深圳市联建光电股份有限公司

关于公司未弥补亏损达实收股本总额三分之一的公告

本公司及董事会全体成员保证信息披露内容的真实、准确和完整，没有虚假记载、误导性陈述或重大遗漏。

深圳市联建光电股份有限公司（以下简称“公司”）于2025年4月14日召开第七届董事会第十次会议，审议通过了《关于公司未弥补亏损达实收股本总额三分之一的议案》，现将具体情况公告如下：

一、情况概述

截至2024年12月31日，公司合并财务报表未分配利润为-4,166,180,209.12元，未弥补亏损金额为-4,159,839,952.97元，公司实收股本549,113,825元，公司未弥补亏损金额已超过实收股本总额三分之一。

二、未弥补亏损的原因

报告期内，公司通过优化资产结构、提升运营效率等管理措施，实现归属于上市公司净利润6,340,256.15元。但由于前期投资并购形成的资产价值下降导致商誉减值的影响尚未完全消除，因此目前仍存在未弥补的亏损。

三、拟采取的改进措施

（一）核心竞争力强化

1、产品竞争力提升

公司将聚焦“租赁、户外、商用显示”三大核心产品线，坚持“标准化产品为主，定制化产品为辅”的产品定位策略，以满足不同客户的多样化需求。在产品全生命周期管理中，公司将建立严格的质量控制体系，从规划设计、供应链物料采购、生产制造到工程安装，每一个环节都进行严格的品质把控，确保产品品质的稳定性和可靠性。

同时，公司将不断加大研发投入，积极引入新技术、新材料、新工艺，以提升产品的技术含量和附加值。通过持续提高供应商集中度、实施规模化采购等方式，降低产品成本，提高产品的性价比。此外，公司还将不断拓展产品应用场景，加强与产业链生态伙伴的深度合作，实施“产品+生态”战略，根据具体使用场景拓展相关生态系统布局，持续构建并增强产品竞争力。

2、销售渠道竞争力构建

公司将实施精准的客户分级分类管理策略，根据客户的规模、需求、购买力等因素将客户进行细致分类，并制定差异化的销售策略。同时，公司梳理并完善了现行的产品定价体系，确保产品价格的合理性和竞争力。在此基础上，公司将健全完善两级经销与项目型直销并行的销售模式与销售体系，加强与经销商的沟通与合作，提升经销商的互动粘性和忠诚度。同时，公司还将注重提升销售团队的专业能力和服务水平，通过定期培训和考核，确保销售人员能够为客户提供优质、高效的服务。

3、品牌竞争力拉升

公司将高度重视品牌建设，将其作为企业发展的重要战略之一。加大品牌建设投入，通过多渠道、多平台的品牌推广活动，如广告投放、公关活动、社交媒体营销等，持续提升品牌的知名度、美誉度与忠诚度。在品牌建设过程中，公司将坚守品牌定位，注重品牌形象的维护和重塑。通过打造具有鲜明特色和持续竞争力的品牌形象，提升品牌在市场中的影响力和竞争力，为公司的发展奠定坚实的品牌基础。

（二）人均效能提升

公司将持续深化提质增效举措，把提高人均效能作为企业发展的重要目标之一。通过优化工作流程、引入先进技术等手段，公司有效提升了工作效率和质量。同时，公司还将注重员工的培训和发展，通过提供丰富的培训资源和晋升机会，激发员工的工作积极性和创造力。

在未来的发展中，公司将继续坚持这一目标，通过不断优化管理机制和激励机制，确保人均效能实现稳步提升。公司相信，随着人均效能的不断提高，公司的经营效益将得到进一步提升，为全体股东创造更多的价值。

（三）内部运营效率提高

公司坚持“低级错误零容忍，精益求精严要求”的原则，将提高内部运营效率作为企业发展的重要保障。公司不断优化、简化、细化内部业务流程，减少内耗与冗余环节，提高工作效率。同时，公司加强数字化、信息化建设，利用大数据平台、智能 AI 等现代化工具，实现了业务流程的自动化和智能化管理。

（四）精细化管理水平提升

面对行业供大于求的严峻挑战，公司将更加注重精细化管理，将其作为提升

企业竞争力的关键手段之一。注重售前售后服务效率的提升，通过完善客户服务体系和快速响应机制，确保客户能够得到及时、有效的服务。同时，公司将实施精益生产管理，通过优化生产流程、降低生产成本、提高产品质量等方式，提升企业的生产效率和经济效益。

（五）执行力度加强

公司将坚持“目标引领，结果导向”以及“言必行，行必果”的执行力度要求，将执行力作为企业发展的重要驱动力之一。公司引导全员不断解放思想、刷新认知，优化工作方式和方法，提高内部沟通效率。通过建立明确的目标管理体系和绩效考核机制，公司确保各项工作能够简单、高效地落实和执行。

特此公告。

深圳市联建光电股份有限公司

董事会

2025年4月16日