

深圳雷曼光电科技股份有限公司

关于未弥补亏损达到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的内容真实、准确、完整，没有虚假记载、误导性陈述或重大遗漏。

深圳雷曼光电科技股份有限公司（以下简称“公司”）于2026年4月27日召开的第六届董事会第十一次会议，审议通过了《关于未弥补亏损达到实收股本总额三分之一的议案》。经大信会计师事务所（特殊普通合伙）出具的审计报告，截至2025年12月31日，公司合并报表未分配利润为-388,799,528.56元，公司实收股本为419,510,030.00元，公司未弥补亏损金额超过实收股本的三分之一。根据《中华人民共和国公司法》及《公司章程》的相关规定，该事项需提交公司2025年年度股东会审议。

一、亏损原因

公司未弥补亏损金额超过实收股本总额的三分之一，主要系2020年度、2023年度、2024年度业绩亏损，且2025年度亏损收窄但仍未盈利所致，公司在2021年和2022年实现了盈利。亏损年度的主要亏损原因如下：

（1）近年来，受宏观市场环境变动、市场竞争加剧等因素影响，公司经营业绩呈现一定波动。部分年度毛利率阶段性承压，对相关年度盈利水平造成影响。

（2）根据企业会计准则及相关会计政策，公司于各报告期末对各类资产进行审慎减值测试，相应计提了商誉减值准备、存货跌价准备、固定资产减值准备（含老旧低效设备处置）、应收款项信用减值准备等，对当期损益造成拖累。

（3）受美元汇率波动及美国关税政策变化等外部不确定性因素影响，公司在部分年度产生较大汇兑损失。

（4）公司为推进业务长远发展，主动实施了一系列经营举措，包括加大国际化战略布局、实施跨市搬迁、加大研发投入等，导致部分年度期间费用增幅较大，收入增幅不及期间费用增幅，进而对相关年度经营成果产生影响。

二、应对措施

公司将延续二十余年深耕 LED 显示产业的核心积淀，坚守“技术为本、产品为王、生态为基”的发展理念，围绕“变革、盈利”的经营目标，锚定 Micro LED 核心技术赛道，紧抓全球超高清显示产业升级、绿色低碳转型、国际赛事红利等历史机遇，全面推进技术创新、产品升级、市场拓展与运营提效，全力打造全球领先的 Micro LED 超高清显示解决方案服务商的品牌标签，推动公司经营发展迈上新台阶。

1、深耕核心技术研发，筑牢 Micro LED 技术护城河

技术创新始终是公司的发展根基，公司将持续加大研发力度，聚焦 Micro LED 核心技术突破，巩固行业技术领先地位，力争以技术优势破解行业成本、品质、性能的“不可能三角”，在行业价格极度内卷的无序竞争中走出自己的新路子。

公司将不断深化 PSE 节能冷屏系列产品的应用广度，持续开展绿色节能技术研究，极致降低产品功耗，优化产品屏温，巩固公司产品因低功耗、低屏温而衍生出的超高稳定性和超长寿命的核心优势，向客户推荐推广节能冷屏系列产品，助力客户降低运营能耗，践行 ESG 发展理念，积极响应国家“双碳”战略目标，推动 LED 显示行业绿色低碳高质量发展。

公司将进一步聚焦 COB、MIP、COG 技术工艺的改进、迭代、升级和新品研发工作，推进芯片微缩化、巨量转移、良率效率提升等关键工艺突破，破解行业成本价格桎梏。同时加快玻璃基 Micro LED 技术的研发与验证，打通从材料、工艺到量产的全链条技术闭环，提升规模化制造能力，为商用与家用大尺寸显示的普及筑牢底层支撑。

2、全场景产品矩阵升级，紧抓行业发展机遇

公司将以市场及客户需求为导向，持续完善全场景产品生态，依托核心技术优势打造差异化产品竞争力，紧抓行业发展红利，拓宽业绩增长边界。

全面推进“高清王·冷屏大师”拳头产品的市场推广与规模化落地，依托产品高性能、高性价比、超低功耗的核心优势，深度拓展政企、金融、能源、交通、广电等专业显示市场，打造更多区域级、行业级标杆项目，推动超高清大屏在数字城市、智慧园区、应急指挥等场景的规模化应用，巩固公司在高端专显领域的市场份额。

