

公司代码：688210

公司简称：统联精密

债券代码：118066

债券简称：统联转债

深圳市泛海统联精密制造股份有限公司
2025年年度报告摘要

第一节 重要提示

1、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 <http://www.sse.com.cn/> 网站仔细阅读年度报告全文。

2、重大风险提示

本公司已在本年度报告中详细阐述在生产经营过程中可能面临的相关风险，详情请查阅本报告第三节、四、“风险因素”部分的相关内容。

3、本公司董事会及董事、高级管理人员保证年度报告内容的真实性、准确性、完整性，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担个别和连带的法律责任。

4、公司全体董事出席董事会会议。

5、容诚会计师事务所（特殊普通合伙）为本公司出具了标准无保留意见的审计报告。

6、公司上市时未盈利且尚未实现盈利

是 否

7、董事会决议通过的本报告期利润分配预案或公积金转增股本预案

鉴于公司2025年度归属于上市公司股东的净利润为负，根据《公司章程》及《未来三年（2025-2027年）股东分红回报规划》，结合公司目前经营发展情况和新项目需要投入的资金需求，为保持公司稳健发展，更好地维护全体股东的长远利益，经公司审慎研究讨论决定，公司2025年度拟不进行现金分红，不以资本公积金转增股本，不送红股。

母公司存在未弥补亏损

适用 不适用

8、是否存在公司治理特殊安排等重要事项

适用 不适用

第二节 公司基本情况

1、公司简介

1.1 公司股票简况

适用 不适用

公司股票简况				
股票种类	股票上市交易所及板块	股票简称	股票代码	变更前股票简称
人民币普通股A股	上海证券交易所科创板	统联精密	688210	不适用

1.2 公司存托凭证简况

适用 不适用

1.3 联系人和联系方式

	董事会秘书	证券事务代表
姓名	黄蓉芳	唐磊
联系地址	深圳市龙华区观湖街道松轩社区环观中路282号厂房四101、B栋一楼、D栋（整栋）	深圳市龙华区观湖街道松轩社区环观中路282号厂房四101、B栋一楼、D栋（整栋）
电话	0755-23720932	0755-23720932
传真	0755-23729835	0755-23729835
电子信箱	Stocks@pu-sz.com	Stocks@pu-sz.com

2、报告期公司主要业务简介

2.1 主要业务、主要产品或服务情况

公司专业从事高精度、高密度、形状复杂、外观精美的精密零部件的研发、设计、生产及销售。公司以MIM工艺为起点，围绕新材料的应用，在能力边界内不断完善覆盖材料、模具、工艺、设备、自动化的全链条技术体系，逐步打造精密零组件综合技术解决方案平台。目前，公司具有MIM、四轴/五轴CNC加工、激光加工、线切割、车铣复合、压铸、冲压、精密注塑、3D打印、半固态压铸、液态金属等多样化精密零部件制造能力，覆盖不锈钢、钛合金、镁合金、铝合金、钛铝合金、塑胶等材料的应用。公司多元化技术路线布局有利于公司提升研发实力、推动技术能力跃升、强化客户粘性、丰富公司产品线，形成新的业务增长点。

报告期内，公司产品主要应用于消费电子领域，涉及平板电脑、笔记本电脑、台式电脑、智能触控电容笔、智能穿戴设备、航拍无人机、运动相机、折叠屏手机等，具体产品类型包括：

- 1、折叠屏手机：支撑件、活动杆、定位块、轴盖等铰链相关的精密零部件；
- 2、平板电脑、笔记本电脑：电源支撑件、音量支撑件、摄像头支架、Lightning 和 Type C 电源接口件等精密零部件；
- 3、智能触控电容笔：套筒、插头、穿线长管、装饰环等精密零部件；
- 4、智能穿戴设备：TWS 耳机：耳机、充电盒外壳、翻盖转轴、电源支撑件等精密零部件。智能手表表壳、智能戒指内外壳、头戴式耳机配件等精密零部件；
- 5、无人机：转轴支架、云台配重块等精密零部件。

报告期内，公司凭借具有创新性的精密零部件技术解决方案以及可靠的产品质量，成功切入人形机器人、卫星通信及新型智能穿戴设备（如AI眼镜）等新兴领域，具体产品类型包括：

