

证券代码：300269

证券简称：联建光电

公告编号：2026-006

# 深圳市联建光电股份有限公司 2025 年年度报告摘要

## 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。

信永中和会计师事务所（特殊普通合伙）对本年度公司财务报告的审计意见为：标准的无保留意见。

非标准审计意见提示

适用 不适用

公司上市时未盈利且目前未实现盈利

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

公司经本次董事会审议通过的利润分配预案为：以 549,113,825 为基数，向全体股东每 10 股派发现金红利 0 元（含税），送红股 0 股（含税），以资本公积金向全体股东每 10 股转增 0 股。截至报告期末，母公司存在未弥补亏损。

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	联建光电	股票代码	300269
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	何浩彬	-	
办公地址	深圳市南山区深圳湾科技生态园二区 9 栋 B4 座 16 楼		
传真	-	-	
电话	0755-29746682	-	
电子信箱	dm@lcjh.com	-	

### 2、报告期主要业务或产品简介

公司 LED 显示业务主要为国内外客户提供 LED 高端显示设备及显控系统的研发、制造、工程安装和售

后服务等整体解决方案。公司产品以 LED 小间距显示产品为核心，形成专业显示、通用显示、商业显示、租赁显示、户外显示、会议显示六大产品线。公司产品及解决方案广泛应用于指挥监控调度、大数据中心、公共交通及信息发布、企业展示及会议、商业零售、户外广告、广电演播室、舞台租赁及体育赛事等细分市场，可为军队、党政机关、公检法、交通、能源、广电、人防、教育、体育等领域提供专业的数字显控系统解决方案。未来，公司在持续深耕 LED 显示新型领域，不断提升产品竞争力的基础上，将集中优势资源投入核心产品/场景创新、大客户深度服务与品牌影响力深化，重场景、重应用、重协同，逐步完成从传统 LED 显示产品制造商向“产品+服务”一体化场景解决方案提供商的转型。借助产品创新、技术创新、智能制造、产业链协同与精益管理，为后续全球化、本土化布局打好基础，实现公司高质量、可持续发展。

### 主要产品及其用途

产品类别	应用领域	主要产品
专业显示	主要应用于中高端指挥监控调度（公安、消防、刑侦、交通、能源、军队等）、大数据中心（政府智慧城市等）、专业演播厅等场景。	指挥中心可视化解决方案、广电演播室显示解决方案、室内外裸眼 3D 显示解决方案、智能会议显示解决方案、XR 应用显示解决方案、数字传媒解决方案、商业综合体 LED 光显应用解决方案、智慧灯杆屏解决方案、体育竞技显示解决方案、机场显示解决方案、智慧党建显示解决方案等。
通用显示	主要应用于通用的企业及政府事业单位展厅、报告厅、小型指控中心、大数据中心等场景。	
商业显示	主要应用于商场内品牌零售店商品展示、品牌形象宣传等场景。	
租赁显示	主要应用于舞台演艺、展览展示、文娱活动等场景。	
户外显示	主要应用于商场外墙、交通枢纽外墙等发布户外广告等信息的场景。	
会议显示	主要应用于企业及政府事业单位会议室、报告厅、多功能厅等场景。	

