一、重要提示

本年度报告摘要来自年度报告全文，为全面了解本公司的经营成果、财务状况及未来发展规划，投资者应当到证监会指定媒体仔细阅读年度报告全文。

所有董事均已出席了审议本报告的董事会会议。

非标准审计意见提示

□适用 √不适用

董事会审议的报告期利润分配预案或公积金转增股本预案

□适用 √不适用

公司计划不派发现金红利，不送红股，不以公积金转增股本。

董事会决议通过的本报告期优先股利润分配预案

□适用 √不适用

二、公司基本情况

1.公司简介

股票简称	欧菲光	股票代码	002456
股票上市交易所	深圳证券交易所		
联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表	
姓名	周亮	程晓华	
办公地址	深圳市南山区松白路欧菲光科技园	深圳市南山区松白路欧菲光科技园	
传真	0755-27556331	0755-27556331	
电话	0755-27556331	0755-27556331	
电子信箱	ir@ofilm.com	ir@ofilm.com	

2.报告期主要业务或产品简介

（一）公司主营业务概述

1.公司主营业务及产品用途

公司拥有智能手机、智能汽车、新领域三大业务板块，为客户提供一站式光学光电产品技术服务，主营业务为光学镜头模组、光学镜头、指纹识别模组、机器视觉视觉相机、驾驶域、车身域、座舱域和智能门锁等相关产品的设计、研发、生产和销售。公司凭借深厚的技术积累，持续推进产品创新升级，通过产业链资源平台化整合，在光学影像领域实现快速发展，客户基础不断夯实，行业地位持续巩固。公司主要产品包括：

（1）光学摄像头模组

公司是国产中高端智能手机摄像头产品的领先供应商，公司技术研发团队不断突破，目前MGL多群组镜头主动对位技术、CMP/CMP小型化模组封装技术等持续迭代，公司摄像头模组产品在技术性、稳定性和制造效率上持续领先同行，综合竞争优势明显，感谢关长伟高级总裁、Sensor afunction科（传感器位移式控科）、Power驱动监察光模组、可变光圈和热熔式模组等创新产品已实现规模化量产。连续荣获多项技术已完成关键技术突破，目前正重点推进镜头、VCM（音圈马达）及模组的全流程（设计—工艺—制造）垂直一体化整合，确保公司在手机摄像头模组业务领域的领先地位。

公司保持车载摄像头领域，产品已覆盖整车视觉感知全场景，全面适配辅助驾驶及智能座舱应用，并与国内外主流智能驾驶算法厂商保持紧密合作。公司已实现量产的产品包括单目多目前视感知模组、环视/周视模组、DMS/OMS/舱驶员监测/乘客监测）模组及电子内外后视模组等多类车载视觉模组产品，产品覆盖前装模组厂商、主流车企及T1级供应商体系，并已实现规模量产。

公司是手持智能影像设备领域广商的创新头核心供应商，公司依托自主研发的STM（步进马达）超载、双层Chart AA（近远焦主动对准）、折返式AA等关键技术，不断加快项目迭代，使公司摄像头模组产品在良率与可靠性方面保持行业领先水平。STM AF（步进马达自动对焦）、可变光圈、全景模组等高附加值产品已实现稳定量产。

（2）光学镜头

智能手机领域，公司光学镜头业务进展顺利，高端镜头加速渗透，产品结构持续完善，团队历经多年技术沉淀，突破高端镜头技术壁垒，目前7P光学镜头、潜望长焦镜头、双群闭对焦镜头，可变光圈镜头等高端产品已经量产出货，并进入国内主要手机厂商旗舰项目供应链，公司保持技术创新，按摩器令等新品储备或已经实现稳定量产。

智能汽车领域，2018年公司收购富士天津，拥有了行业领先的车载镜头技术和专利。通过多年来的技术开发和沉淀，公司已量产1-3M、5M、8M ADAS，1M、2M及3M环视，1M & 2M舱内DMS和2M & 5M 舱内OMS等车载镜头产品，其中8M ADAS（高视角高精度）镜头定位多家海外头部Tier1和国内头部新势力客户的量产项目，已位于创新上万颗量产出货，并取得A类供应商资格。

（3）指纹识别模组

公司自2015年正式量产出货指纹识别模组，2016年底开始，公司指纹识别模组市占出货量稳居全球前列。公司成功发展在光学、3D SENSING和超声波，指纹识别模组的复合产业优势，在传统电容式及光学屏下指纹识别模组领域处于龙头地位，并在新型超声波屏下指纹识别模组领域保持行业领先。公司来，公司在产品创新与研发投入方面持续突破，解决客户痛点和产品开发集成指纹解锁、唤动及压感区分功能的新方案，减少中框额外开孔及外挂触控芯片等成本，同时解决误触唤出/超声波指纹识别外品开发性价比更高的小尺寸方案和多层堆叠方案，2025年，公司还基于超声波压电材料技术积累，开发薄膜指纹、超声波定位等新产品，同步介入储能压力传感器开发项目，进一步拓展技术边界。