- 1、人形机器人：关节驱动零部件，电机零部件，减速器零部件，灵巧手零部件、本体结构零部件等。
- 2、卫星通信信号接收器：外观件。
- 3、AI眼镜：镜框结构件、精密连接件。

报告期内，公司的技术路线及业务布局如下：



2.2 主要经营模式

1、采购模式

公司采购主要包括生产物资采购、外协加工服务采购以及其他物资采购等三大类。生产物资主要包括金属棒材（钢材、铝材）、金属粉末、粘结剂、喂料、塑料粒子以及吸塑盘、包装盒等包装材料，氮气、氩气等生产辅助物资，以及水、电等能源物资。外协加工服务主要为非核心工序的加工服务。其他物资主要为生产设备、仪器、工装模具、治具等。公司根据生产需求自主采购，并由计划部负责对采购需求进行控制与管理。

2、生产模式

公司生产的精密零部件产品具有定制化特点，不同客户、不同应用终端、不同的产品型号对产品的需求各不相同。因此，公司采用“以销定产”的定制化生产模式。业务部将客户的需求转化为内部订单，计划部结合产品需求、生产周期、产能情况等因素排配生产计划并交由生产部进行实施，由品质保证部对产品进行全流程检验，确保产品品质满足客户需求。整个生产过程中，业务部、计划部、生产部、品质保证部等部门良好的跨部门协作，确保了品质稳定、交期可靠的生产达成及客户需求达成。

3、研发模式

公司主要围绕客户的需求和对新技术的探索投入研发。结合客户对产品的需求，公司将研发成果直接应用或指导生产，能有效缩短新产品开发、生产周期，帮助公司获得更多市场份额。公司持续保持对市场需求的敏感度，通过对行业新技术的探索，更好地适应市场变化，也有利于发现和拓展新的业务机会。这种研发带动销售、销售保障研发的循环模式，使得公司能够保持竞争优势，持续为客户提供更具创新性和市场竞争力的产品和服务，不仅保证了公司稳定的盈利水平，也推动了公司持续创新发展。

4、销售模式

公司采取直接销售模式。根据终端客户的需求进行产品研发，公司在通过终端客户的产品验证、认可后进行量产。公司直接客户则主要为终端品牌商指定的产业链的组装制造服务商。根据直接客户的订单或需求计划，公司交付定制化产品，再由直接客户集成后销售给终端品牌商。

2.3 所处行业情况

(1). 行业的发展阶段、基本特点、主要技术门槛

a.公司所处行业

根据中国证监会《上市公司行业分类指引（2012年修订）》，按产品性质分类，公司所处行业为“金属制品业（C33）”；按产品用途分类，公司所处行业为“计算机、通信和其他电子设备制造业（C39）”。其中，根据科技部、财政部、国家税务总局联合发布的《国家重点支持的高新技术领域》，公司生产的MIM精密零部件产品也属于“四、新材料”之“（一）金属材料”之“4、纳米及粉末冶金新材料制备与应用技术”中的“高精密度金属注射成形（MIM）技术”领域。此外，根据2016年国务院印发的《“十三五”国家战略性新兴产业发展规划》，公司正在研究和储备、并小批量应用的3D打印技术属于“高端装备与新材料产业”之“增材制造产业链”。

b.公司所处行业发展情况

近年来，在技术创新、需求多元化、品牌产品持续优化以及AI技术深度渗透的共同驱动下，全球消费电子行业进入快速变革与结构性成长的关键时期。作为经济社会中技术集成度最高、进步速度最快的领域之一，消费电子行业依托技术创新、消费需求细分升级以及头部品牌持续迭代产品，行业整体保持稳定发展态势，产品更新换代节奏显著加快，为上游精密结构件制造领域带来持续增长动力。

随着端侧AI技术在智能手机、PC、XR设备、智能可穿戴设备和物联网（IoT）终端中的加速落地，正成为驱动行业新一轮成长的核心引擎。相关终端产品在硬件配置、软件算法、产品形态及功能版本上实现全面升级，AI算力、感知交互、多场景协同等创新应用不断普及，有效激发了消费者对升级版设备的重新购置与替换需求，推动行业从存量竞争转向创新驱动的增量发展。据Fortune Insights数据显示，2024-2032年该全球消费电子市场规模将以7.63%的年均复合增长率从8,151.60亿美元增长到14,679.40亿美元。

