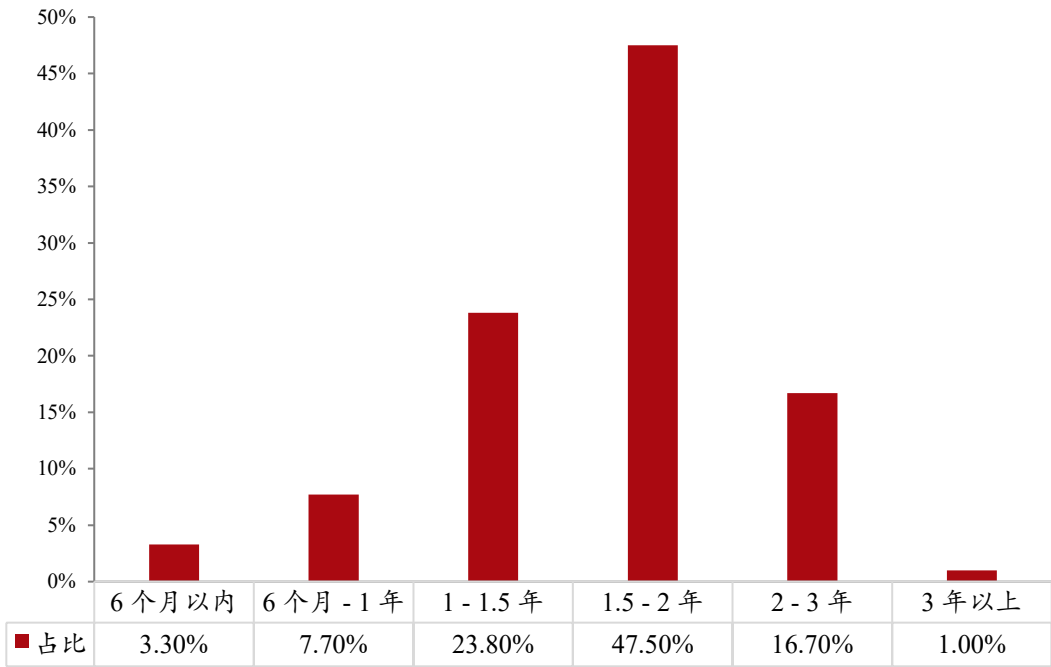
功能性镜片分类	功能性镜片	主要特点	适用场景
	近视防控镜片	- 运用微结构镜片技术，控制和减缓儿童青少年近视增长速度。 - 技术含量和单价都较高	 青少年近视预防
	渐进镜片	- 含有两个焦点基准点的渐变焦镜片，一般设计为提供从远及近形成视矫正。 - 验配难度较高、技术含量较大	 满足老视人群远近视觉需求
	光致变色镜片	光致变色镜片是一种当曝露在某特定波长的光时会变得深色的镜片，而当不再被此光源照射便会回复原有的透光率而变得清透。	 户外运动场景
	抗疲劳镜片	一般防疲劳镜片是依据类似与渐进片的原理，在镜片+0.50~+0.77度的调剂负荷，来优化镜片的视光度，让调节的微波动是处于一个正常的状态下，调节系统处于正常平衡下，来达到防疲劳的效果。	 长时用眼场景
	防蓝光镜片	防蓝光眼镜是通过镜片表面镀膜（即防蓝光贴膜）将有害蓝光进行反射，或者通过镜片基材加入防蓝光剂，将有害蓝光进行吸收，从而实现对蓝光的阻隔作用，有效减少蓝光对眼睛的持续伤害。	 电子产品用眼场景

消费者购买过眼镜类型及该副数拥有人数占比（%）

眼镜类型	1 副占比	2 副占比	3 副占比	4 副占比	5 副及以上占比
成人近视镜	51.60%	34.20%	9.90%	1.60%	2.70%
成人老花镜	47.00%	41.80%	9.00%	1.10%	1.10%
太阳镜	26.20%	38.60%	26.00%	5.70%	3.50%
儿童青少年近视镜	54.60%	33.80%	8.90%	1.80%	0.80%
隐形眼镜（含美瞳）	30.30%	30.10%	15.80%	3.90%	19.90%
护目镜	39.20%	39.90%	15.20%	4.20%	1.50%
散光眼镜	56.80%	31.60%	8.40%	0.60%	2.60%
平光眼镜	42.00%	36.60%	15.30%	3.10%	3.10%

- 中国消费者更换眼镜的频率不断缩短，1.5年以内更换镜片的消费者占比在2024年达到34.8%。年龄是影响换镜周期的关键因素。
- 儿童及青少年处于身体快速发育阶段，同时也是近视的高发期。这一时期，其近视度数通常不稳定，眼镜使用周期往往较短，一般不超过1年，甚至需更频繁地更换镜片，从而跟上视力变化的节奏。
- 18岁至45岁成年人的近视度数趋于稳定，视力状况也相对成熟。出于日常使用与成本控制的综合考量，他们的换镜周期多在1-2年。
- 45岁以上的中老年群体，老花度数虽有一定变化，但相较于青年人，其更看重眼镜佩戴时的舒适度与实用性，换镜周期也随之延长至2-3年。不过，随着老龄化社会的到来，以及人们对生活品质的追求逐步提升，中老年群体对眼健康愈发重视，未来，这一群体对功能性镜片的需求有望持续上升，为镜片市场开拓新的增长点。

2024年国内消费者换镜周期



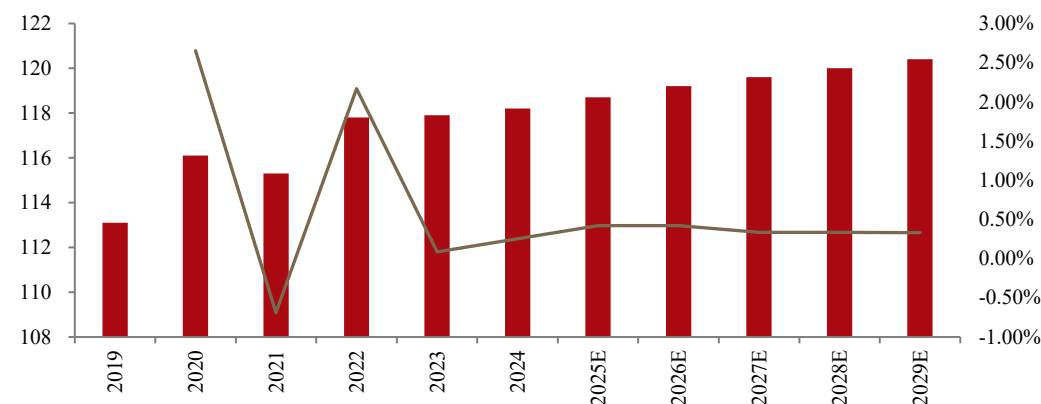
不同年龄断人群呈现不同换镜周期

年龄段	视力变化情况	实际换镜周期	建议换镜原因
0 - 18岁	近视度数变化大	1年	身体成长与视力变化
18 - 45岁	近视度数相对稳定	1 - 2年	产品品质损耗
45岁以后	老花度数变化	2 - 3年	视力变化

镜片承载AI眼镜显示与交互核心功能，迎来量价齐升新机遇

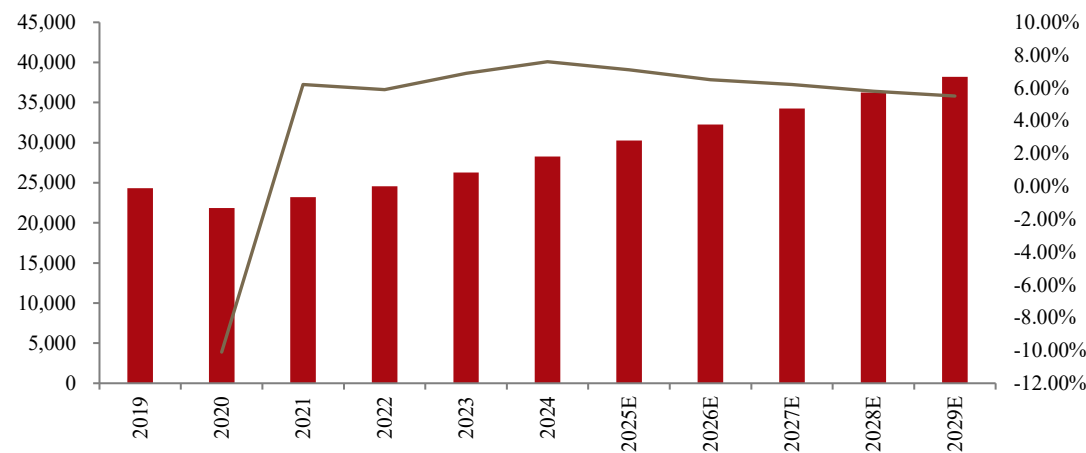
- 镜片的可定制性是AI眼镜的重要价值之一。许多AI眼镜支持定制近视、远视、散光、老花等镜片，以满足不同用户的需求，不仅能够提高产品的适用性，还能够扩大潜在用户群体。
- 综上，镜片作为AI眼镜的核心组件，赋能其向定制化延伸，伴随中国消费者更换眼镜的频率不断缩短，以及对“一人多镜”生活方式的追求，镜片的需求量有望增加。根据沙利文预测，2024年至2029年，中国镜片零售销售量预计将从28,269.3万片增长至38,222.4万片，年复合增长率约6.2%。

中国儿童青少年近视人数及增速（单位：百万人、%）



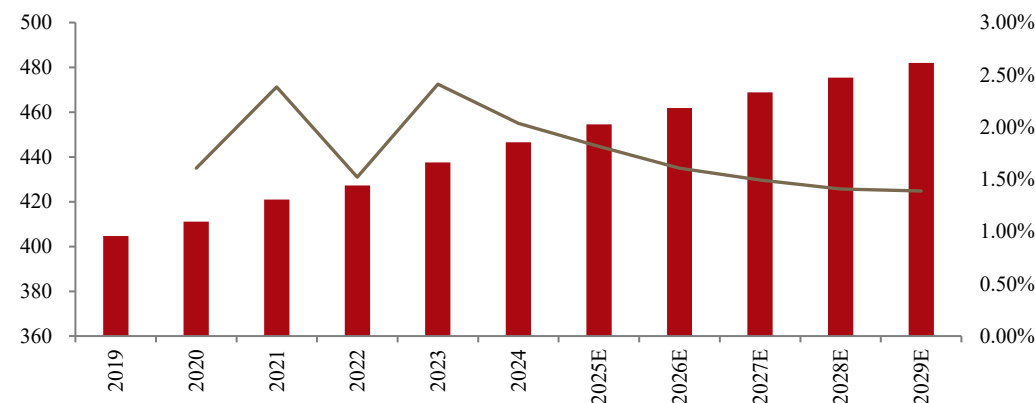
■ 中国儿童青少年近视人数 — 增速

中国眼镜镜片行业销售量及增速（单位：万片、%）



■ 镜片零售销售量 (万片) — 增长率 (%)