报告期内，重大案例展示：



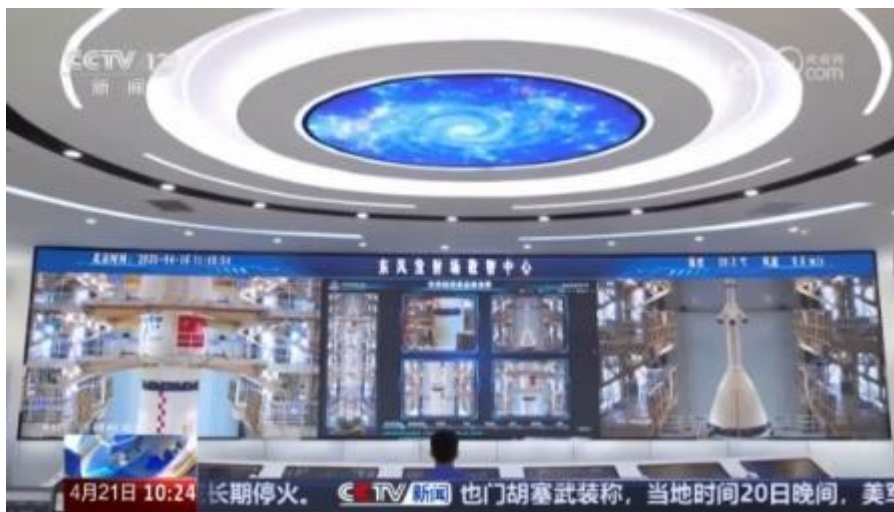
黑龙江面积最大的裸眼 3D 屏



汕头小公园新地标



西班牙演唱会



2025 神舟载人飞船发射场



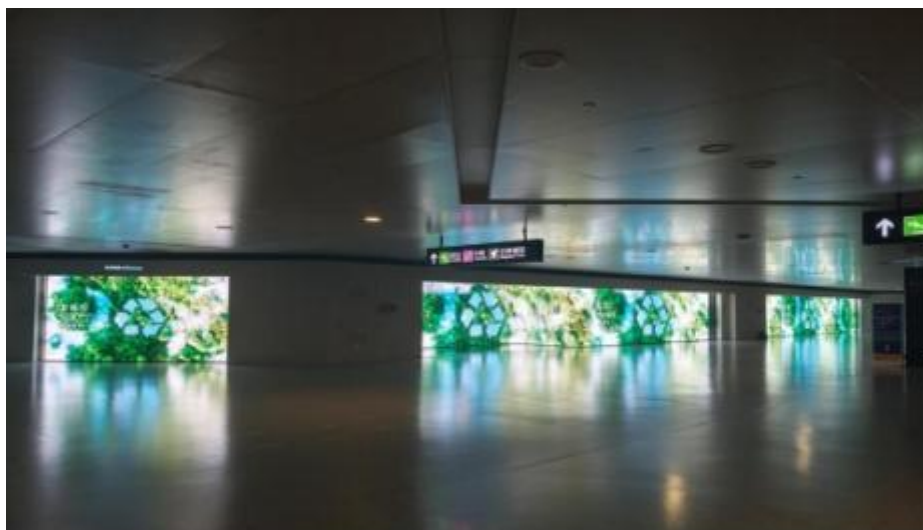
海南省气象预警中心



哈尔滨冰雪大世界



意大利数字艺术馆



上海虹桥机场 T2 航站楼



加拿大电视台

### 3、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	665,462,320.49	796,575,675.73	-16.46%	1,050,755,473.03
归属于上市公司股东的净资产	95,414,486.44	89,938,062.89	6.09%	63,005,259.86
	2025 年	2024 年	本年比上年增减	2023 年
营业收入	511,818,446.82	665,483,656.24	-23.09%	980,644,169.65
归属于上市公司股东的净利润	8,534,314.71	6,340,256.15	34.61%	8,458,368.86
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	-8,630,421.35	-12,149,811.37	28.97%	-20,965,901.52
经营活动产生的现金流量净额	-40,853,026.72	133,157,365.94	-130.68%	1,629,511.37
基本每股收益（元/股）	0.0155	0.0115	34.78%	0.0154
稀释每股收益（元/股）	0.0155	0.0115	34.78%	0.0154
加权平均净资产收益率	9.21%	7.48%	1.73%	14.34%

#### (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	105,418,398.91	136,526,069.04	139,682,609.25	130,191,369.62
归属于上市公司股东的净利润	-4,472,673.64	2,301,582.10	20,405,763.61	-9,700,357.36
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	-7,080,262.39	443,640.39	13,142,029.67	-15,135,829.02
经营活动产生的现金流量净额	-8,305,621.33	-3,488,046.43	-15,464,940.20	-13,594,418.76

上述财务指标或其加总数是否与公司已披露季度报告、半年度报告相关财务指标存在重大差异

是 否

### 4、股本及股东情况

#### (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	54,669	年度报告披露日前一个月末普通股股东总数	57,332	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	持有特别表决权股份的股东总数（如有）	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			
广东南峰投资有限公司	境内非国有法人	15.23%	83,649,380.00	0.00	不适用	0.00			
何吉伦	境外自然人	2.90%	15,912,301.00	15,912,289.00	质押 冻结	15,912,289.00 15,912,301.00			
李小娜	境内自然人	1.61%	8,819,530.00	0.00	不适用	0.00			
张艳君	境内自然人	1.56%	8,559,930.00	0.00	不适用	0.00			
朱贤洲	境内自然人	0.86%	4,706,526.00	766,526.00	不适用	0.00			
徐开东	境内自然人	0.80%	1,666,000.00	0.00	不适用	0.00			
王东明	境内自然人	0.40%	2,170,000.00	0.00	不适用	0.00			
高盛国际一自有资金	境外法人	0.35%	1,896,745.00	0.00	不适用	0.00			
BARCLAYS BANK PLC	境外法人	0.34%	1,883,918.00	0.00	不适用	0.00			
周昌文	境内自然人	0.31%	1,714,680.00	714,680.00	不适用	0.00			
上述股东关联关系或一致行动的说明	无								