（4）机器视觉视觉相机

公司是机器视觉视觉相机系统解决方案提供商，构建了完善的3D视觉感知技术市场和全栈式的开发能力，尤其在3D ToF（飞行时间距离）方向技术实力深厚。依托在光电核心器件、光学设计、深度算法及精密智造等核心技术方面的多年积累，提供从传感器、镜头到视觉相机、软件算法开发到系统集成的垂直整合能力，解决方案已在智能手机、智能汽车、家庭机器人、AR/VR及IoT（物联网）等领域实现规模化商业落地。

手机方向，公司ToF时调入垫识别模组方案在安卓主流客户中实现规模化应用，并持续推进屏下深度视觉解决方案的研发与布局。车载方向，公司车载ToF DMS解决方案实现部分国内主流车厂的规模化前装量产，并持续推进行业领先的3D iToF（融合深度图像）感知方案在车内/车上主体舱驾驶室产并逐步拓展多类车型，ToF无感入驻识别主人系统申请多项核心专利，并完成多家国内主流车厂的定点项目。公司在dToF（数字飞行时间）和iToF（间接飞行时间）两条技术路线上均有深厚的技术积累，并已推出基于dToF技术的单点测距模组和多点测距模组，并已实现小批量出货。公司在iToF技术路线上已推出基于iToF技术的单点测距模组，并已实现小批量出货。

（5）智能驾驶解决方案

公司是车载智能驾驶领域先进传感器布局，构建覆盖车载视觉、3D ToF及激光雷达的感知技术体系，具备视频量产与前沿研发能力，相关产品已实现整车多场景应用落地，并不断强化系统级集成能力，为智能驾驶技术升级提供稳定支撑。

（6）车身域解决方案

公司是行业领先OEM/ODM车身域控产品技术积累丰富，将传统车身电子部分的车身控制、以太网通讯、座椅控制、氛围灯光、数字钥匙、空调、热管理等进行集成整合，显著提升产品集成度与系统协同能力，并可通过定制化开发满足不同客户的多样化需求。座椅模块产品出货量保持快速增长，技术方案已全面适配全型号驱架构，功能与性能持续优化，为整车用户提供更加舒适的乘坐体验。

（7）座舱域解决方案

公司围绕智能座舱交互与显示一体化需求，构建了覆盖座舱的内外场景的完整产品体系。在座舱显示领域，公司布局仪表屏、控型显示屏、驾乘娱屏、电子外后视镜及流媒体后视镜等多类车载视觉与显示产品，并在实现视模量产的基础上，持续提升系统整合能力，强化光学与显示的协同优势。

依托车载光学与视觉感知技术积累，公司形成覆盖座舱内外场景的系统解决方案，在座舱内，公司提供DMS、OMS等产品，支持人脸识别、疲劳监测等主动多人交互体验；在座舱外，公司提供360°全景影像系统解决方案，实现车辆周边环境的全面感知与可视化呈现，为驾驶安全提供可靠保障。

（8）智能门锁

公司是行业智能门锁研发与制造领域深耕多年，已形成较为完善的技术与产品体系，核心研发团队持续推进关键技术创新，整体技术实力与研发能力不断提升。公司围绕智能门锁产品持续推进解决方案迭代与体系化建设，构建覆盖指纹识别、人脸识别等生物识别技术成为提升安全性与便捷性的核心配置，公司依托指纹识别3D Sensing等核心技术，通过自研与策略合作相结合的方式，整合集团自身优势产业链资源，推动智能门锁感知全场景落地，并已成功进入头部客户供应体系。未来，公司门锁业务将继续坚持智能识别创新驱动和客户导向的发展策略，为更多客户提供安全、便捷的智能门锁解决方案。

报告期内，公司实现营业收入221.56亿元，同比上升8.38%，归属于上市公司股东的净利润为4.16亿元，同比上升8.38%；归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润-2.98亿元，主要原因系：

（1）报告期内，公司聚焦核心主业，不断提升创新能力，同时稳步拓展新业务领域，新领域产品取得突破，多项产品实现量产出货，其中智能汽车领域，公司为多家国内主流车厂提供车载镜头、车载摄像模组、车载显示模组、车载智能驾驶域控制器等产品，并已成功进入多家头部客户供应体系；智能门锁领域，公司为多家国内主流车厂提供指纹识别模组、智能门锁等产品，并已成功进入头部客户供应体系。

2025年，公司入围中国电子信息行业联合会发布的《电子信息竞争力前百家企业》，中华全国工商业联合会发布的《中国制造业民营企业500强》、中国企业联合会及中国企业家协会发布的《2025中国大企业创新100强》，广东省企业联合会及广东省企业家协会发布的《广东省企业500强》及《广东省制造业民营企业100强》及《广东省制造业创新100强》等称号。