持续完善智慧会议、智慧教育交互显示系统、户内外固装、租赁显示、创意显示产品矩阵，针对体育文旅、XR 虚拟拍摄、高清影院、商业传媒、工业可视化等细分场景打造定制化解决方案，实现全场景产品的协同增长。

立足公司在 LED 显示技术和专利方面的优势，推出极致定价的第三代超高清家庭巨幕墙产品，极致优化产品成本结构与用户体验，完善多尺寸系列化产品布局，结合线下门店沉浸式体验，深耕渠道与设计生态，推动 Micro LED 家庭巨幕墙从高端客户的别墅豪宅场景向更广泛的家庭客厅场景渗透，打开公司长期增长空间。

3、深化全球市场布局，构建多元增长格局

公司将持续推进全球化发展战略，优化全球市场布局，对冲单一或局部市场波动风险，打造国内国际双循环协同发展的市场格局，推动海外业务成为公司核心增长极。

在稳固北美、亚太核心市场基本盘的基础上，同步加速欧洲、拉美、东南亚、中东、非洲等新兴市场拓展，持续提升新兴市场业务占比，有效抵御地缘政治冲突与贸易政策变动带来的外部市场风险。持续强化海外区域团队建设，健全本地化营销、技术支撑与售后服务体系，结合各区域市场差异化需求，打造定制化产品与综合解决方案，全面提升品牌本地化适配与服务能力。持续优化海外供应链布局与资源配置，提升跨境运营效率与交付能力，推动海外业务营收规模与盈利水平双提升。

构建“大客户战略+爆品战略+品牌渠道战略+ODM 渠道战略”四位一体的全球化销售体系，组建跨部门协同的大客户专项营销服务小组，以爆品战略为牵引，采用“ODM 渠道+品牌渠道”双轨并行的模式，以有效的拓客激励机制拓展国内外合作伙伴，完善全球渠道网络布局。

积极参与国内、外的重要行业展会，增加品牌露出和产品展示交流，依托新品上市宣导、标杆项目落地、技术交流合作、客户使用反馈、行业展会或赛事联动等多元化契机，在国内、外建设的产品展厅或特定场合常态化举办各种开放日活动及主题沙龙活动，增强客户对雷曼品牌和产品的粘性，同时通过各种主流行业媒体、线上交互工具、流量门户渠道广开国内外市场，持续提升雷曼品牌在全球超高清显示领域的知名度与行业美誉度。

4、推进降本增效与运营优化，夯实高质量发展根基

公司将持续深化精细化管理，推进全链条降本增效，优化资产结构与资金使用效率，夯实业务基础，实现经营业绩的改善。

深化与产业链上下游核心供应商的战略合作，通过规模化集中采购、动态调控物料备库规模、设计协同优化等方式，有效对冲原材料价格波动带来的成本压力。同时，通过生产工艺优化、产线自动化智能化水平提升、规模化量产等方式，在坚守产品品质底线的同时实现核心产品单位成本稳步下降，不断调整产品毛利率与定价竞争力之间的平衡点。同时加强存货全生命周期管理，合理制定安全库存，加快库存周转效率，提升资产运营质量，保障公司经营持续稳健运行。

持续优化内部管理架构与管控体系，严格把控各项费用开支，全面提升管理运行效率与资金使用效益。坚持资源聚焦原则，将运营资金与人力配置向技术研发、市场拓展等关键领域倾斜，保障战略业务高效推进。

借助日渐强大的 AI 工具，对内加快智能化管理系统的建设、完善与应用落地，以数字化、智能化手段提升公司各业务及职能端口的工作效率；对外密切关注人工智能与 LED 产业的结合发展趋势，积极挖掘优质投资机遇，布局行业前沿技术生态，为公司长期发展培育新动能。

三、备查文件

- 1、第六届董事会第十一次会议决议。

特此公告。

深圳雷曼光电科技股份有限公司

董 事 会

2026 年 4 月 27 日