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

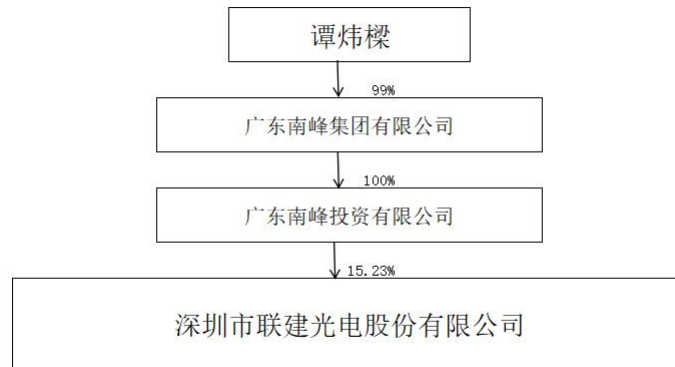
公司是否具有表决权差异安排

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**

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、主营业务分析

报告期内，公司实现营业收入 511,818,446.82 元，较上年同期下降了 23.09%；营业利润 1,198,411.40 元，较上年同期下降了 72.55%；利润总额 5,532,135.91 元，较上年同期下降了 9.50%；实现归属于上市公司普通股股东的净利润 8,534,314.71 元，较上年同期增长了 34.61%。经营活动产生的现金流量净额为-40,853,026.72 元，较上年同期下降了 130.68%；在管理层秉持并深入践行“开源节流固根基、降本增效促发展”的治理理念驱动下，公司 2025 年度管理费用、销售费用、财务费用三大费用合计 107,911,565.81 元，较去年同期下降了 19.54%，彰显公司在受经济环境和竞争态势的影响及面临激烈的市场竞争等各种挑战下，持续优化成本管控方面取得了一定的成效。

2025 年是公司“三化融合战略”中承上启下的关键之年——数字化转型年。在经历了 2024 年标准化建设的基础上，公司将以数字化为核心驱动力，全面推进内部数字化改造，借助信息化、数字化工具，全面优化公司信息化管理体系，搭建一体化数字运营平台；同时进一步优化、简化、细化内部业务流程，减少内耗与冗余，利用大数据平台、AI 工具等现代化方式，全面提升运营效率，促进业务良性发展。面对 LED 显示行业竞争加剧、市场供大于求的宏观环境，公司始终锚定“以客户为中心、以品质为初心”的核心价值，坚持聚焦主业、稳健前行，围绕 2025 年经营方针目标，全面推进各项战略举措落地实施。

(1) 两个聚集

1) 聚焦大客户，以资源倾斜驱动签单增长

报告期内，公司明确了大客户的标准，并在此基础上设立大客户短名单制。通过深入分析大客户经营状况、核心需求与合作现状，公司制定了差异化的合作策略。针对大客户的关键诉求，各相关中心负责人牵头成立专项服务小组，实施倾斜性资源配置，有效提升资源利用效率与客户满意度，进一步增强大客户的合作黏性，推动大客户签单占比显著提升。

## 2) 聚焦大项目，以体系保障确保高效交付

报告期内，公司进一步明确大项目标准，持续完善项目评价与管理体系，重点强化项目立项、商机评审、接单评审、产前评估等关键环节的管控，明确各阶段目标、任务及时间节点，报告期内参与并建成超过 10 项国家级/行业重大项目。同时，搭建信息共享平台，实现各部门对项目进展的实时掌握与高效协同，全面提升项目交付的效率与质量，确保大项目按时、按质、按量顺利交付。

### (2) 五个提高

#### 1) 全面提升技术产品综合实力，提高公司核心竞争力

报告期内，公司围绕“租赁、户外、商用显示”三大核心产品线，持续深化“以标准化产品为主，以大客户/大项目定制化产品为辅”的产品定位策略，不断优化产品结构与市场适配性。在纵向层面，公司全面强化产品从规划设计、供应链采购、生产制造到工程安装的全过程品控管理，在确保产品品质的同时不断优化产品功能，并加大对新技术、新材料、新工艺的引入与应用力度。通过持续提升供应商集中度、实施规模化采购等方式，有效降低产品成本。在横向层面，公司积极拓展产品应用场景，加强与产业链生态伙伴的深度合作，实施“产品+”业务拓展模式，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。与此同时，公司对客户进行精准分级分类管理，健全经销与直销并行的销售模式，加强经销商互动粘性，提升销售团队专业能力与服务水准，进一步提高销售渠道运转效率，逐步构建销售渠道竞争力。在品牌建设方面，公司加大推广力度，通过多渠道、多平台的品牌活动持续提升品牌知名度、美誉度与忠诚度，坚守品牌定位与形象维护，构建具有鲜明特色和持续竞争力的品牌形象。

