

深圳市洲明科技股份有限公司

2024 年度总经理工作报告

各位董事：

一、2024 年度的主要经营指标

1、收入、毛利率、净利润

2024 年，公司实现营业收入 77.74 亿元，同比增长 4.90%，主要得益于海外业务收入的持续增长、Mini/Micro LED 市场份额的快速提升以及光显解决方案、AI 内容等业务的持续拓展。在海外市场方面，2024 年公司实现海外营业收入 47.77 亿元，占总营业收入的 61.45%，同比增长 18.33%。海外市场增长显著，尤其是亚非洲等区域，公司通过分级营销网络和本地化布局，进一步加强海外营销体系，扩充更多代理商和分销商，深化品牌构建，深化营销网络布局，进一步提高市场竞争力。在 Mini/Micro LED 领域，公司 Mini/Micro LED 显示销售额实现大幅增长。

2024 年，公司凭借卓越的自主创新能力、先进制造能力和国际竞争力，成功实现综合毛利率 29.11%，较去年同期上升 1.09 个百分点，主要系毛利率较高的海外业务占比提升，同时，公司在下游应用场景中积极挖掘高附加值领域，积极进行技术研发和市场拓展，公司产品及解决方案附加值逐步凸显。

单位：亿元

	2024 年	2023 年	比上年同期 增减
归母净利润	1.00	1.44	-30.86%
投资损益（股权）	-0.61	0.65	-193.73%
汇兑损益	-0.32	-0.16	-100.31%
剔除投资损益（股权）、汇兑损失后的 归母净利润	1.93	0.95	102.36%

注：上表中“比上年同期增减”指标计算的单位为人民币元。

2024 年，公司实现归母净利润 1.00 亿元，较去年同比下降 30.86%，主要有以下 2 个原因：（1）2024 年度，公司权益法确认的投资收益亏损 6,103 万元，主要系公司参股深圳洲明时代伯乐投资管理合伙企业（有限合伙）所投企业公允价

值变动所致，造成投资损失 6,175 万元。(2) 2024 年，公司因汇率波动产生的损失为 3,181 万元，较上年同期增加损失 1,593 万元。

若剔除投资损益（股权）、汇率所带来的波动影响，2024 年归母净利润（剔除投资损益（股权）、汇率损失后）为 1.93 亿元，上年同期为 0.95 亿元，呈现增长态势，表明公司核心经营业务状况良好。

2、存货情况

2024 年末，公司存货账面价值 18.08 亿元，同比增长 14.82%，主要系应对关税风险进行海外备库。在国际形势复杂多变的背景下，公司秉持积极审慎的经营策略，提前布局，进行了战略性备库以保障供应链的稳定性及全球客户交付。

3、期间费用情况

2024 年，公司费用管控初见成效，全年期间费用率为 22.16%，较去年同期下降 0.24 个百分点。公司将继续借助信息化、数字化与流程化管理方式，严格执行费用预算管理，有效控制各项开支。同时，通过优化组织架构，积极激活组织活力，实施精益管理，挖掘降本潜力。随着上述举措的持续推进，公司期间费用率仍具备进一步优化的空间。

二、2024 年度经营重点介绍

1、Mini/Micro LED 显示技术布局：构筑行业竞争壁垒

(1) Micro 技术领先布局，树立行业新标杆

2024 年，公司持续在 Micro 技术领域发力，通过自主研发、战略投资以及资源整合，构建了从 Micro 灯珠自主设计、Micro IC 协同设计、半导体级器件封测到智能产品制造的完整产业链布局。公司率先突破巨量转移技术难题，实现了 Micro LED 30/50 微米×50/70 微米无衬底技术 0202（0.2mm×0.2mm）芯片封装，并量产 P0.4 间距 MIP 显示产品。此外，公司推出自研五合一超高清系统卡、四合一主机播放控制系统、勃朗峰 AI 画质增强引擎技术以及 AM 主动式驱动技术，不断提升显示模组控制系统的技术能力，增强产品竞争力。公司自研自产自销 Mini/Micro LED 产品，能够迅速响应客户需求，提供定制化显示系统及解决方案。2024 年，公司 Mini/Micro LED 显示销售额实现翻倍增长，COB 和 MIP 的市场份额提升。

（2）MIP 战略领先性

在 MIP 战略布局上，公司展现出领先优势，通过垂直整合产业链资源，投资建设半导体级 MIP 封测产线，成功实现 MIP0202 灯珠的量产。公司主导推动 MIP 灯珠接口标准化，吸引产业链上下游厂商形成紧密联盟，加速技术迭代与市场推广，进一步巩固供应链的自主可控能力。凭借先发优势，公司成为全球首个实现 MIP 产品线全覆盖的企业（P0.3-P1.8），申请超 200 项 Mini/Micro LED 相关专利，例如多晶组合排列（解决 MIP 户外应用痛点）、混晶混光等关键技术节点。其“E 字型”封装结构（专利号 CN220692054U）有效解决了 Micro LED 色彩一致性难题，实现量产色差 $\Delta u'v' < 0.003$ ，为产品质量与稳定性提供坚实保障。在应用场景拓展方面，洲明的 MIP 影院屏已通过 DCI-P3 认证，并在 8K 内容制作领域中标央视总台等重点项目，形成对 COB 竞品的代差优势，凸显其在场景化解决方案中的卓越能力。