（三）行业发展情况

1.智能手机

全球智能手机市场在经历2024年的较快增长后，2025年整体呈现温和增长态势，据IDC和Counterpoint数据，2025年全球智能手机出货量同比增长1.9%，达到12.6亿部，增速较2024年放缓，行业由快速复苏阶段进入存量竞争与结构升级并存的新阶段。

在整体出货量增长趋缓、行业竞争加剧的背景下，智能手机产业链与终端厂商的竞争焦点正从单纯的规模扩张，转向对技术创新、供应链韧性以及用户体验的深度打磨。

从技术发展方向来看，影像系统作为终端用户最为直观的感知环节，已成为厂商差异化竞争的核心领域。多摄模组持续升级，超广角、潜望长焦、人像镜头等多类型镜头的组合方式已经成为主流配置，并逐步向中高端以外的中端机型下沉。与此同时，AI技术正在从单一的拍照功能，逐步渗透至影像处理、系统交互、续航管理等多个环节，推动手机从“硬件驱动”向“软硬协同”转变。

在显示方面，高刷新率、高亮度、低功耗OLED屏幕已经成为中高端机型的标配，并逐步向中端市场普及。与此同时，折叠屏手机在经历前几年的快速增长后，目前已进入理性发展阶段，厂商更加关注产品形态的实用性、可靠性以及长期使用体验，而非单纯追求形态创新。

从供应链角度来看，2025年，智能手机产业链呈现出“高端集中、中低端竞争加剧”的特征。一方面，高端芯片、高端屏幕、高端影像模组等核心环节的产能和技术资源，持续向具备规模优势和品牌溢价能力的头部厂商集中；另一方面，中低端市场竞争激烈，厂商在成本控制、渠道效率和本地化服务方面的能力差异，正在成为决定市场份额变化的重要因素。

2.智能汽车

2025年，中国汽车行业整体保持稳健运行态势，新能源汽车渗透率已突破50%，成为我国汽车市场主导力量。根据中国汽车制造业协会数据，2025年中国汽车销量达到3,440万辆，同比增长9.4%，中国新能源汽车销量及渗透率实现持续较高增速，2025年中国新能源汽车销量（含出口）达到1,649万辆，同比增长28.2%，渗透率近48%。与此同时，全球汽车市场也在经历深刻变化，欧洲市场受能源价格高位运行、消费信心修复缓慢以及政策调整节奏偏谨慎等因素影响，整体增长相对平缓；北美市场在关税政策不确定性加剧的背景下，本土品牌与外资品牌的竞争格局进一步复杂化；而以中国为代表的亚洲市场，则凭借完整的产业链体系、快速的技术迭代能力以及高度活跃的消费市场，持续成为全球汽车产业创新和增长的核心引擎。

在这样的宏观背景下，智能汽车行业的竞争逻辑已经发生明显变化。过去，单一车型的销量表现或单项技术的领先，往往能够在较短时间内形成竞争优势；而现在，随着产品同质化程度不断提高，整车企业之间的竞争，已经逐步演变为对“产品力”的系统性考验。这种“产品力”不仅体现在智能驾驶、智能座舱、电子电气架构等单点能力上，更体现在软硬件协同效率、供应链稳定性、成本控制能力以及持续迭代能力等多个维度的综合较量。

在这一过程中，智能驾驶能力已经成为影响消费者购车决策的重要因素之一。越来越多的用户在选购新车时，会将高速领航辅助驾驶、城市通勤场景的表现、系统的稳定性以及后续OTA升级带来的体验变化，纳入综合评估范围。这意味着，智能驾驶不再只是“锦上添花”的配置，而是逐步成为影响车辆长期竞争力的重要因素。

与此同时，智能座舱的价值也在发生变化。从最初的语音交互、车机互联，逐步发展为集成了导航、娱乐、车辆控制、个性化服务以及生态协同的综合入口，座舱正在成为连接用户、车辆与外部生活场景的重要载体。对于用户而言，一个流畅、稳定、具有持续更新能力的座舱系统，往往比单一硬件参数更容易形成长期的使用粘性。

在这样的背景下，越来越多的车企开始从“卖车”的思路，转向“经营车”的思路。通过持续的软件升级、功能迭代和生态运营，不断提升车辆在全生命周期内的价值表现，并在用户心中建立起更长久的品牌信任。这也意味着，未来的竞争将更加考验企业在软件能力、组织协同、用户运营以及长期投入上的综合实力。

3.智能机器人

2025年，人形机器人行业经历了从概念炒作到产业落地的关键转折。随着技术路线逐步收敛、核心零部件成本快速下降以及多场景应用持续验证，人形机器人正从实验室走向真实工业与商业环境，行业发展的重心也从“能不能做出来”转向“能不能规模化交付”。

