

業 務

概覽

關於我們

我們是一家消費者遍布全球的領先AR眼鏡公司。我們以自有品牌設計、開發、製造及銷售AR眼鏡，並提供相關產品與服務。憑藉我們在光學工程、端側協處理器整合、算法與軟件開發方面的能力，我們的產品已從以顯示為中心的設備，逐步邁向更豐富的空間計算體驗，並進一步擴展至AI賦能的可穿戴體驗。根據艾瑞諮詢的資料，按銷售收入計，我們從2022年至2025年間每年均在全球AR眼鏡市場中位居第一；按銷售收入計，在涵蓋AR眼鏡及無顯示型眼鏡的更廣泛智能眼鏡市場，我們於2025年亦在全球排名第二並於中國排名第一。

我們的成績



附註：

1. 根據艾瑞諮詢數據。
2. 截至2025年12月31日。

業 務

我們的發展路徑

我們通過在產品商業化、技術開發及製造能力拓展方面取得一系列里程碑，鋪就自身的成長道路，如以下里程碑圖表所示：



附註：

1. 資料來源：艾瑞諮詢。

該等里程碑反映持續且協調的創新路徑，而非孤立的產品推出，其乃建基於邊緣計算、空間交互及多模態AI的同一技術方向。*Project Aura*的推出，標誌上述演進的重要一步，推動AR眼鏡向具備增強情境理解、自然交互及任務執行能力的AI賦能硬件發展。

我們的產品及服務

我們的產品供應主要由專為日常使用而設計的AR眼鏡所組成。我們提供不同價位段的產品組合，涵蓋不同的價格帶、用戶需求及產品功能，範圍從入門級的空間顯示產品到下一代空間計算產品。我們目前的產品線可歸納為三大主要系列：*Air*系列、*One*系列，以及*Light-Ultra-Aura*產品線。

業 務

2026年產品藍圖



*Air*系列是公司入門級且用戶基礎最廣泛的產品線，聚焦沉浸式觀影、主機遊戲及移動辦公等高頻場景，同時保持接近普通眼鏡的佩戴體驗並支持即插即用，連接手機、PC和遊戲主機。

*One*系列在此基礎上進一步強化顯示性能及交互能力。其通過先進的Micro-OLED顯示技術、我們的定制化X1端側協處理器及可根據不同光線條件自動調節亮度的電致變色鏡片，為用戶帶來更先進的空間顯示體驗。

*Light-Ultra-Aura*產品線代表了我們產品向下一代空間計算的演進：我們早期的*Light*系列幫助確立了我們在市場上的早期地位；*Ultra*則為開發者及高階用戶引入了先進的空間感知和完整的6DoF交互能力；而我們的下一代旗艦產品*Project Aura*，將實現FoV提升至約70度，並將集成增強的空間計算和多模態AI能力，且預計將在Google *Android XR*平台上運行。

我們開發*NebulaOS*，這是專為AR環境設計的自有操作系統。我們的AR眼鏡產品普遍兼容主流操作系統，並支持跨設備及跨平台的無縫連接。在此硬件兼容性的基礎上，*NebulaOS*進一步提升用戶體驗，實現原生3D *Android*應用的空間化顯示、多窗口管理、3DoF及6DoF空間定位以及直觀的手勢交互。*NebulaOS*亦為開發者提供開發框架，以便開發專為AR環境打造的應用，並擴大我們設備的潛在使用場景範圍。

除消費級產品外，我們亦向企業客戶提供技術開發服務。依託我們在AR光學、端側協處理器、硬件工程及系統集成方面的專業能力，我們支持企業客戶針對特定應用場景定制AR相關產品。我們的服務範圍包括光學模組設計、硬件開發、軟件系統集成及AR應用場景定制。

我們的技術

區別於組裝型廠商，我們牽頭進行了從光學引擎、端側協處理器架構、算法到操作系統的關鍵技術設計和整合。這套深度耦合的技術體系，不僅構築了較高的准入門檻，更賦能了AR眼鏡的持續迭代。詳情請參閱「我們的優勢」。

- 行業領先的光學顯示能力：顯示系統是AR眼鏡的核心。憑藉自主研發的*X-Prism*光學引擎，我們實現了*Birdbath*光學方案的突破，提供更薄的模組和更寬的FoV。這使眼鏡更輕便、更具沉浸感。我們的重點項目*Project Aura*旨在實現約70度視場角，樹立新的標桿。

業 務

- **定制化端側協處理器**：我們通過專為AR眼鏡設計的X1端側協處理器，推動了邊緣計算的發展。通過在本地運行空間感知算法，實現高速度及低延遲。系統級延遲降至3毫秒以內，確保流暢的視覺體驗及舒適的佩戴感受。
- **高性能的算法**：我們的算法使用戶與AR眼鏡進行自然、簡單和穩定的交互。它們能夠在物理空間中穩定虛擬對象，並支持實時2D轉3D視頻轉換等功能。
- **持續演進的NebulaOS**：我們專有的NebulaOS專為AR環境而設計，具備原生3D AR應用、多窗口管理、3DoF及6DoF空間定位以及直觀手勢交互功能，進一步提升用戶體驗。

我們的市場機遇

全球智能眼鏡市場正借助邊緣計算、人工智能及光學顯示技術的飛速進步，邁入全新擴張階段。智能眼鏡包括AR眼鏡及無顯示型眼鏡。根據艾瑞諮詢的資料，2025年全球智能眼鏡市場規模達約23億美元，預計到2030年將增長至約240億美元。在這個更廣泛的市場中，AR眼鏡兼具日常佩戴的便捷性與沉浸式數字顯示能力，有望成為主要增長驅動力。全球AR眼鏡銷量預計由2026年的約0.8百萬台增至2030年的約22.2百萬台，複合年增長率為130.9%，其在智能眼鏡市場中的份額預計同期將大幅提升。

除了設備本身，智能眼鏡行業亦朝着涵蓋軟件及服務的更廣泛生態系統方向發展。隨着用戶採用率的提高和參與度的加深，對通過智能眼鏡提供的智能應用、內容及人工智能賦能服務的需求預計將快速增長，催生訂閱制、服務驅動等全新變現模式。我們相信，這一不斷擴展的生態系統將進一步擴大整體市場機遇，並支撐該行業的長期發展。

我們的全球化布局

自成立以來，我們已在全球範圍內運營，銷售遍及中國、北美、歐洲及亞太地區。2025年，公司超過70%的收入來自海外市場。

與世界級合作夥伴合作

我們在芯片架構、光學引擎、空間感知算法及操作系統領域，與全球領先的科技公司合作。我們與Google的合作充分發揮了兩家公司的優勢。我們貢獻專為我們的產品設計的行業領先協處理器、獨家的光學技術及工程專長；Google則注入了操作系統、全球最廣泛的移動開發者生態以及Gemini多模態AI模型能力。此外，通過Project Aura，我們致力於將AR眼鏡打造為Android XR平台上的核心形態之一，激活數百萬開發者，推動大規模普及。展望未來，Project Aura眼鏡有望進化為能夠理解用戶需求、進行自然對話並主動完成任務的AI賦能產品。

我們還與其他領先科技公司合作拓展AR應用場景，如與華碩ROG共創遊戲領域的AR應用、與蔚來聯合探索智能座艙、與中國一家領先的智能手機製造企業推出定制AR眼鏡等。通過

業 務

上述技術共創，我們能夠在早期階段即參與技術架構與產品特性設計，從而在行業演進過程中保持前瞻性布局。隨着研發的持續推進，我們在核心技術環節逐步形成了系統性的知識產權積累。我們已在主要市場，包括北美、歐盟、日本和中國，圍繞核心技術（如*X-Prism*光學引擎、*X1*端側協處理器）進行了系統性的專利布局，截至2025年12月31日，我們擁有481項專利，為關鍵技術成果的長期應用與商業化提供了保障。

全球銷售網絡和供應鏈

我們亦已建立全球銷售網絡和供應鏈，促進可持續運營。通過與全球領先零售商合作，截至2025年12月31日，我們的銷售網絡已覆蓋40個國家和地區。我們在北美、日本及韓國設立本地銷售與運營團隊，以貼近市場需求並支持快速迭代。

在供應鏈層面，我們與知名芯片廠商、光學技術公司及聲學開發商緊密協作，持續推動產品性能升級，同時依托中國成熟的消費電子產業，實現高精密製造與組裝。例如，我們與Sony合作定制Micro-OLED屏幕，採用高通XR旗艦處理器平台，並通過與Bose的合作共同定義行業領先的聲學解決方案。此外，我們與經嚴格挑選的製造夥伴（如[立訊精密及龍旗]）緊密合作，確保AR眼鏡的各個元件均經過合理設計與製造。從電路設計、組裝到製造過程的每個階段微調，我們將軟件能力全面整合至硬件架構，以提供流暢的用戶體驗。我們亦為顯示、音頻、傳感器及色彩精準度建立嚴格的生產基準，以維持產品質量的一致性與高水準。

我們的用戶

我們構建了全類型用戶群體，覆蓋個人用戶及企業用戶。他們共同凝聚成充滿活力的社區，推動協同共創，形成持續反饋循環，助力我們優化產品和拓展應用場景。

- **個人用戶**。個人用戶是推動大規模商業化的核心力量，聚焦沉浸式觀影、大屏流暢遊戲以及便攜的多屏辦公。根據艾瑞諮詢開展的消費者調研，2025年，用戶平均每次佩戴我們的AR眼鏡90至120分鐘，月均佩戴12至18次，超過行業平均水平。個人、開發者與科技發燒友是我們產品的早期用戶，其中許多也成為了我們的忠實支持者。鑒於其深度參與，我們鼓勵他們基於我們的*NebulaOS*開發原生AR應用。
- **企業用戶**。我們通過提供量身定制的AR產品來吸引企業用戶。通過與各行業領先企業合作，我們進一步擴展了AR在遊戲、智能手機及旅遊等多種場景中的應用。

我們已建立起活躍的用戶社群，匯聚了各類用戶。該社群不斷探索官方定義之外的全新應用，顯著拓展了AR眼鏡的邊界。例如，辦公專業人士在出差時將其用作「隨身多屏工作站」，而無人機愛好者則用於實現沉浸式第一人稱飛行視角。我們建立了快速響應機制，將社群反饋直接應用於軟件更新。通過持續吸納全球用戶的真實反饋，我們得以快速修正痛點並完善體驗，從而形成一個反饋循環：用戶洞察激發創新，創新進一步提升用戶體驗。截至2025年3月26日，根據艾瑞諮詢數據，我們的客戶滿意度(CSAT)達到8分（10分制）。

我們的銷售模式

我們採取直銷為主、分銷為輔的全渠道銷售模式，旨在實現全球市場的廣度覆蓋與深度滲透。

業 務

- **DTC的銷售網絡**：我們戰略的核心是建立一套高效的DTC銷售體系，主要通過線上全球電商平台及官方獨立站直接觸達北美、歐洲及亞太等核心市場的終端用戶。這種模式不僅使我們保持了較高的毛利率水平，還能通過有效獲取用戶反饋並將其整合到我們的產品迭代中。我們的線上銷售主要由數字化營銷驅動，通過社交媒體曝光及科技博主的評測推薦完成用戶教育與引流，實現高效的流量轉化。
- **廣泛的分銷網絡布局**：我們已與全球領先的消費電子零售商及主要電信運營商建立合作，包括北美、日本以及中國。通過在核心零售店和電信運營網點提供豐富的試戴體驗，我們在真實場景中展示AR眼鏡的佩戴舒適度與顯示效果，將其線上認知轉化為切身體驗，從而加速了向消費人群的市場滲透。

我們的優勢

行業領先的市場地位、全球化的布局與可擴展增長動能

根據艾瑞諮詢的資料，按銷售收入計，我們從2022年至2025年間每年在全球AR眼鏡市場中位居第一；按銷售收入計，在涵蓋AR眼鏡及無顯示型眼鏡的更廣泛智能眼鏡市場，我們於2025年亦在全球排名第二並於中國排名第一。自成立以來，我們一直處於AR眼鏡開發的前沿，並通過持續創新建立了強大的品牌認知度。我們的產品獲得CES最佳創新獎及愛迪生獎金獎等國際知名大獎，並被《時代》周刊評為「2025年度最佳發明」，我們亦於2024年至2026年連續三年被Fast Company評為全球最具創新力企業之一。

我們已建立起全球布局，在發達市場保持強勁表現的同時，積極拓展新興市場捕獲新的增長機會。我們的四大核心市場－北美、中國、日本和歐洲－既提供了龐大的市場規模，也實現了地域多元化。截至2025年12月31日，我們的產品已銷往全球40個國家和地區，且2025年超過70%的營收來自中國境外。

在技術成熟、應用場景豐富與用戶接受度不斷提高的推動下，AR眼鏡市場正進入快速增長期。根據艾瑞諮詢數據，AR眼鏡銷量預計將由2026年的0.8百萬台增至2030年的22.2百萬台，年複合增長率為130.9%。我們認為，隨著行業持續擴張，我們的先發優勢使我們佔據有利地位，能夠捕獲更高的市場份額。與此同時，隨著我們銷量的增加，我們已實現規模經濟，並提高了各產品的邊際成本效率。我們的毛利率由2023年的18.8%增至2025年的35.2%。

打造具備高准入壁壘的技術差異化

我們認為，我們AR眼鏡的競爭優勢在於產品技術棧關鍵層級的系統級整合，包括光學引擎、端側協處理器架構、算法及操作系統。我們並非主要依賴第三方標準元件，而是主導三分之二以上材料清單的設計與整合，包括光學引擎及端側協處理器等關鍵模組。該自主定義的產品策略使軟硬件高度協同，我們相信這能提升用戶體驗，支持更快速的產品迭代，並提升長期的可擴展性與成本效益。

業 務

截至2025年12月31日，我們擁有481項專利，其中發明專利超過[50%]。我們產品的核心技術如下所述：

- **先進的光學顯示能力。**我們自主研發了*X-Prism*光學引擎，該引擎以業界主流的BirdBath方案為基礎並加以改進。在完整保留其高清晰度、高色准性能、低成本及高良率等優勢的同時，*X-Prism*成功克服了其在模組厚度和FoV方面的局限，將模組厚度降低了約40%，將FoV從46度提升至57度，使眼鏡在輕量化形態下仍能提供大視野、更具沉浸感的視覺體驗。我們的下一代旗艦產品*Project Aura*，設計將FoV提升至70度。
- **定制化端側協處理器。**我們與全球領先的設計公司合作，於2024年推出專為AR眼鏡設計的端側協處理器*X1*。與通用處理器相比，*X1*專為AR眼鏡設計了專用的NPU與AR渲染引擎，即使在嚴格的功耗與散熱限制下，也能實現Motion-to-Photon低至3毫秒的超低延遲，為用戶帶來流暢、穩定的視覺體驗與舒適的佩戴感。同時，我們採用SiP技術，在極小的面積內集成了計算、存儲與通信模塊，在保持協處理器尺寸相對較小的同時進一步提高能源效率。
- **進階算法。**我們的自研算法能將虛擬屏幕或3D物體穩定「錨定」在物理空間中，抖動率低於0.5mm]。依托定制端側協處理器的算力，我們的*Real3D*算法能實時將2D視頻流轉化為3D沉浸式畫面，確保渲染鏈路高精度響應。同時，我們正在推進多模態感知算法，使設備能夠實時識別環境中的物體、文字與手勢輸入，從而實現更自然的交互，更精準地理解用戶意圖。
- **自主研發的操作系統。**我們於2020年推出了*NebulaOS*，*NebulaOS*將傳統2D界面轉換至物理世界中的3D交互式應用。隨着*Android XR*的接入，其支持多窗口併發、手勢交互與語音控制，使資訊和應用程式能夠在更具沉浸感的三維環境中呈現。

我們認為，製造能力對於將前沿技術轉化為量產產品至關重要。2021年，我們在江蘇省無錫市建成了自動化製造基地，實現了從來料檢驗、微米級光學引擎組裝到全面成品測試及出貨的端對端內部管控。同時，根據艾瑞諮詢的資料，我們的核心模組良率遠超行業平均水平。我們的製造能力讓我們在保持穩健毛利率的同時，能夠提供具競爭力的定價。

廣泛的產品組合及快速迭代能力

我們已構建廣泛的產品矩陣，可滿足不同消費群體的需求，並通過用戶反饋持續迭代產品加以支持。

我們的入門級產品憑藉自研光學技術與輕量化設計，將高清巨幕體驗下放至大眾消費級價格區間。該系列產品作為市場入口，吸引個人用戶，並構建起由活躍用戶組成的生態體系。針對專業人士、開發者及科技發燒友等追求高端體驗的用戶，我們推出了*One Pro*等更為先進的產品，它搭載了我們*X1*端側協處理器與*X-Prism*光學引擎，不僅具備簡單的顯示功能，還能作為移動空間計算工作站使用。

同時，我們通過快速的C2M迭代模式實現差異化優勢。區別於傳統硬件公司漫長的研發周期，我們已建立起用戶可持續分享使用體驗並探索新應用的活躍社群。例如，出差人士分享了將

業 務

我們的AR眼鏡用作「隨身多屏工作站」的使用體驗，而無人機愛好者利用我們的產品實現沉浸式第一人稱視角飛行體驗。我們建立了從社群反饋直接對接軟件更新的快速響應機制。通過持續吸納全球用戶的反饋，我們得以高效發現並修正痛點，形成用戶洞察及產品創新之間的正向反饋循環。根據艾瑞諮詢的資料，我們能夠以約行業平均水平70%的研發周期完成產品迭代。

構建開放協作生態系統，並具有強大的網絡效應

不僅限於硬件產品，我們致力於與業務合作夥伴、開發者及用戶共同構建協作生態系統，打通「技術－終端產品－應用場景」的全鏈路價值網，生態參與者之間的協同合作強化了用戶參與度、開發者參與及產品採用，從而增強我們的競爭地位。

我們與不同行業的領先參與者開展合作，共同拓寬AR眼鏡行業的應用場景。例如，作為*Android XR*平台的關鍵合作夥伴，根據艾瑞諮詢的資料，我們是首批在AR眼鏡中搭載*Android XR*的接入者。此外，*Project Aura*預計將*Android XR*的Gemini AI、多模態感知能力與空間計算能力融合到旗艦產品中。我們還與其他領先科技公司合作拓展AR應用。例如，我們與華碩ROG合作開發一款專為遊戲發燒友量身定制的240Hz高刷新率AR眼鏡產品。我們與蔚來汽車攜手，正在探索下一代智能座艙體驗，包括由我們的AI動態防抖算法支持的定制版AR眼鏡。我們與中國一家領先的智能手機製造企業推出定製版AR眼鏡，基於XREAL *NebulaOS*適配其旗艦機型，用戶可在3D空間系統中無縫調用手機應用，體驗娛樂、遊戲、辦公等多場景融合。

除AR眼鏡產品外，我們還構建了軟件生態系統，以拓展使用場景並增強用戶黏性。核心是我們自研的3D操作系統*NebulaOS*，其提供統一的空間界面、多終端接入、一致的用戶沉浸式體驗。我們的SDK為開發者提供標準化工具和低代碼解決方案，降低XR應用開發門檻。在我們的AR應用商店中，用戶可以輕鬆發現新應用和服務，同時開發者也能直接觸達全球用戶。隨著用戶與開發者的參與度不斷提升，生態系統持續自我強化，並支持所有參與者的成長。

具備豐富經驗且深厚技術專長的管理團隊

我們的核心管理團隊在算法、光學、軟件系統和產品工程等領域擁有豐富的技術專長和行業經驗。這種互補的專業知識使我們能夠將前沿技術轉化為可規模化的產品，並持續支持產品迭代。

我們的核心管理團隊成員均畢業於浙江大學等頂尖學府，並曾在Magic Leap、Apple等全球頂尖科技公司擔任核心研發角色。我們的四位聯合創始人合作多年，擁有共同的技術理念和商業願景。這種穩定性是我們戰略定力和執行力的支援。他們在GPU計算架構的演進與早期AR設備開發方面亦有第一手經驗。這使我們能夠長期預判技術路線，並以有紀律的方式分配資源。

我們認為，AR眼鏡領域的競爭力在於系統級工程與整合。因此，我們組建了一支涵蓋光學、端側協處理器、算法和系統AR眼鏡四大關鍵領域的團隊，在技術發展與策略執行之間建立強而有力的協同。截至2025年12月31日，研發團隊擁有188名成員，佔員工總數的51.6%，其中近一半的研發團隊成員擁有研究生學位。

業 務

我們的戰略

我們的目標是充分把握市場機遇，鞏固行業領先地位，並實現構建連接物理與數字世界的AI賦能硬件載體的長期願景。為實現這一目標，我們計劃：

加大研發投入，築牢技術競爭力

我們將繼續堅持技術定義產品的發展路線，並在以下方面提升我們的技術：

- **光學技術**。基於我們成熟的*X-Prism*解決方案，我們將持續提升我們的光學技術，以擴大FoV並提升視覺體驗。同時，我們將積極布局近眼顯示、Micro-LED等前沿技術，將研發資源聚焦於屏幕尺寸與全彩高亮顯示的平衡。我們計劃擴大光引擎的產能，以支持AR眼鏡產品不斷增長的需求，並在擴大生產規模時確保穩定的供應。
- **端側協處理器**。通用處理器在實現能效與低延遲方面往往面臨局限性。因此，我們將持續迭代專為AR眼鏡打造的*X*系列端側協處理器。下一代*X*系列端側協處理器預計將集成專用的NPU，以加速多模態AI算法的推理，同時採用高度集成的封裝解決方案，以適配AR眼鏡對協處理器尺寸與能效的要求。
- **算法**。我們將持續深耕空間顯示、空間交互和空間計算的算法，進一步提升系統在動態真實環境下的穩定性與響應能力。我們的目標是為下一代產品提供能夠可以毫秒級速度識別空間環境的多模態AI賦能產品。
- **提升研發效率**。我們計劃通過研發的平台化與模塊化提升研發效率，並與行業夥伴，特別是Micro-LED和光波導技術的上游供應商，建立深度協同。