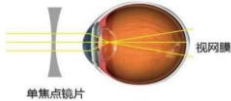
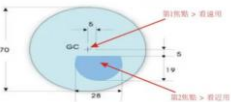
中国老视（45岁以上）人数及增速（单位：百万人、%）



■ 中国老视（45岁以上）人数 — 增速

- 镜片技术的创新是AI眼镜发展的关键驱动力之一，镜片的品质直接影响用户在使用AI眼镜时的视觉体验。高质量的镜片可以提供更清晰、更逼真的图像，减少视觉疲劳。
- 镜片行业新工艺、新技术不断涌现，渐进多焦点、周边离焦、多点近视离焦等技术广泛运用于功能性镜片。

功能性镜片新技术不断涌现

产品	技术原理	技术特点	典型产品
单焦点镜片		一个光学中心，仅能用于看近或看远。	- 明月镜片 日常通用系列 - 蔡司 单光镜片 - 依视路 钻晶系列
双焦点镜片		由两片焦距不同的透镜合起来，上半片看远处，下半片看近处。	目前国内无典型产品，其设计局限性和佩戴舒适性，国内普及度有限，随着新型多焦点镜片的普及，逐渐淡出市场。
渐进多焦点镜片		3个视觉区域，分远用视力区、中间视力区、近用视力区，可用于近视防控、舒缓视疲劳、老花镜。	- 明月镜片 学生读写系列、维适渐进系列 - 依视路 万里路系列 - 豪雅 三维系列
周边离焦镜片		周边镜片度数比中心区域低，使得中心部位投射到视网膜上，周边部位投射到视网膜前，抑制眼轴变长，延缓近视发展。	- 明月镜片 轻松控 - 蔡司 成长乐
多点近视离焦镜片		镜片分为中心区域和多点离焦区域，多点离焦区域分布多个微透镜形成近视离焦，使得周边区域成像在视网膜前，抑制眼轴变长，延缓近视发展。	- 明月镜片 轻松控Pro - 豪雅 新乐学 - 依视路 星趣控

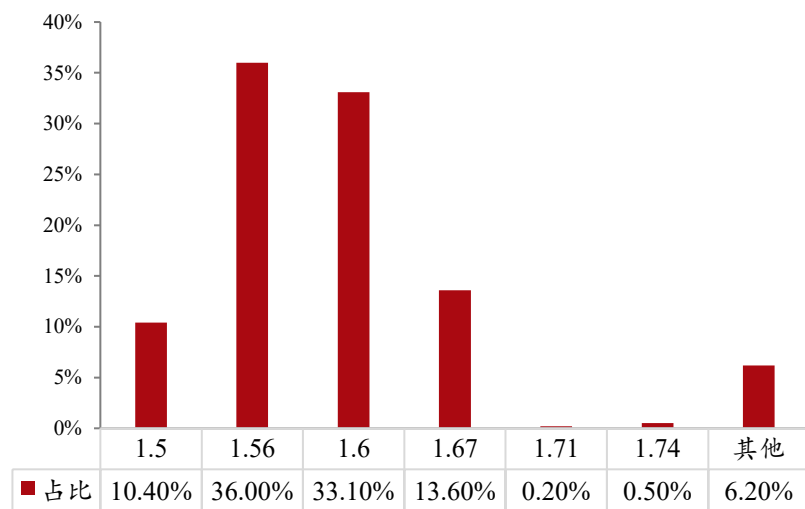
镜片承载AI眼镜显示与交互核心功能，迎来量价齐升新机遇

- 中国高端镜片企业未来有望在智能眼镜行业发展红利中充分受益。AI眼镜需具备轻量化的设计以及多模态的AI功能，推动镜片产品向高折射率、功能化、智能化方向发展。高折射率镜片的出现，使得镜片在保持良好光学性能的同时，厚度大幅降低。如1.74折射率的镜片相比传统镜片更轻薄，能有效减轻鼻梁负担，一方面提升了镜片的附加值，同时也带动了产品单价的提升，为镜片企业带来了新的商业机会。
- 近年来，中国镜片制造商不断加大研发投入，致力于研发更轻薄、光学性能更好的镜片产品。目前高折射率镜片产品的销售量占比较低，未来市场对高折射率镜片的需求有望享受AI眼镜发展红利，呈现出上升趋势，高折射率镜片的销售量有望提升。

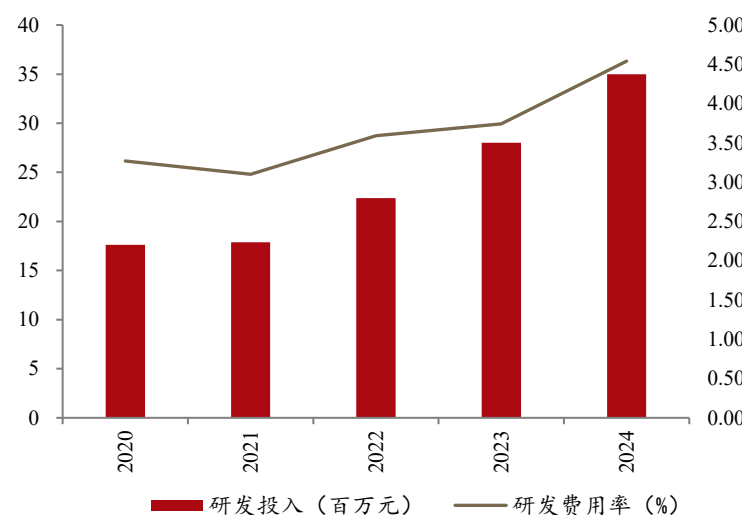
明月镜片、康耐特光学高折射率产品



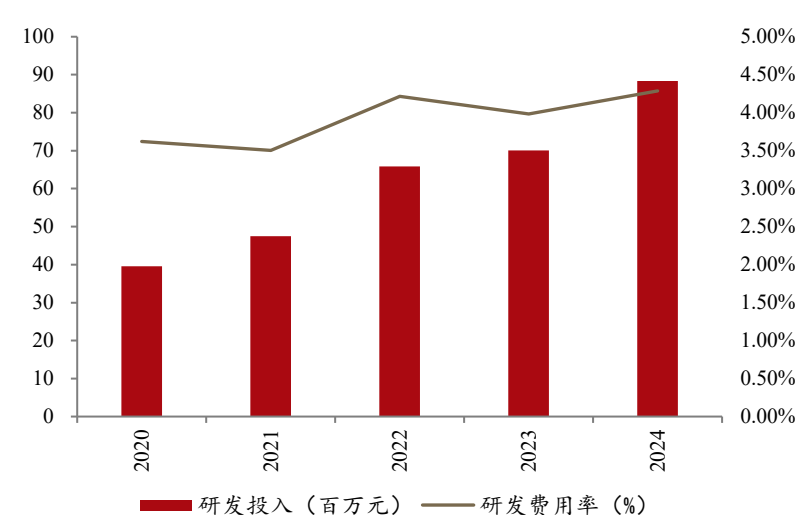
中国不同折射率镜片销售量占比



明月镜片研发投入及研发费用率



康耐特光学研发投入及研发费用率



镜片承载AI眼镜显示与交互核心功能，迎来量价齐升新机遇

➤ 在AI眼镜的成本构成里，目前镜片所占比例相对较低。AI眼镜的快速发展将驱动镜片产品加速向高端化升级，镜片单品价值有望持续提升。

小米AI智能眼镜成本拆解（美元）

硬件	厂商 / 型号	平光版	电变墨镜版	电变彩色版
				
主芯片	高通 AR1	60	60	60
副芯片	BES2700	7	7	7
存储 ePOP	佰维 2+32GB	11	11	11
PCB	-	3	3	3
摄像头	索尼 IMX681 / 欧菲光模组	10	10	10
喇叭	AAC	2	2	2
麦克风	楼氏	2.5	2.5	2.5
电池	ATL / 德赛	2	2	2
光学镜片	明月 / 唯酷	5	30	60
结构件	-	20	20	20
FPC	-	6	6	6
其他结构件 / 元器件	-	10	10	10
OEM/ODM	歌尔	18	18	18
充电盒	-	20	20	20
包装	-	4	4	4
合计	-	180.5	205.5	235.5
按7.1汇率折合人民币（元）		1281.55	1459.05	1672.05

传统眼镜商携手科技企业联合发品，共同开启AI眼镜新篇

RayBan Meta的成功引发行业与市场关注,科技企业与传统眼镜商的合作赋能是推动其快速发展的关键要素。AI眼镜首先是一副眼镜，其佩戴体验、光度管理以及矫正效果，都会因用户脸型差异和使用场景变化而有所不同，需要进行个性化定制。同时，为满足多样化场景需求，AI眼镜集成了众多电子元器件，要求镜架和镜片也需进行相应优化。然而，消费电子品牌专注于销售标准化产品，智能眼镜高度个性化、定制化的特点使其面临挑战，叠加多数智能眼镜品牌出身于3C电子产业，难以独立满足用户的配镜需求，因此与传统眼镜商合作成为必然选择。此外，科技企业在渠道拓展方面存在短板，与传统眼镜店、眼科医院等渠道接触较少，亟需借助传统眼镜商的力量实现渠道的渗透。而从科技功能实现角度出发，AI眼镜要在紧凑的眼镜结构中集成麦克风、扬声器、摄像头、芯片、电池等多种元器件，并赋予其智能化能力，这一过程离不开科技企业的技术支持。