2、AI 赋能的综合解决方案，从产品到解决方案，提升产品附加值，打开市场空间

公司凭借自身的领先技术和客户资源，从现有硬件显示产品、软件技术、数字内容积累出发，布局数字内容生产与 IP 打造，抢占“硬件+软件+内容”一体化解决方案的发展先机，以此提高产品附加值。

公司 AI 智能产品矩阵涵盖两大类：①AI 全息陪伴助手、AI 交互式数字鱼缸和 AI 护眼台灯/落地灯（规划中）等 AI 端侧硬件产品，主要面向家庭用户，满足情感陪伴、娱乐互动及健康照明需求；②AI 光堡盒子、全息柜一体机和 LED 屏型机器人，主要针对文旅、商业、教育等场景，融合 AI 技术解决方案，提供沉浸式体验和智能服务。上述 AI 智能产品均融合 AI 大模型、数字人技术，支持多模态交互、多语种切换及个性化定制，具备智能语音交互、情感陪伴、内容创作等功能，作为光显领域的 AI Agent 赋能客户。公司以 UniAIoT 光显平台和自研控制系统为核心，全面拥抱 AI，实现产品标准化，解决方案多样化和服务个性化，并完成一系列技术储备和产品开发，并针对性形成数字展陈解决方案、商业综合体解决方案、屏型机器人解决方案、IP 数字虚拟人等特定场景解决方案和产品，进一步推动公司产品及解决方案向产业链中高价值环节延伸，赋能千行百业。

3、全球化布局，深耕渠道拓展，提升国际竞争力

2024 年是公司国际渠道深度拓展的元年，公司在海外市场取得显著成绩，实现海外营业收入 47.77 亿元，同比增长 18.33%，连续十年出口第一。2024 年，通过全面开拓渠道，与合作伙伴达成深度市场战略合作，国际各区域流通市场取得了明显突破和增长，同时，公司在海外多地开设了全新的海外服务中心，持续完善海外服务网络，进一步提升品牌影响力与市场占有率。公司坚定不移提供全面的产品组合叠加本地化服务能力的强化，积极开拓国际市场以促进销量增长、提升市占率。同时持续开展组织营销战役，拓宽营销路径，适配国际市场多样化需求。面对国际市场的新需求与机遇，公司将充分利用多品牌梯队的广泛覆盖和高认知度优势，以洲明主品牌、雷迪奥、蓝普三大品牌全面进入各细分市场，形成协同效应和立体作战，提供多样化的产品和解决方案，满足不同客户的需求。

目前，公司海外营销网络主要与当地头部客户建立起合作关系，未来，公司计划进一步加强海外营销体系，扩充代理商和分销商队伍，下沉市场扩大市场覆盖范围。此外，公司积极响应“一带一路”倡议，沿线国家和地区的业务拓展成果显著。在“一带一路”政策的支持下，公司海外业务将获得更广阔的发展机遇。

4、降本增效，数字化驱动高质量发展

公司高度重视精细化管理转型，通过信息化、数字化与流程化管理手段实施了一系列降本增效措施。一是优化成本费用预算管理，设定明确且具挑战性的目标，精准控制期间费用率，遏制不合理费用增长。二是优化组织架构，聚焦核心业务，精简冗余环节，降低管理成本，提升组织运转效率。三是推行强考核强应用机制，激发组织活力，改进工作流程，提升人效。四是实施精益管理，重点推进 UBS 项目，通过系统化的管理方法提升公司的运营效率与竞争力，精准定位生产流程中的效率瓶颈，2024 年实现财务验收约 2,192 万元，推动公司精益管理，注入新活力。

2024 年，公司通过实施市场导向型数据集成战略，成功推动了营销服务（营销服）的数字化转型。公司通过整合外部平台、CRM 平台和内部系统等多源数据，构建了一个高效、协同的数据生态系统，实现了数据的高效流动和深度分析，为营销决策提供精准支持，助力精准把握市场动态与客户需求。通过市场导向型数据集成战略的实施，公司营销服务效率与效果显著提升，为数字化转型筑牢根基。

基。展望未来，公司将继续深化数据驱动创新，优化业务流程，提升客户体验，持续增强市场竞争力，推动企业高质量发展。

三、2025 年度工作计划

1、深化渠道拓展与大客户战略，增强数字化运营效能

公司计划通过重点强化渠道建设和大客户管理战略，打造有粘性的渠道生态系统。具体表现为升级渠道模式，扩大渠道覆盖，加强准直销能力，提高行业和大客户领域的话语权。在大客户管理方面，洲明科技将聚焦解决方案，提升高价值客户的数量和质量，力求国内和国际市场特定销售额的大客户数量增长。在内部运营管理上，公司紧跟数字化时代步伐，实施基于 LTC 变革的 CRM 系统，提升数字化运营能力，确保产品和解决方案快速有效地上市。通过这些策略，洲明科技旨在构建一个更加强大和高效的运营模式，推动公司业绩的持续增长。