升級產品組合

我們旨在進一步升級產品，捕捉不同用戶群體帶來的機會，並通過社群互動提高用戶黏性。

我們將進一步細化產品組合以覆蓋不同的價格帶。針對消費者，我們計劃通過Air系列和One系列產品的持續迭代，在依然提供類似用戶體驗的同時，提升產品性價比，推動產品在更大範圍採用。針對開發者或追求高端體驗的人士，我們的旗艦機型，例如*Project Aura*，將集成最前沿的交互技術，提供更沉浸的體驗和更多元化的功能。

我們將採取更靈活的設計方案，根據娛樂、辦公、遊戲等核心場景的必要需求定制產品功能。針對遊戲玩家，我們將為電子遊戲玩家提供高刷低延遲體驗。針對商務人群，我們將強化隱私保護與多屏協同功能。通過更精準地滿足不同類型用戶的需求，我們期望能借此提升市場滲透率與用戶留存。

此外，我們計劃進一步建設我們的用戶社群，並將用戶反饋持續融入產品開發。依托充滿活力的用戶社群，我們不僅能獲得更多創新靈感，還能提升用戶滿意度與品牌忠誠度。

業 務

構建AI驅動的軟件服務

我們將不斷升級軟件產品，提升用戶體驗。隨着更多人在日常生活中使用AR眼鏡，AR眼鏡有望成為提供更便捷、更個性化服務的入口。隨着AI技術的發展，我們計劃將AI賦能產品集成到產品中，使其能夠利用多模態能力提供個性化推薦、任務規劃和執行。隨着用戶持續追求定制化的AI功能，這些先進的個性化功能有望為訂閱服務創造新的盈利機會。

對於企業用戶，我們計劃提供端到端的軟硬件集成解決方案，包括用於員工培訓或運營輔助的專用軟件服務包。對於個人用戶，我們計劃探索並構建基於AI增值服務的訂閱制商業模式。

與全球頂尖夥伴合作

我們計劃深化與世界一流的AI公司及研究機構的合作關係。例如，通過結合端側協處理器的能力對PoV的視覺及音頻輸入進行分析，我們的AR眼鏡能夠理解真實世界語境並支持AI賦能，推動其向AI賦能的可穿戴體驗發展。

作為Google的首席硬件合作夥伴，我們將利用在光學與硬件工程上的專業知識，共同定義我們產品的底層交互協議。此外，我們將圍繞Android XR平台，與高通等上游關鍵技術夥伴進行深度協同，優化專為空間計算設計的協處理器和關鍵組件。這將為AR眼鏡在顯示、數據傳輸及整體品質上的性能和穩定性，奠定堅實的硬件基礎。

我們還計劃賦能垂直行業的領導品牌。通過與智能手機、遊戲硬件品牌及汽車製造商的戰略合作，我們將共同打造在不同場景下的創新AR體驗，加速產品的商業化落地。

加速全球化市場滲透與擴張

利用先發的全球化品牌優勢，我們將繼續捍衛在北美、歐洲及亞洲的市場地位。同時，我們計劃加速向大洋洲、中東及東南亞等高潛力市場輻射。我們將在維持全球統一的品牌的同時採用本地化戰略。

在銷售渠道策略方面，我們將持續優化以DTC為核心的銷售模式，通過銷售數據和消費者反饋推動產品迭代，提升轉化率與複購率。同時，我們將戰略性地拓展分銷渠道，擴大消費者覆蓋面。我們還計劃根據當地市場情況，優化產品組合和定價策略。

我們的財務表現

我們於往績記錄期間實現了強勁的財務增長。我們的收入由2023年的人民幣390.1百萬元增長1.1%至2024年的人民幣394.5百萬元，並進一步增長30.8%至2025年的人民幣516.0百萬元。收入的增長得益於我們產品的成功迭代與全球銷售網絡的持續擴張，尤其是在北美、歐洲及日本等核心市場的強勁表現。

在收入實現增長的同時，我們的盈利能力亦展現出持續改善的趨勢。得益於我們業務持續擴大帶來的規模效應，以及我們全棧式自研技術與高效供應鏈管理所帶來的顯著成本優勢，我們的毛利率由2023年的18.8%提升至2024年的22.1%，並進一步提升至2025年的35.2%。同時，我們的淨虧損由2023年的人民幣881.8百萬元收窄至2024年的人民幣708.6百萬元，並進一步收窄至2025年的人民幣456.4百萬元。

業 務

我們的經調整淨虧損（非《國際財務報告準則》計量指標，定義為年內虧損加回(i)優先股及認股權證的公允價值變動；及(ii)同期股份付款開支）由2023年的人民幣437.3百萬元減至2024年的人民幣375.3百萬元，按年減少14.2%，並自2024年的人民幣375.3百萬元減至2025年的人民幣250.0百萬元，按年減少33.4%。經調整淨虧損率（非《國際財務報告準則》計量指標）由2023年的112.1%改善至2024年的95.1%，並進一步改善至2025年的48.4%。

我們的產品和服務

我們的產品理念基於以下觀點：AR眼鏡將從以顯示為中心的設備演變為更豐富的空間計算體驗，並進一步擴展至AI賦能的可穿戴體驗，而實現這一願景需要軟硬件深度協同優化。我們已採用全棧研發方法，獨立或主導開發光學引擎、操作系統及空間感知算法，並定義了定制端側協處理器的架構。憑藉這一技術基礎，我們得以持續推出以AR眼鏡為核心且處於行業領先水平的產品和服務。

我們已構建涵蓋以下部分的產品與服務組合：(i) AR眼鏡（包括One系列、Air系列及 *Light-Ultra-Aura* 產品線）；(ii) 配件（包括Beam系列Eye、Hub、處方鏡片模組、連接線、鼻托及其他功能性配件）；及(iii) 服務及其他，目前包括針對企業客戶的技術開發服務。截至2025年12月31日，我們的產品已在全球40個國家和地區銷售。我們形成了以上海為總部，橫跨北美、歐洲、亞太地區的全球運營網絡。

下表載列我們於往績記錄期間按產品類別劃分的收入明細：

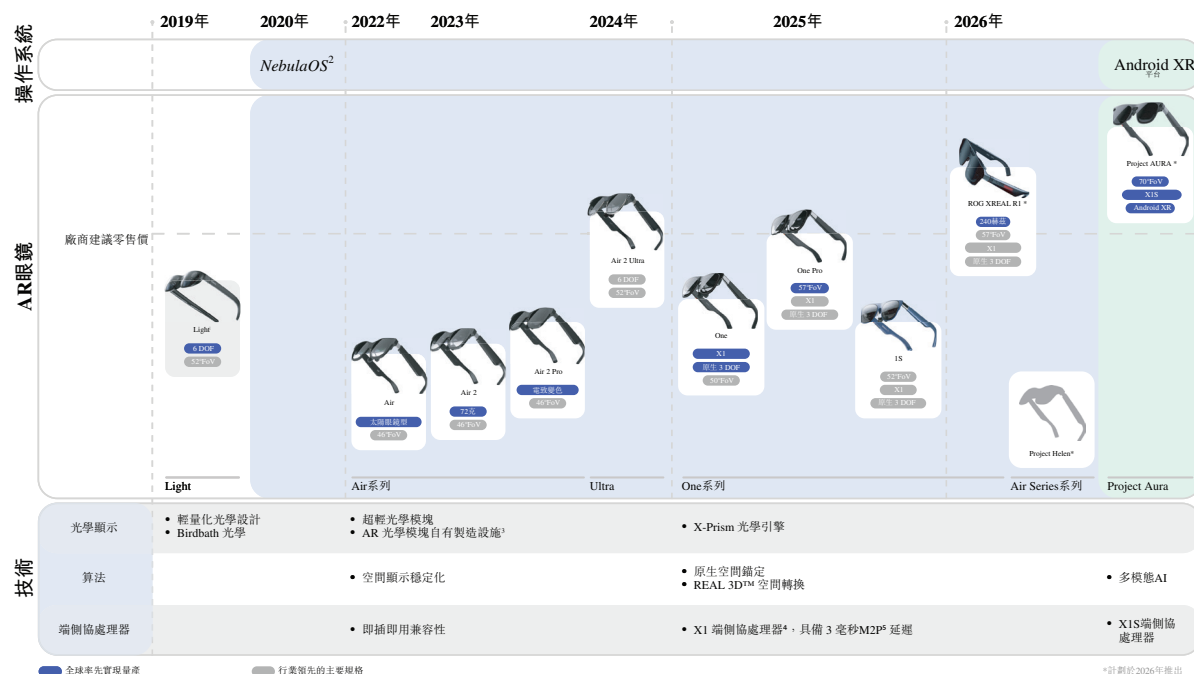
	截至12月31日止年度					
	2023年		2024年		2025年	
	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%
貨品銷售.....	355,075	91.0	388,533	98.5	475,673	92.2
AR眼鏡.....	302,653	77.6	307,956	78.1	402,928	78.1
配件.....	52,422	13.4	80,577	20.4	72,745	14.1
服務及其他.....	34,994	9.0	5,959	1.5	40,306	7.8
合計.....	390,069	100.0	394,492	100.0	515,979	100.0

AR眼鏡

於往績記錄期間，我們的絕大部分收入來自AR眼鏡銷售。我們提供三條產品線：(i) One系列，配備定制化X1端側協處理器與X-Prism光學引擎，實現更強的空間顯示和交互能力；(ii) Air系列，以超輕量化設計和親民價位為特點，是我們銷量最高的產品線，將AR體驗拓展至更廣泛的消費人群；及(iii) *Light-Ultra-Aura* 產品線，構成我們產品組合一脈相承的演進線，每一代產品均配備前置攝像頭和環境傳感器，使設備能夠感知周圍環境——從首次為我們的AR眼鏡引入環境感知能力的*Light*，到新增手勢識別功能的*Ultra*，再到我們的下一代旗艦產品*Project Aura*。

業 務

Project Aura 是我們搭載在 Google Gemini 多模態 AI 模型及 *Android XR* 平台上的下一代旗艦產品。於 2025 年 5 月，該產品在 Google I/O 大會首次亮相，計劃於 2026 年推出。



下表載列於往績記錄期間AR眼鏡的銷量及平均售價：

	截至12月31日止年度					
	2023年		2024年		2025年	
	銷量 (台)	平均售價 (人民幣元)	銷量 (台)	平均售價 (人民幣元)	銷量 (台)	平均售價 (人民幣元)
One系列 ⁽¹⁾	—	—	13,512	2,709	111,355	3,196
Air系列 ⁽²⁾	134,074	2,151	103,991	2,325	17,403	1,656
<i>Light-Ultra-Aura</i> 產品線* ⁽³⁾	3,165	4,515	7,368	4,014	4,973	3,665

附註：

- (1) 在One系列中，One於2024年12月推出（建議零售價：499美元），One Pro於2025年7月推出（建議零售價：649美元），1S於2025年12月推出（建議零售價：449美元）。The *ROG XREAL R1* 計劃於2026年推出，且於往績記錄期間並未產生商品銷售收入。於往績記錄期間，銷量與平均售價的變動主要反映產品推出時間及價格定位的差異。
- (2) 在Air系列中，Air於2022年8月推出（建議零售價：379美元），Air 2於2023年9月推出（建議零售價：399美元）及Air 2 Pro於2023年9月推出（建議零售價：449美元）。Project Helen計劃於2026年投入量產，且於往績記錄期間並未產生商品銷售收入。於往績記錄期間，銷量與平均售價的變動主要反映產品推出時間及價格定位的差異。具體而言，2025年平均售價下跌主要是產品迭代所致，因為新一代產品推出後，舊產品以折扣價出售。
- (3) *Light*於2019年首次發布（建議零售價：499美元）；*Ultra*於2024年3月作為限量版開發者導向產品推出（建議零售價：699美元），並於2025年7月停產，於往績記錄期間已售約13,000台；Project Aura計劃於2026年推出，且於往績記錄期間並未產生商品銷售收入。於往績記錄期間，銷量及平均售價的變動主要反映了產品發布時間、價格定位及該產品線內部分產品限量版屬性上的差異。具體而言，2025年平均售價主要是產品迭代所致，因為新一代產品推出後，舊產品以折扣價出售。

業 務

One系列

One系列是我們於2024年12月首次推出的核心AR眼鏡產品線，目前包括One、One Pro及1S。根據艾瑞諮詢數據，搭載自研X1端側協處理器的One系列是全球首款具備原生空間顯示功能的消費級AR眼鏡。



下表載列One系列產品的主要規格：

	One	One Pro	1S
推出日期.....	2024年12月	2025年7月	2025年12月
重量.....	82克	87克	82克
光學引擎.....	Birdbath (增強型)	<i>X-Prism*</i>	Birdbath (增強型)
FoV.....	50°	57°*	52°
感知亮度.....	600尼特	700尼特	700尼特
端側協處理器.....	X1*	X1*	X1*
空間追蹤.....	原生3DoF/6DoF*	原生3DoF/6DoF*	原生3DoF/6DoF*
核心功能.....	One系列共通功能：動態調光*、平滑跟拍模式、超廣角模式*、即時2D轉3D轉換*，以及BOSE聲學調校*。One Pro另提供57毫米至75毫米的IPD範圍。		
建議零售價.....	499美元	649美元	449美元

* 根據艾瑞諮詢數據，標誌着業內率先推出並商業化。

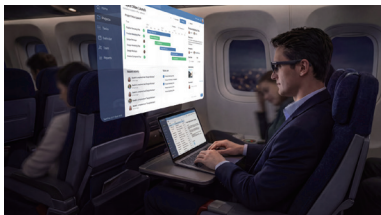
業 務

One系列搭載了定制化X1端側協處理器，這是首款AR可穿戴眼鏡專用端側協處理器。X1端側協處理器採用12納米工藝，集成了專用AI推理引擎和AR渲染引擎，能夠在設備端處理傳感器數據，實現空間定位功能。當One系列眼鏡連接至智能手機或電腦後，用戶無需在主設備上安裝額外軟件或配件，即可享受原生空間顯示體驗——這是One系列與Air系列在體驗層面的一個核心差異。依托X1端側協處理器的設備端多傳感器融合算法及SLAM能力，One系列實現了「空間錨點」功能：無論用戶如何轉動頭部，虛擬顯示畫面始終錨定在FoV內的固定空間位置，且運動到光子延遲低於3毫秒，從根本上解決了傳統AR眼鏡在頭部運動時的畫面漂移與抖動問題。

One Pro進一步搭載了我們自研的*X-Prism*光學引擎，實現了對業界普遍採用的傳統BirdBath光學架構的結構性升級：光學模組厚度從常見的15-20毫米減至約8-12毫米（減少約40%），同時FoV從46°擴大至57°，提供更廣闊及更具沉浸感的顯示體驗。根據艾瑞諮詢數據，在該產品發布之日，其FoV水平位居消費級AR眼鏡產品前列。

AR眼鏡通常需要長時間佩戴，因此眼部舒適性至關重要。我們的One系列產品已獲德國萊茵TÜV眼部舒適度全五星認證——這是消費電子領域顯示質量的廣泛認可基準；截至最後實際可行日期，我們是全球唯一獲此評級的AR眼鏡製造商。

One系列——產品展示 「閣下的空中私人工作站」



Alex是一位經常出差的商務人士，每年超過150天在路上。從紐約飛往上海的14個小時，過去意味着把筆記本電腦硬擠在經濟艙的小桌子上，小屏幕頂着前排椅背，低頭久了脖子酸痛。現在他戴上One Pro，將筆記本接入眼鏡——電腦只負責輸入和算力，所有內容都顯示在眼前懸浮的巨幅屏幕里。Spatial Anchor讓畫面像固定在空中一樣，無論怎樣轉頭都紋絲不動。小桌子上只需放一杯冰咖啡，剩下的空間全歸自己。改完兩版提案後，他把筆記本合上，接入Steam Deck，切換到電影模式——AI 2D轉3D功能將一部標準影片轉化為立體效果，虛擬屏幕相當於200英寸。奔波了一整天，這是屬於他的放鬆時間。鄰座的乘客什麼也看不到。飛機落地後，眼鏡滑入他的襯衫口袋——87克，他拎起背包，奔赴下一段旅程。

ROG XREAL R1 (即將推出)

ROG XREAL R1是一款與華碩旗下頂級電競品牌ROG共同開發，專為遊戲愛好者打造的AR眼鏡產品。該產品在保留One系列核心功能（包括定制化X1端側協處理器與*X-Prism*光學引擎）的同時，更導入了多項專為遊戲設計的強化功能，例如240Hz高刷新率顯示螢幕、重新設計的CMF、電致變色護目鏡設計以及鏡腿上的LED燈條。ROG XREAL R1已於2026年國際消費電子展上發佈，並預計將於2026年推出。

業 務



Air系列

Air系列是我們的入門級AR眼鏡產品線，於2022年8月首次推出。它是我們首款實現大規模市場商業化的產品，在推出當年即成為全球最暢銷的AR眼鏡。Air系列目前包括Air、Air 2及Air 2 Pro，每款重量介於72克至79克之間，採用即插即用的簡潔性及超輕量化便攜性設計。



業 務

下表載列Air系列產品的主要規格：

	Air	Air 2	Air 2 Pro
推出日期.....	2022年8月	2023年9月	2023年9月
重量.....	79克	72克	75克
光學引擎.....	Birdbath	Birdbath	Birdbath
FoV.....	46°	46°	46°
感知亮度.....	400尼特	500尼特	500尼特
端側協處理器.....	不配備設備端側協處理器；即插即用，所有處理均由連接的主設備（智能手機、個人電腦或遊戲機）執行		
光學引擎.....	Birdbath	Birdbath	Birdbath
空間追蹤.....	不支持原生運行；所有顯示渲染及計算均由連接的主設備執行		
核心功能.....	即插即用	即插即用、 超輕量化、 120Hz刷新率	即插即用、 超輕量化、 120Hz刷新率、 三級EC調光
建議零售價.....	379美元	399美元	449美元

Air系列設備未搭載內置端側協處理器。通過USB-C連接智能手機、電腦或遊戲機後，*NebulaOS*軟件將在主設備上運行，提供空間顯示管理功能，包括多窗口管理、顯示尺寸調整與重新定位，以及寬屏模式切換。用戶無需額外設置或安裝，即可享受相當於約330英寸屏幕的便攜式、具沉浸感的顯示體驗。

自2022年8月首次推出以來，我們持續迭代Air系列的光學與顯示技術：單眼光學模組重量從約10克減至約5克，同時提升了顯示亮度與刷新率。Air 2 Pro進一步採用EC調光技術，使用戶能夠在三種透明度模式之間切換——從全透明環境感知模式到全遮光極致沉浸模式——以適應不同光線狀況。

Air系列——產品展示 「25平米公寓里的100英寸屏幕」



Yuki住在東京一間25平米的單間公寓里，沒有牆面空間放電視。以前追劇只能盯着手機小屏幕。現在她戴上Air 2 Pro，連接手機，將EC調光調至全遮光模式。一塊家庭影院般大小的虛擬屏幕出現在眼前。往床上一躺，側躺、仰躺都行——眼前的大屏始終在。她追完一集，切換到與朋友的視頻通話，屏幕懸浮在舒適的觀看角度。窗外路燈漸次亮起，夜色透過輕薄的窗簾映進來——她把EC調光撥回透明模式，看了一眼窗外的東京夜景，又切回全沉浸模式繼續看完最後一集。眼鏡重75克。她經常忘記自己還戴着它。

業 務

下一代入門級Air系列產品

Project Helen是我們即將推出的Air系列產品的內部代號，旨在以更親民的觸達更廣泛的主流消費群體。該產品保留了Air系列的核心優勢，包括超輕量化設計與即插即用連線功能。Project Helen預計將於2026年推出。