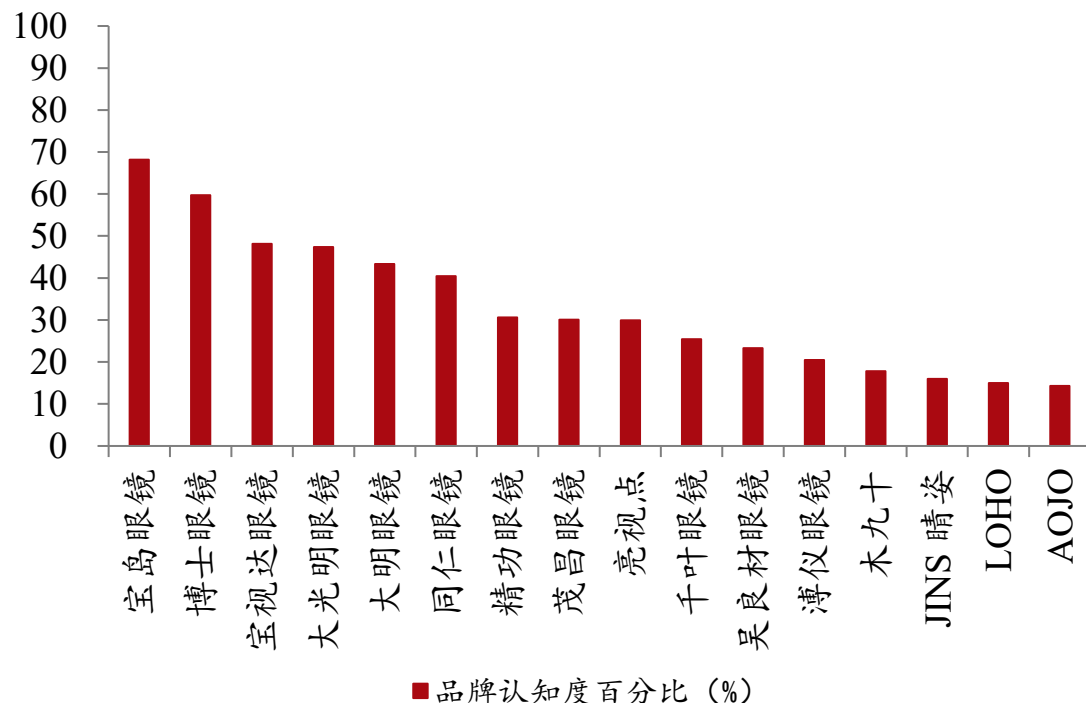
国内外部分眼镜商联手科技企业布局AI智能眼镜概括

眼镜品牌商	与科技企业携手布局AI智能眼镜产业
RayBan	携手meta先后发布智能眼镜RayBan Stories和Rayban Meta;Meta在2025年4月底为旗下的Ray-Ban智能眼镜发布了一系列更新，包括离线实时翻译、Meta AI适用范围扩大等，近期还将上线AI眼镜调用即时通讯软件的功能。
博士眼镜	博士眼镜已与星纪魅族（MYVU AR智能眼镜、StarV Air2 AR眼镜）、雷鸟创新（Air 2 AR眼镜、Air 2s AR眼镜）、界环（AI音频眼镜）、李未可（LAWK Chat AI眼镜）、Rokid、华为等品牌开展了紧密合作；与雷鸟创新共同研发智能眼镜产品-雷鸟V3已于2025年1月正式上市；5月27日，雷鸟创新推出雷鸟X3 Pro、雷鸟Air 3s系列，雷鸟V3 Slim等产品。目前，雷鸟V3、雷鸟V3 Slim、雷鸟Air 3s、雷鸟Air 3s Pro已在博士眼镜所有线下门店同步开售。另外，MIJIA智能音频眼镜2已陆续上架至博士眼镜线上商城以及全国30家线下门店。
宝岛眼镜	蜂巢科技旗下界环AI音频眼镜系列产品将分阶段进驻星创视界旗下宝岛眼镜的全国门店，首批于北京、上海、深圳、杭州、南京、武汉、重庆等16个城市40家宝岛眼镜门店率先上线，届时，界环和宝岛用户可在合作店铺体验从产品试戴，眼健康筛查，到专业验配一站式服务。
宝视达	蜂巢科技与宝视达宣布达成战略合作，双方将围绕全渠道深度融合和服务体验升级展开全面合作。蜂巢科技的自主品牌产品——界环AI音频眼镜，将分阶段在宝视达的全国门店及线上渠道进驻，首批产品将率先在河南省的100家线下门店上线。此次合作将深度整合双方优势资源，依托蜂巢科技在智能眼镜领域的研发能力及宝视达的眼镜产业链优势，为消费者提供智能化、个性化和高品质的眼镜产品与服务。
BOLON眼镜	2024年11月18日，Rokid推出一款与BOLON眼镜联名的新一代AR眼镜——Rokid Glasses。本次合作的联名产品外观整体由BOLON眼镜开发设计。BOLON眼镜选择与Rokid携手，希望在传统眼镜产品的功能基础上，拓展眼镜的使用场景，以眼镜为载体，通过AI+AR技术的加持，带给消费者更多样的产品使用体验。
雅视光学	2023年8月，轻量化AR眼镜品牌“叶木科技”完成了数百万元种子轮融资，本轮融资由雅视光学和国内头部可穿戴设备芯片供应商联合注入，所获资金将用于公司运营和产品持续研发。
Gentle Monster	2022年8月26日，AR公司XREAL宣布，获得国际时尚眼镜品牌Gentle Monster的战略投资并将达成系列合作，融资金额为1500万美元。Xreal表示，Gentle Monster的加入将助力其加码消费级AR眼镜市场；Gentle Monster还跟华为合作推出过HUAWEI X Gentle Monster Eyewear II智能眼镜。
LOHO眼镜	闪极科技、LOHO眼镜、科大讯飞在深圳签署独家战略合作协议，致力于打造全球领先的“全时段拍摄+高品质音频+多模态AI”智能眼镜。

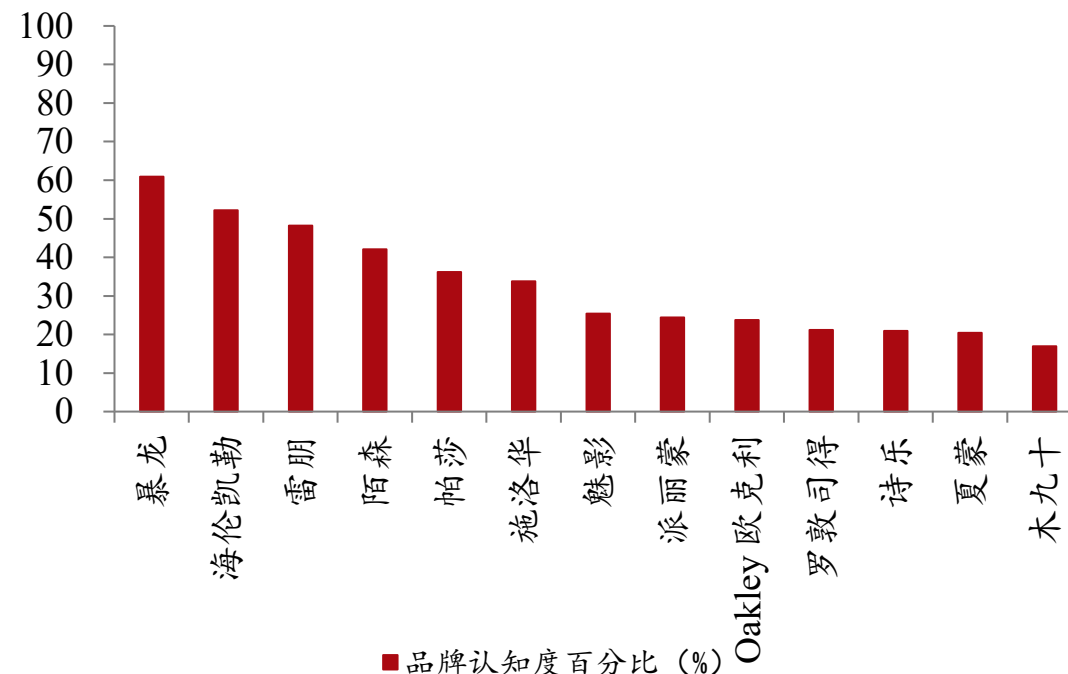
传统眼镜商携手科技企业联合发品，共同开启AI眼镜新篇

- 综上，传统眼镜商凭借在眼镜品牌、销售渠道、眼镜/片产品质量以及专业化的视光验配服务等方面的优势，已建立消费者的认同感和忠诚度，可有效弥补科技企业在眼镜市场的认知短板。
- 根据艾瑞咨询调研显示，消费者对国内外专业眼镜品牌和全国连锁眼镜店品牌的认知更高。在眼镜品牌认知方面，多以国内专业眼镜品牌和国际专业眼镜品牌为主，认知度排名前三的品牌分别是暴龙、海伦凯勒和雷朋；在眼镜店品牌认知方面，多以全国品牌连锁眼镜店为主，认知度排名前三品牌的分别是宝岛眼镜、博士眼镜、宝视达眼镜。