在这一过程中，产业链的竞争逻辑正在发生深刻变化。过去，行业关注的焦点主要集中在本体制造和单一技术突破上，而现在，决定企业能否持续成长的，已经不再只是某一个环节的领先，而是谁能够在“本体—零部件—软件—场景—交付”之间形成高效协同的能力。谁能够率先打通这条链路，谁就更有可能在规模化阶段建立起真正的竞争壁垒。

从产业链结构来看，人形机器人的核心零部件主要包括减速器、伺服系统、灵巧手、传感器、控制器以及电池等。这些环节的技术门槛和价值分布并不均衡，其中减速器、伺服系统和灵巧手长期以来被视为决定整机性能上限的关键部件，也是当前产业链中最受关注的环节。随着量产规模逐步扩大，这些核心部件的成本有望进一步下降，为整机厂商提供更大的利润空间。

与此同时，本体制造企业的角色也在发生变化。过去，很多企业更多扮演的是“集成者”的角色，即将外购的关节模组、减速器、传感器和控制系统进行组装和调试，重点在于把产品做出来。但随着行业逐渐进入规模化竞争阶段，仅仅依靠集成能力已经很难形成长期优势。越来越多的本体企业开始向上游延伸，通过自研或投资的方式，对关键零部件进行更深入的布局，以提升整机的性能一致性、降低成本并增强供应链的稳定性。这种变化，实际上反映出行业正在从“拼装阶段”向“体系化竞争阶段”转变。

软件层面的竞争，同样正在变得越来越重要。人形机器人的智能化水平，很大程度上决定了其在复杂场景中的适应能力和商业价值。无论是环境感知、路径规划，还是人机交互和任务执行，背后都离不开强大的软件系统支撑。谁能够在算法、数据和场景理解上持续积累，谁就有机会在未来的竞争中占据更有利的位置。

场景落地，则是当前行业最为现实的一环。与工业制造场景相比，人形机器人在家庭、商业服务、特种作业等场景中的应用，对环境的复杂性、任务的多样性以及人机协作的要求更高，这既带来了更大的市场空间，也意味着产品必须具备更强的泛化能力和更高的可靠性。可以预见，谁能够率先在某一类场景中实现稳定交付，谁就有机会率先完成从“样机”到“产品”的跨越，并进一步向更多场景复制。

4.智能眼镜

2025年，智能眼镜行业进入了一个非常关键的阶段。过去几年，行业更多停留在概念验证和技术展示层面，很多产品虽然功能不断增加，但始终没有真正走进大众的日常生活。而到了2025年，随着AI大模型能力的持续提升、硬件形态的不断优化以及内容生态的逐步完善，智能眼镜开始从“可以做什么”的阶段，逐渐转向“值不值得用”的阶段。

这一变化，本质上是行业成熟的重要信号。

从技术层面来看，2025年智能眼镜的核心变化，主要体现在三个方面。

第一，AI能力成为产品的核心竞争力。过去，智能眼镜更多是在“拍照+听歌+通话”的基础上叠加一些功能，而现在，AI已经成为产品的底层逻辑。语音交互、视觉识别、实时翻译、场景理解等能力，正在决定用户愿不愿意长期佩戴。

第二，硬件体验逐步接近“正常眼镜”。轻量化、续航、显示效果和佩戴舒适度，是决定智能眼镜能否走向大众市场的关键。2025年，越来越多的产品开始在重量控制、镜片设计和整体外观上做减法，而不是一味堆叠功能。

第三，生态开始成为竞争的重要变量。智能眼镜不是孤立的硬件，它必须与手机、云端、内容平台和各类应用协同，才能真正发挥价值。谁能够率先建立起开放、稳定的生态体系，谁就有机会在下一阶段的竞争中占据主动。

从市场层面来看，2025年智能眼镜的关注度明显提升，但真正实现规模化出货的产品仍然有限。这说明，行业目前仍处于“热度大于销量”的阶段，距离真正的爆发还有一定距离。

总体来看，2025年是智能眼镜从概念走向现实的关键一年。技术在进步，产品在变化，用户的认知也在逐渐改变。可以预见，随着AI能力的持续增强、硬件体验的不断优化以及生态的逐步完善，智能眼镜有望在未来几年迎来真正的规模化增长。

3.公司主要会计数据和财务指标

（1）近三年主要会计数据和财务指标

公司是否需追溯调整或重述以前年度会计数据

□是 √否

单位：元

	2025年末	2024年末	本年末比上年末增减	2023年末
总资产	21,599,907,538.58	21,682,209,787.97	-0.38%	19,937,722,184.00
归属于上市公司股东的净资产	4,005,921,014.62	3,657,286,069.09	9.53%	3,403,988,825.21
	2025年	2024年	本年比上年增减	2023年
营业收入	22,149,943,064.25	20,436,918,600.56	8.38%	16,862,940,246.97
归属于上市公司股东的净利润	41,634,215.94	58,381,774.16	-28.69%	76,906,014.81
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	-29,887,708.53	-12,721,071.72	-134.96%	-293,439,807.76
经营活动产生的现金流量净额	276,184,951.32	78,927,705.68	249.92%	-494,701,341.30
基本每股收益（元/股）	0.0126	0.0178	-29.21%	0.0236
稀释每股收益（元/股）	0.0125	0.0177	-29.38%	0.0236
加权平均净资产收益率	1.07%	1.66%	-0.59%	2.32%