Light/Ultra/Aura產品線

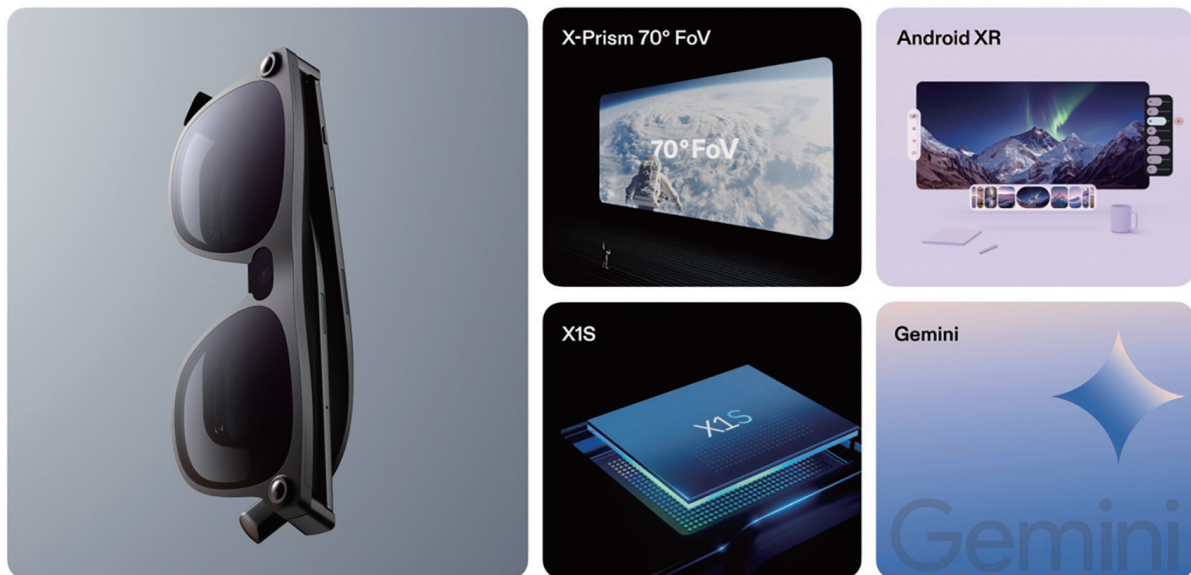
Light、Ultra及Project Aura構成我們產品組合一脈相承的演進線。三代產品均配備前置攝像頭及內置於眼鏡中的環境感知傳感器，讓設備能感知並映射佩戴者周圍的物理環境——此功能隨每一代產品而日臻完善：Light具備環境感知能力；Ultra開始支持手勢識別；而Project Aura則實現獨立運算及人工智能功能。

Light於2019年首次推出，配備雙攝像頭及6DoF追蹤技術，是我們首款可感知並映射佩戴者周圍物理環境的AR眼鏡。Light幫助我們與韓國、日本、歐洲及北美等地公司建立全球早期合作夥伴關係，從而驗證市場對具備環境感知功能的AR眼鏡的商業需求。

Ultra於2024年3月首次推出，作為一款面向開發者的限量版產品。該產品以Light的環境感知技術為基礎，配備雙CV環境感知攝像頭，保留6DoF追蹤功能，並增加手勢識別功能，讓開發者能夠通過更自然的人機交互方式開發及測試應用程序。

Project Aura (即將推出)

我們作為Android XR平台上光學透視AR設備的首席硬件合作夥伴，Project Aura是我們與Google共同開發的下一代旗艦產品。該產品於2025年5月在Google I/O大會上首次亮相。在Light和Ultra所奠定的環境感知技術基礎上，Project Aura進一步發展為可獨立運作的設備，具備獨立運算及應用程序執行能力，標志著我們向AI賦能可穿戴體驗領域的拓展，能夠主動理解用戶需求、進行自然對話並積極執行任務。Project Aura預計於2026年推出。



業 務

下表載列*Light*、*Ultra*及*Project Aura*的主要規格比較：

	<u>Light</u>	<u>Ultra</u>	<u>Project Aura</u>
推出日期.....	2019年	2024年	2026年（計劃）
架構.....	有線連接	有線連接	獨立（分體式： 眼鏡+ 計算單元）
光學引擎.....	Birdbath*	Birdbath	<i>X-Prism</i> （第二代）*
FoV.....	52°*	52°	70°
感知亮度.....	280尼特	500尼特	待發佈
端側協處理器.....	不適用	不適用	機框：定制化 X1S Puck：高通XR 平台
空間追蹤.....	6DoF	6DoF	6DoF
手勢.....	不支持	支持	支持
AI功能.....	不適用	不適用	Google Gemini 多模態AI及 設備端AI推 理
運動到光子延遲.....	20 – 30毫秒	20 – 30毫秒	3毫秒
操作系統.....	<i>NebulaOS</i>	<i>NebulaOS</i>	<i>Android XR</i>
廠商建議零售價.....	499美元	699美元	待發佈

* 根據艾瑞諮詢數據，標誌着業內率先推出並商業化。

*Project Aura*採用分體式架構，由眼鏡端與Puck組成。該架構在保持舒適佩戴重量約95克眼鏡端的同時，實現約70°的FoV、全方位6DoF空間追蹤、手勢交互，且*Google Gemini*多模態AI功能已內置於*Android XR*平台中。

根據我們與Google的合作協議，(i)XREAL按照Google的生態系統要求及技術規範，為開發者套件產品提供設計、研發及製造服務；Google則提供*Android XR*平台及相關技術生態系統的接入權限，並按里程碑節點支付服務費；(ii) XREAL研發的有關特定硬件及光學組件的知識產權歸XREAL所有；及(iii) XREAL保留對其後續產品的自主定價權、享有該類產品所產生硬件銷售收入的權利以及維護自身品牌標識的權利。

業 務

Project Aura——產品展示 「你的語言，無處不在」



來自米蘭的建築師Marco，第一次來香港參加行業峰會。走出酒店大堂，他像戴墨鏡一樣戴上*Project Aura*。中環的街道撲面而來：霓虹招牌、茶餐廳菜單、港鐵標識－幾秒前還是滿眼的繁體字，現在每行文字旁邊都懸浮著意大利語翻譯。不需要舉起手機拍照，*Aura*的攝像頭就是AI的眼睛。他用意大利語說了句「帶我去會展中心」，一條淡藍色的導航路線在約70度的廣闊視野中展開，疊加在皇后大道的人潮之上。路過一座百年唐樓時，*Gemini*在耳邊講起它的歷史。Marco停下腳步仔細打量，雙指在空中輕捏，*Aura*便記錄下眼前的畫面。



在休息區，Marco打開筆記本連接*Aura*的計算單元。眼前展開三塊虛擬屏幕－CAD圖紙、筆記本鏡像、同步更新的會議紀要。得益於光學透視的顯示方案，他處理多任務的同時仍能看到服務員放下的咖啡，隨手從包裡翻出紙質筆記。會議間隙，一位本地同行展示了一個3D建築模型，懸浮在會議桌上方。兩人用手勢旋轉、縮放，指尖劃過虛空標注修改意見。同行用粵語解釋設計意圖，Marco的視野中實時浮現意大利語字幕－語言不同，協作毫無阻礙。



傍晚，他沿維港海濱散步，讓*Gemini*匯總今天幾場會議的要點，語音播報在耳邊緩緩展開。維多利亞港的燈光倒映在海面上，他停下腳步看了一會兒夜景。這一整天，他的手機始終躺在口袋裡，一次也沒拿出來過。

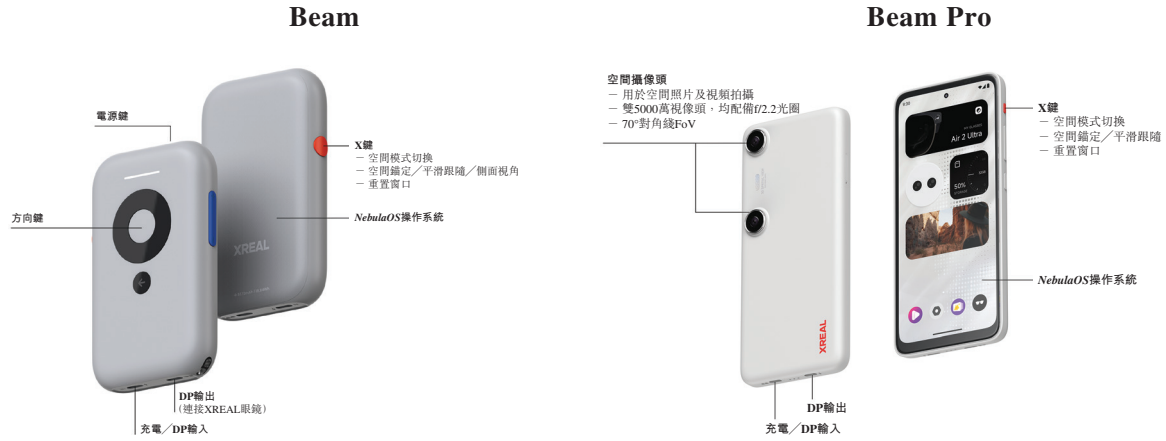
配件

配件作為我們AR眼鏡的功能延伸，旨在增強設備性能並拓寬使用場景。我們的配件包括Beam系列計算終端、處方鏡片模組、連接線、鼻托及其他功能性配件。於往績記錄期間，2023年、2024年及2025年的配件收入分別為人民幣52.4百萬元、人民幣80.6百萬元及人民幣72.7百萬元，分別佔我們同期收入的13.4%、20.4%及14.1%。

*Beam*系列

Beam系列包含用於AR眼鏡的便攜式智能計算終端。我們的AR眼鏡通常連接智能手機、遊戲主機或電腦以獲取內容。當攜帶此類設備不便時（例如旅行或戶外活動期間），Beam系列可作為獨立的內容源和計算平台，使AR眼鏡能夠完全獨立運行。該系列具備我們自主研發的「應用空間化」能力，可將傳統2D移動應用無縫轉換為3D空間顯示模式，在不增加開發者適配成本的情況下豐富AR眼鏡內容生態。

業 務



下表載列我們Beam系列的主要規格：

	Beam	Beam Pro
推出日期.....	2023年5月	2024年7月
操作系統.....	Android (定製版)	Android 14
核心功能.....	<ul style="list-style-type: none"> — 空間錨定(3DoF)* — 平滑跟隨模式* — 有線／無線視頻串流 	<ul style="list-style-type: none"> — 空間錨定(3DoF) — 平滑跟隨模式 — 雙攝空間(3D)照片／視頻* — 兼容典型Android應用生態
廠商建議零售價.....	119美元	199-299美元

* 根據艾瑞諮詢數據，標誌着業內率先推出並商業化。

兩款Beam產品滿足不同使用場景：Beam屬於基礎計算終端，提供3DoF空間定位及「應用空間化」功能，適合作為眼鏡的便攜式計算補充設備。Beam Pro搭載完整Android操作系統並配備雙攝像頭，可獨立下載運行各類應用程序。用戶亦可將其作為獨立Android設備使用，並將眼鏡連接至各類AI語言大模型應用。

其他配件

我們同時提供一系列功能型配件以滿足用戶多樣化需求。下表載列我們的主要配件產品，這些配件與所有One系列及Air系列產品兼容，部分配件計劃與即將推出的Project Aura兼容：

	型號	推出日期	功能	廠商建議零售價
Eye		2024年12月	外置攝像頭模塊，1,200萬像素，支持6DoF空間錨定、第一人稱視角拍攝	99美元
Hub		2024年3月	HDMI適配器，用於連接主流遊戲主機；支持120赫茲高刷新率	39.99美元

業 務

Eye為眼鏡增加了攝像功能，支持6DoF空間定位和第一人稱視角內容創作，是我們邁向具備感知能力的AR眼鏡時代的重要配件。Hub滿足了遊戲主機用戶的連接需求，使用戶能夠將AR眼鏡用作主流遊戲主機等設備的便攜式大屏幕顯示器。

此外，我們還提供遮光罩（增強沉浸感並阻隔環境光干擾）、多種連接線（適配USB-C、HDMI等接口）、處方鏡片模塊（支持近視用戶定制鏡片）、鼻托等基礎配件，以提升不同場景下的用戶體驗。

NebulaOS

*NebulaOS*是我們於2020年推出的自主研發的3D空間操作系統，隨我們的硬件產品免費提供，並持續迭代以增強AR眼鏡的核心價值。*NebulaOS*專為我們的產品設計，包括Beam系列。*NebulaOS*支持傳統Android應用的空間化顯示，提供多窗口管理、3DoF/6DoF空間定位、手勢交互等功能，並兼容iOS、Android、Windows及macOS等主流操作系統。

*NebulaOS*是我們區別於業內純硬件廠商的核心能力之一。通過*NebulaOS*，用戶無需等待第三方應用適配，即可將現有移動應用以3D空間形態呈現。我們還可通過持續的軟件更新向用戶推送新功能。例如，基於X1端側協處理器的AI算力，我們通過*NebulaOS*軟件更新向所有*One*系列用戶免費提供實時2D轉3D視頻功能。該功能將X1端側協處理器的端側算力與*NebulaOS*算法調用及界面渲染相結合，帶來業界獨有的觀影體驗。

服務及其他

依托我們在AR光學、端側協處理器及系統集成領域的技術專長，我們為在AR領域的企業客戶提供技術開發服務。我們的服務範圍涵蓋光學模組設計、硬件開發、軟件系統集成及AR應用場景定制。在此類合作中，我們向業務合作夥伴提供服務，該款項確認為「服務及其他」收入。兩種安排下的銷售收入均歸類為「商品銷售—AR眼鏡」。與此同時，我們負責產品設計、硬件開發及量產。所開發的產品隨後透過以下兩種方式銷售：(i)經由我們自身的銷售網絡；或(ii)以買斷方式售予合作夥伴，再由其轉售給終端消費者。

於往績記錄期間，我們的主要技術服務合作項目包括但不限於：(i)與Google合作開發*Project Aura*，詳情請參閱「—AR眼鏡—*Light-Ultra-Aura*產品線—*Project Aura* (即將推出)」；(ii)與華碩ROG合作開發*ROG XREAL R1*，詳情請參閱「—AR眼鏡—*One*系列—*ROG XREAL R1* (即將推出)」；及(iii)為蔚來的座艙娛樂系統開發定制AR眼鏡，提供200吋沉浸式觀賞體驗，並採用業界首創的AI動態防抖算法，專為行車過程中預防暈動症而設計。在該項合作中，蔚來承擔相應的開發費用，而我們負責生產並以買斷方式將成品售予蔚來。

於往績記錄期間，截至2023年、2024年及2025年12月31日止年度的服務及其他收入分別為人民幣35.0百萬元、人民幣6.0百萬元及人民幣40.3百萬元，分別佔我們相應期間總收入的9.0%、1.5%及7.8%。

業 務

核心技術

我們的核心技術優勢建立在覆蓋光學顯示、邊緣計算、空間感知算法及系統軟件的全棧自主研發能力之上。我們自主開發了光學引擎、空間感知算法及操作系統，並定義了定制端側協處理器的架構，實現了從底層硬件到上層軟件的垂直整合。這些技術並非各自獨立設計，而是構成一個深度整合的技術棧——我們的定制化端側協處理器經過優化，以運行我們自主研發的空間感知算法，而該等空間感知算法繼而與*X-Prism*光學引擎及*NebulaOS*協同運作，從而提供終端用戶體驗。此等整合創造了強大的競爭壁壘，持續帶來更輕便舒適的穿戴形態、更穩定的空間顯示效果及更自然的人機交互體驗。

專用邊緣計算能力

AR眼鏡的可穿戴性及用戶體驗，在很大程度上取決於其端側協處理器的能力——即其管理功耗、熱量及重量的效率。我們定制化的X1端側協處理器專為AR眼鏡而設計，可於本地執行空間感知算法，從而提升運算速度並降低延遲。X1集成專用人工智能推理引擎及AR渲染引擎，可在設備上處理多感應器數據，以實現空間定位。此整合方案即使在嚴格的功耗及散熱限制下，亦可將運動到光子延遲降低至3毫秒以下，確保畫面流暢穩定，讓用戶可長時間舒適佩戴。憑藉先進架構及輕薄設計，X1能提供強大運算能力以支援複雜功能，同時保持硬件輕巧。

在X1基礎上，我們為*Project Aura*進一步定義了X1S端側協處理器。X1S位於*Aura*分體式架構的眼鏡端，負責處理感應器數據採集、空間感知、姿態估計及顯示渲染；而Puck內的高通XR專用處理器則提供主要運算能力、AI推論及應用程序執行環境。此架構的技術核心，在於眼鏡端與Puck之間的高寬帶、低延遲通訊協定，該協定由我們與Google共同開發，可實時傳輸感應器數據以進行AI推理，並傳回處理結果以供渲染及顯示。

先進光學顯示能力

顯示性能乃AR眼鏡的核心，亦決定沉浸式體驗的深度。我們已自主研發*X-Prism*光學引擎，此為突破業界主流Birdbath解決方案的重大技術突破。*X-Prism*在保留BirdBath高清晰度、準確色彩、低成本及高良率優勢的同時，通過創新設計內部光學元件結構，克服了其模組厚度及FoV方面的限制。*X-Prism*光學引擎的核心技術突破包括：

- **模組小型化**：傳統光學方案通常具有15至20毫米的物理厚度，是限制產品小型化的關鍵瓶頸。通過重新設計光學元件排布及採用折疊式光路結構縮短光路，同時精細調校偏振、光效及雜散光控制，我們在保持顯示質量的同時將厚度降低約40%至8至12毫米，顯著提升了佩戴舒適度與產品便攜性。
- **FoV擴展**：通過優化元件間光學匹配，並大幅增加鍍膜層數以提升光效，我們將FoV由46度擴展至57度。我們的下一代旗艦產品*Project Aura*將通過進一步優化光學元件曲率、材料折射率及多層鍍膜工藝，實現約70度的FoV。

業 務

- **顯示質量優化：**AR眼鏡面臨典型的顯示挑戰，包括色散、環境光反射導致的圖像干擾以及底部眩光。通過對光路的端到端優化——抗反射塗層、防污塗層、偏振片及功能層的密封集成，我們實現了高清晰度、高色准及無散色特性，有效抑制環境光反射，確保虛擬圖像在各種光照條件下保持清晰穩定。

高效能算法

我們的算法令用戶與AR眼鏡之間的互動自然、簡便且穩定。我們已開發出以SLAM算法為核心的軟硬件一體化解決方案，與X1系列端側協處理器深度協同工作，覆蓋從傳感器校準和3DoF/6DoF定位到手勢交互和環境感知重建的完整技術鏈條。核心技術能力包括：

- **多傳感器融合：**單一傳感器無法在所有場景下提供可靠的姿態估計。我們融合來自慣性測量單元、攝像頭、磁力計等多模態數據，通過傳感器校準與數據融合算法，實現設備姿態與空間位置的高精度估計。該技術在傳統算法易失效的挑戰性環境（包括無紋理走廊、高動態場景及高反射率表面）中表現穩定。
- **SLAM：**我們自研的SLAM技術通過將核心計算邏輯嵌入X1端側協處理器的專用處理單元，實現6DoF追蹤的毫秒級精度，達到低於3毫秒的邊緣感知延遲，即使在低功耗情況下也能使虛擬圖像跟隨用戶在物理環境中的自然運動。
- **手勢識別：**我們基於AI的手勢識別算法能在毫秒內做出響應，從而實現直觀的空間交互，無需物理控制器。
- **輔助算法組合：**基於核心感知能力，我們已開發出包括自適應畸變校正、高精度色彩校準和低功耗渲染管線在內的配套算法，與X-Prism光學引擎協同工作，確保呈現給用戶的圖像達到最佳的清晰度、色准和視覺舒適度。

系統層面軟件功能

NebulaOS是我們自主研發的空間操作系統，基於開放的Android底層，其核心設計理念是將現有應用無縫轉化為空間顯示體驗。通過將傳感器數據採集、空間感知、位姿估算及圖像渲染等核心空間算法深度嵌入系統架構，NebulaOS實現整個Android操作系統的無縫空間化，且無需第三方應用適配。核心能力包括：

- **動態懸停模式：**NebulaOS支持在多種顯示模式間無縫切換，以適應不同環境，包括移動中觀看時的防抖穩定、使顯示屏相對於用戶頭部方向固定的3DoF懸停，及將虛擬窗口錨定於物理空間特定位置的6DoF懸停。
- **直觀的AR交互：**除傳統輸入方式外，NebulaOS支持手勢控制及虛擬射線控制，使用戶無需實體控制器即可自然地指向、點擊並操控空間元素。

業 務

- **多窗口多任務**：基於開放的Android底層，*NebulaOS*支持多窗口及多應用工作流，允許用戶同時運行多個應用，並將其分布在整個空間環境中，而非局限於單一屏幕內。
- **AI驅動的內容轉換**：借助X1端側協處理器的設備端計算能力，*NebulaOS*可實現實時2D至3D的內容轉換，無需雲端處理即可將標準視頻轉換為立體顯示。

在系統架構層面，AR設備長期面臨無法實現強大性能與輕量化可穿戴形態因素的挑戰：將算力集中在眼鏡端會導致重量及發熱問題，而完全依賴外部設備則會犧牲產品的獨立性與便攜性。我們定義了分體式計算架構，將系統劃分為眼鏡端組件與外部計算單元，在保持眼鏡超輕量化形態的同時實現強大計算性能：

- **眼鏡端**：搭載定制化X1端側協處理器與*NebulaOS*，致力於傳感器數據採集、空間感知、位姿估算及圖像渲染－確保在超低功耗下對關鍵空間任務進行實時處理，同時保持眼鏡輕量化。
- **Puck**：提供主要算力及應用程序執行環境。該組件提供包括自然語言理解與環境感知推理在內的AI能力，同時支持*Android*應用生態。
- **跨系統通信協議**：本架構的技術核心在於高帶寬、低延遲通信協議。該協議作為一個統一的協調層，促進眼鏡端原始傳感器輸入與Puck端智能處理之間的實時雙向數據流，同時協同調度SLAM等分布式空間任務。通過定義時敏計算與環境感知在架構中的劃分及同步，該協議確保穩定、高性能的AR體驗，使其儘管採用分離式物理設計，仍能作為單一連貫系統運行。