消费者对眼镜店品牌认知的情况



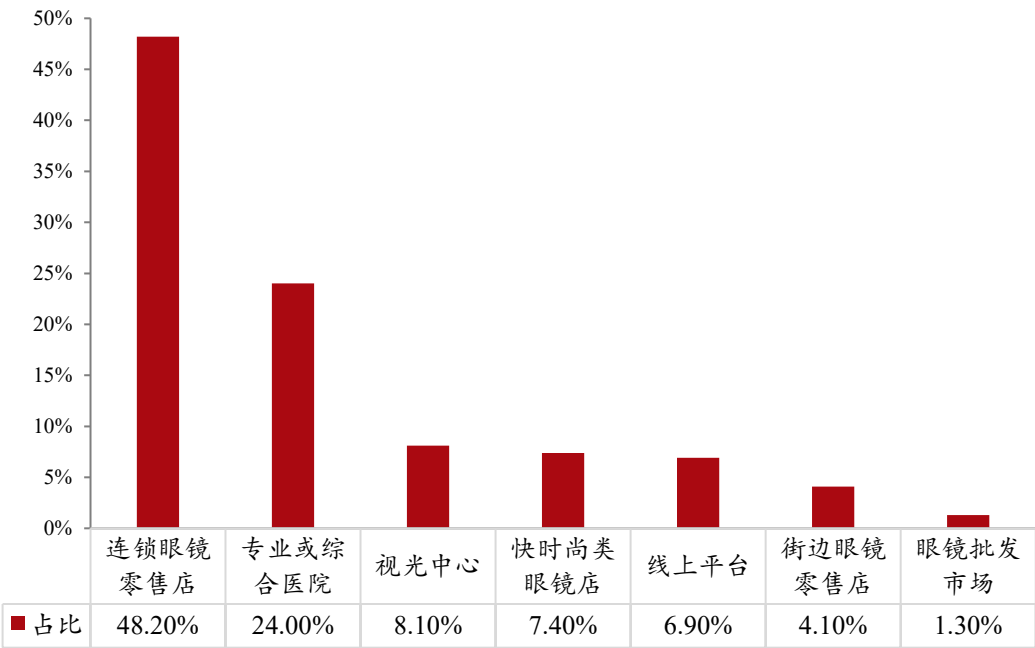
消费者对眼镜品牌认知的情况



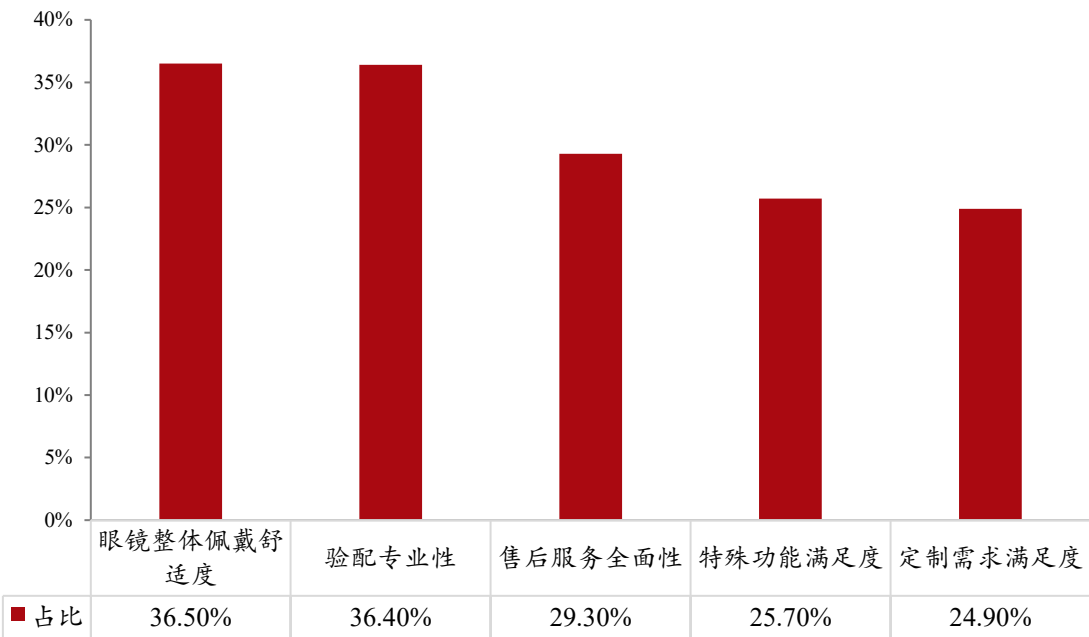
依赖传统眼镜渠道体系，深化合作成市场拓展关键

- **AI智能眼镜销售依赖传统眼镜渠道体系，与传统眼镜厂商深化合作成为市场拓展的关键。**AI智能眼镜的本质上是副眼镜，而眼镜属于体验型商品，消费者在购买眼镜前往往往有较强的体验需求，其购买过程涉及验光、试戴等环节，这使得用户在购买AI智能眼镜产品时，会呈现出明显的售前线下体验特征，从而确保产品的适配性和舒适度。多数智能眼镜品牌出身于3C电子产业，难以独立满足用户的配镜需求，因此，智能眼镜厂商的产品普及将对传统眼镜厂商的渠道体系有更多依赖。
- 从眼镜零售行业来看，艾瑞调研结果显示，**线下渠道是消费者未来购买眼镜的核心渠道，有93.1%的消费者会通过线下渠道购买眼镜。**线下销售渠道以零售门店为主要经营场所。一方面，线下门店能够为消费者提供专业的验光服务，确保镜片度数准确无误；另一方面，消费者可以通过试戴不同款式的眼镜，直观感受佩戴的舒适度和美观度，进而做出更合适的购买决策。此外，线下门店还能提供眼镜维修、保养、调整等售后服务，增强消费者的购买信心。

未来消费者购买眼镜的核心渠道



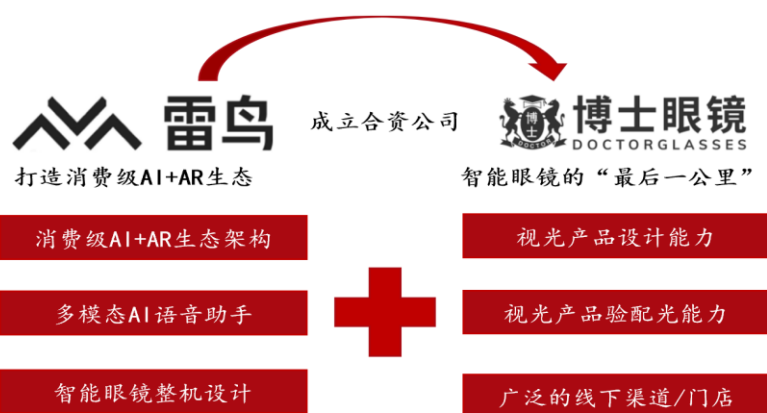
未来消费者线下购镜时核心关注要素



依赖传统眼镜渠道体系，深化合作成市场拓展关键

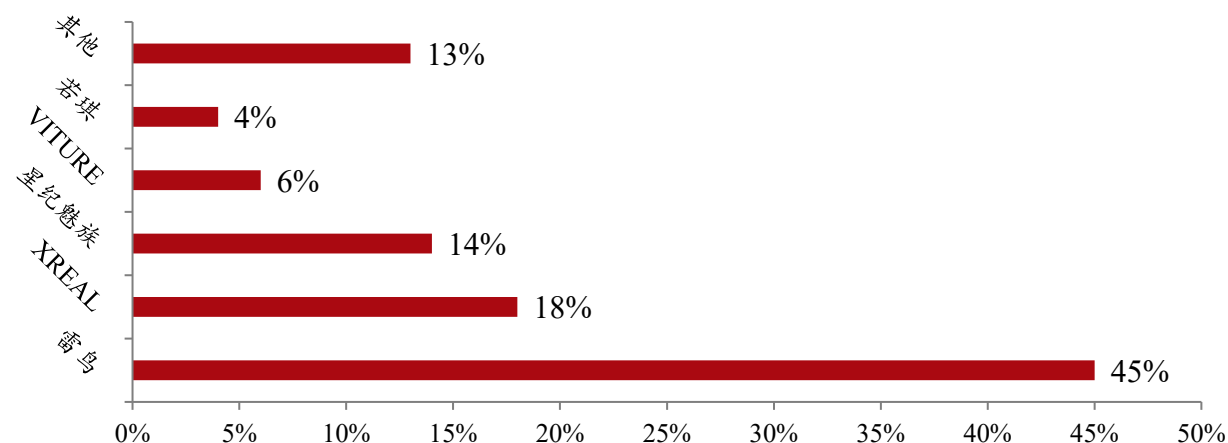
- 结合国内眼镜龙头渠道商布局来看，博士眼镜截至2024年末共有门店557家，光学眼镜及验配服务收入占比67%。公司已与业内头部智能眼镜厂商星纪魅族、雷鸟创新、XREAL、界环、李未可等品牌开展合作，致力于智能眼镜“最后一公里”的验配服务。
- 与雷鸟创新共同出资设立合资公司，共同研发智能眼镜产品。目前，雷鸟创新旗下产品雷鸟V3、雷鸟V3 Slim、雷鸟Air 3s、雷鸟Air 3s Pro已在博士眼镜所有线下门店同步开售，博士眼镜将为雷鸟V3 Slim提供40家线下门店体验。
- MIJIA智能音频眼镜2已陆续上架至博士眼镜线上商城以及全国30家线下门店。

博士眼镜与雷鸟的合作模式



双方在多方面进行深度整合，实现资源共享和优势互补

2025Q1国内消费级AI/AR市场销量份额占比



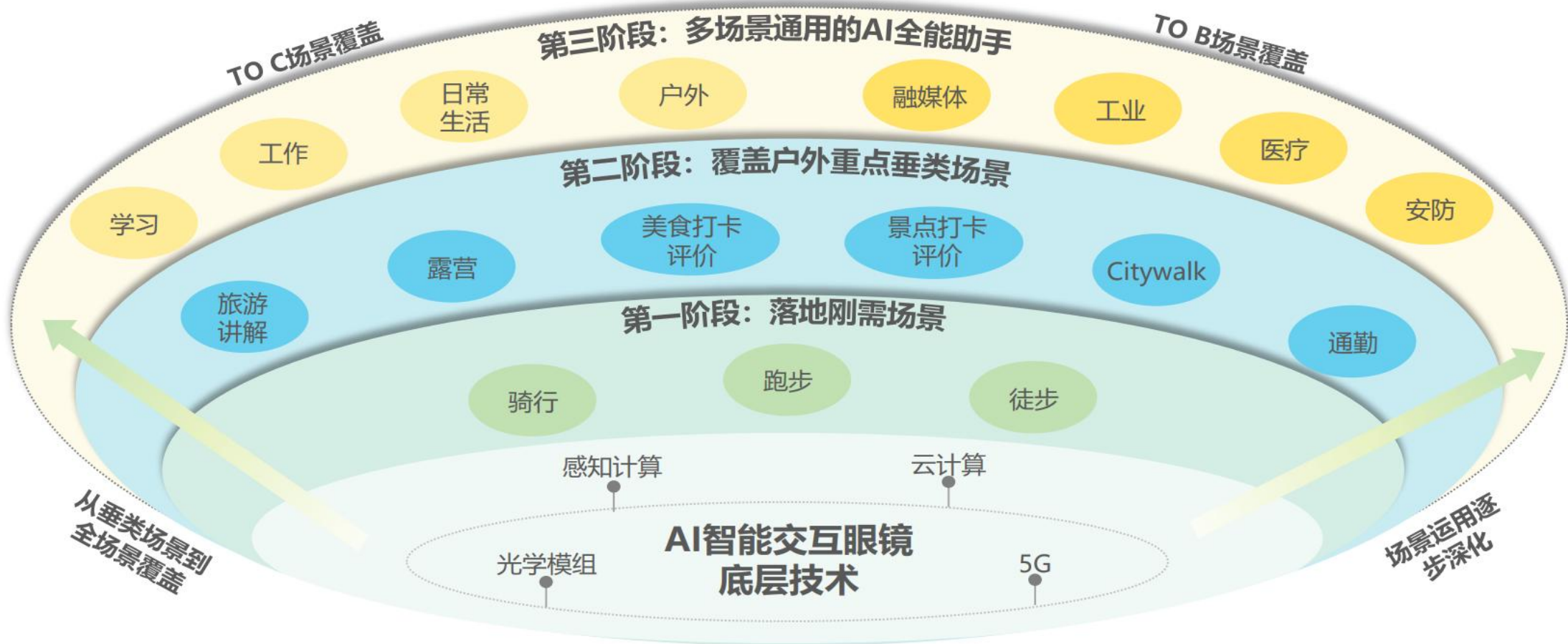
博士眼镜部分AI眼镜产品展示



多元场景赋能，构建AI眼镜产业发展新生态

在AI智能交互眼镜产业链体系中，下游主要聚焦于商业和消费者场景的应用。随着5G网络、云计算能力、感知计算以及光学模组技术等的持续革新与演进，AI智能交互眼镜场景应用或将持续性、渐进性地完善壮大。