2、技术驱动创新，提高产品标准化，塑造市场竞争力

公司以前沿技术为引领，全力推动产品创新，塑造市场竞争力。在 Mini/Micro LED 领域，公司紧抓 COB 和 MIP 两条技术路线的发展战略，加大研发投入，通过技术工艺的不断优化，助力公司业绩稳步增长。在后端研发制造环节，公司致力于深化集成产品开发（IPD）体系建设，搭建跨产品线的协同机制，为产品创新提供坚实保障。同时，在 LED+AI 领域，公司将加速技术落地创新，着力提升智能化显示屏的中长期竞争力，尤其在软件能力建设方面，持续优化控制平台和算法技术等关键环节。在聚焦前沿技术的基础上，公司还将精心实施主推产品的滚动计划，不断提升产品市场竞争力，提高其收入占比，并优化产供销协同效率。公司持续夯实产品的标准化、归一化、平台化基础，实现产品聚焦，进一步提升 Top+产品比重。通过技术驱动创新与标准化驱动降本的双重举措，推动公司的稳定可持续增长。

3、LED+AI 战略升级，开启 AI 端侧应用新纪元

2025 年，公司 LED+AI 战略升级，以端侧应用为核心驱动，构建智能化、场景化的创新生态体系。2025 年初，洲明 Agent 平台已成功接入微软 Azure、OpenAI、DeepSeek V3 及 R1 等多套主流模型，实现 AI 能力全面设计，并在京东、抖音、万屏汇等线上平台推出 AI 全息陪伴助手、AI 交互鱼缸屏、全息透明

柜等 AI 创新产品，让 LED+AI 从概念走向商业化实际应用。在核心技术自研领域，公司自研的山隐大模型、UniVLM 模型聚焦情感陪伴与文化遗产，其中山隐大模型已在南京牛首山项目应用，通过 AI 技术深度挖掘文化内涵，为游客带来沉浸式文化体验。面对 AI 生态共生的发展趋势，公司积极携手行业伙伴，与牛首山、南京德基、奥飞娱乐等企业及文化机构展开深度合作。基于自研中国传统文化大模型山隐大模型、AR/VR 技术和 AI 数字人角色等前沿技术，公司正全力打造智能体验、文化 IP 衍生品等多元化应用，并深度布局线下沉浸式文旅项目，推动 LED+AI 技术在教育、健康、文旅等领域的全面渗透。

为进一步聚焦 LED+AI 赛道，加速技术应用落地，公司计划将 LED+AI 业务进行战略拆分，成立独立运营单元。未来，公司将以更专业的团队和资源配置，持续深耕 LED+AI 端侧生态建设，加速 LED+AI 应用向 C 端市场渗透，致力于为用户提供更智能、更具情感温度的交互体验，巩固公司在 LED+AI 领域的领先地位。

4、主动实施扩产部署，保障全球供应，进一步夯实先进制造交付能力

基于公司光显产品的应用场景与市场需求持续扩大，结合当前内外部形势的发展情况，为保障公司产品在国内区域间及全球市场上保持快速响应的能力及均衡发展，夯实供应交付平台，经谨慎考量，2025 年度，公司拟在内陆区域布局 Micro 及 Mini LED 显示和照明产能基地；同时，拟于美国继续发展并强化子公司的生产制造平台，导入先进工艺建设自动化平台，以确保公司在全球的供应与交付更安全稳定并更快速响应国际客户需求，夯实产品交付基本面，提升市场竞争力。

5、内部主动变革，持续降本提效，提升运营管理效率

降本增效，提升运营管理效率是企业持续健康快速发展的关键。2025 年度，公司将继续深化经营管理变革，主要包括如下：（1）调整优化内部冗余的业务流程及相关管理制度，辅以 IT 数字化建设为基础，消除减少不必要的流程环节和资源浪费，提升业务运作效率，导向构建面向市场一线快速做战的平台响应能力。

（2）持续降费用、降库存、降应收并落实到管理者的绩效考核，确保运营资产效率良性安全地发展，杜绝管理风险敞口。

6、人才战略与组织协同：推动企业稳健增长

公司计划通过精心设计的人才发展战略与组织效能提升，激发组织活力，确保公司的持续增长和市场竞争能力。公司专注于构建高效的人才管理体系，通过优化考核与激励机制，确保员工的努力与公司目标一致，让奋斗者获得合理的回报。公司基于业务规划调整组织结构，以提高决策效率和权责匹配的顺畅性。同时，持续推进干部梯队建设和高潜人才快速发展计划，引入和培育关键领域的专家，提升产品竞争力。还将国际化人才布局作为专题立项，以支持公司的全球业务拓展。通过这些综合措施，公司旨在打造一个支撑企业长远发展的人才库，同时提升组织效能，为公司的持续增长和行业领导地位提供坚实的人才保障。

深圳市洲明科技股份有限公司

总经理：林洺锋

2025 年 4 月 22 日