研發

強大的研發能力是我們的核心競爭優勢，使我們能持續開發創新算法與光學技術。通過一如既往的專注於研究與技術進步，我們已構建堅實的技術壁壘，鞏固行業領先地位。對底層研發的持續投入確保我們在提供可靠、高性能的AR與AI顯示產品，滿足消費者不斷變化的需求方面，始終位於行業最前沿。

研發團隊

我們已組建一支經驗豐富的研發團隊。截至2025年12月31日，研發團隊擁有188名成員，其中近一半成員擁有研究生學位。團隊分為四個部門：光學、軟件工程、算法及軟件開發。該組織結構確保了跨學科的緊密協作與新產品的高效交付。

研發團隊實行項目獎勵與個人突破表彰相結合的多層次激勵機制，鼓勵員工自下而上推動創新。研發團隊內部各單位保持緊密聯繫，無嚴格邊界，通過開放溝通與高效協作實現技術難題的高效解決。實踐證明，這種扁平化組織結構能有效推動持續創新並確保技術決策效率。

業 務

我們所在行業對合資格人才的需求非常強烈。為減輕任何關鍵員工離職可能造成的負面影響，我們已建立嚴格的研發管理體系，為技術和產品創新提供強有力的制度保障。

研發理念和流程

我們遵循系統化流程，確保新產品和新技术的持續產出。我們的研發工作涵蓋兩大領域：
(i)技術開發，主要包括光學技術和算法創新；及(ii)產品開發。

技術開發

需求定義。我們首先與內部團隊緊密合作，定義並驗證每個光模塊的技術和功能需求。

技術設計。基於已確認的需求，我們進行技術設計和仿真，在此過程中制定並評估光學架構和參數。我們編製詳細的光學設計圖紙，並根據後續工程階段的反饋持續優化這些圖紙。

DFX與工藝工程。為確保可製造性、可測試性以及長期生產穩定性，我們開展DFX分析。在此階段，我們會編製DFX報告，並根據設計變更持續更新這些報告。

樣品驗證。我們製作原型和工程樣品，以驗證光學性能、結構完整性以及工藝可行性。根據測試數據和驗證結果，我們通過迭代優化設計參數及相關設計圖紙。

設計凍結。在完成所有驗證和優化工作後，我們定稿光學和結構設計。我們編製併發布所有圖紙的最終版本，並將經過驗證的設計包移交至量產團隊。

產品開發

概念開發。通過行業研究、競爭分析、前幾代產品的反饋意見以及尚未實現的功能要求來確定目標市場需求。擬定初步的產品定義，並與目標定價相匹配，以釐定新產品的成本目標。

設計規劃。根據產品定義，選定主要組件，並制定設計概念(堆疊及ID設計)。進行初步成本評估，以評估財務可行性。按推出時間表設定項目里程碑，並進行正式啟動審查，以確認展開詳細開發工作的準備情況。

詳細工程。項目啟動後，各研發部門進入詳細設計階段：
(i)結構團隊完成結構設計；
(ii)硬件團隊完成硬件設計；
(iii)光學團隊已完成結構協調工作，並着手光學模具開發；
(iv)軟件團隊定義系統架構及開發核心模組；及
(v)算法團隊根據性能要求評估算法及硬件架構。

原型驗證。原型機進行分階段驗證：
(i) EVT：驗證可製造性及初步性能；確認BOM及模具成本；
(ii) DVT：使用正式材料進行試產；進行功能及性能測試；優化良率及效率；評估長交期組件的供應風險；及
(iii) PVT：如有需要，於量產前確認生產線良率及效率。在每個階段，我們還會根據成本目標評估進展情況，並作出相應的優化調整。

業 務

開發後階段。於量產及產品壽命終止階段，定期進行檢討，以掌握市場表現、庫存狀況及財務成果。這些意見將反饋至下一個產品周期，確保持續改進，並提升未來世代產品的競爭力。

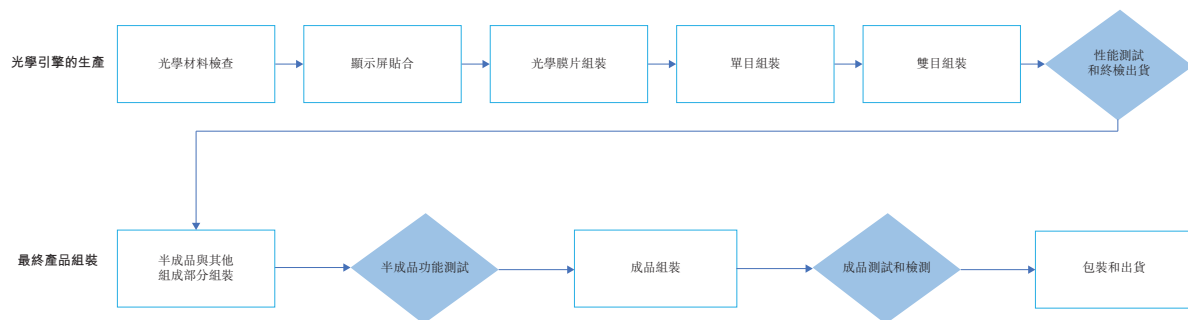
生產與製造

於往績記錄期間，我們通過自主生產與第三方製造相結合的方式，生產多樣化的產品及配件。我們對技術要求最嚴格、質量最敏感的AR眼鏡部件－光學引擎保持全程控制，同時依托成熟行業合作夥伴的能力完成總裝。該模式使我們能確保產品質量及一致性、保護核心技術並保持運營靈活性。

生產流程

自有生產基地均實施標準化製造。無錫基地的光模塊生產採用高度自動化與精密控制工藝，確保產品一致性並最大程度降低人為因素導致的差異。我們產品的總裝環節依托領先第三方製造夥伴成熟的高度自動化平台，支持穩定且可擴展的生產。標準化與模塊化生產流程使我們無需大範圍重新配置參數或投資新建廠房即可導入新產品，既能快速響應市場需求，又能高效擴展產品組合。

我們的生產流程可分為光學引擎製造及成品製造兩個階段。以下流程圖顯示了我們AR眼鏡生產流程的主要環節。



光學引擎的生產。光學引擎的生產流程始於對光學材料的全面檢測，以確保其質量和可靠性。經確認合格後，顯示屏將進行貼合處理，隨後進行光學膜片的精密組裝。隨後進入單目組裝階段，繼而進行雙目組裝，將光學元件整合為功能單元。組裝完成後，光學引擎將接受性能測試，以驗證其運行標準。通過驗收後，即進入發貨環節。

最終產品組裝。最終產品組裝階段的重點是將所有組件整合成整機。該階段首先準備其他必要的組件，隨後在半成品組裝中將這些組件與光學引擎一同使用。這些半成品單元需經過性能測試以確保符合要求，方可進入最終產品組裝環節。最終產品組裝完成後，將再次進行性能測試，隨後進行詳細的外觀檢查和數據檢查，以確認其內外質量。一旦通過檢測，該流程即以包裝和發貨收尾。

業 務

生產安排

自主生產光學模組

作為我們AR眼鏡的核心部件，光學模組通過我們自主生產模式製造。該模式下，我們利用自有設施、設備和人員組織並開展生產活動。截至最後實際可行日期，我們在無錫運營一個主要生產基地，並無自營海外基地。無錫基地於2021年建成，總建築面積約20,000平方米。下表載列有關無錫基地的若干資料。

生產基地	產能 ⁽¹⁾ (件)			產量(件)			利用率 ⁽²⁾		
	2023年	2024年	2025年	2023年	2024年	2025年	2023年	2024年	2025年
無錫	180,000	162,000	216,000	181,033	118,497	151,328	100.6%	73.2%	70.1%

附註：

- (1) 計算年度的標準產能時乃假設所有生產線均按可行的高利用率水平運行，並已考慮例行維護、設備升級、公眾假期及季節性需求波動等合理因素。根據艾瑞諮詢的資料，我們的產能計算方法(包括當中所使用的假設)與中國相關行業的標準相符。2024年產能降低是由於生產線調整，而2025年產能增加是由於添置新生產線。
- (2) 利用率按某一年的產量除以同年的產能計算。

無錫基地是我們核心光學引擎模組的主要製造基地。該基地配備了行業領先的自動化生產線和智能質量控制系統，使我們能夠通過最大程度減少光學引擎製造過程中的差異性，確保產品質量的一致性。我們在無錫基地的自主生產模式使我們能夠嚴格把控產品質量、生產周期及知識產權保護。

與第三方製造商合作

除了光學模組之外，其餘生產均由我們第三方製造商合作夥伴完成。為確保及時交付並提升整體生產效率，我們亦委託合格第三方製造商進行成品組裝。選擇性利用第三方製造使我們能更靈活地分配產能及資源。借助第三方製造商成熟的自動化基礎設施與運營專長，組裝工藝在自動化、一致性及生產穩定性方面已達到業界領先水平。同時，通過運用其運營能力與人員，我們獲得了可擴展的產能與製造效率，且無需在工廠管理方面投入大量增量成本。

我們還積極參與第三方製造流程。我們建立了全面的管理體系，以確保第三方運營的質量和可靠性。有關第三方製造質量控制的詳情，請參閱「一 質量控制 一 生產流程」。截至2025年12月31日，我們與三家第三方製造合作夥伴開展合作，這些公司在成品組裝方面均擁有豐富經驗。我們通常與第三方製造合作夥伴簽訂為期一年的框架協議，要求其保護我們的知識產權，並確保我們提供的任何設計圖紙、文件或其他資料僅用於履行相關合同和訂單。任何超出合同範圍的未經授權使用均構成侵權行為，相關方應為此承擔全部法律責任。

業 務

於往績記錄期間，我們在向製造合作夥伴採購服務方面未遇到任何困難，也未遭遇任何導致運營出現重大中斷的重大糾紛或合作夥伴在產品交付方面的延誤。

知識產權

作為深耕AR眼鏡行業，開拓創新、尖端技術的全球領導者，知識產權對我們的業務至關重要。我們高度重視對技術成果的保護以及在國內外對知識產權組合的戰略規劃。我們主要依靠綜合運用專利、版權、商標、商業機密、反不正當競爭法以及合約權利（如保密協議）來保護自身知識產權。

我們的知識產權體系涵蓋從底層架構設計到具體製造工藝的全流程，尤其重視光學設計、精密結構工程及相關外延領域的技術創新。截至2025年12月31日，我們在中國擁有382項專利、6項版權及121項商標，在海外擁有99項專利及209項商標。有關我們重大知識產權的詳情，請參閱「附錄四－法定及一般資料－B.有關我們業務的進一步資料－2.本集團的知識產權」。

下表載列截至最後實際可行日期我們核心專利的詳情。

專利名稱	司法管轄區	關鍵功能	授權日期
連接器及利用該連接器進行充電控制的方法	日本	一種連接器，可在數據傳輸過程中為兩台電子設備供電，從而延長這些設備的使用時間。	2021年 9月14日
空間定位方法及裝置	美國	通過獲取特徵區域信息和攝像頭圖像來識別交互設備的特徵區域並確定其位置。	2025年 5月6日
圖像顯示控制方法、圖像顯示控制裝置以及頭戴式顯示設備	美國	該設備能夠實現虛擬圖像在深度平面上的動態呈現，提供沉浸式的AR/VR視覺體驗。	2024年 1月30日
頭戴式顯示器屏幕刷新方法	美國	能夠實現穩定的圖像呈現及提升視覺體驗的方法。	2025年 3月18日
連接器及包括該連接器的第二電子設備	歐洲專利局	一種連接器，用於將第一電子設備和第二電子設備與電源耦合，以使電源能夠為這兩個電子設備供電。	2024年 2月14日
喚醒可穿戴設備的方法和裝置	歐洲專利局	一種可在用戶操作時自然喚醒設備的方法，從而實現無縫激活，並提升整體用戶體驗。	2024年 9月11日
與頭戴式顯示設備進行交互的方法、設備及交互系統	中華人民共和國	該方法通過檢測用戶的手勢動作並確定虛擬搖桿坐標系，實現便捷的類搖桿式控制，並提升用戶體驗。	2025年 5月30日
頭戴式顯示設備的交互控制方法及裝置	中華人民共和國	該方法通過計算操作線與頭戴式顯示設備各界面之間的交點，解決頭戴式顯示設備因界面重疊導致的交互效率低下的問題，實現對重疊界面的高效操作。	2024年 5月17日

業 務

我們已建立一套全面、嚴格的知識產權及商業機密保護體系，以充分保障我們的核心技術和解決方案。該策略構築了技術壁壘，有效阻止競爭對手複製或模仿我們的創新成果。我們採取多種措施和工具，最大限度地降低知識產權侵權風險，其中包括一系列知識產權合規和管理條例，規範制定、實施、維護及修訂我們知識產權合規管理體系的總體框架。我們亦制定涵蓋專利管理、商標管理及商業機密管理的具體規定。

為加強內部意識，我們為員工提供知識產權培訓，並為研發人員提供專門的專利信息安全培訓，以提高他們對技術保密性的意識，確保在整個產品開發週期中符合相關規定。對於新員工，我們提供以知識產權保護為重點的入職培訓，以降低服務發明所有權糾紛的風險，並避免無意洩露專有信息。我們已與高級管理人員、研發團隊某些關鍵成員以及其他能夠訪問有關我們業務的商業機密或機密信息的員工簽訂包含保密及競業禁止條款的協議。此外，我們與員工簽訂的標準僱傭合約中包含一項轉讓條款，根據該條款，我們擁有所有在員工工作時所衍生的發明、技術、專業知識和商業機密的全部權利。

於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們未曾遭遇任何涉及第三方知識產權，且已對或可能對我們的業務運營造成重大不利影響的重大糾紛或任何其他未決的重大法律程序。

銷售及營銷

業務布局

我們已在AR眼鏡市場建立強大的國際影響力，並成功構建覆蓋多個地區的廣泛客戶群。根據艾瑞諮詢的資料，按銷售收入計，我們從2022年至2025年連續四年在全球AR眼鏡市場中位居第一；按2025年銷售收入計，我們亦在廣大智能眼鏡市場（包括AR眼鏡及無顯示型眼鏡）位居全球第二及中國第一。

於往績記錄期間，我們大部分收入來自海外市場，佔總收入的70%以上。我們在主要發達市場實現大規模出貨且我們的產品持續位居北美和日本主要電商平台的暢銷榜。

下表載列於往績記錄期間按地點劃分的收入明細。

	截至12月31日止年度					
	2023年		2024年		2025年	
	人民幣千元	佔總收入百分比	人民幣千元	佔總收入百分比	人民幣千元	佔總收入百分比
海外	254,717	65.3	260,007	65.9	366,122	71.0
美國	148,108	38.0	109,769	27.8	190,185	36.9
日本	64,652	16.6	59,612	15.1	75,123	14.6
歐洲	23,589	6.0	60,713	15.4	70,956	13.8
其他 ⁽¹⁾	18,368	4.7	29,913	7.6	29,858	5.7
中國內地	135,352	34.7	134,485	34.1	149,857	29.0
合計	390,069	100.0	394,492	100.0	515,979	100.0

附註：

(1) 其他主要包括亞洲國家／地區（除中國內地以外）。

業 務

銷售渠道

我們已在國內外市場建立多元化的全渠道模式，當中包括兩種主要方式：(i)通過官方網站、電商平台官方旗艦店等渠道進行直銷；及(ii)向分銷商銷售，主要包括大型電子產品零售商及區域分銷商。

下表載列於往績記錄期間按銷售渠道劃分的收入明細。

	截至12月31日止年度					
	2023年		2024年		2025年	
	人民幣	佔總收入 百分比	人民幣 (千元，百分比除外)	佔總收入 百分比	人民幣	佔總收入 百分比
直銷	316,421	81.1	285,930	72.5	365,396	70.8
向分銷商銷售 . . .	73,648	18.9	108,562	27.5	150,583	29.2
合計	390,069	100.0	394,492	100.0	515,979	100.0

直銷

直銷對我們保持與用戶的緊密互動、強化品牌管控以及掌握市場對產品性能的適時洞察至關重要。該模式下，我們主要通過(i)我們的官方網站；及(ii)全球主流電商平台的官方旗艦店直接向消費者銷售產品。我們亦向企業客戶提供技術開發服務，此類服務屬直銷性質。該模式使我們能夠直接服務於國內和全球主要市場的消費者。我們通過直銷網絡介紹和演示需要專業知識的先進複雜產品。憑藉與關鍵客戶的直接溝通渠道，我們的團隊能提供個性化支持並把握市場趨勢。我們的售後安排因市場而異，以符合當地消費者保護規定。我們通常向客戶提供12個月內的維護及售後服務，而在歐洲大部分市場，我們提供法定的兩年質保。我們接受7天內退換貨。對於北美和歐洲的線上渠道，通常接受30天內退換貨。在若干歐洲司法管轄區（如意大利和德國），消費者可在14天內退換貨。

向分銷商銷售

為迅速擴大市場覆蓋範圍及提升產品可及性，我們已建立全球分銷網絡，主要通過零售店及電商平台將產品送達終端消費者。我們與分銷商維持買斷模式下的買賣關係，且經艾瑞諮詢確認，該分銷安排符合行業慣例。我們的線下分銷商通常為擁有成熟地區網絡及深厚市場知識的本地運營商。我們亦通過區域分銷商，觸達歐洲當地主要客戶及零售商。我們的線上分銷商專注於新興數字渠道，通過電商平台及直播渠道供應產品。藉此雙渠道分銷商網絡，我們在維持運營效率的同時，實現廣泛的市場滲透。我們的分銷商善用其本地專長、既有的客戶關係及物流能力，確保產品可於多元消費場景及地域市場中供應無缺。於2023年、2024年及2025年，我們通過分銷渠道產生的收入分別為人民幣73.6百萬元、人民幣108.6百萬元及人民幣150.6百萬元，各佔我們同期總收入的18.9%、27.5%及29.2%。截至2025年12月31日，我們有6名國內分銷商，以及12名海外分銷商。

業 務

下表載列於所示年度我們的分銷商數目及其變動。

	截至12月31日止年度		
	2023年	2024年	2025年
年初分銷商數目	2	4	11
年內新增分銷商數目	2	7	7
年內已終止合作的分銷商數目	—	—	—
年末分銷商數目	4	11	18

我們通過行業展會、業務夥伴推薦或分銷商直接聯繫等方式識別潛在分銷商。我們通過全面評估謹慎篩選分銷商，評估範圍包括其資質、業務範圍、經營規模、行業經驗、業務覆蓋地區、銷售網絡、零售網點覆蓋範圍、客戶服務能力、倉儲及物流能力、財務實力、市場聲譽及當地市場競爭力。開始合作後，我們會根據分銷商的銷售表現、渠道覆蓋質量、開發新渠道的能力、終端布局和服務能力表現，定期進行重新評估分銷商的表現，以確保其運營始終符合我們的發展需求。我們亦實施分銷商退出機制，但發生清退的情況有限。我們為分銷商提供產品信息、營銷推廣及銷售分析方面的支持。我們通過定期走訪及持續溝通與分銷商保持緊密聯繫，確保其提供優質服務、及時解決運營問題並收集市場反饋。

我們通過以下方式管理分銷商。

- **價格管理。**我們向所有分銷商提供統一的建議零售價，並在合作協議中明確規定分銷商及其下游客戶不得低於建議零售價銷售，或通過優惠券、會員活動、積分兌換等方式變相提供折扣。我們通過定期舉行線上線下價格檢查監控零售價格。若發現價格違規，我們有權根據合約條款終止合作並追究違約責任。
- **防止渠道衝突與業務分配。**我們通過合約條款約束分銷商的行為，以防止渠道衝突。我們在協議中明確限定分銷商的指定銷售渠道、銷售區域及授權門店。我們授予分銷商可撤銷、不可轉讓的非排他性權利。未經我們事先書面同意，分銷商不得在指定區域或渠道外銷售產品，亦不得在指定發布時間前推出產品。在某些情況下，我們會直接與終端零售點簽訂合約，以約束其銷售行為。
- **渠道囤貨風險管理。**我們已實施多項措施，以最大程度降低分銷網絡內的渠道囤貨及庫存積壓風險，原因在於：(i)除產品存在瑕疵等有限原因外，我們通常不允許分銷商退回已售產品；(ii)我們與分銷商保持定期溝通，以了解他們的銷售業績和庫存水平，確保庫存水平與市場需求相符；及(iii)我們不設最低採購額要求，鼓勵分銷商審慎下單，以使其採購額與實際銷售模式及市場需求相匹配。我們認為，此類安排有助於分銷商基於對實際銷售的預測訂購產品。基於上述情況，我們認為渠道囤貨風險較低。

業 務

- **次級分銷管理。**在少數情況下，我們的分銷商會在其獲授權區域內聘用次級分銷商。我們並不與次級分銷商訂立協議，但我們的分銷商管理其次級分銷商的獲授權產品類別、地理區域、銷售渠道及終端零售價，並就次級分銷商的違規行為向我們負責。

我們的分銷商業務正處於快速發展階段，我們的策略是保持審慎的市場進入標準，同時構建多點渠道覆蓋。在拓展至新的國家或地區時，我們高度重視法律、稅務及產品合規，優先深耕主流市場並實現銷售與售後服務的整合。在墨西哥及拉丁美洲等渠道結構較為分散的新興市場，我們可能借助當地分銷商加速覆蓋。海外分銷商銷售仍以線上為主，但我們也在與大型零售商探索線下機會。鑒於我們產品的個性化特性，線下銷售需要更精細的用戶體驗設計與銷售能力，目前的線下拓展主要通過眼鏡店專櫃進行。