（2）分季度主要会计数据

单位：元

	第一季度	第二季度	第三季度	第四季度
营业收入	4,881,633,685.64	4,956,159,986.15	5,979,087,239.83	6,334,062,692.63
归属于上市公司股东的净利润	-68,949,758.60	-49,922,380.70	40,823,512.42	109,682,882.82
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	-86,084,321.79	-63,926,253.44	14,093,774.32	106,029,092.38
经营活动产生的现金流量净额	37,549,434.97	297,269,723.89	-122,214,185.72	73,579,978.18

上述财务指标或其加总数是否与公司已披露季度报告和其财务指标存在重大差异

□是 √否

4.股东及股东情况

（1）普通股股东和表决权恢复的优先股股东数量及前10名股东持股情况表

单位：股

报告期末普通股股东总数	499,190	年度报告披露日前一个月末普通股股东总数	478,317	报告期末表决权恢复的优先股股东总数	0	年度报告披露日前一个月末表决权恢复的优先股股东总数	0

前10名股东持股情况（不含通过转融通出借股份）

股东名称	股东性质	持股比例	持股数量	持有有限售条件的股份数量	质押、标记或冻结情况	
					股份状态	数量
深圳市欧菲投资控股有限公司	境内非国有法人	5.78%	194,173,473	0	质押	125,565,310
第源市生态科技发展有限公司	国有法人	4.75%	159,522,213	0	不适用	0
裕高（中国）有限公司	境外法人	2.72%	91,500,000	0	质押	23,288,344
香港中央结算有限公司	境外法人	1.75%	58,704,083	0	不适用	0
招商银行股份有限公司－南方中证1000交易型开放式指数证券投资基金	其他	0.92%	30,827,155	0	不适用	0
蔡荣军	境内自然人	0.63%	21,259,162	15,944,371	不适用	0
招商银行股份有限公司－华夏中证1000交易型开放式指数证券投资基金	其他	0.58%	19,469,527	0	不适用	0
中国工商银行股份有限公司－广发中证1000交易型开放式指数证券投资基金	其他	0.42%	13,973,900	0	不适用	0
王为外	境内自然人	0.27%	9,227,800	0	不适用	0
李俊	境内自然人	0.20%	6,722,000	0	不适用	0
上述股东关联关系或一致行动的说明	深圳市欧菲投资控股有限公司、裕高（中国）有限公司与第源生态为一致行动人；未知其他股东相互之间是否存在关联关系，也未知是否属于一致行动人。					
参与融资融券业务股东情况说明（如有）	参与融资融券业务股东情况说明：深圳市欧菲投资控股有限公司持有6,722,000股，实际合计持有6,722,000股；苏传安通过客户信用交易担保证券账户持有6,476,600股，实际合计持有6,476,600股。					

持股5%以上股东、前10名股东及前10名无限售流通股股东参与转融通业务出借股份情况

□适用 √不适用

前10名股东及前10名无限售流通股股东因转融通出借/归还原因导致较上期发生变化

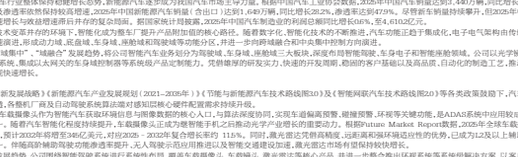
□适用 √不适用

（2）公司优先股股东总数及前10名优先股股东持股情况表

□适用 √不适用

公司报告期无优先股股东持股情况。

（3）以方框图形式披露公司与实际控制人之间的产权及控制关系



5.在年度报告批准报出日存续的债券情况

□适用 √不适用

三、重要事项

1.关于公司股票期权激励计划的事项

（1）2021年股票期权激励计划

①2025年3月31日，公司召开第六届董事会第四次会议和第六届监事会第三次会议，审议通过了《关于注销公司2021年、2022年第一期股票期权激励计划部分股票期权的议案》，参与该议案表决的董事4人，审议结果为同意4票，反对0票，弃权0票，关联董事董荣军先生，董丽辉先生，申成哲先生回避表决。基于2024年度公司层面业绩考核指标未达标，对2021年股票期权激励计划1,517.6万份次予以注销；517.6万份次予以注销后尚未行权的股票期权共116,119.76万份次可以行权，本次注销完成后，公司2021年股票期权激励计划实施完毕。详细内容请参见巨潮资讯网（http://www.cninfo.com.cn）和《证券时报》《中国证券报》《上海证券报》《证券日报》。