从市场规模与结构来看，全球消费电子市场韧性充足，中国市场规模稳步扩大，高端化、精密化、集成化成为行业主流发展方向。折叠屏手机、轻量化智能穿戴、新型IoT终端等产品快速普及，带动内部结构件向微型化、复杂化、高强度、高可靠性方向升级，对金属粉末注射成形（MIM）、精密机加工等核心工艺需求持续提升。

整体而言，消费电子行业正处于技术变革与需求升级叠加的重要阶段，创新品类不断涌现、产品性能持续跃升、供应链向高端化集中，具备技术研发实力、规模化交付能力及深度绑定头部客户的精密零部件企业，将在行业结构优化过程中充分受益，实现与下游终端产业的协同成长。

c.主要技术门槛

精密零部件行业生产环节复杂、涉及设备类型多样，且需根据客户差异化需求匹配多元化加工工艺。同时，企业需针对客户个性化定制需求开展模具开发与产品生产，不同客户乃至同一客户的不同产品，在模具参数、产品参数上均存在较大差异，整体技术门槛较高。行业对加工工艺的丰富性、加工精度、自动化水平及在线自动检测技术的先进性均提出了较高要求。此外，精密零部件下游应用领域产品迭代加速，下游品牌客户对制造企业的快速开发能力也提出了更高标准。

与此同时，行业内各类工艺流程持续优化升级，企业在新产品研发过程中通过解决各类技术问题积累的工艺数据、实践经验与核心技术，共同构成了行业技术壁垒。

(2). 公司所处的行业地位分析及其变化情况

报告期内，公司在行业内相关领域仍处于领先地位，未发生重大变化。

(3). 报告期内新技术、新产业、新业态、新模式的发展情况和未来发展趋势

报告期内，公司专注于高精度、高复杂度、高外观要求的精密零部件的研发及生产制造。近年来，随着技术的进步与市场需求的变化，公司产品所处下游出现了很多新兴应用终端，如人形机器人、卫星通信信号接收器以及 AI 眼镜等。

a. 人形机器人

根据工信部在 2023 年 11 月发布的《人形机器人创新发展指导意见》，强调聚焦 3C、汽车等制造业重点领域，提升人形机器人工具操作与任务执行能力，打造人形机器人示范产线和工厂，在典型制造场景实现深度应用。面向结构化生产制造环节，推动人形机器人在装配、转运、检测、维护等工序的应用和推广。面向非结构化生产制造环节，加强人形机器人与设备、人员、环境协作交互能力，支撑柔性化、定制化生产制造。《2025 年政府工作报告》首次将“具身智能”纳入国家战略性新兴产业布局，形成全方位政策支撑体系。2026 年《政府工作报告》首次提出培育具身智能等未来产业，“十五五”规划也将机器人列为战略性新兴产业重点发展方向。

在人工智能技术持续突破与终端应用快速迭代的驱动下，人形机器人产业进入政策体系完善、核心技术突破、商业化量产加速的关键阶段，逐步从实验室原型验证迈向小批量落地与规模化推广周期，供应链体系同步重构升级，行业边界与竞争格局迎来深刻重塑。

根据 IDC 的近期报告，2025 年人形机器人全球市场出货量近 1.8 万台，同比激增 508%，销售额达 4.4 亿美元。预计 2026 年全球智能机器人硬件市场近 300 亿美元，中国具身智能市场将超 110 亿美元，应用场景扩至 3 倍以上，工业制造为核心方向。

从应用场景分布来看，人形机器人市场当前呈现出集中度较高、逐步多元化的发展特征。2025 年，市场需求主要由文娱商演、教育科研和数据采集等场景驱动，这些场景强调展示效果、交互体验或技术验证，成为人形机器人商业化落地的核心动力。随着感知、控制和 AI 算法突破，系统稳定性提升和成本逐步下降，模块化轻量化设计降低部署门槛，工业、物流及其他垂直行业应用的市场空间有望进一步打开，向规模化落地。