#### 2) 深化开源节流与精益管理举措，通过数字化赋能持续提升人均产出效能与整体运营效率

报告期内，公司扎实推进“开源、节流、降本、增效”系列提质增效行动，把提升人均效能作为内部管理的重要抓手。公司通过引入先进管理工具与数字化手段，推动作业标准化、流程规范化，提高人均订单处理能力。报告期内公司通过强化订单全周期管理，合理排产、统筹资源、加快交付周转，明确订单交付管控目标，确保当年订单交付验收比率不低于 70%，有效提升资金周转效率与项目运营效益。

同时，公司通过对内部业务流程进行梳理、优化、简化与细化，压缩不必要的审批环节，降低内部沟通成本，减少流程内耗与工作冗余；依托制度完善、流程再造与工具赋能相结合，全面打通跨部门、跨岗位的协同链路，让内部运营更加顺畅高效，为市场拓展、项目交付、客户服务等业务开展提供坚实可靠的管理支撑。

### 3) 聚焦全链条精益管控与过程优化，持续提升企业精细化管理水平与经营效益

面对行业供需结构变化、市场竞争加剧的严峻形势，公司坚持向管理要效益、向细节要质量，全面推进精细化管理向纵深落地。公司围绕售前方案支持、售中过程管控、售后运维响应全链条提升服务效率，强化快速响应与问题闭环；生产环节推行精益生产模式，优化生产节拍、减少物料损耗、提升设备利用率，实现高效稳定生产；质量环节实施全过程质量管控，从原材料入厂、制程检验到成品出厂层层把关，确保质量稳定可靠。通过对采购、生产、销售、服务、财务等各环节实施精细化、标准化、制度化、管理，让实现管理赋能业务、效率支撑增长，以高水平精细化管理提升公司整体盈利能力与抗风险能力。

### 4) 强化目标分解闭环管理与量化考核约束，提升全员执行力度

公司始终秉持“目标引领，结果导向”、“言必行、行必果”的执行要求，把提升执行力作为保障战略落地的关键举措。公司将年度经营方针目标逐级细化分解至各个部门、各个岗位及具体责任人，关键项目明确每项任务的完成时限、交付标准、量化指标与考核要求，确保目标层层压实、责任到人到岗。并建立健全工作督办机制与复盘机制，对核心经营指标、重大项目进度、重点工作落实情况实行定期跟进复盘及考核机制。同时，公司通过优化内部沟通机制，减少信息偏差，提升协同效率，将执行成效直接与绩效考核、年度评优挂钩，做到奖优罚劣、权责对等。通过强化责任意识、狠抓过程落实、严格结果问责，确保公司各项战略部署与经营目标落地见效。

## 2、公司未来业务展望

2026 年是公司五年发展战略的关键承启之年——上承 2024 年“标准化建设”与 2025 年“数字化转型”的积淀成果，下启 2027 年“体系化构建”与 2028 年“全球化布局”的战略新篇。这一年，对于推动战略落地、实现转型升级至关重要。为锚定五年战略目标，凝心聚力落实好年度经营发展各项工作，公司持续精耕“251”经营体系（即“两个聚焦、五个提高、一个发展”），坚持结果导向，强化系统过程与管控执行。以“场景思维”驱动产品与服务创新，以智能制造升级夯实生产基础，以资源共享促进产业链高效协同，确保既定方针与目标落地见效。通过聚焦核心资源、压实各级责任，全面提升公司全价值链运营质效，扎实推动高质量可持续发展战略落实，为公司 2026 年度经营目标的圆满实现提供坚实保障。

为达成高质量、可持续发展目标，公司将坚守 LED 显示战略定位，聚焦核心产品创新、场景应用开发与大客户深度服务。通过强化场景牵引、应用落地与资源协同，加快从传统产品制造商向“产品+服务”一体化场景解决方案提供商的转型步伐，并借助技术创新、智能制造、产业链协同与精益管理等手段，以工业 4.0 的全球化布局应对外贸 2.0 新格局，构建全球部署，为后续全球化、本土化布局打好基础，实现公司高质量、可持续发展。

展望未来，公司管理层将继续秉承稳健经营、创新发展的理念，以更加饱满的热情和更加坚定的信心，与全体股东携手共进。我们坚信，在全体股东的关心和支持下，公司一定能够实现更加长远、更加稳健的发展目标，为全体股东创造更加丰厚的回报。