②2025年4月16日，公司披露了《关于公司2021年、2022年第一期股票期权激励计划注销完成的公告》（公告编号：2025-027），经中国证券登记结算有限公司深圳分公司审核确认，上述股票期权激励计划注销手续已经办理完毕。详细内容请参见巨潮资讯网（http://www.cninfo.com.cn）和《证券时报》《中国证券报》《上海证券报》《证券日报》。

（2）2022年第一期股票期权激励计划

①2024年5月10日，公司披露了《关于公司2022年第一期股票期权激励计划第一个行权期自主行权的提示性公告》（公告编号：2024-034），公司2023年第一期股票期权激励计划符合本次行权条件的102名激励对象在第一个行权期可行权的股票期权数量共计1,893.00万份，占目前公司总股本比例为0.81%，行权价格为4.39元/股，本次行权采用自主行权模式，行权期限自2024年3月20日起至2025年3月19日止，相关可交易日及行权手续办理情况，本次实际可行权期间为2024年5月10日至2025年3月19日止，详细内容请参见巨潮资讯网（http://www.cninfo.com.cn）和《证券时报》《中国证券报》《上海证券报》《证券日报》。

截至2025年3月19日，公司2023年第一期股票期权激励计划第一个行权期已届满，上述激励对象在报告期内合计行权1627.75万份，可行权股份全部行权完毕。

③2025年3月31日，公司召开第六届董事会第四次会议和第六届监事会第三次会议，审议通过了《关于注销公司2023年第一期股票期权激励计划部分股票期权的议案》《关于公司2023年第一期股票期权激励计划第二个行权期行权条件已成就的议案》，参与上述议案表决的董事4人，审议结果为同意4票，反对0票，弃权0票，关联董事董荣军先生，董丽辉先生，申成哲先生回避表决。基于公司2024年度公司层面业绩考核未达标，对其第二个行权期已获授但尚未行权的股票期权共计454.00万份予以注销，共计注销608.00万份股票期权，经中国证券登记结算有限公司深圳分公司审核确认，上述股票期权的注销事宜已办理完毕。同时结合公司2024年度以实现的业绩情况和各激励对象在2024年度的个人绩效考评结果，董事会认为公司2023年第一期股票期权激励计划第二个行权期的行权条件已达成，同意公司2023年第一期股票期权激励计划第二个行权期对应已获授但尚未行权的1,812.00万份股票期权按照相关规定统一办理行权事宜，可行权的股票期权数量为1,982.00万份。详细内容请参见巨潮资讯网（http://www.cninfo.com.cn）和《证券时报》《中国证券报》《上海证券报》《证券日报》。

③2025年4月25日，公司披露了《关于公司2023年第一期股票期权激励计划第二个行权期自主行权的提示性公告》（公告编号：2025-038），2023年第一期股票期权激励计划符合本次行权条件的898名激励对象在第二个行权期可行权的股票期权数量共计1,982.00万份，占目前公司总股本比例为0.80%，行权价格为4.99元/股。本次行权采用自主行权模式，行权期限自2025年3月26日起至2026年3月19日止。根据可交易日及行权手续办理情况，本次实际可行权期间为2025年4月25日至2026年3月19日止。详细内容请参见巨潮资讯网（http://www.cninfo.com.cn）和《证券时报》《中国证券报》《上海证券报》《证券日报》。

截至2025年12月31日，上述激励对象在报告期内合计行权2,885.70万份，剩余已获授但尚未行权的股票期权6,838.50万份。

④2025年4月22日，公司召开第六届董事会第八次（临时）会议和第六届监事会第四次（临时）会议，审议通过了《关于修订〈公司章程〉的议案》，参与上述议案表决的董事7人，审议结果为同意7票，反对0票，弃权0票，关联董事董荣军先生、董丽辉先生回避表决。公司因实施2024年限制性股票激励计划首次授予部分第一个解除限售期期间全部限制性股票的登记事宜，公司总股本由1,663,422万元，增加至1,667,168.67万元，详细内容请参见巨潮资讯网（http://www.cninfo.com.cn）和《证券时报》《中国证券报》《上海证券报》《证券日报》。

截至2025年12月31日，上述激励对象在报告期内合计行权2,885.70万份，剩余已获授但尚未行权的股票期权6,838.50万份。

⑤2025年4月27日，公司召开第六届董事会第八次（临时）会议和第六届监事会第五次（临时）会议，审议通过了《关于2021年股票期权激励计划第四个行权期行权条件成就的议案》，参与上述议案表决的董事7人，审议结果为同意7票，反对0票，弃权0票，关联董事董荣军先生、董丽辉先生回避表决。基于2024年度公司层面业绩考核未达标，对2021年股票期权激励计划第四个行权期已获授但尚未行权的股票期权共计116,119.76万份予以注销，本次注销完成后，公司2021年股票期权激励计划实施完毕。详细内容请参见巨潮资讯网（http://www.cninfo.com.cn）和《证券时报》《中国证券报》《上海证券报》《证券日报》。