AI智能交互眼镜应用全景图



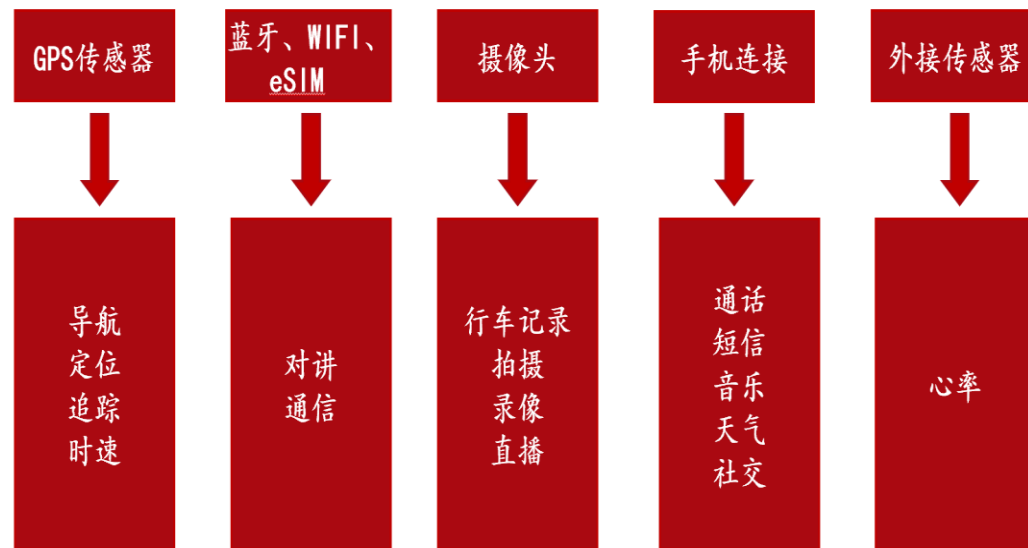
垂类场景到多场景全面覆盖，运动场景成为AI眼镜重要落地场景之一

AI智能交互眼镜应用场景发展路径从通过骑行、徒步等刚需垂类场景快速落地，到户外多场景需求的全面覆盖，成为运动装备的关键配件。众多厂商在专业运动眼镜的基础上，集成了丰富的功能，如精准的语音导航、智能路线规划、即时拍照、实时的环境感知以及全面的健康监测。这些特性让用户在运动中得以释放双手，确保运动途中的安全和便利。从AR运动眼镜主要应用场景来看，主要应用于5大场景，按应用时间的先后，基本顺序为：滑雪、摩托车骑行、自行车骑行、跑步、游泳。部分AR运动眼镜可适用于多项运动，如AR头盔兼顾摩托车骑行与自行车骑行，自行车骑行AR太阳眼镜兼顾跑步、徒步等运动。

AR运动眼镜主要应用场景



AR运动眼镜主要功能



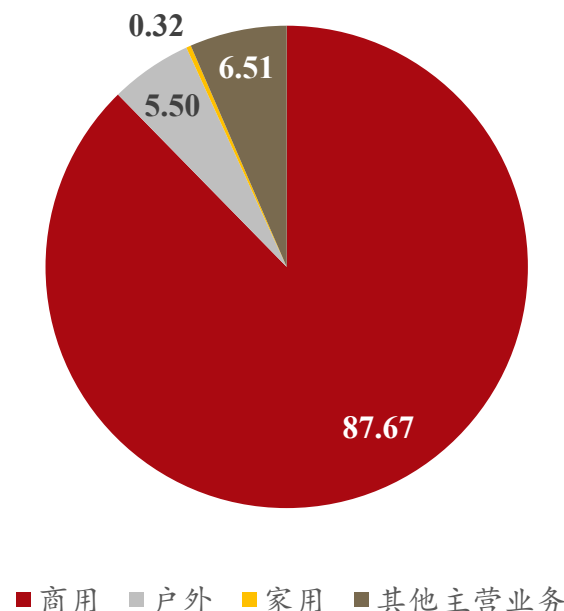
垂类场景到多场景全面覆盖，运动场景成为AI眼镜重要落地场景之一

- 根据维深统计和预测，2023年，全球AR运动眼镜处于行业发展前期，销量约4.6万台，市场规模约1400万美元，整体渗透率较低。未来3-5年，AR运动眼镜会迎来快速增长期。预计至2035年，AR运动眼镜年销量将达到1700万副，市场规模约33亿美元。其中摩托车骑行、自行车骑行/跑步、游泳、滑雪场景AR运动眼镜销量约1500万副，市场规模约30亿美元。
- 从国内产业布局来看，健身器材龙头公司英派斯拟依托自身运动场景和健身领域渠道优势切入AI眼镜赛道。公司拟与专注于研发新一代智能眼镜的杭州李未可科技共同出资设立公司，主营智能运动装备研发、设计、生产、销售等业务。双方拟利用各自优势，整合专业运动数据、线上线下销售渠道、AI大模型等资源，围绕健身、骑行等运动场景协同打造符合各种健身应用场景的智能运动装备。

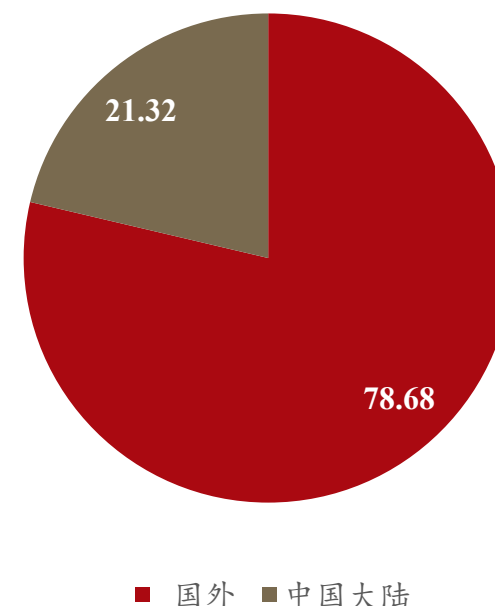
英派斯部分主营健身产品展示



英派斯2024年主营业务构成 (%)



英派斯2024年国内外销售占比 (%)

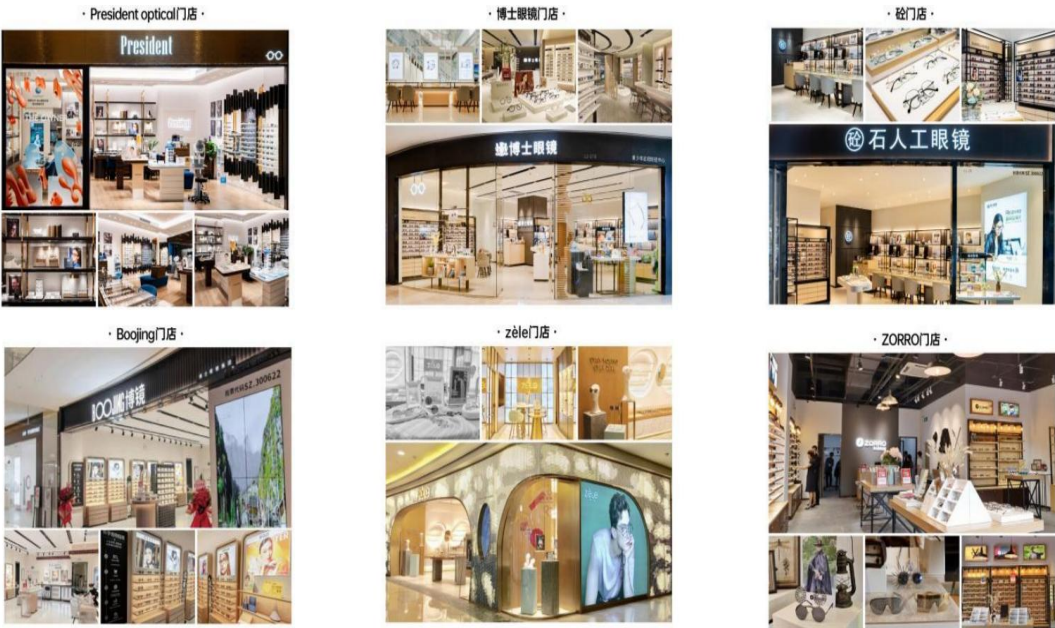


目录

- AI眼镜行业：AI落地最佳载体，智能穿戴新蓝海
- AI眼镜产业链：镜片承显示交互核心，眼镜零售商握渠道优势，运动成AI眼镜主场景
- 产业链相关标的梳理

- 公司是一家专业从事眼镜零售连锁经营企业，通过打造六大眼镜零售品牌，精准定位不同市场细分，全面覆盖了从高端到大众市场的消费需求，其中“President optical”定位于“高端定制”、“博士眼镜”定位于“专业视光”、“砦（石人工）”定位于“全国加盟”、“Boojing”定位于“新消费零售”、“zè le”定位于“时尚快消”、“ZORRO”定位于“复古文化主题”。
- 公司已与全球许多知名眼镜生产制造厂商如卡尔蔡司、开云集团、依视路、LVMH等建立了长期战略合作关系，凭借稳定高效的供货渠道公司代理品牌不断丰富；同时公司积极培育自有品牌，不断升级迭代自有品牌产品矩阵。截至2024年末，公司共拥有13个镜架自有品牌、4个镜片自有品牌。