在買斷模式下，產品交付時控制權及虧損風險即轉移至分銷商，而我們於此時確認相應銷售收入。我們與分銷商簽訂主協議。

我們與分銷商協議的主要合約條款概要如下。

- | | |
|---------|-------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 期限及續約選項 | 我們與分銷商的協議通常為期一年。除非另有指明，協議一般不會自動續約。 |
| 渠道及地域限制 | 我們明確界定分銷商的銷售渠道和銷售區域。內地分銷商僅可在中國內地銷售產品；海外分銷商僅可在我們為每款產品指定的授權銷售渠道及地區內銷售。未經我們事先書面同意，不得擴展至未經授權的渠道或地區。 |
| 付款及信用條款 | 我們通常要求分銷商在發貨前全額付款。對於某些信譽良好的大型分銷商，我們可提供30至60天的賒購期。 |
| 運輸 | 對於海外分銷商，我們另行規定運輸條款，據此，我們通常負責將貨物運送到分銷商指定的港口，卸貨、清關、後續物流及相關費用均按協議規定處理。 |
| 定價 | 我們為每個產品系列制定建議零售價由分銷商執行，並保留上調或下調產品價格的權力。 |
| 排他性 | 我們不會與任何運營商或零售商簽訂獨家協議。 |
| 最低銷售目標 | 分銷商一般並無訂立銷售政策規定的最低銷售目標。 |

業 務

- 返利** 對於達到分銷協議中規定的銷售目標的分銷商，我們可能會提供返利，這些返利可用於抵銷他們下一年的採購。
- 交付與風險分配** 分銷商負責將產品從交貨地址運送至最終目的地，並承擔運輸途中的成本及貨損風險。產品交付後，所有權及貨損風險即轉移至分銷商。
- 退貨政策** 倘產品質量存在瑕疵，分銷商可辦理退貨，且經艾瑞諮詢確認，該政策符合行業慣例。
- 終止** 若發生嚴重違約的情形，任何一方均可單方面終止分銷協議。

於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，分銷商概無嚴重違反我們的合約條款，而我們亦不存在與分銷商的任何重大糾紛。於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，據我們所深知，所有分銷商均為獨立第三方，且我們與分銷商之間不存在僱傭、財務或親屬關係。

定價

我們力求於不同銷售渠道對產品維持一致的定價。我們向所有分銷商提供建議零售價，該等建議零售價與我們直銷渠道的定價一致，並通過持續口頭溝通、日常協調以及為渠道合作夥伴提供營銷支持，來強化定價預期。我們禁止未經授權降價、提早推出或提前開展折扣促銷活動，並對渠道活動進行監控，以確保符合我們的定價指引。

我們通過多項措施（包括管理分銷商資料及零售終端網絡的分銷管理系統）積極監察零售價，定期進行線上及線下價格檢查，以及對高需求產品實施訂單審批程序。此等檢查旨在確保我們的定價大致一致，盡量減少可能削弱我們市場策略及品牌定位的價格差異。倘若發現任何重大價格偏差，我們將主動與有關方溝通及協調，以糾正該等偏差。倘若有關偏差持續存在，我們可能會施加合約處罰，或決定終止與有關方的合作。於往績記錄期間及截至最後實際可行日期，並無因持續出現定價偏差而終止與主要分銷商的合作。

季節性

我們的銷售受季節性影響，收入通常在每年第四季度達到峰值。這反映了消費者在雙十一購物節、黑色星期五和聖誕節等全球主要購物節期間的購買行為，此時對體驗式可穿戴設備的需求會增加。因此，第四季度的收入通常高於其他季度。我們通過調整庫存水平、加強客戶支持和物流能力以及在需求高峰之前增加營銷活動來應對這些季節性波動。圍繞這些趨勢進行有效規劃，有助於我們管理現金流、降低缺貨風險，並全年保持一致的客戶體驗。

業 務

用戶社群及營銷

我們已建立規模化及全球化的用戶社群，這不僅代表我們產品生態系統的開放性，亦反映我們品牌於AR眼鏡行業內獲認可。我們高度投入的用戶社群視用戶創意為品牌活力的重要組成部分。該共同創作平台既彰顯我們國際用戶群體的規模，亦突顯社群的黏性，從而進一步鞏固我們品牌的公信力及影響力。截至最後實際可行日期，我們的開發者社群已擴展至遍及多個國家及地區，貢獻逾3000款應用程序和內容。我們的消費者社群持續拓展產品使用場景，不斷突破官方定義的邊界。此等探索大幅拓寬了我們產品的應用邊界，並形成良性循環：由用戶推動的創新提升產品體驗，進而增強用戶信心及品牌價值。

我們還通過各類品牌宣傳和營銷活動觸達潛在客戶，以提升品牌知名度，包括創意廣告和媒體投放、線上線下活動、KOL營銷、內容營銷、合作夥伴營銷及公關。我們專注於DTC策略，強調清晰傳達品牌價值，包括技術特性、使用場景及我們在AR眼鏡行業的定位。為評估營銷效果，我們追蹤一系列指標，包括有效曝光、用戶互動（如點贊、分享及評論）、視頻完播率、點擊後觀看時長及在主要平台的品牌整體可見度。我們亦監測主要搜索引擎上的搜索趨勢，並與關鍵電商渠道的搜索表現進行關聯分析。這些指標經加權綜合評估，確保推廣活動兼具成效與成本效益，能使我們在資源分配方向上作出明智決策，以實現影響最大化。

業務可持續性

於往績記錄期間，我們實現了穩健的收入增長、顯著提升的毛利率及持續收窄的虧損，充分展現我們成功將AR眼鏡產品商業化，並滿足全球市場需求的能力。根據艾瑞諮詢數據，我們於2022年至2025年間每年在全球AR眼鏡市場按銷售收入計排名中位居第一；同時，我們於2025年在更廣泛的智能眼鏡市場（包括AR眼鏡及無顯示型眼鏡）按銷售收入計排名全球第二、中國第一。儘管於往績記錄期間錄得淨虧損，但我們的財務基本因素呈現明顯的改善趨勢。我們相信，在持續的產品創新、全球市場擴張及營運效率提升的情況下，我們具備明確的可持續盈利能力發展路徑。

歷史財務業績

我們的收入由2023年的人民幣390.1百萬元增加至2024年的人民幣394.5百萬元，並進一步於2025年增長30.8%至人民幣516.0百萬元，此乃受益於成功的產品迭代及全球銷售網絡持續擴張，尤其在北美、歐洲和日本等核心市場表現強勁。截至2025年12月31日，我們的產品已銷售至全球40個國家和地區，而2025年逾70%的收入來自海外市場。隨著收入增長，我們的毛利率由2023年的18.8%提升至2024年的22.1%，並進一步於2025年提升至35.2%，毛利潤亦由2023年的人民幣73.3百萬元增至2025年的人民幣181.4百萬元，主要原因如下：隨著AR眼鏡市場的產品從以顯示為中心的設備，逐步邁向更豐富的空間計算體驗，以及消費者對空間顯示和互動體驗的需求持續上升，我們憑藉在光學引擎、端側協處理器、架構、算法及操作系統方面的技術優勢，成功推出多款貢獻較高毛利的產品，從而推動產品組合持續優化；以及隨著採購規模擴大，我們與主要原材料和部件供應商的議價能力也得以增強。我們的淨虧損由2023年的人民幣881.8百萬元收窄至2024年的人民幣708.6百萬元，並進一步於2025年收窄至人民幣456.4百萬元。

業 務

虧損歸因

儘管我們在收入和毛利率方面取得顯著進展，但於往績記錄期間，我們仍錄得淨虧損，主要原因如下：

- (i) **優先股、認股權證及可換股票據的公允價值變動。**於2023年、2024年及2025年，我們分別錄得優先股、認股權證及可換股票據的公允價值變動為人民幣438.7百萬元、人民幣328.0百萬元及人民幣202.6百萬元，分別佔各年度淨虧損的49.7%、37.2%及23.0%。**[編纂]**完成後，該公允價值變動將隨之停止，進而大幅改善我們的財務狀況。
- (ii) **維持技術領先地位所需的研發投資。**與組裝型廠商不同，我們在光學引擎、端側協處理器的架構、算法及操作系統等關鍵技術的設計及整合方面處於領先地位。此類投資反映我們有意提早投資於基礎能力的策略性決定，而我們相信此等基礎能力對長遠價值創造至關重要。於2023年、2024年及2025年，我們的研發開支分別為人民幣215.9百萬元、人民幣204.2百萬元及人民幣182.9百萬元，分別佔各年度收入的55.3%、51.8%及35.5%。於往績記錄期間，研發開支的絕對金額及佔收入的百分比均告下降，反映透過多年持續投資所累積的技術平台和產品模組基礎，已令新產品開發得以建基於現有能力的上，從而持續提升研發生產力。
- (iii) **為在新興市場建立品牌知名度及全球分銷網絡而產生的銷售及分銷開支。**AR智能眼鏡仍屬初創的消費電子產品類別，須持續進行用戶教育、品牌建設及海外渠道發展。於2023年、2024年及2025年，我們的銷售及分銷開支分別為人民幣214.1百萬元、人民幣143.1百萬元及人民幣130.9百萬元，分別佔各年度收入的54.9%、36.3%及25.4%。值得注意的是，於往績記錄期間，銷售及分銷開支的絕對金額已連續兩年下降，而收入則持續增長，反映隨著品牌知名度逐步建立及營銷策略獲優化，我們的客戶招攬效率已取得實質改善。

在撇除上述優先股、認股權證及可換股票據的公允價值變動以及以股份為基礎的付款開支後，我們經調整淨虧損（非《國際財務報告準則》計量指標）由2023年的人民幣437.3百萬元收窄至2024年的人民幣375.3百萬元，並進一步收窄至2025年的人民幣250.0百萬元，兩年間減幅達63.7%；經調整淨虧損（非《國際財務報告準則》計量指標）佔收入百分比亦由2023年的112.1%下降至2025年的48.4%。

於往績記錄期間，我們的營運效率持續提升。銷售及分銷開支佔收入百分比由2023年的54.9%下降至2025年的25.4%，行政開支佔收入百分比由2023年的27.4%下降至2025年的21.8%，研發開支佔收入百分比由2023年的55.3%下降至2025年的35.5%。整體而言，此三類開支合計佔收入百分比由2023年的137.7%下降至2025年的82.6%，兩年間降幅約55個百分點。隨著我們收入持續增長及產品組合持續轉向更高利潤率的產品，預期將進一步受惠於經營槓桿效應及規模經濟效益。

業 務

推動業務可持續性的主要策略

展望未來，我們計劃透過以下策略加快增長及提升業務可持續性能力：(i)把握行業快速增長機遇；(ii)豐富產品組合以推動收入增長；(iii)擴展全球銷售渠道及深化市場滲透；以及(iv)提升營運效率及優化成本結構。

此外，於往績記錄期間，我們錄得經營活動所用現金淨額，主要由於我們在有關期間出現淨虧損及營運資金變動所致。我們計劃透過實施上述業務策略以推動收入增長及提升盈利能力，以及加強營運資金管理（包括提高收款效率及審慎配置財務資源），以改善經營活動現金流狀況。

把握行業快速增長機遇

全球智能眼鏡市場在邊緣運算、人工智能及光學顯示技術方面迅速發展的推動下，正邁入新一輪擴張階段。根據艾瑞諮詢數據，全球智能眼鏡市場規模於2025年達約23億美元，預計將於2030年增長至約240億美元。在此更廣泛的市場中，AR眼鏡兼具日常佩戴的便捷性及沉浸式數碼顯示功能，預期將成為主要增長動力。全球AR眼鏡銷量預計由2026年的約80萬台增加至2030年的約2,220萬台，年複合增長率為130.9%，同期其佔穿戴式智能設備市場的份額亦預期將大幅上升。

我們把握此市場機遇的能力，建基於我們內部涵蓋光學引擎、定制端側協處理器、空間感知算法及操作系統的技術實力。我們自主研發的*X-Prism*光學引擎、*X1*系列端側協處理器、高效能空間感知算法及*NebulaOS*共同構成一套深度整合的技術組合，從而推動產品持續迭代並提供差異化用戶體驗。截至2025年12月31日，我們持有481項專利，其中逾半數為發明專利，且在美國、歐盟、日本及中國等主要市場均擁有系統性的專利佈局。根據艾瑞諮詢數據，按銷售收入計，我們從2022年至2025年間每年在全球AR眼鏡市場中位居第一；而按2025年銷售收入計，我們在全球包括AR眼鏡和無顯示眼鏡在內的整個智能眼鏡市場中排名第二，在中國排名第一。我們的市場領導地位，使我們於行業下一階段增長中可佔據更高市場份額。

豐富產品組合以推動收入增長

我們已構建一套產品組合，以滿足不同消費者群體及使用情境的需求，並擬透過持續進行產品迭代以推動收入增長。

*One*系列於2024年12月首次推出，已成為我們增長速度最快及對收入貢獻最大的產品線。2025年，*One*系列銷量達111,355台，反映市場對具備空間顯示功能的AR眼鏡需求強勁。*Air*系列作為我們的入門級產品線，採用超輕巧設計及親民定價，以觸達更廣泛的消費者群體。此為我們首款實現大規模市場採用的產品系列，於推出當年成為全球最暢銷的AR眼鏡，2023年銷量達134,074台，為建立我們全球用戶基礎及品牌知名度奠定重要基石。

2026年，我們計劃在三條產品線推出多款新產品，以進一步豐富產品組合。在*One*系列中，*ROG XREAL R1*是一款與華碩ROG合作開發的面向遊戲的聯名產品，預計於2026年上市。在*Air*系列中，*Project Helen*旨在以更具競爭力的價格觸達更廣泛的消費群體，同樣計劃於2026年發佈。在*Light-Ultra-Aura*產品線中，*Project Aura*是我們產品組合中首款運行於Google Android XR平台並深度融合多模態AI智能功能的產品，計劃於2026年量產，標誌着我們向支持人工智能的可穿戴體驗領域拓展。這些即將推出的新產品將進一步擴展我們在高端、中端及入門級價格段的產品組合覆蓋範圍，加深我們在特定垂直領域的佈局，並拓展整體收入增長機遇。

業 務

拓展全球銷售渠道及深化市場滲透率

我們採用多元化的全渠道銷售模式，結合直接銷售及向分銷商銷售，並已建立遍及全球主要市場的銷售網絡。於往績記錄期間，直接銷售收入佔我們總收入的比例分別於2023年、2024年及2025年為81.1%、72.5%及70.8%，而經分銷商渠道產生的收入則由2023年佔總收入的18.9%增加至2025年的29.2%。按地域劃分，海外市場於2025年貢獻了我們總收入的70%以上。截至2025年12月31日，我們的產品已銷售至40個國家及地區。截至2025年12月31日，我們共有6名國內分銷商，以及12名海外分銷商。

於我們的核心市場，我們將持續深化在中國、美國、日本及歐洲的渠道滲透及品牌建設。我們四大核心市場在市場規模及地域多元化方面均提供穩健基礎。我們將持續優化直銷模式，透過銷售數據及消費者反饋推動產品迭代，並提升轉化率及重購率。鑒於AR眼鏡屬體驗驅動型產品，可從親身試用及用戶指導中獲益，我們亦將持續完善核心市場的綫下體驗及零售展示。就市場滲透策略而言，我們將因應各地區情況採取本地化措施：於中國，善用新媒體平台及直播渠道，以擴大品牌影響力及提升流量轉化；於北美，藉助CES及AWE等主要行業盛事，提升全球品牌知名度；於日本，聚焦本地媒體渠道並投放戶外廣告，以增加用戶觸達率及品牌滲透率；於歐洲，則利用分銷網絡實現快速市場覆蓋。

於新興市場，我們計劃加快拓展至具高潛力的市場，包括大洋洲、中東及東南亞。我們將採取本地化策略，同時維持全球品牌一致性，審慎制定市場進場標準，並因應當地市場狀況優化產品組合及定價策略，藉助擁有成熟銷售網絡及深入市場知識的本地分銷商，以加快市場覆蓋。

生態系統協作在客戶招攬及用戶留存方面發揮重要作用。展望未來，我們計劃持續深化與各行業領先企業的策略性協作，共同開發定制化AR產品及解決方案，進一步拓展AR眼鏡於消費電子產品、汽車、智能手機及其他領域的應用情境，推動收入增長的新來源。

提升營運效率及優化成本結構

如上文所述，於往績記錄期間，我們的營運開支（包括銷售及分銷開支、行政開支及研發開支）合計佔收入的比率由2023年的137.6%下降至2025年的82.7%。展望未來，隨著我們收入持續增長及產品架構日趨標準化，預期營運開支佔收入的比率將進一步下降。

我們將繼續加強光學引擎、端側協處理器架構、算法及操作系統等關鍵技術領域的內部能力。透過將研發項目整合至統一平台並採用標準化方法，我們計劃提升研發效率，使關鍵技術模組可於各代產品間重複使用，並降低每項產品的開發成本。我們亦計劃與上游產業夥伴建立深度合作關係，尤其聚焦於Micro-LED及光波導等前沿技術領域。研發開支佔收入的百分比已由2023年的55.3%下降至2025年的35.5%；隨著研發效率進一步提升及收入規模持續擴大，預期該比率將繼續改善。

我們於無錫設有自營光學模組製造基地，配備業界領先的自動化生產綫及智能質檢系統，可實現由微米級裝配至全面檢驗及出貨的端對端管控。根據艾瑞諮詢數據，我們核心模組的良率顯著高於行業平均水平。我們標準化及模組化的生產流程，使我們能夠在無須進行重大重新配置或額外基礎設施投資的情況下推出新產品，從而迅速回應市場需求。在供應鏈方面，隨著我們的採購規模持續擴大，我們對主要供應商的議價能力亦相應增強；我們將繼續優化供應商網絡，以確保供應穩定及具競爭力的採購成本。

業 務

此外，我們正實施包括企業資源規劃(ERP)、人力資本管理(HCM)、產品生命周期管理(PLM)及客戶關係管理(CRM)在內的企業資訊管理系統，旨在整合研發、生產、銷售、人力資源及供應鏈等各項管理功能，提升組織協調性及營運效率，為業務規模擴張提供系統性支援。

經營現金流量

於往績記錄期間，我們於2023年、2024年及2025年經營活動所用現金淨額分別為人民幣471.8百萬元、人民幣174.1百萬元及人民幣203.5百萬元，主要原因為我們於有關期間錄得淨虧損及營運資金變動。詳情請參閱「財務資料－流動資金及資金資源－經營活動(所用)現金淨額」。

我們計劃透過以下措施改善經營現金流狀況：(i)實施上述業務策略，推動收入增長及提升盈利能力，從而縮窄經營虧損；及(ii)加強營運資金管理，包括提高收款效率、審慎管理庫存水平及適當地配置財務資源。

客戶

於往績記錄期間，我們的客戶主要包括(i)個人消費者；(ii)第三方分銷商；及(iii)企業客戶。於2023年、2024年及2025年，我們每年對前五大客戶的銷售額分別為人民幣110.5百萬元、人民幣101.5百萬元及人民幣138.8百萬元，各佔我們總收入的28.3%、25.7%及26.9%；每年對最大客戶的銷售額分別為人民幣46.7百萬元、人民幣61.0百萬元及人民幣51.7百萬元，各佔我們同期總收入的12.0%、15.5%及10.0%。我們通常要求分銷商在下單前支付產品預付款。對於部分信譽良好的客戶，我們可提供30至60天的賒購期。於往績記錄期間各年，前五大客戶均通過銀行轉賬結算其應付款項。

前五大客戶

下表載列於往績記錄期間各年度我們前五大客戶(以集團基準計，收入貢獻包括來自客戶聯屬人士的收入)的若干資料。

截至2025年12月31日止年度

客戶	我們提供的主要服務／產品	收入貢獻 人民幣千元	佔我們總收入的百分比 %	與我們建立業務關係的時間
客戶A ⁽¹⁾	AR眼鏡及配件	51,662	10.0	自2023年起
客戶B ⁽²⁾	技術發展服務	30,883	6.0	自2024年起
客戶C ⁽³⁾	AR眼鏡及配件	24,674	4.8	自2024年起
客戶D ⁽⁴⁾	AR眼鏡及配件	19,287	3.7	自2022年起
客戶E ⁽⁵⁾	AR眼鏡及配件	12,292	2.4	自2025年起
		<u>138,798</u>	<u>26.9</u>	

業 務

截至2024年12月31日止年度

客戶	本公司提供的主要 服務／產品	收入貢獻 人民幣千元	佔我們總收入的 百分比 %	與我們建立業務 關係的時間
客戶A ⁽¹⁾	AR眼鏡及配件	61,028	15.5	自2023年起
客戶D ⁽⁴⁾	AR眼鏡及配件	12,833	3.2	自2022年起
客戶F ⁽⁶⁾	AR眼鏡及配件	10,902	2.8	自2022年起
客戶G ⁽⁷⁾	AR眼鏡及配件	9,428	2.4	自2024年起
客戶C ⁽³⁾	AR眼鏡及配件	7,329	1.8	自2024年起
		101,520	25.7	