⑥2025年4月28日，公司披露了《关于2021年股票期权激励计划第四个行权期行权结果暨股份上市的公告》（公告编号：2025-042），2021年股票期权激励计划第四个行权期可行权的股票期权数量为2,885.70万份，行权价格为4.39元/股，行权方式为自主行权，行权期限为2025年3月26日至2026年3月19日。截至2025年4月25日，2021年股票期权激励计划第四个行权期已行权完毕，实际行权数量为2,885.70万份，行权股份上市流通日为2025年4月28日。详细内容请参见巨潮资讯网（http://www.cninfo.com.cn）和《证券时报》《中国证券报》《上海证券报》《证券日报》。

截至2025年12月31日，2021年股票期权激励计划第四个行权期已行权2,885.70万份，剩余已获授但尚未行权的股票期权共计116,119.76万份。

⑦2025年4月28日，公司召开第六届董事会第八次（临时）会议和第六届监事会第五次（临时）会议，审议通过了《关于2022年股票期权激励计划第三个行权期行权条件成就的议案》，参与上述议案表决的董事7人，审议结果为同意7票，反对0票，弃权0票，关联董事董荣军先生、董丽辉先生回避表决。公司2022年股票期权激励计划第三个行权期已获授但尚未行权的股票期权共计1,812.00万份，因公司2024年度公司层面业绩考核未达标，对2022年股票期权激励计划第三个行权期已获授但尚未行权的1,812.00万份股票期权予以注销，本次注销完成后，公司2022年股票期权激励计划实施完毕。详细内容请参见巨潮资讯网（http://www.cninfo.com.cn）和《证券时报》《中国证券报》《上海证券报》《证券日报》。

截至2025年12月31日，上述激励对象在报告期内合计行权1,812.00万份，剩余已获授但尚未行权的股票期权共计0.00万份。

（2）2023年第一期股票期权激励计划

①2024年5月10日，公司披露了《关于公司2023年第一期股票期权激励计划第一个行权期自主行权的提示性公告》（公告编号：2024-034），公司2023年第一期股票期权激励计划符合本次行权条件的102名激励对象在第一个行权期可行权的股票期权数量共计1,893.00万份，占目前公司总股本比例为0.81%，行权价格为4.39元/股，本次行权采用自主行权模式，行权期限自2024年3月20日起至2025年3月19日止，相关可交易日及行权手续办理情况，本次实际可行权期间为2024年5月10日至2025年3月19日止，详细内容请参见巨潮资讯网（http://www.cninfo.com.cn）和《证券时报》《中国证券报》《上海证券报》《证券日报》。

截至2025年3月19日，公司2023年第一期股票期权激励计划第一个行权期已届满，上述激励对象在报告期内合计行权1627.75万份，可行权股份全部行权完毕。

②2025年3月31日，公司召开第六届董事会第四次会议和第六届监事会第三次会议，审议通过了《关于注销公司2023年第一期股票期权激励计划部分股票期权的议案》《关于公司2023年第一期股票期权激励计划第二个行权期行权条件成就的议案》，参与上述议案表决的董事4人，审议结果为同意4票，反对0票，弃权0票，关联董事董荣军先生、董丽辉先生、申成哲先生回避表决。基于公司2024年度公司层面业绩考核未达标，对2023年第一期股票期权激励计划第二个行权期已获授但尚未行权的454.00万份股票期权予以注销，共计注销608.00万份股票期权，经中国证券登记结算有限公司深圳分公司审核确认，上述股票期权的注销事宜已办理完毕。同时结合公司2024年度以实现的业绩情况和各激励对象在2024年度的个人绩效考评结果，董事会认为公司2023年第一期股票期权激励计划第二个行权期可行权的股票期权数量为2,961.68万份，占目前公司总股本比例为1.19%，行权价格为4.99元/股，可行权的股票期权数量为1,982.00万份。详细内容请参见巨潮资讯网（http://www.cninfo.com.cn）和《证券时报》《中国证券报》《上海证券报》《证券日报》。

③2025年4月28日，公司召开第六届董事会第八次（临时）会议和第六届监事会第五次（临时）会议，审议通过了《关于2023年第一期股票期权激励计划第三个行权期行权条件成就的议案》，参与上述议案表决的董事7人，审议结果为同意7票，反对0票，弃权0票，关联董事董荣军先生、董丽辉先生回避表决。公司2023年第一期股票期权激励计划第三个行权期已获授但尚未行权的979.68万份股票期权因公司2024年度公司层面业绩考核未达标，对2023年第一期股票期权激励计划第三个行权期已获授但尚未行权的979.68万份股票期权予以注销，本次注销完成后，公司2023年第一期股票期权激励计划实施完毕。详细内容请参见巨潮资讯网（http://www.cninfo.com.cn）和《证券时报》《中国证券报》《上海证券报》《证券日报》。