根据高工机器人产业研究所（GGII）数据，未来十年，全球人形机器人市场有望持续增长，到 2035 年，全球人形机器人市场销量将超过 500 万台，市场规模将突破 4,000 亿元，2025-2035 年复合增速达 51.7%

b. 卫星通信信号接收器

随着数字经济的快速扩张，全球对宽带通信的需求呈现“全覆盖、高速率、低时延”的趋势，地面通信网络的覆盖局限逐渐凸显，卫星通信成为填补覆盖空白、满足多元化需求的重要解决方案，市场需求持续爆发。

国外方面，科技巨头瞄准卫星通信市场，加快投资及商业化步伐。美国太空探索技术公司（SpaceX）2014 年提出的低轨互联网星座计划星链（Starlink），Starlink 星座规划发射总规模 4.2 万颗卫星。星链 Starlink 当前处于组网过程中，致力于为用户提供高速且稳定的卫星宽带服务。截至 2025 年 8 月 7 日，Starlink 在轨卫星 8,046 颗。截至 2023 年底，星链全球用户数量超过 230 万。截至 2026 年 4 月，Starlink 在轨卫星数量已达 9395 颗，用户超过 920 万，覆盖全球 70 余个国家和地区。延迟约 26 毫秒，下行速率 200Mbps 以上，已进入消费级宽带互联网的可用区间。同时，亚马逊也正在快速推进其低地球轨道卫星通信项目（Amazon Leo）。该项目计划部署超过 3,200 颗卫星，旨在为全球目前缺乏可靠网络连接的偏远地区、以及企业、政府和学校等机构提供高速、低延迟的宽带服务。其服务通过多种终端设备提供，其中面向个人和轻型企业的 Leo Nano 终端下载速度可达 100 Mbps，而面向企业或航空海运等场景的旗舰 Leo Ultra 终端速度则可高达 1 Gbps。Amazon Leo 深度集成了亚马逊云服务(AWS)，能为客户提供从卫星连接到云计算的一体化解决方案。该服务已于 2026 年 4 月启动企业测试版，并计划于 2026 年年中正式投入商业运营。

国内方面，2025 年 8 月 27 日，工业和信息化部发布《关于优化业务准入促进卫星通信产业发展的指导意见》，提出到 2030 年，产业基础设施、产业供给、技术标准、国际合作等综合发展

水平显著提升，手机直连卫星等新模式新业态规模应用，发展卫星通信用户超千万。按计划，中国星网将在 2029 年底前发射约 1,300 颗卫星，2035 年完成约 1.3 万颗卫星的整体部署目标，当前实际已发射的卫星数量还不到规划总量的 1%，距离上万颗卫星目标仍有较大差距。无论卫星数量最终达到多少，由于 Ka 频段对天线精度要求更高，与 Ku 频段终端不能通用，只要中国星网于 2026 年 6 月商用，Ka 频段地面接收终端和网络设备的采购就会发生。根据中国星网首期 168 组网的规模测算，预计 2026-2027 年配套地面终端及网关站的市场规模约在 60-80 亿元区间。

随着卫星通信的星座部署加快，覆盖能力显著提升，推动卫星通信从专业应急领域向全民通用基础设施转型，形成天基互联网、手机直连、卫星物联网一体化发展趋势，覆盖偏远通信、海洋航空、灾害应急、消费电子、工业互联网等多元场景。与此同时，随着卫星通信网络的逐渐推动终端需求从专业领域向消费级市场渗透，带动着卫星通信信号接收器市场正从“专业设备”走向“大众消费品”，促进了卫星通信信号接收器的市场需求也呈现快速增长。根据 Research Nester 的近期报告，卫星通信信号接收器市场规模 2025 年为 374.5 亿美元，预计 2026 年增长至 406.5 亿美元，到 2035 年将达到 928.1 亿美元，在预测期（即 2026 年至 2035 年）内，复合年增长率约为 9.5%。

c. AI 眼镜

AI 眼镜是以第一人称视角拍摄记录生活、分析生活的穿戴设备。AI 眼镜的出现，将推动 AI 进入“主动智能”时代。过去是用户下指令给 AI，AI 再回复，这是一种偏向于被动响应。未来，通过 AI 眼镜，用户不再需要学习如何操作 AI 眼镜，而是 AI 眼镜通过监测眼动追踪、生物信号与环境声场，主动理解并预判用户需求，更加偏向于主动服务。交互范式将进一步从“人适应工具”向“工具适应人”转变。由于 AI 眼镜具有“第一视角感知、双手解放、实时增强”三大核心能力，解决了智能手机无法触达的深层痛点，被认为可能接棒智能手机，成为下一个爆发的超级应用。