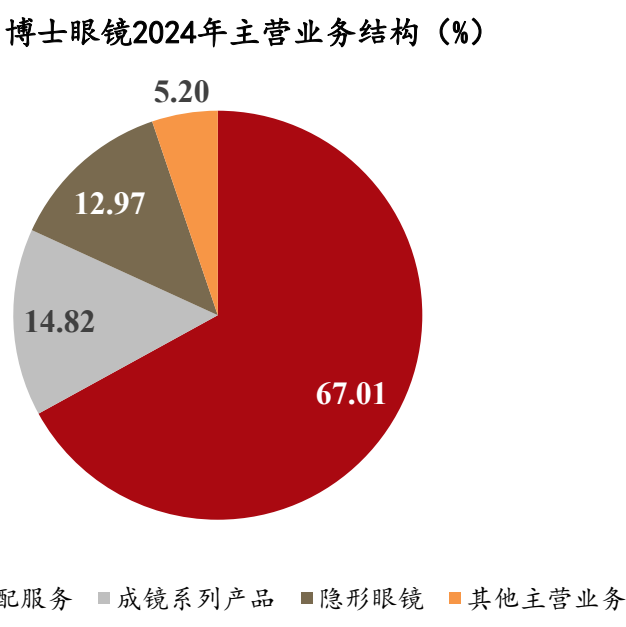
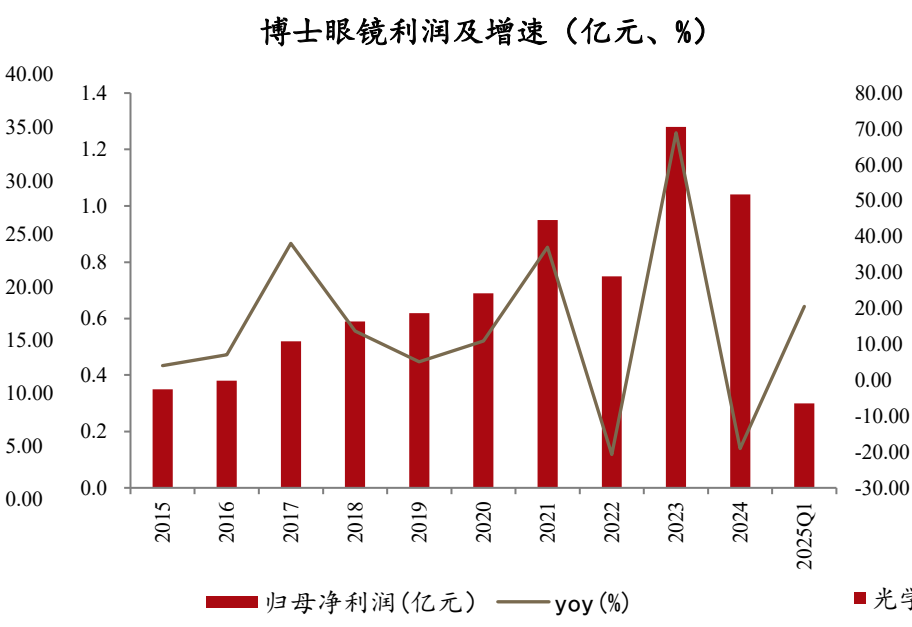
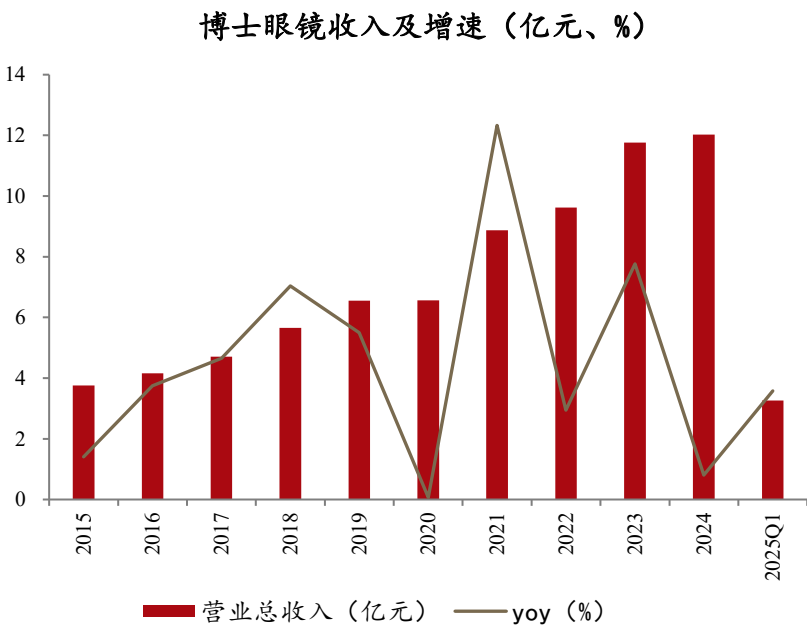
公司六大类零售门店



公司代理和自有品牌

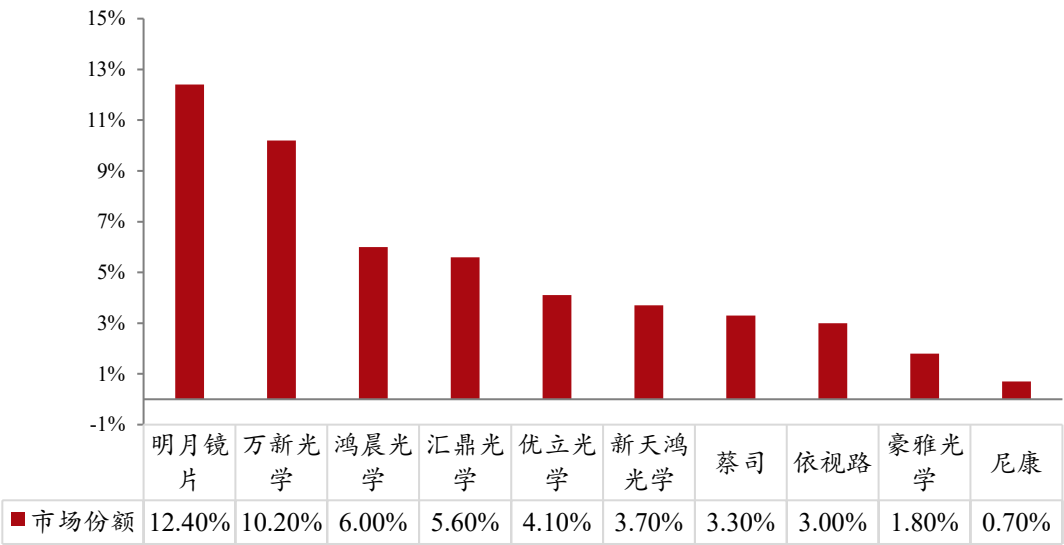
代理品牌							自有品牌		
THE OWNER	SAINT LAURENT	Cartier	MONTBLANC	Chloé	SEIKO	ByVR	PURSAUR	AnnoDomini	Prmbiya
BURBERRY	DIOR	COACH	Montblanc Meisterstück	TRUSSARDI	TOM FORD	LOEWE	zè le	MYGADS	INNOO
EMPORIO ARMANI	FENDI	BALENCIAGA	BALENCIAGA	VERSACE	FERRAGAMO	FERRAGAMO	砦	Qin Mi Ji	IPoalgod
CELINE	ic! berlin	PRADA	LINDBERG	Silhouette	miu miu	9999	LEOPOLDO	TERRY QILA	PARUCT
DITA	Chopard	CHARMANT	BOLON	VR	GUCCI	MOLSION	COEIS	德纳司	卡達目
Helen Keller	OAKLEY	Raf Simons	OLIVER PEOPLES	雷鸟	DreamSmart	SUPERHEXAGON	(部分品牌同时涵盖镜片、镜架)		
李未可 L.W.K	XREAL	HUAWEI	ZEISS	HOYA	RODENTOCK	YOUNGER OPTICS			
Nikon	博士伦 Bausch + Lomb	海昌 HYDRON	强生	CooperVision	Alcon				

- 公司渠道优势明显。眼镜属于体验型商品，眼镜零售商需要为消费者提供验光、配镜、镜片镜架装配、试戴体验、销售配送等专业服务。眼镜零售行业的销售渠道以线下渠道为主，零售门店是眼镜销售的主要经营场所，也是眼镜零售企业主要的业绩来源。公司销售网络和服务体系遍布全国各地，并深耕国内一二线城市核心消费商圈。公司通过与大型商超机构建立稳固的合作关系，联合打造配镜中心；此外，公司携手公立医院及社康机构合作开设视光中心；同时，公司选用“砦（石人工）”品牌进行加盟招商，加速下沉市场零售网点的扩张，持续拓展线下销售渠道。截至2024年末，公司共有门店557家，其中，直营门店510家，加盟店47家。
- 公司积极布局AI智能眼镜市场。公司已与星纪魅族、雷鸟创新、XREAL、界环、李未可等业内头部智能眼镜厂商开展合作，通过定制化服务以及线上线下联动售后体系，为智能眼镜消费群体提供专业的视力矫正综合解决方案；另外，公司拟发行可转债用于在全国重点城市拓展225家眼镜门店，并对部分现有门店进行升级改造，从而增加AI眼镜产品的展示与销售空间。



- 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。在2024年中国品牌镜片行业零售格局中，根据沙利文统计，按零售量计，明月镜片以12.4%的市场份额排名第一。公司交付能力行业领先，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%。
- 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。目前公司日常通用镜片覆盖1.56、1.60、1.67、1.71、1.74全部常用折射率，公司率先推出的1.71高折射率镜片，阿贝数高达37，兼具高折射率及高光学参数两大优点，已逐渐成为中高度近视及高端消费者的优先选择。
- 公司功能镜片覆盖齐全，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。其中公司首创的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%。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%。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%。