截至2023年12月31日止年度

客戶	本公司提供的主要 服務／產品	收入貢獻 人民幣千元	佔我們總收入的 百分比 %	與我們建立業務 關係的時間
客戶F ⁽⁶⁾	AR眼鏡及配件	46,712	12.0	自2022年起
客戶D ⁽⁴⁾	AR眼鏡及配件	27,849	7.1	自2022年起
客戶H ⁽⁸⁾	技術發展服務	16,289	4.2	自2023年起
客戶I ⁽⁹⁾	技術發展服務	14,939	3.8	自2023年起
客戶J ⁽¹⁰⁾	AR眼鏡及配件	4,685	1.2	自2023年起
		110,474	28.3	

附註：

- (1) 客戶A總部設於中國北京，主要從事信息與通信技術產品的分銷與零售，註冊資本為人民幣411.7百萬元。
- (2) 客戶B總部設於美國，是一家在納斯達克上市的公司，主要從事互聯網廣告及基於雲計算的產品與服務的銷售，截至2025年12月31日的市值為3.8萬億美元。
- (3) 客戶C總部設於中國深圳，主要從事相機及攝影設備的分銷，註冊資本為1.0百萬元。
- (4) 客戶D總部設於日本，主要從事消費電子產品的批發，其母公司截至2025年12月31日的市值為20.3萬億日圓。
- (5) 客戶E總部設於美國，是一家在紐交所上市的公司，主要從事消費電子產品的零售，截至2025年12月31日的市值為140億美元。
- (6) 客戶F總部設於中國北京，是一家在納斯達克和聯交所上市的公司，主要從事零售業務及供應鏈技術服務，股本為2.0百萬美元。
- (7) 客戶G總部設於波蘭，主要從事消費電子產品的批發與分銷及增值服務。
- (8) 客戶H總部設於中國安徽省，主要從事新能源汽車及相關部件的銷售，註冊資本為人民幣230億元。
- (9) 客戶I總部設於中國深圳，主要從事消費電子產品的銷售，註冊資本為人民幣322億元。
- (10) 客戶J總部設於美國，主要從事AR與AI輔助手術導航系統的開發與製造。

業 務

我們擁有多元化的客戶群，不存在重大的客戶集中風險。於往績記錄期間，我們的前五大客戶均為獨立第三方。據董事所深知，於往績記錄期間，概無董事或彼等各自的聯繫人或擁有我們已發行股本超過5%的任何股東，在我們的任何前五大客戶中擁有任何權益。

供應商

於往績記錄期間，我們的供應商主要包括(i)生產所用原材料的供應商；(ii)第三方製造服務的供應商；及(iii)硬件設計服務的供應商。於2023年、2024年及2025年，我們向前五大供應商的採購額每年分別為人民幣224.6百萬元、人民幣236.8百萬元及人民幣157.9百萬元，各佔我們採購總額的30.9%、34.5%及29.0%；向最大供應商的採購額分別為人民幣135.6百萬元、人民幣92.1百萬元及人民幣66.0百萬元，各佔我們同期採購總額的18.6%、13.4%及12.1%。於往績記錄期間各年度，前五大供應商向我們授予不同賒購期，部分類別供應需支付預付款，其他類別一般授予30至60日的賒購期。於往績記錄期間各期間，我們一般通過銀行轉賬或承兌匯票結算應付前五大供應商的款項。我們並無過度依賴任何單一供應商。

前五大供應商

下表載列於往績記錄期間各年度我們前五大供應商（以集團基準計，採購包括向供應商聯屬人士的採購）的若干資料。

截至2025年12月31日止年度

供應商	我們採購的主要 產品／服務	採購金額 人民幣千元	佔我們採購總額的 百分比 %	與我們建立業務 關係的時間
供應商A ⁽¹⁾	AR眼鏡的製造	65,986	12.1	自2024年起
供應商B ⁽²⁾	AR眼鏡的製造	36,889	6.8	自2023年起
供應商C ⁽³⁾	光學元件	20,589	3.8	自2021年起
供應商D ⁽⁴⁾	原材料	19,774	3.6	自2024年起
供應商E ⁽⁵⁾	結構部件	14,659	2.7	自2024年起
		<u>157,897</u>	<u>29.0</u>	

截至2024年12月31日止年度

供應商	我們採購的主要 產品／服務	採購金額 人民幣千元	佔我們採購總額的 百分比 %	與我們建立業務 關係的時間
供應商A ⁽¹⁾	AR眼鏡的製造	92,058	13.4	自2024年起
供應商B ⁽²⁾	AR眼鏡的製造	56,065	8.2	自2023年起
供應商C ⁽³⁾	光學元件	39,212	5.7	自2021年起
供應商F ⁽⁶⁾	裝修服務	34,386	5.0	自2024年起
供應商G ⁽⁷⁾	電致變色護目鏡	15,112	2.2	自2023年起
		<u>236,833</u>	<u>34.5</u>	

業 務

截至2023年12月31日止年度

供應商	我們採購的主要 產品／服務	採購金額 人民幣千元	佔我們採購總額的 百分比 %	與我們建立業務 關係的時間
供應商C ⁽³⁾	光學元件	135,560	18.6	自2021年起
供應商H ⁽⁸⁾	AR眼鏡的製造	36,418	5.0	自2021年起
供應商B ⁽²⁾	AR眼鏡的製造	20,198	2.8	自2023年起
供應商I ⁽⁹⁾	原材料	16,578	2.3	自2022年起
供應商J ⁽¹⁰⁾	營銷服務	15,839	2.2	自2022年起
		<u>224,593</u>	<u>30.9</u>	

附註：

- (1) 供應商A總部設於中國上海，是一家在上海證券交易所及聯交所上市的公司，主要從事智能產品製造及提供綜合服務，註冊資本為人民幣470.3百萬元。
- (2) 供應商B總部設於中國江蘇省，主要從事智能穿戴設備及電子元器件的研發、製造與銷售，註冊資本為人民幣22億元。
- (3) 供應商C總部設於香港，主要從事電子產品的銷售，其為一家於東京證券交易所及紐約證券交易所上市的公眾公司的子公司。
- (4) 供應商D總部設於中國深圳，主要從事提供供應鏈管理服務，註冊資本為人民幣20.0百萬元。
- (5) 供應商E總部設於中國廣東省，主要從事消費電子產品精密結構件的研發、製造與加工，註冊資本為人民幣70.0百萬元。
- (6) 供應商F總部設於中國江蘇省，主要從事工業工程安裝項目及綜合智能基礎設施工程服務，註冊資本為人民幣79.5百萬元。
- (7) 供應商G總部設於中國廣東省，主要從事柔性光控液晶薄膜及相關產品的研發與生產，註冊資本為人民幣10.0百萬元。
- (8) 供應商H總部設於中國江蘇省，主要從事消費電子終端精密功能件及模組的研發與製造以及系統集成服務，註冊資本為人民幣720.0百萬元。
- (9) 供應商I總部設於廣東省，主要從事提供供應鏈服務，註冊資本為人民幣20.0百萬元。
- (10) 供應商J總部設於香港，主要從事戰略公關及市場營銷與品牌建設服務。

於往績記錄期間，我們所有前五大供應商均為獨立第三方。據董事所深知，於往績記錄期間，概無董事或彼等各自的聯繫人或擁有我們已發行股本超過5%的任何股東，在我們的任何前五大供應商中擁有任何權益。

原材料

我們產品的主要原材料包括電子組件、光學模組及定制端側協處理器。原材料至關重要，會直接影響產品的性能、質量及外觀。我們採取全面的方法管理原材料成本波動，這不僅能保障短期盈利能力，還可體現我們在供應鏈管理、風險控制及長期競爭力方面的實力。

業 務

我們通過以下方式管理原材料成本波動。

- **全鏈條成本管理。**我們已建立強調主動預判與化解成本壓力的全鏈條成本管理機制。對於關鍵原材料，我們與供應商簽訂長期協議以鎖定價格，並嚴格執行「雙供應商」策略，以增強供應鏈韌性。此外，我們已構建價格監測體系，可提前三個月就潛在風險發出預警，並通過價值工程、替代材料開發等技術驅動措施積極化解成本壓力。
- **供應商合作透明。**我們將合規、透明及合作奉為供應商合作關係的基石。我們在合約安排中採用里程碑付款模式，根據生產節點向供應商支付費用，使供應商回報與生產進度緊密掛鉤。此外，重大的材料價格調整須經我們的專責採購成本與價格委員會審議並上報董事會，確保所有決策透明可追溯。
- **合理傳導成本壓力。**我們具備合理傳導成本壓力，保障可持續盈利的能力。我們憑藉技術優勢與市場競爭力，採用成本價格聯動模型，根據原材料價格波動調整產品售價。所有價格調整均基於「Should-Cost」模型對成本構成拆解分析，確保定價既涵蓋合理成本又體現市場公允性。

我們還制定了詳細的原材料質量標準，包括技術規範及監管合規要求。我們與製造合作夥伴僅向符合我們嚴格標準的合格供應商採購原材料，務求我們的產品始終維持高品質。請參閱「質量控制」。

於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們未曾遭遇任何嚴重的供應中斷或無法獲取充足原材料的事故。

客戶及供應商的重疊

於往績記錄期間，我們於往績記錄期間的各年度五大客戶中的若干客戶亦擔任我們的供應商，反之亦然。根據艾瑞諮詢的資料，有關安排在業內屬常見。我們與該等重疊客戶及供應商之間的銷售及採購並非互為條件。我們與該等重疊客戶及供應商的所有銷售及採購均於日常業務過程中按正常商業條款並根據公平原則進行，且條款與其他供應商及客戶的條款相若。

下表載列於往績記錄期間我們的重疊客戶及供應商（按集團基準）的詳情。收入貢獻／採購額包括其各自聯屬公司產生的收入／採購額。

	交易性質		截至12月31日止年度					
			2023年		2024年		2025年	
	作為客戶	作為供應商	收入	採購	收入	採購	收入	採購
			人民幣千元					
客戶F ⁽¹⁾	AR眼鏡及配件	物流服務及辦公用品	46,712	10,265	10,902	11,183	1,234	8,343
客戶D ⁽²⁾	AR眼鏡及配件	營銷服務	27,849	340	12,833	311	19,287	140

業 務

交易性質		截至12月31日止年度					
		2023年		2024年		2025年	
		作為客戶	作為供應商	收入	採購	收入	採購
		人民幣千元					
客戶E ⁽³⁾	AR眼鏡及配件 辦公用品	-	-	-	-	12,292	53
客戶H ⁽⁴⁾	技術發展服務 汽車	16,289	473	2,932	-	2,393	692
供應商E ⁽⁵⁾	AR眼鏡 結構部件	-	-	-	-	12	14,659
		90,850	11,078	26,667	11,494	35,218	23,887

附註：

- (1) 客戶F為中國領先的電子商務平台。我們主要向客戶F銷售AR眼鏡及配件。同時，客戶F向我們提供物流服務及辦公用品。
- (2) 客戶D為採購我們AR眼鏡及配件分銷商之一。同時，客戶D向我們提供營銷服務。
- (3) 客戶E為採購我們AR眼鏡及配件分銷商之一。同時，客戶E向我們提供辦公用品。
- (4) 客戶H為中國的電動汽車供應商。我們主要向客戶H提供技術開發服務。同時，客戶H向我們提供公務用車。
- (5) 供應商E為中國領先的智能精密製造商。供應商E主要向我們供應結構部件。同時，我們向供應商E銷售AR眼鏡。

於2023年、2024年及2025年，來自重疊客戶及供應商的收入分別為人民幣90.9百萬元、人民幣26.7百萬元及人民幣35.2百萬元，分別佔同期我們總收入的23.3%、6.8%及6.8%。於2023年、2024年及2025年，我們向重疊客戶及供應商的採購額分別為人民幣11.1百萬元、人民幣11.5百萬元及人民幣23.9百萬元，分別佔同期我們總採購額的1.5%、1.7%及4.4%。

除上文披露者外，於往績記錄期間各期間的五大客戶中，概無客戶亦同時於往績記錄期間擔任我們的供應商，反之亦然。

數據隱私及安全

數據安全與隱私保護是我們的首要任務之一。根據適用的數據隱私及網絡安全法律法規，我們已建立涵蓋數據收集、處理、存儲、刪除、共享及內部控制的完整框架，以保障數據隱私與安全。

我們僅從直接向我們授權的用戶收集數據。所收集的數據僅用於提供、維護及改進我們的服務。信息使用範圍與我們隱私政策披露的內容一致，且未超出用戶授權範圍。我們的用戶隱私政策清晰說明了數據的收集、使用、共享及處理實踐，以及用戶應如何行使與個人信息處理相關的權利。特別是，我們會事先向用戶告知將收集的數據類型及用途並徵得客戶同意，且在用戶使用我們的服務前承諾按照適用法律管理和使用所收集的數據。

我們在用戶授權範圍內，依據適用的隱私法律嚴格處理數據。我們的操作強調最大程度降低對數據主體的影響、對所收集信息進行匿名化處理，以及明確告知用戶處理的目的和範圍。對於國內平台，企業資源規劃系統(ERP)會在倉庫履約環節自動對個人信息進行脫敏處理，僅保留省、市及街道層面的數據作統計用途。就海外平台而言，個人訂單信息會經過嚴格遮蔽處理，而獨立品牌網站則允許在我們的管控下訪問相對完整的訂單數據。

業 務

我們僅在實現數據收集目的所需的最短時間內存儲用戶數據。對於法律規定了強制保留期限的數據，我們遵守相關要求。對於其他數據，我們遵循最小必要原則，一旦處理目的達成或用戶提出要求，即將信息刪除或匿名化。

除我們的隱私政策披露的有限情況外，我們不會與第三方共享用戶數據。根據我們的政策，我們僅會基於合法、必要且特定的目的，向第三方業務合作夥伴授權訪問用戶數據。所有經授權的共享均須獲得用戶同意、業務合作夥伴的合約承諾，並嚴格遵守適用法律。

存貨管理、倉儲及物流

存貨管理

於往績記錄期間，我們的存貨主要包括原材料、在製品及成品。截至2023年、2024年及2025年12月31日，我們的存貨結餘分別為人民幣189.5百萬元、人民幣166.4百萬元及人民幣180.6百萬元。我們於2023年、2024年及2025年的平均存貨周轉天數分別為157天、209天及187天。

我們的存貨管理根據不同類別物料的特性及供應周期進行調整。對於通用或短周期組件，我們維持相對較低的庫存水平。針對定制化及核心物料（包括自主研發的光學引擎），我們通常留足約15天至一個月的用量。對於X1芯片等可能面臨供應短缺的戰略物料，我們採取三至六個月的較長庫存周期。此類長周期採購安排需經公司層面特別審批，以確保審慎的資源分配。我們還制定了庫存管理政策，包括對不同批次產品進行分類的標籤制度，以及防盜、防挪用或損毀的安全管控措施。這些措施使我們能夠平衡運營效率與供應鏈韌性，確保既能滿足客戶需求，又可減輕物料短缺帶來的風險。

倉儲

我們採用自營與第三方倉儲設施相結合的模式支持全球業務運營。就國內業務而言，截至2025年12月31日，我們在無錫設有一座自營原材料及半成品倉庫，並與第三方倉庫提供商合作在太倉運營一個成品倉庫。除服務國內市場外，我們的國內倉庫還承擔着向海外市場分配及發運貨物的中轉樞紐功能。就海外業務而言，截至2025年12月31日，我們在日本、歐洲及北美運營八個主要用於儲存成品的倉庫。我們所有倉庫均配備ERP系統，以實現訂單自動化處理及庫存實時監控。倉庫存儲面積可根據實際業務需求靈活調整。我們的倉儲合作夥伴提供包括倉儲管理、裝卸及訂單履約在內的綜合服務。我們通常與倉儲服務提供商簽訂為期三年的服務協議。

物流

我們委聘第三方物流服務供應商，高效地將產品送達全球銷售網絡。我們根據運輸路線、實際業務需求、過往表現及價格選擇物流服務供應商。截至2025年12月31日，我們與七家國內物流服務供應商及五家海外物流服務供應商建立合作，並由內部團隊統籌管理以確保原材料及成品的全球流通。

業 務

我們通常與物流服務供應商簽訂為期一年至三年的框架物流協議。物流服務供應商承擔運輸途中的貨物遺失或損壞風險並須保持足額保險覆蓋。我們根據交付表現、運輸能力及整體服務質量對物流服務供應商進行考核。

於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們未曾遭遇任何可能對我們的業務造成重大不利影響的嚴重交付中斷或損失。

質量控制

我們相信對產品質量的承諾是我們取得成功的關鍵因素之一。我們已建立覆蓋生產流程各環節的全面質量控制體系。我們的質量管理策略貫穿運營各環節，包括設計、開發、採購、製造、交付及售後服務。

產品設計和開發階段

在設計與開發階段，我們專注於盡早發現並解決潛在質量問題，確保質量從一開始就得到保障。在設計硬件原型、光學模組及結構部件時，我們將產品質量作為首要考量，確保所有產品的質量始終如一。這種早期對可製造性的重視，使我們能提前發現並解決影響最終產品質量的潛在生產問題，減少在量產階段進行代價高昂的返工之要求。我們的設計團隊與工程及製造團隊緊密合作，務求產品設計不僅具有視覺吸引力與技術穩健性，還可針對高效、高質量的製造執行進行優化。

原材料及供應商

我們已建立全面的供應商管理體系，確保供應商得到嚴格篩選和持續的績效評估，且完全符合國際質量與可持續發展標準。我們設有專職採購團隊，對採購活動實施全面管控與監督。對於標準材料，研發與採購團隊會指定供應商及價格，由製造商按我們的規格進行採購。對於核心材料或價格敏感型組件，採購團隊會直接採購並交付製造商生產。我們還對供應商進行能力培訓，以明確我們的產品設計規格和材料要求，確保標準化供應。這種對採購質量的承諾確保了產品的可靠性，支持我們將複雜技術快速轉化為穩定的用戶體驗和高效交付的能力。

我們通過供應商管理體系對供應商進行仔細的盡職調查及准入審查，並僅從符合我們內部政策的供應商採購原材料。對於關鍵原材料，我們建立了全面的質量控制及現場監督機制。除進行進貨質量檢驗外，我們還通過對供應商進行現場檢查以及派遣專業人員在供應商工廠監督生產來實施有效的流程控制。這些措施確保了原材料的質量保持穩定和可靠。我們定期根據質量、交付、價格及供應可靠性等標準，對供應商進行全面的績效評估及動態評估。對於有條件通過或未通過年度檢查的供應商，我們會指派專責團隊協助其改善表現；若經過這些努力仍未能達到標準，我們亦有權將其從供應商名單中除名。

於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們未曾發生與供應商的任何重大糾紛，亦未遭遇供應商定價的大幅波動、供應商嚴重違約或供應嚴重短缺或延誤的情況。

業 務

製造流程

在生產階段，我們實施嚴格的質量控制措施，對產品進行持續監控和測試。生產運營部內設立專責質量控制團隊，在每個關鍵生產環節進行質量檢驗，確保嚴格遵守生產標準，並能及早發現和解決質量問題。該團隊還通過培訓加強員工紀律，營造安全有序的生產環境。這些措施直接提高了生產效率、提升了產品質量，並降低了潛在的質量風險。

我們為生產設施配備了先進的加工技術。針對質量要求嚴格的光學引擎，我們採用自動化組裝技術以確保一致性，最大程度減少人工操作導致的質量波動。我們要求產品必須符合嚴格的國內外質量標準。針對海外市場，我們的產品須符合當地監管要求。

我們建立了一套全面的管理體系，以確保第三方運營的質量和可靠性。所有第三方製造商都必須通過嚴格及標準化的資格認證程序，方可獲得授權開展生產活動，以確保他們在產能、質量控制及合規運營等方面滿足我們的規定。我們還會定期進行滾動檢查，涵蓋生產績效、質量管理及倉庫運營等多個方面。在第三方製造流程完成後，所有產品均須接受我們質量控制團隊進行的質量檢驗。只有符合我們質量標準的產品才能批准交付給客戶。這種結構化方法確保我們的第三方製造合作夥伴在質量、效率及合規性方面達到我們的預期。

我們通常會進行全面的盡職調查，包括多輪工廠現場檢查，涵蓋設施布局、設備狀況、衛生標準及生產流程，以及質量體系審核和樣品測試，然後才能最終確定我們的合作製造安排。

交付及售後服務

質量控制並不止步於生產環節。我們堅持將質量與客戶滿意度作為頭等要務，在產品交付後與客戶保持密切溝通。我們在國內外主要銷售渠道（包括領先的電商平台及自有網店）提供售後支持，並配備專業客服團隊。為精準把握用戶體驗，我們建立了體系化的反饋機制，由跨部門團隊定期審閱來自國內外市場的客戶服務報告及社群反饋。這使我們能夠及時發現並解決關鍵問題，並將客戶意見納入未來的改進中。

於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們未曾遭遇任何單獨或整體對我們造成重大不利影響的重大產品質量客戶投訴、產品責任索賠、產品召回或法律後果。