截至2025年12月31日，上述激励对象在报告期内合计行权982.00万份，剩余已获授但尚未行权的股票期权共计0.00万份。

（3）2024年第一期限制性股票与股票期权激励计划

①2025年5月19日，公司召开第六届董事会第七次（临时）会议和第六届监事会第六次（临时）会议，审议通过了《关于注销公司2024年第一期限制性股票与股票期权激励计划部分股票期权的议案》，参与该议案表决的董事3人，审议结果为同意3票，反对0票，弃权0票，关联董事董荣军先生、董丽辉先生回避表决。基于2024年度公司层面业绩考核指标未达标，对2024年第一期股票期权激励计划首次授予部分第一个行权期已获授但尚未行权的股票期权共计200.10万份予以注销，58.65万份期权激励对象2024年度个人层面绩效考核未达标，对其第一个行权期已获授但尚未行权的股票期权共计39.45万份予以注销，共计注销97.7460万份股票期权。经中国证券登记结算有限公司深圳分公司审核确认，上述股票期权的注销事宜已办理完毕。同时结合公司2024年度已实现的业绩情况和各激励对象在2024年度的个人绩效考评结果，董事会认为公司2024年第一期股票期权激励计划第一个行权期可行权的股票期权数量为2,961.68万份，占目前公司总股本比例为0.81%，行权价格为4.99元/股，可行权的股票期权数量为2,705.68万份。详细内容请参见巨潮资讯网（http://www.cninfo.com.cn）和《证券时报》《中国证券报》《上海证券报》《证券日报》披露的《欧菲光集团股份有限公司关于2024年第一期限制性股票与股票期权激励计划第一个行权期及预留授予部分第一个解除限售期解除限售暨上市的公告》（公告编号：2025-120）。

②2025年5月20日，公司召开第六届董事会第八次（临时）会议和第六届监事会第六次（临时）会议，审议通过了《关于2024年第一期限制性股票与股票期权激励计划预留授予部分第一个解除限售期解除限售暨上市的公告》（公告编号：2025-116）。《关于2024年第一期限制性股票与股票期权激励计划预留授予部分第一个解除限售期解除限售暨上市的公告》（公告编号：2025-117）及《关于2024年第一期限制性股票与股票期权激励计划预留授予部分第一个行权期行权条件成就的公告》（公告编号：2025-118）。

截至2025年12月31日，公司2024年第一期限制性股票与股票期权激励计划预留授予部分第一个解除限售期期间全部限制性股票的登记事宜，公司总股本由1,663,422万元，增加至1,667,168.67万元，详细内容请参见巨潮资讯网（http://www.cninfo.com.cn）和《证券时报》《中国证券报》《上海证券报》《证券日报》。

截至2025年12月31日，上述激励对象在报告期内合计行权2,885.70万份，剩余已获授但尚未行权的股票期权共计6,838.50万份。

④2025年12月23日，公司收到深圳市证券交易所的通知，深证控股字[2025]第0149号《关于对欧菲光集团股份有限公司2024年限制性股票与股票期权激励计划预留授予部分第一个解除限售期解除限售股份上市流通的监管意见》，公司2024年限制性股票与股票期权激励计划预留授予部分第一个解除限售期解除限售股份上市流通的监管意见已于2025年12月24日收到中国证券登记结算有限责任公司深圳分公司出具的《证券过户登记确认书》。详细内容请参见巨潮资讯网（http://www.cninfo.com.cn）和《证券时报》《中国证券报》《上海证券报》《证券日报》。

截至2025年12月31日，公司2024年第一期限制性股票与股票期权激励计划预留授予部分第一个解除限售期期间全部限制性股票的登记事宜，公司总股本由1,663,422万元，增加至1,667,168.67万元，详细内容请参见巨潮资讯网（http://www.cninfo.com.cn）和《证券时报》《中国证券报》《上海证券报》《证券日报》。

截至2025年12月31日，上述激励对象在报告期内合计行权2,885.70万份，剩余已获授但尚未行权的股票期权共计6,838.50万份。

（4）2024年限制性股票与股票期权激励计划

①2025年1月10日，公司召开第六届董事会第六次（临时）会议和第六届监事会第五次（临时）会议，审议通过了《关于2024年限制性股票与股票期权激励计划首次授予部分第一个行权期/解除限售期条件成就的议案》，参与该议案表决的董事3人，审议结果为同意3票，反对0票，弃权0票，关联董事董荣军先生、董丽辉先生回避表决。公司2024年限制性股票与股票期权激励计划首次授予部分第一个解除限售