2024前十大中国镜片品牌市场份额（按零售量计、%）

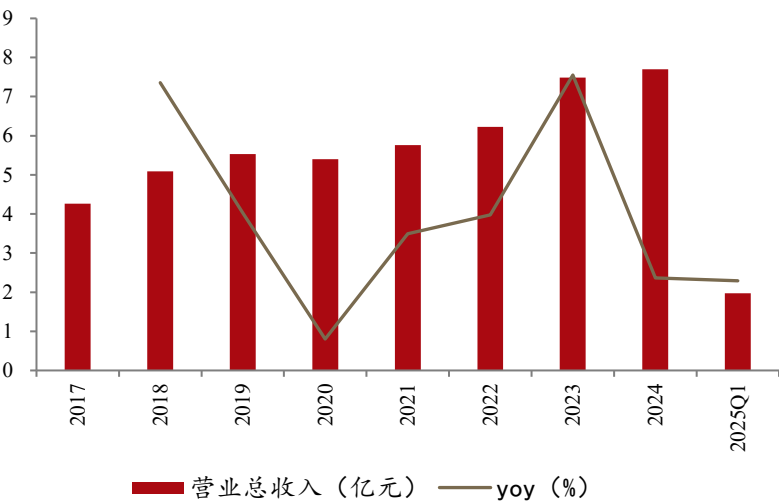


公司部分产品系列

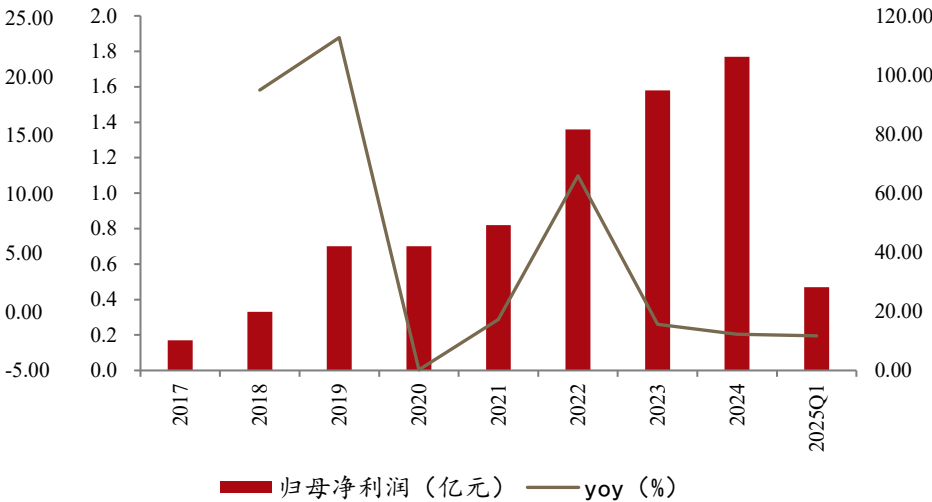


- 公司携手合作伙伴积极推动AI智能眼镜等新技术的研发与布局。公司公告提到，公司与AI眼镜结合主要体现在两个层面：1) 直接销售产品。无论采用套镜、贴合式还是其他方式，最终都要解决成像问题。公司研发费用显著增加，其中相当一部分是为相关配套产品做准备。2024年公司研发费用为3,498.85万元，较去年同期增长24.96%；2) 提供全套解决方案：a、配镜需求。智能眼镜品牌通常无法自行解决批量配镜需求，需要与品牌商合作；b、渠道渗透。大多数智能眼镜品牌出身于3C电子产业，与传统眼镜店和眼科医院的渠道接触较少，需要更多渠道渗透；c、整套服务方案。从铺货到验光、割边、装配、售后，再到解答消费者问题等环节，智能眼镜的高度个性化定制化为品牌商提供了合作机会。
- 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。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。
- 2024年，公司与德国徕卡在高端镜片领域开展深入合作，有望在镜片端更好助力AI智能眼镜发展。

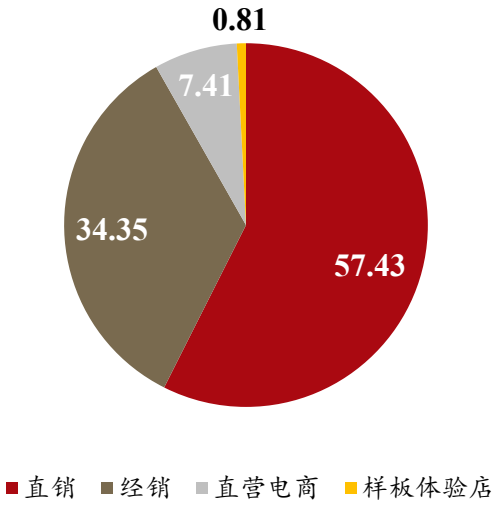
明月镜片收入及增速 (亿元、%)



明月镜片利润及增速 (亿元、%)

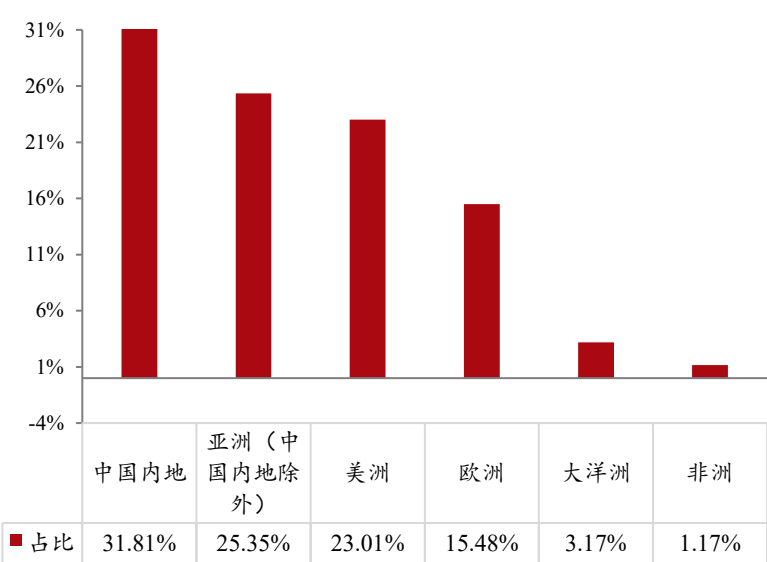


明月镜片各销售模式下的收入占比 (%)



- 公司是中国领先的树脂眼镜镜片制造公司，根据沙利文报告，公司2020年在中国树脂镜片制造商中排名第一。按2020年的树脂眼镜镜片出口值计算，公司是中国最大的出口商。目前，公司产品在超过90个国家出售，包括但不限于中国、美国、日本、印度、澳洲、泰国、德国及巴西。
- 公司凭借中国的上海生产基地和江苏生产基地以及在日本的靖江生产基地的生产设施，能够制造标准化镜片及个性化、差异化、高端化的定制镜片。公司树脂镜片产品包括平光镜片、单光镜片、多焦点镜片、及渐进镜片，折射率覆盖 1.499、1.56、1.60、1.67、1.74。2024年，公司三个生产基地的年度生产总量达2.1亿件，同比增长15.1%。功能镜片、标准化镜片及定制镜片收入同比增长32.4%/8.8%/11.8%。
- 公司是国内少数提供1.74折射率树脂镜片的供应商之一。公司1.74高折镜片采用多位面全新莱宝镀膜技术，对人眼可见光波段的平均增透效果大大提升；融入德国自由曲面技术，对比常规1.74高折镜片平均边缘减薄约20%；公司1.74高折镜片原料来源于三井化学的MR-174™，三井化学作为公司重要的战略合作伙伴，一直以过硬的原材料品质，赢得了国内外广泛认可。

2024年康耐特光学国内外收入占比 (%)



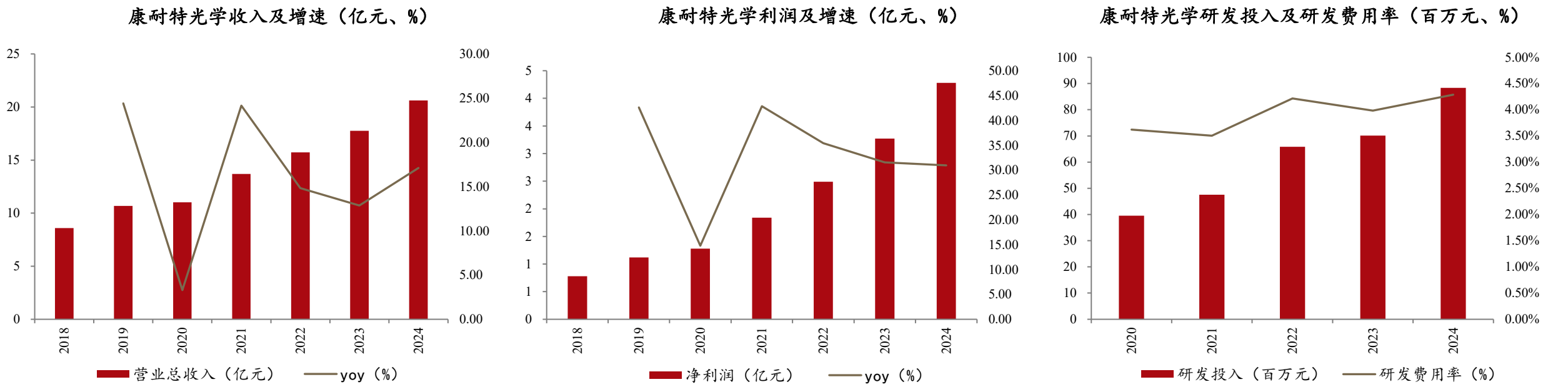
康耐特光学1.74高折镜片展示



三井化学采购镜片原料认证书

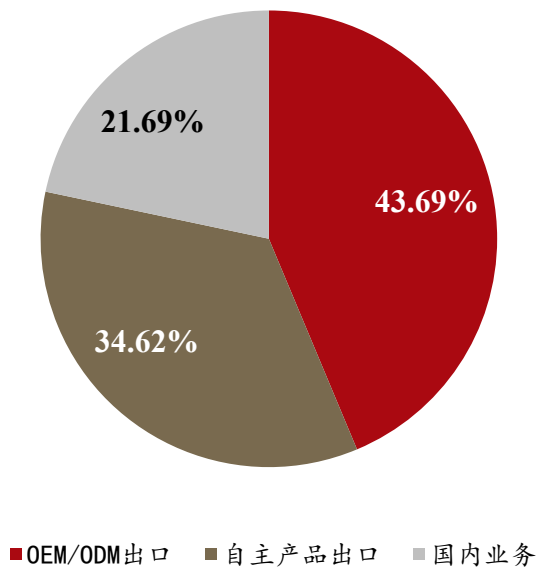


- 公司注重产品开发能力，公司认为现阶段所具备的研发实力对公司进一步提升国内和国际市场竞争力至关重要。同时，公司也在积极布局国家级研发中心的规划，包括新建XR研发中心在内，公司将持续投入，强化项目和知识产权管理机制，注重研发成果转化和产业协同效应。除此以外，公司也在不断研发不同折射率、不同功能叠加创新产品，积极改进和升级现有产品。
- 智能眼镜业务方面，公司在与包括美国多家头部企业在内的全球领先科技及消费电子企业持续合作的同时，积极拓展与其他国内外科技、消费电子企业客户的业务合作机会。公司拟向歌尔股份子公司配股，用于智能眼镜和XR头戴设备的镜片和视觉解决方案的研发、设计和制造，协同赋能智能眼镜业务发展。