競爭

我們在競爭激烈且不斷發展的智能眼鏡市場中運營，並在快速增長的AR眼鏡領域確立了領先地位。我們主要與其他在海內外有更長運營歷史及多元化產品的智能眼鏡公司競爭。

根據艾瑞諮詢數據，我們於2022年至2025年間每年在全球AR眼鏡市場按銷售收入計排名中位居第一；同時，我們於2025年在更廣泛的智能眼鏡市場（包括AR眼鏡及無顯示型眼鏡）按銷售收入計排名全球第二、中國第一。我們相信，憑藉我們創新驅動的研發和產品開發、具有嚴格質量把控的智能製造，以及國內外消費者高度活躍的社群，我們能夠鞏固並持續保持市場領先地位。

業 務

員工

截至2025年12月31日，我們擁有364名全職員工，其中絕大部分員工於同日駐於中國內地。下表載列截至所示日期我們按職能劃分的全職員工明細。

職能	全職員工人數	佔全職員工總人數百分比
研發	188	51.6
一般及行政	65	17.9
製造、供應鏈及質量控制	45	12.4
銷售及市場營銷	66	18.1
合計	364	100.0

我們堅信優質人才隊伍是我們的核心競爭優勢與重要實力。我們在招聘過程中踐行高標準和嚴格的程序，包括校園招聘、網絡招聘、內部推薦及第三方招聘機構，以滿足我們對各類人才的需求。為維持並提升員工隊伍的知識與技能水平，我們已建立全面的培訓體系，旨在通過團隊建設、績效管理、組織發展與知識共享來強化員工工作能力。自入職首日起，員工即融入我們崇尚卓越、創新、責任與開放的企業文化，使我們能夠留住關鍵人才並維持穩定高效的團隊。

我們提供極具競爭力的薪酬方案，在建立公平合理的薪酬制度時會綜合考慮教育背景、行業經驗、崗位價值及工作表現等因素。全職員工的薪酬方案主要包括基本薪金及績效獎金，表現指標主要按其職位及部門制定，我們會定期評核其表現。評核結果後續將用於釐定薪金、獎金發放及晉升評估。我們還將選定員工的利益與我們保持一致，讓其參與[編纂]前股權激勵計劃。進一步詳情請參閱「附錄四 – 法定及一般資料 – D. [編纂]前股權激勵計劃」。

中國法律法規規定，我們須參與多項員工福利計劃，包括養老保險、失業保險、醫療保險、生育保險、工傷保險及住房公積金，並須按員工工資(含獎金及津貼)的特定比例繳納社會保險費及住房公積金，金額最高不超過當地政府規定的上限。於往績記錄期間，我們已根據相關中國法律法規的要求，為所有員工按時足額繳納社會保險和住房公積金。

我們認為我們與員工保持良好關係，且於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們未曾經歷任何已對或可能對我們的業務造成重大影響、與全職員工相關的罷工或勞資糾紛。我們的員工現時概無委任工會代表。

除全職員工外，於往績記錄期間我們亦與第三方勞務派遣機構合作，派遣合同工。第三方勞務派遣機構根據雙方協定的條款，安排合適人員主要承擔非關鍵崗位(如海外客服代表及材料質檢員)，以滿足我們的工作要求，並負責安排派遣人員的工資發放、代繳社會保險及住房公積金。我們通常與第三方勞務派遣機構簽訂為期1年的協議。我們未曾收到中國相關政府部門就勞務派遣事宜發出的任何通知，亦未因此受到任何行政處罰或其他紀律處分。

業 務

物業

我們因業務經營而在中國佔用若干物業。這些物業均用作《上市規則》第5.01(2)條所界定的非物業活動。截至2025年12月31日，我們任何物業的賬面值均未達到我們綜合資產總值的15%或以上。根據《公司（豁免公司及招股章程遵從規定）公告》第6(2)條，本文件獲豁免遵守《公司（清盤及雜項條文）條例》第342(1)(b)條關於《公司（清盤及雜項條文）條例》附表3第34(2)段規定的列明在土地或建築物方面的一切權益之估值報告。

自有物業

截至2025年12月31日，我們並不擁有任何物業。

租賃物業

截至最後實際可行日期，我們在中國租賃五處物業，總建築面積約為27,789平方米，主要用作辦公室及倉儲場所

截至最後實際可行日期，我們向租賃當事人租賃的一項物業的總建築面積約為5,043平方米，但該物業產權證明尚未簽發，且缺乏足夠的證明文件以證實該租賃物業的所有權。因此，我們可能無法繼續佔用及使用該物業，並可能面臨潛在的搬遷風險。倘發生此情況，我們於該物業的經營可能受到損害，且出租方可能無法就我們的相關損失提供充分賠償。我們認為，我們使用該等租賃物業將不會對我們的業務、財務狀況或經營業績造成重大不利影響。該等租賃物業用作辦公室。即使我們被要求從任何該等物業搬出，但我們相信我們將能夠及時找到類似物業進行搬遷，而我們可能產生的搬遷成本及開支並不重大。

截至2025年12月31日，我們尚未完成五處租賃物業的租賃登記，這些物業的總建築面積約為27,800平方米，佔我們租賃物業面積的100%。根據中國法律顧問的意見，未登記已簽署的租賃協議不會影響其合法性、有效性或可執行性。然而，若中國相關政府部門要求我們整改而我們未能在規定期限內完成，我們可能就每份未登記租賃協議被處以不低於人民幣1,000元但不超過人民幣10,000元的罰款。我們估計，我們就未登記租賃協議可能面臨的最高罰款約為人民幣50,000元，我們認為該金額並不重大。因此，我們認為未能辦理上述租賃協議的登記手續不會對我們的財務狀況或經營業績產生重大不利影響。我們將積極與相關出租方聯絡，在可行情況下辦理所有相關租賃協議的登記手續。

此外，截至最後實際可行日期，我們尚未取得建設工程施工許可證，且就其中一處租賃物業尚未完成備案手續。根據《建築工程施工許可管理辦法》，對於未取得施工許可證的建設工程，相關政府部門可責令停工、限期整改，並對建設單位處以工程合同價款1%至2%的罰款。根據《房屋建築和市政基礎設施工程竣工驗收備案管理辦法》，建設單位應當自工程竣工驗收合格之日起15日內，向工程所在地的縣級以上地方人民政府建設行政主管部門辦理工程竣工驗收備案。如

業 務

建設單位違反上述規定，備案機關將責令其限期改正，並處以人民幣20萬元以上50萬元以下的罰款。於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們未就上述建設工程收到任何政府部門的處罰或整改要求。根據中國法律顧問的意見，未能取得該許可證或完成相關備案手續不會對我們的業務運營造成重大不利影響。

截至2025年12月31日，在中國內地以外地區，我們於美國、韓國和日本共租賃3處物業，總面積約390平方米，主要用於辦公用途。

法律程序及合規

合規

於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們未曾受到中國政府部門的任何重大行政處罰，亦未涉及任何系統性或對我們的業務、財務狀況或經營業績造成重大不利影響的不合規事件。

法律程序

我們視知識產權組合為業務的重要資產，並採取措施保護我們的知識產權。作為相關工作的一部分，我們已就AR設備及光學系統相關技術，於多個司法管轄區針對某些競爭對手展開專利維權程序。

歐洲法律程序

我們已在德國展開與歐洲專利EP 3 754 409 B1（「EP'409」）相關的專利維權行動，該專利涵蓋AR設備光學系統的多個方面。於2025年9月22日，我們已向慕尼黑第一地區法院針對Viture的聯屬人士提起臨時禁制令程序。在該訴訟中，我們尋求禁制令，禁止在德國提供、銷售和進口以「VITURE」品牌營銷的若干AR產品，尤其是「Viture Pro XR」型號。

於2025年11月13日，慕尼黑第一地區法院針對Viture的聯屬人士Eden Future HK Ltd.（「Eden HK」）頒佈臨時禁制令。法院裁定Viture Pro XR侵犯EP'409第1項權利要求，並命令Eden HK不得於德國提供、投放市場或進口屬於EP'409範圍的產品，尤其包括Viture Pro XR。Eden HK已就該裁決向慕尼黑上訴法院提出上訴。然而，在上訴程序進行期間，該臨時禁制令仍有效。

此外，於2025年11月7日，Eden HK向歐洲專利局就EP'409提起異議。該等異議程序正進行中，並未影響上述上訴程序。截至最後實際可行日期，上訴程序仍在進行中，預計上訴聆訊將於2026年11月19日舉行。

作為我們針對Viture所採取的維權行動的一部分，慕尼黑第一地區法院針對另一家Viture聯屬人士Viture Inc.（作為製造商）於2025年9月29日頒佈單方面臨時禁制令。該臨時禁制令僅因程序理由於2025年11月13日被撤銷。然而，同日，慕尼黑第一地區法院針對上述Eden HK頒佈臨時禁制令，我們認為其具有較大實際意義。

業 務

根據我們的要求頒佈臨時禁制令後，我們亦已按是非曲直向慕尼黑第一地區法院針對Eden HK及Viture, Inc.提起專利侵權訴訟，該訴訟涉及以「VITURE」品牌營銷的產品，包括Viture Pro XR、Viture Luma Pro XR及Viture Luma Ultra XR。我們於2025年12月23日提交了上述兩項訴訟的訴狀，並於2026年2月2日作出修訂。截至最後實際可行日期，相關訴訟正在進行中。

我們亦已就涉嫌違反上述臨時禁制令一事，向慕尼黑第一地區法院提出行政罰款程序。法院於2026年2月25日作出裁決，對Eden HK處以75,000歐元罰款，其中包括針對Viture Pro XR的15,000歐元罰款，以及針對Viture Luma兩種型號各30,000歐元罰款。法院裁定，Eden HK繼續以某種方式提供Viture Pro XR，致使有關網站訪問者誤以為該產品普遍可供銷售，因此未有遵守2025年11月13日頒佈的臨時禁制令。法院進一步裁定，Viture Luma Pro XR及VITURE Luma Ultra XR構成核心侵權，並駁回Eden HK所提出的論點，即這兩種型號均不在臨時禁制令範圍內。倘進一步違反臨時禁制令，德國法院可能會處以額外的強制處罰。截至最後實際可行日期，Viture Pro XR、Viture Luma Pro XR及Viture Luma Ultra XR於德國Amazon通過Eden HK顯示為無法購買，惟若干產品展示頁面仍可瀏覽。

美國法律程序

我們已通過全資附屬公司Matrixed Reality Wuxi在美國德克薩斯州東區聯邦地區法院，對Viture的若干實體（包括Eden Future HK Limited及北京行者無疆科技有限公司）提起專利侵權訴訟。

有關法律程序涉及Viture涉嫌侵犯美國專利第11,988,839號（標題為「增強現實設備及光學系統」），該專利通常涵蓋AR設備及其光學系統的多個方面。申索涉及（其中包括）以「VITURE」品牌銷售的某些AR/XR眼鏡在美國境內的製造、銷售及進口行為。

於此訴訟中，我們尋求的補救措施包括強制性濟助、金錢賠償及法院可能裁定的其他補救措施。該訴訟於2026年1月15日提出，目前仍在審理中，處於初期程序階段。我們已提交相關案件啟動文件。截至最後實際可行日期，尚未就案情作出實質性裁決，亦未安排就案情進行實質性聆訊。根據案件目前的程序狀態，預計被告下一步將於2026年4月20日前採取進一步行動。

中國法律程序

針對Viture在德國及美國展開的專利維權行動（包括慕尼黑第一地區法院於2025年11月13日頒佈臨時禁制令，以及我們於2026年1月15日在美國提起專利侵權訴訟）後，我們亦獲悉Viture已於2026年2月3日在中國針對我們提起法律訴訟。

於2026年3月5日，我們收到Viture聯屬人士向北京知識產權法院提出的實用新型專利侵權訴訟的起訴狀。根據該起訴狀，該訴訟涉及我們部分XREAL品牌的AR眼鏡產品，包括XREAL ONE、XREAL ONE Pro及XREAL 1S。除其他事項外，原告請求法院頒令要求我們停止涉嫌侵權行為，包括製造、要約出售及銷售相關產品，並索償指稱的經濟損失人民幣20.0百萬元及合理維權費用人民幣1.0百萬元。

業 務

截至最後實際可行日期，然而，有關法律程序尚未進入實質聆訊階段。我們未收到任何禁止製造或銷售相關產品或使用我們技術的禁令或其他臨時濟助，而相關產品繼續由我們在日常業務過程中製造及銷售。截至最後實際可行日期，我們認為這些法律程序並未對我們的業務運營（包括研發、製造及銷售）產生任何重大不利影響。

我們的中國知識產權訴訟法律顧問告知，根據對具爭議的實用新型專利、申請日前已披露的現有技術以及相關技術領域常識的分析，現有證據顯示，具爭議的實用新型專利所保護的技術解決方案極有可能被認定屬於現有技術範疇，或以其他方式缺乏《中華人民共和國專利法》第二十二條所規定的實質性特點和顯著的進步，因而不符合《中華人民共和國專利法》所規定的授予專利權條件。

在北京知識產權法院於2026年3月5日送達答辯通知之前，我們已於2026年2月6日向中國國家知識產權局提交了針對具爭議的實用新型專利(ZL202321662852.8)的無效宣告請求。該請求已於2026年2月24日正式獲受理。該訴訟作為知識產權風險防範措施的一部分。

根據上述分析及現有證據（包括上述無效宣告程序），我們的中國知識產權訴訟法律顧問已向我們告知，原告於該訴訟中勝訴的可能性較低。根據《中華人民共和國專利法》第四十七條，若具爭議的實用新型專利被宣告無效，其專利權則被視為自始即不存在。此外，即使在極不可能的情況下，我們須支付合計約人民幣21.0百萬元的損害賠償及維權費用，並停止相關產品的製造及銷售，我們認為此舉對我們的運營及財務表現不會構成重大影響。此評估乃基於以下因素：(i) 潛在賠償金額預期不會對我們整體財務狀況構成重大影響，僅佔我們2025年總收入約4.0%；(ii) 爭議事項涉及組件層面的光學及調光配置，而相關功能可通過替代技術安排、不侵權修改或在合理時間內進行其他調整予以解決；(iii) 由於該等法律程序於中國提起，不利裁決的直接實際效力主要限於中國的相關產品及活動；及(iv) 截至最後實際可行日期，尚未頒佈禁制令或其他臨時濟助，該等法律程序亦未進入實質聆訊階段，且相關產品於日常業務過程持續製造及銷售，使我們有時間在必要時評估及落實緩解措施。

此外，我們可能會不時面臨在日常業務過程中產生的各種法律或行政索償及訴訟（無論是否與知識產權或其他方面相關）。無論結果如何，有關訴訟或法律程序均可能導致大量成本和資源（包括我們管理層的時間和精力）分散。請參閱「風險因素－與我們的業務及行業有關的風險－我們可能無法在世界各地充分保護或強制執行我們的知識產權或防止他人未經授權使用我們的技術及知識產權，而我們為此付出的努力可能成本高昂。此外，我們的商業成功在很大程度上取決於我們在不侵犯、盜用或以其他方式違反第三方知識產權的情況下營運的能力」以及「風險因素－與我們的業務及行業有關的風險－我們可能牽涉業務營運產生的法律訴訟及商業糾紛，這可能對我們的業務、財務狀況、經營業績及聲譽造成重大不利影響」。任何該等事項的不利結果均可能會對我們的業務、經營業績及財務狀況產生重大不利影響。

業 務

保險

我們認為我們的保險保障充足，符合一般市場慣例及適用的中國法律規定。我們為員工提供相關的社會保險，包括為中國境內的員工繳納養老保險、失業保險、工傷保險、生育保險、醫療保險及住房公積金。除法定保障外，我們還為員工提供補充商業醫療保險，以加強其健康保障並促進整體福祉。

我們為產品和銷售渠道投保商業綜合責任險和產品責任險，並安排了經營險。按照一般市場慣例，我們並未購買任何業務中斷保險、關鍵人員人壽保險，或涵蓋網絡基礎設施、數據中心及其他信息技術系統損害的保險，因為此類保險並非中國法律強制要求。於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們未曾提交任何重大保險索賠，亦未在續保時遇到任何重大困難。

董事認為，我們目前的保險保障屬充分，且符合行業慣例。我們會定期檢視保險保障範圍並作出必要及適當的調整。然而，與我們的業務及運營相關的風險可能無法完全通過保險覆蓋。請參閱「風險因素—我們的保險範圍可能不足以涵蓋我們的所有潛在損失」。

執照、批文及許可證

我們的業務需要取得多項執照、許可證、批文及證書。據我們的中國法律顧問告知，我們已從相關政府部門取得對我們在中國開展業務至關重要的所有必要執照、許可證、批文及證書，且截至最後實際可行日期，該等執照、許可證、批文及證書均屬有效且存續。

下表載列我們業務運營所需重要執照、許可證及證書的詳情。

持有人	司法管轄區	執照／許可證／證書	生效日期
閃耀現實無錫	中國	中國強制性產品認證(符合性聲明)	2025年1月3日
XREAL Inc.	歐洲	歐洲合格評定(CE)	2025年3月18日
XREAL Inc.	英國	英國合格認定(UKCA)	2025年3月18日
XREAL Inc.	美國	FCC 供應商符合性聲明(FCC-SDoC)	2025年3月18日
XREAL Inc.	日本	信息技術設備干擾自願控制委員會認證(VCCI)	2025年3月18日
XREAL Inc.	韓國	韓國通信委員會認證(KCC)	2025年4月2日

我們持續監察相關執照、許可證及證書的有效期，並於到期日前提交續期申請。在往績記錄期間及直至最後實際可行日期，只要我們遵守相關法律規定，並根據適用法律法規的要求和時間表採取一切必要步驟及提交相關申請，則為我們業務所需執照、許可證、批文及證書續期並不存在重大法律障礙。然而，無法保證我們日後將可獲取或重續該等執照、許可證或證書。請參閱「風險因素—任何未能取得或維持我們業務適用的必要牌照、許可證或批准的情況，均可能對我們的業務及經營業績造成重大不利影響」。

業 務

風險管理與內部控制

我們已設立並堅持貫徹風險管理及內部控制體系，這些體系由旨在應對營運需求的政策及程序組成。我們致力於持續完善這些體系，確保其全面而有效。我們已在業務運營的各個方面採納並實施風險管理政策。董事會負責建立及更新我們的內部控制體系，而高級管理層則監督各附屬公司及職能部門對內部控制程序及措施的日常執行情況。

合規與知識產權風險管理

我們已制定並實施嚴格的內部程序，確保業務運營符合相關法律法規，並使知識產權得到妥善保護。在簽訂任何合約或業務安排前，我們的法務部會審閱合約條款及支持文件，包括我們或交易對手方取得的牌照及許可證。於新研發項目期間，我們的知識產權部會進行知識產權風險評估，並在整個設計及研發階段持續監控知識產權狀況。所有部門均負責對基本管理流程和營運管理流程進行必要的知識產權合規性審查，而我們的知識產權部亦負責建立、實施和維護知識產權舉報流程，以應對任何企圖、疑似或實際發生的侵犯知識產權行為。

我們設有詳細的內部程序，確保我們的法務部在我們向公眾提供服務之前，審查服務是否符合監管規定。法務部還負責識別監管要求，取得必要的政府預先批准或同意，並在規定時限內完成任何所需的備案，包括準備及向相關部門提交文件，並確保商標、版權和專利註冊的及時申請、續期和備案。

內部控制風險管理

我們已設計並採用嚴格的內部控制框架，以確保我們的業務運營符合相關規則及法規。我們持續評估風險管理政策和措施，以確保其充分性和有效性。

我們的內部控制還涵蓋許可和運營審批。我們設立政策和流程來確保在所有司法管轄區的業務活動均獲得所有必要的許可證和批文，且這些許可證和批文持續有效。我們須取得必要的政府批文或同意，包括在規定時限內準備所有必要文件並提交相關政府部門備案。這些措施有助於我們確保符合當地監管要求，並減少運營和聲譽風險。

數據隱私與安全風險管理

為確保對用戶隱私和數據安全提供適當和充分的保護，我們已建立一個符合本地和國際標準的強大數據隱私與安全框架。具體而言，就個人身份數據而言，我們從信譽良好的第三方服務供應商處獲取服務，這些供應商擁有符合本地和全球安全標準的多項認證。就我們的公共雲業務而言，我們利用多種工具（包括內部和外部防火牆），來監測和解決服務風險。在接口層面，我們採用HTTPS安全傳輸協議來保護所有涉及個人數據的用戶界面。

業 務

數據安全與合規政策由我們的董事負責監督，並由一個由信息技術、法律及其他運營部門組成的跨職能管理團隊來執行。此外，我們還計劃設立專門的數據安全與合規委員會，該委員會將專注於審查數據保護法律及安全標準的落實情況，以及因應不斷變化的行業要求調整我們的規程和政策。

於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們未曾經歷IT基礎設施的任何重大系統故障，亦未發生任何重大的客戶數據洩露或丟失。此外，據我們的中國法律顧問告知，我們未獲悉任何有關隱私和個人數據的現行或潛在法律法規已對我們的業務或財務表現產生重大不利影響的情況。董事認為，憑藉我們嚴格的內部控制及合規措施，我們的業務運營在所有重大方面均符合運營所在市場的現行數據安全法律法規。

人力資源風險管理

我們風險管理的一個關鍵部分是培養一支技能嫻熟、知識淵博的員工隊伍。我們已制定內部控制政策，涵蓋人力資源管理的多個方面，如招聘、入職、培訓、職業道德及法律合規。我們通過嚴格的程序貫徹高標準的招聘，以確保新員工的質素，並根據不同部門員工的需求提供專業化培訓。我們還定期對員工開展績效評估，員工薪酬與績效掛鉤。