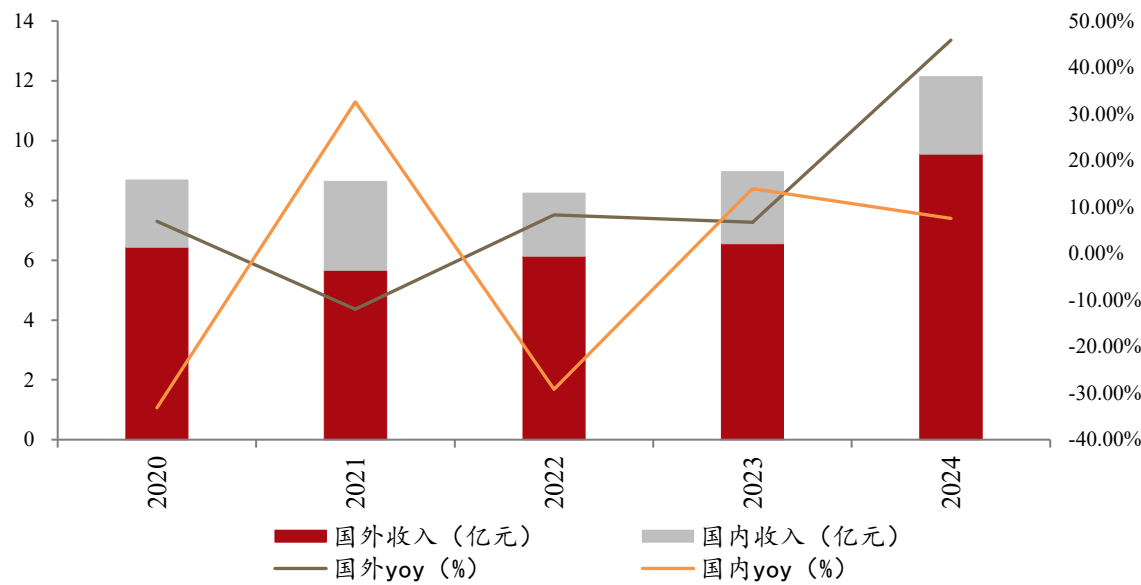


- 公司是一家专注于全品类、多系列健身器材开发制造及销售、品牌化运营的知名厂商，致力于OEM/ODM模式为PRECOR、BH等国际知名健身器材品牌代加工健身器材，以及开拓自主品牌的国际业务。**2024年，公司实现国外销售收入95,501.14万元，较上年同期上涨45.89%，占公司营业收入比例为78.68%。**
- 公司于设立之初即开始为国际知名健身器材品牌提供OEM/ODM服务。依托多年生产积累的经验以及合理的生产线布局，公司现已构建完善的“多品类、小批量、高频次”的生产模式，着力打造“高品质、快速反应”柔性生产。**2024H1，公司OEM/ODM出口业务实现收入24,985.73万元，较上年同期增长43.03%，占公司营业收入比例为43.69%。**
- 自主品牌方面，公司将自主品牌IMPULSE打入欧洲、亚太等多个国际市场。**2024H1，公司自主产品出口业务实现收入19,795.15万元，较上年同期增长61.96%，占公司营业收入比例为34.62%。**在国内市场，公司主要通过经销和直营相结合的方式向健身房、政府、企事业单位、军警单位等以及通过参与全民健身采购等方式向体育局、教育局等单位销售各类室内有氧、力量及户外产品。

2024H1 英派斯OEM/ODM出口及自主产品出口收入占比 (%)

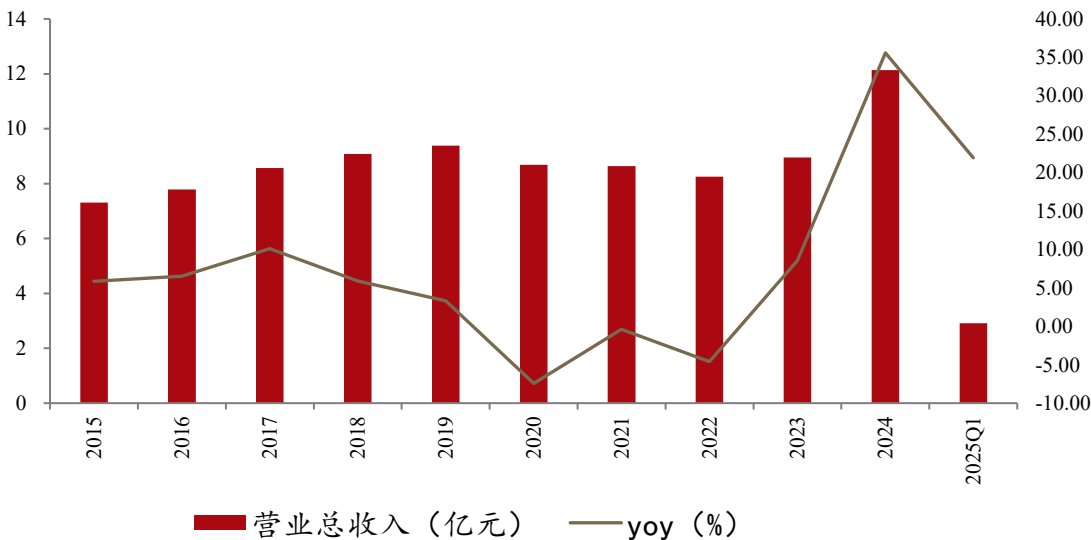


英派斯国内外市场收入拆分及增速 (亿元、%)

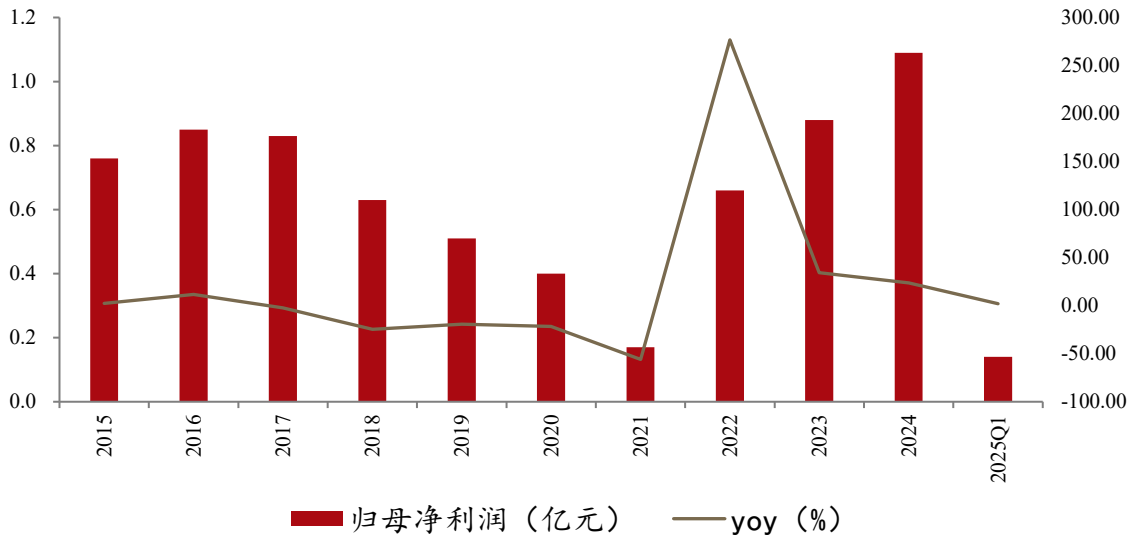


- 产品方面，公司主要聚焦商用健身器材领域，持续加强对重点商用产品业务板块的管理，形成了轻商-商用-高端商用电跑的全系列产品布局。**2024年，公司商用产品实现收入106,423.01万元，占总营收的87.67%。**
- 国内市场方面，公司一方面全面推动新产品上线，丰富健身产品体系以满足不同用户的健身需求；另一方面，积极铺设线上线下销售渠道，稳步推进渠道下沉，持续推进商用、家用、户外、冰雪运动等细分市场布局，形成覆盖全人群、全场景、全需求的健康服务平台。
- 在AI眼镜布局方面，公司拟与专注于研发新一代智能眼镜的杭州李未可科技共同出资设立公司，主营智能运动装备研发、设计、生产、销售等业务。双方拟利用各自优势，整合专业运动数据、线上线下销售渠道、AI大模型等资源，围绕健身、骑行等运动场景，协同打造符合各种健身应用场景的智能运动装备。

英派斯收入及增速（亿元、%）



英派斯利润及增速（%）



分析师声明

作者具有中国证券业协会授予的证券投资咨询执业资格，保证报告所采用的数据和信息均来自公开合规渠道，分析逻辑基于作者的职业理解，本报告清晰准确地反映了作者的研究观点，力求独立、客观和公正，结论不受任何第三方的授意或影响。研究报告对所涉及的证券或发行人的评价是分析师本人通过财务分析预测、数量化方法、或行业比较分析所得出的结论，但使用以上信息和分析方法存在局限性。特此声明。

免责声明

本研究报告由方正证券制作及在中国（香港和澳门特别行政区、台湾省除外）发布。根据《证券期货投资者适当性管理办法》，本报告内容仅供我公司适当性评级为C3及以上等级的投资者使用，本公司不会因接收人收到本报告而视其为本公司的当然客户。若您并非前述等级的投资者，为保证服务质量、控制风险，请勿订阅本报告中的信息，本资料难以设置访问权限，若给您造成不便，敬请谅解。

在任何情况下，本报告的内容不构成对任何人的投资建议，也没有考虑到个别客户特殊的投资目标、财务状况或需求，方正证券不对任何人因使用本报告所载任何内容所引致的任何损失负任何责任，投资者需自行承担风险。

本报告版权仅为方正证券所有，本公司对本报告保留一切法律权利。未经本公司事先书面授权，任何机构或个人不得以任何形式复制、转发或公开传播本报告的全部或部分内容，不得将报告内容作为诉讼、仲裁、传媒所引用之证明或依据，不得用于营利或用于未经允许的其它用途。如需引用、刊发或转载本报告，需注明出处且不得进行任何有悖原意的引用、删节和修改。

类别	评级	说明
公司评级	强烈推荐	分析师预测未来12个月内相对同期基准指数有20%以上的涨幅。
	推荐	分析师预测未来12个月内相对同期基准指数有10%以上的涨幅。
	中性	分析师预测未来12个月内相对同期基准指数在-10%和10%之间波动。
	减持	分析师预测未来12个月内相对同期基准指数有10%以上的跌幅。
行业评级	推荐	分析师预测未来12个月内行业表现强于同期基准指数。
	中性	分析师预测未来12个月内行业表现与同期基准指数持平。
	减持	分析师预测未来12个月内行业表现弱于同期基准指数。
基准指数说明		A 股市场以沪深300 指数为基准；香港市场以恒生指数为基准，美股市场以标普500指数为基。



方正证券研究所

专注 · 专心 · 专业

北京市朝阳区朝阳门南大街10号兆泰国际中心A座17层

长沙市天心区湘江中路二段36号华远国际中心37层

上海市静安区延平路71号延平大厦2楼

深圳市福田区竹子林紫竹七道光大银行大厦31层

广州市天河区兴盛路12号楼隼峰院2期3层方正证券