為降低道德和法律風險，我們還在公司內部制定一套全面的反腐敗和反賄賂政策，以倡導和支持遵守適用的反腐敗法律法規，並就反腐敗和反賄賂實踐、舉報渠道以及執行政策的責任提供指引。我們的所有員工均須理解並遵守這些政策。對於供應商及其他商業合作夥伴，我們通過合同條款明確要求其遵守相關合規要求。我們定期監控內部風險管理政策的執行情況，以識別、管理及減輕本集團上下各級可能出現的不遵守行為準則、職業道德、內部政策甚至違法行為造成的內部風險。

財務報告風險管理

我們已建立內部控制，以確保財務報告的準確性、及時性及可靠性。這些控制措施包括關於財務規劃、預算審批、現金流管理以及法定賬目和管理賬目編製的正式政策。我們設有多項程序和IT系統來執行會計政策，財務部門監控這些政策的遵守情況，並定期開展內部審查，以維護報告系統的完整性。我們還定期為財務部門員工提供培訓，確保其理解我們的財務管理和會計政策，並在日常運營中貫徹執行。

獎項與認可

下表載列截至最後實際可行日期我們獲得的部分獎項及認可的說明性清單。

年份	產品	獎項／認可	發證機關
2024年、 2025年、 2026年	XREAL	最具創新力公司	《快公司》
2025年	XREAL One/One Pro	《時代》周刊2025年度 最佳發明	《時代》周刊
2025年	XREAL X1 端側協處理器	2025年愛迪生獎金獎	美國營銷協會

業 務

環境、社會及管治

我們致力於在環境、社會及管治（「ESG」）領域，為受我們運營影響的客戶、供應商及社區帶來持久而積極的影響，並承諾以合法、合乎道德及負責任的方式開展業務。我們的管理層高度重視ESG事宜，並已建立相應的運營機制加以落實。

管治

我們已建立由決策層、管理層及執行層組成的三級管治架構。董事會作為ESG事務的最高決策機構，承擔最終責任。內部審計與內部控制作為獨立監督職能部門，每年對ESG管理體系的有效性進行專項評估，向董事會及審計委員會報告監督結果，並提出整改建議。

- 董事會負責審批ESG戰略、管理制度、年度目標及重大ESG決議方案。
- 審計委員會協助董事會監督ESG體系的有效性，核實ESG資料的真實性、披露的合規性以及糾正措施的落實情況。
- ESG工作小組負責制定ESG實施方案、協調資料收集與報告編製、促進跨部門協作，並跟蹤目標達成進度。各業務部門及附屬公司作為ESG執行單位，按照各自職責落實具體要求。

戰略

我們將可持續發展理念融入企業戰略，並制定ESG戰略框架。我們識別一系列與我們的環境、社會影響及績效相關的ESG事宜，評估其潛在影響，並提出緩解措施。

重大ESG事宜	潛在風險、機遇及影響	緩解措施
環境 資源消耗	<ul style="list-style-type: none">• 我們的生產及運營過程消耗大量資源，利用效率低下可能推高成本，影響供應鏈。提高資源效率可降低成本，通過綠色設計滿足可持續採購需求，在市場中形成競爭優勢。	<ul style="list-style-type: none">• 我們將在各運營階段設定節能降耗目標，推動綠色採購與生態設計。我們致力於通過優化服務及延長產品使用壽命，減少全鏈條的資源消耗。

業 務

重大ESG事宜	潛在風險、機遇及影響	緩解措施
<p>排放管理</p>	<ul style="list-style-type: none"> 我們在運營中產生的各種排放物及廢棄物管理不當，可能帶來合規及聲譽風險。建立領先的回收及管理體系不僅能滿足監管要求，還能增強利益相關方的信心，探索新的商業機會。 	<ul style="list-style-type: none"> 我們確保所有排放物處理均符合國家標準，並定期披露績效。我們建立產品回收及處理體系，持續投資清潔技術，從源頭減少污染。
<p>社會 員工管理</p>	<ul style="list-style-type: none"> 缺乏具有競爭力的激勵與發展體系可能導致關鍵人才流失，動搖公司的發展基石。構建卓越的員工價值主張能夠提升團隊的創造力與敬業度，多元化的團隊有助於我們更好地服務全球市場。 	<ul style="list-style-type: none"> 我們提供具有競爭力的薪酬與清晰的晉升通道，為員工提供系統化的培訓與職業發展支援，積極營造包容、尊重的企業文化，並保持溝通管道暢通。
<p>職業健康與安全</p>	<ul style="list-style-type: none"> 工作場所安全事故可能導致人身傷害、運營中斷及法律風險。實現高水準的安全管理不僅能保障員工的身心健康，也是我們贏得國際客戶信任與實現穩定運營的基礎。 	<ul style="list-style-type: none"> 我們建立並持續完善與國際標準接軌的安全管理體系，定期開展安全培訓與應急演練。我們為員工提供健康檢查與安全防護，並鼓勵員工報告潛在隱患。
<p>研發創新</p>	<ul style="list-style-type: none"> 研發投入不足或研發方向偏差可能導致技術落後與市場份額流失。專注於開發更精準、更智慧、更具突破性的產品，是構建我們長期競爭優勢的關鍵。 	<ul style="list-style-type: none"> 我們保持高強度的研發投入，並與臨床及科研機構緊密合作。我們在整個創新過程中嚴格遵守倫理及資料安全標準。我們積極探索將前沿技術應用於眼科診斷和治療的下一代解決方案。

業 務

重大ESG事宜	潛在風險、機遇及影響	緩解措施
管治 商業道德	<ul style="list-style-type: none">行業內的不當商業行為可能引發全球制裁及品牌危機。秉持誠信的核心價值觀並建立完善的合規體系，不僅能為我們贏得長久的信任，更是吸引負責任投資的基石。	<ul style="list-style-type: none">我們嚴格執行我們的商業行為準則和反腐敗政策，為全體員工提供全面的合規培訓，並建立健全嚴格保密的舉報機制。

風險管理

我們開展覆蓋內部及外部利益相關方的ESG重要性評估，並將識別出的重要ESG事宜納入我們的整體風險管理體系。我們的風險管理機制遵循以下流程：

- 風險評估：各部門圍繞我們的戰略目標，識別和評估其業務範圍內的各類風險，根據發生可能性和潛在影響進行優先順序排序，並編製部門風險登記冊。總裁辦公室負責審核這些登記冊，並最終按年定期審定、維護及更新我們的風險登記冊。
- 風險應對：根據風險評估結果，我們採取差異化的應對策略。一般風險由各部門在日常運營中處理。重大風險由總裁辦公室審議決策並統籌資源，相關部門負責執行和彙報。特別重大的風險提交董事會審議。通過持續完善相關制度及實施分級決策機制，我們確保風險處於可控狀態。
- 風險監控與提升：我們建立風險跟蹤、監督和報告機制。總裁辦公室監督重大風險的應對情況，並根據情況變化調整策略。內部審計部門每年評估風險管理體系的有效性，管理層向董事會進行彙報。相關風險管理工作亦納入績效考核，以推動風險管理體系的持續提升。

指標與目標

表：ESG指標與目標

環境保護目標 資源消耗目標：辦公用紙消耗量較2025年減少15%，辦公總能耗同比下降5%。

排放管理目標：電子廢棄物回收率達到100%，杜絕廢棄電子設備的不當處置。

業 務

溫室氣體排放控制目標：完成辦公區域首次溫室氣體排放盤查，建立溫室氣體排放核算體系。

社會價值目標..... 員工培訓目標：新員工ESG培訓覆蓋率達到100%。全體員工ESG培訓覆蓋率不低於90%。培訓考核通過率不低於95%。

供應鏈管理目標：新供應商准入ESG合規率達到100%，核心供應商ESG複評通過率不低於90%，不合規供應商整改完成率達到100%。

員工權益與福祉目標：保持員工健康體檢參與率不低於95%，心理健康服務利用率不低於10%。

企業管治目標..... 反腐敗合規目標：實現反腐敗培訓員工覆蓋率達到100%，確保舉報線索在七個工作日內及時響應率達到100%，並保持重大反腐敗違規事件零發生。

利益衝突整改目標：實現員工入職或崗位變動時利益衝突申報率達到100%，已識別利益衝突問題的整改率達到100%。

ESG信息披露目標：完成年度ESG報告編製，披露數據完整率達到100%，符合香港聯交所的披露要求。

企業管治

董事會多元化

在甄選董事時，我們會充分考慮多元化因素，包括但不限於性別、年齡、文化及教育背景、行業經驗、技術能力、專業資格及技能、知識、服務年限及其他相關因素，使董事會的組成持續與本公司的發展需求相契合。目前，我們有一名女性董事，佔董事會成員總數的10%。

商業道德

我們建立由董事會全面領導、審計委員會監督、職能部門牽頭、全體員工參與的商業道德與反腐敗管理架構。我們制定《XREAL商業行為準則》及《商業道德合規管理政策》，並依托「三道防線」框架實施全流程管控。

業 務

為加強商業道德管理，我們建立了舉報人保護機制，嚴格對舉報人身份、舉報內容及所有相關材料保密，並嚴禁任何形式的打擊報復。對於經查證屬實的有效舉報，我們將根據內部規定給予適當獎勵。

我們定期面向管理層及相關職能部門開展商業道德教育與培訓。2025年，我們未發生任何貪污或賄賂事件。

環境

環境管理

我們遵守《中華人民共和國環境保護法》《中華人民共和國水污染防治法》《中華人民共和國大氣污染防治法》及《中華人民共和國環境雜訊污染防治法》等相關法律法規，並制定《合規義務清單》《環境與職業安全運行控制程式》及《環境安全監視與測量控制程式》等內部制度，加強環境管理。我們在物流運輸過程中引入了部分電動卡車，並計劃逐步建立環境合規監測機制，開展年度環境合規自查。

我們的智慧顯示光模組生產及相關管理活動已通過ISO 14001認證。2023年至2025年，我們未受到任何環境處罰。

資源消耗

我們嚴格執行《中華人民共和國節約能源法》等法律法規，制定《能源與資源控制程式》以規範生產，堅持將節能減排融入日常運營。我們的工廠已配備屋頂光伏發電系統，以提高能源效率並減少碳排放。為減少辦公用電，我們對照明和空調實行分區控制，並在辦公區域配置智慧計量設備，以監測水、電等資源的消耗情況，並開展節能管理。

表：2023年至2025年能源消耗表現

能源使用	單位	2023年	2024年	2025年
能源消耗總量	噸標準煤	876.92	572.66	755.21
能源消耗密度	噸標準煤／人民幣 萬元收入	0.022	0.015	0.015
外購熱力	吉焦	17,335.00	8,945.00	10,460.00
外購電力	千瓦時	2,322,630.80	2,176,217.40	3,240,985.10

我們遵守《中華人民共和國水法》及《中華人民共和國水污染防治法》等法律法規，並按照相關內部制度落實節水措施。我們致力於減少辦公場所的用水量，充分利用自動感應潔具，並建立用水設備的日常巡檢機制。我們及時停用並維修故障設備，提高水資源利用效率。

表：2023年至2025年水資源消耗表現

耗水量	單位	2023年	2024年	2025年
水資源消耗量	噸	14,011.00	9,914.00	13,710.00
水資源消耗密度	噸／人民幣萬元收入	0.36	0.25	0.27

業 務

排放

我們嚴格遵守《中華人民共和國大氣污染防治法》等排放管理相關法律法規，並依據《廢棄物管理程式》等內部規定，控制運營排放，減少對環境的影響。我們對生產過程中產生的廢水、廢氣和固體廢棄物進行分類管控，確保達標排放。我們主要採取以下措施：

- 生活污水、純化廢水和清洗廢水均按照環境影響評價要求排入市政生活污水管網；
- 按規定排放酒精清洗過程中產生的廢氣；
- 紙板、塑膠等一般固體廢棄物委託協力廠商回收或處置，無塵布、廢化學品包裝物、廢活性炭等有害廢棄物由具備資質的機構運輸和處置；
- 無塵室口罩、手套和一次性網帽由原廠統一回收再利用，生活垃圾由園區物業每日清運。

表：2023年至2025年廢棄物排放表現

有害廢棄物	單位	2023年	2024年	2025年
有害廢棄物總量	千克	10.34	10.84	11.37
有害廢棄物密度	千克／人民幣萬元 收入	0.00027	0.00028	0.00022
印表機廢硒鼓	千克	9.60	9.60	9.60
廢棄電子設備	千克	0.00	0.00	0.00
廢電池	千克	0.74	1.24	1.77
無害廢棄物	單位	2023年	2024年	2025年
無害廢棄物總量	噸	24.00	15.67	29.17
無害廢棄物密度	噸／人民幣萬元收入	0.00062	0.00040	0.00057
生活垃圾	噸	18.00	10.00	23.00
紙張用量	噸	6.00	5.67	6.17
廢水	單位	2023年	2024年	2025年
生活污水	噸	9,807.70	6,939.80	9,597.00

氣候變化

我們高度重視氣候變化風險，並將相關因素納入公司整體發展戰略。我們建立了應對氣候變化風險的管理機制，由董事會負責審議氣候變化相關風險及應對策略，ESG工作組負責統籌跨部門的氣候變化風險識別與評估，各部門負責人結合自身業務領域開展氣候變化風險識別，並確保識別工作的全面性。

業 務

我們參照氣候相關財務資訊披露工作組的建議框架，識別可能影響公司運營和戰略的氣候風險，並結合《應急準備和回應控制程式》等相關內部制度，制定相應的風險應對措施。

表：氣候變化風險及其識別與應對

風險類型	風險描述	應對措施
轉型風險	政策風險 全球及中國的碳排放管理政策持續加強，碳排放核算、資訊披露及節能減排標準可能進一步趨嚴。若公司未能及時適應相關政策變化，可能面臨合規成本增加的風險。	<ul style="list-style-type: none"> • 持續跟蹤國家及地方關於碳排放管理、節能減排及環境資訊披露的政策要求，完善公司的碳排放資料管理及監測機制，及時評估政策變化對公司營運的影響，並及時優化公司的節能減排措施及碳管理計劃。 • 關注節能生產設備、低功耗電子元器件及綠色材料的發展趨勢，在生產營運及產品設計過程中逐步優化生產工藝及能效水準。 • 提高氣候變化相關資訊披露的透明度，加強與監管機構、[編纂]、客戶及其他利益相關方的溝通，並通過推廣節能減排及綠色營運措施提升公司的環境管理水準。
技術風險	公司面臨低碳技術及綠色製造技術的持續發展，如節能生產設備、低能耗電子元器件及綠色材料的應用等。若公司未能及時引入相關技術，可能在能效及綠色製造方面面臨一定壓力。	
聲譽風險	[編纂]、客戶及其他利益相關方日益關注企業在應對氣候變化方面的表現。若公司在氣候風險管理和環境資訊披露方面表現不足，可能對公司的品牌形象和市場競爭力產生一定影響。	

業 務

風險類型	風險描述	應對措施
物理風險	急性風險 極端天氣事件(如暴雨、洪水或颱風)可能對公司的生產設施、物流運輸及供應鏈穩定性造成影響，從而影響生產運營的連續性。	<ul style="list-style-type: none"> 持續監測極端天氣預警資訊，完善應急管理機制並開展相關演練，同時加強供應鏈風險管理，以降低極端天氣對公司生產經營的影響。
	慢性風險 全球氣候變化可能導致氣溫上升及能源需求變化，影響工廠生產環境控制及能源消耗水準，增加運營成本。	<ul style="list-style-type: none"> 持續推進節能管理措施，通過生產技術改進提升能效，並逐步提高可再生能源使用比例，以降低能源消耗和溫室氣體排放。

我們持續關注溫室氣體排放管理。我們的業務不涉及直接能源使用，溫室氣體排放的主要來源為外購電力。就範圍3而言，我們已完成類別1(外購商品和服務)及類別6(商務差旅)的排放核算，並將繼續完善範圍3的排放統計範圍。

表：2023年至2025年溫室氣體排放

溫室氣體類別	單位	2023年	2024年	2025年
範圍1溫室氣體排放...	噸二氧化碳當量	0.00	0.00	0.00
範圍2溫室氣體排放 ¹ ...	噸二氧化碳當量	153.17	2,151.71	2,889.71
範圍3溫室氣體排放 ² ...	噸二氧化碳當量	210,731.99	263,725.54	254,419.46
溫室氣體排放總量....	噸二氧化碳當量	213,885.16	265,877.25	257,309.17
溫室氣體排放密度....	噸／人民幣萬元 收入	5.48	6.74	4.99

1 本公司範圍2的溫室氣體核算方法及系數依據中華人民共和國生態環境部發佈的《2022年電力二氧化碳排放因子》確定。

2 本公司範圍3排放採用基於員工商務差旅金額的支出法進行計算。

業 務

社會

僱傭

我們嚴格遵守《中華人民共和國勞動法》，嚴禁僱傭童工及任何形式的強迫勞動，確保所有僱傭行為合法合規。我們秉持平等、多元及包容的價值觀，嚴格保障員工在招聘、錄用、培訓、晉升等環節中不因性別、民族、年齡等因素受到歧視。我們致力於為所有員工提供公平的發展機會及工作環境。

在培訓方面，我們建立了員工發展支持體系。新員工參加入職培訓，說明其快速融入組織；在職員工則參加覆蓋各業務職能的專業知識與技能培訓，提升崗位能力。我們還為管理人員提供管理能力發展專案，支援其達成團隊目標。

在職業發展方面，我們持續完善員工職業發展通道，通過清晰的縱向晉升和橫向流動機制，支持員工多元化成長。我們建立了基於日常績效、年度績效和價值觀踐行的多維度績效評估體系，設置了五個績效等級，並結合能力評估、內部輪崗和團隊角色調整，為員工的職業發展提供系統性支援和機會保障。

職業健康與安全

我們制定並實施《職業健康監護與職業病防治管理制度》及《事故處理管理制度》等職業健康與安全管理制度，明確工作場所風險防範、職業病危害控制、事故報告及應急回應等管理要求。我們通過制度規範、定期培訓、現場檢查和持續改進，為全體員工營造並維護安全、健康的工作環境。

供應商管理

我們制定負責任採購政策，在供應商准入、評估及持續合作過程中全面考量供應商的環境表現、社會責任及治理水準。通過開展供應商盡職調查、明確行為標準及實施績效管理，我們致力於推動供應鏈合作夥伴共同提升可持續發展能力。

研發與創新

我們在研發創新專案上取得了重大突破。於2024年、2025年及2026年，我們的產品XREAL榮獲《快公司》頒發的全球最具創新力公司獎；我們的產品XREAL X1端側協處理器榮獲2025年愛迪生獎金獎；優奈柯恩(北京)科技有限公司榮獲第七批國家級專精特新「小巨人」企業稱號等榮譽和獎項。

我們加強知識產權管理，建立由知識產權團隊和產品業務負責人主導的成果挖掘與佈局機制，確保研發活動中產生的專利、商標和著作權能夠被及時識別並得到有效保護。在風險防範層面，我們定期開展侵權風險評估，識別並化解潛在的侵權風險。我們持續監測全球主要市場的重點商標，構建品牌保護網絡。

業 務

產品質量與安全

我們制定並實施《產品品質標準清單》及《產品監測和測量控制程式》等內部制度，建立涵蓋來料檢驗、生產過程品質控制及成品出貨檢驗的全流程品質管制體系。無錫工廠已成功通過ISO 9001品質管制體系認證，該認證覆蓋公司全部運營單位。

我們建立員工產品品質培訓體系，定期開展「基礎服務技能培訓」、「每週技術與服務知識更新培訓」及「產品品質問題內部學習」等培訓項目。我們每週組織以服務規範、產品知識及標準業務流程為重點的培訓。通過閱讀考核與情景類比相結合的方式，檢驗並強化員工的實際應用與應急回應能力。我們每季度組織員工開展行業學習和市場調研，持續洞察行業趨勢，優化整體服務水準。

客戶服務

我們建立覆蓋全球市場的客戶服務及售後管理體系。在國內外市場，我們制定《XREAL國內客戶服務指引》、《XREAL全球售後管理制度》及《XREAL維修中心管理制度》等制度，明確服務指引、崗位職責及行為規範等服務管理要求。

客戶投訴處理方面，我們在海外市場通過客戶回應中心實施全流程閉環處理，定期回顧並持續提升績效。國內市場對客戶投訴實行分級管理機制，實現快速閉環解決。

提升客戶體驗和滿意度方面，我們將中國維修中心拓展至海外以縮短維修週期，並在歐美等自營地區建立備件先行更換(SWAP)快速換新系統。在國內，我們上線智慧客服機器人，優化回應效率，有效降低退貨率。

信息安全與隱私保護

我們建立資訊技術風險管理及安全保障機制。針對資訊系統中斷及網絡攻擊風險，我們評估業務場景的風險及成本，採取差異化的資料備份策略，將業務影響控制在可接受範圍內。對於即時性要求較高的生產系統(如MES)，採用即時資料備份。對於即時性要求較低的業務系統(如ERP)，每日執行兩次定時備份。

資料安全管理方面，我們定期開展資料恢復測試，驗證備份資料的可用性及恢復流程的有效性。我們每年面向各主要部門的資訊安全專員及相關崗位組織兩次專項培訓，持續強化關鍵崗位的資料安全風險意識，築牢內部資訊安全防線。