2025 年下半年，各大厂商 AI 眼镜发布更加密集，开启了“百镜大战”，华为、小米、百度、阿里、理想、Rokid 等品牌密集发布新品，平均每 9 天即有一款新品上市。根据国际数据公司（IDC）最新发布的报告，2025 年全球 AI 眼镜市场出货量 1477.3 万台，同比增长 44.2%。其中，中国 AI 眼镜市场表现尤为突出，2025 年中国智能眼镜市场出货量 246.0 万台，同比增长 87.1%，轻量化和 AI 接入成为标配。

2026 年，字节跳动、谷歌、苹果等巨头也将加入战局，形成“科技巨头+专业厂商+跨界玩家”的多元竞争格局。IDC 预计全球 AI 眼镜出货量为 2,368.7 万台，同比增长 72.0%。其中，中国 AI 眼镜市场预计出货量为 491.5 万台，同比增长 77.7%。

目前，智能眼镜行业已从“技术验证”阶段迈入“场景落地”阶段，司机导航、交警执勤、医疗辅助、工业巡检等领域已形成可复制的商业模式，而美食推荐、公交查询、室内导航等生活服务场景正在加速普及。但是智能眼镜从“极客玩具”走向“大众工具”，必须在“重量、续航、算力”的不可能三角中寻找平衡。其中，轻量化是第一道生死线。要实现全天候佩戴，科技足够“隐形”。目前，行业普遍认为 40 克是用户可全天佩戴的重量上限。

报告期内，公司凭借工艺创新和差异化的技术解决方案，通过“老客户+新产品”以及“新客户+新产品”的方式，拓展了人形机器人、卫星通信以及 AI 眼镜等新兴赛道，在分散了单一行业周期性风险同时，也为公司积蓄了新的增长动能。

3、公司主要会计数据和财务指标

3.1 近 3 年的主要会计数据和财务指标

单位：元 币种：人民币

	2025年	2024年	本年比上年 增减(%)	2023年

总资产	2,598,542,190.55	2,180,776,351.68	19.16	2,024,567,807.20
归属于上市公司股东的净资产	1,289,486,770.43	1,277,691,164.39	0.92	1,195,703,443.10
营业收入	856,756,996.59	814,095,190.04	5.24	561,718,790.19
扣除与主营业务无关的业务收入和不具备商业实质的收入后的营业收入	844,436,659.11	802,294,765.87	5.25	557,078,727.88
利润总额	-2,534,453.33	86,453,544.98	-102.93	70,775,889.95
归属于上市公司股东的净利润	-4,731,525.17	74,633,058.79	-106.34	58,771,613.84
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	-8,180,897.33	71,600,259.35	-111.43	52,503,489.23
经营活动产生的现金流量净额	184,552,253.65	224,110,885.10	-17.65	139,008,406.65
加权平均净资产收益率(%)	-0.37	6.05	减少6.42个百分点	4.78
基本每股收益(元/股)	-0.03	0.47	-106.38	0.37
稀释每股收益(元/股)	-0.03	0.47	-106.38	0.37
研发投入占营业收入的比例(%)	12.51	11.98	增加0.53个百分点	14.71

3.2 报告期分季度的主要会计数据

单位：元 币种：人民币

	第一季度 (1-3 月份)	第二季度 (4-6 月份)	第三季度 (7-9 月份)	第四季度 (10-12 月份)
营业收入	173,957,583.38	228,123,187.70	239,557,108.42	215,119,117.09
归属于上市公司股东的净利润	2,742,739.43	2,130,380.51	883,982.60	-10,488,627.71
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润	353,313.70	1,740,236.73	748,930.28	-11,023,378.04
经营活动产生的现金流量净额	40,686,711.92	32,480,038.92	57,476,676.03	53,908,826.78

季度数据与已披露定期报告数据差异说明

适用 不适用

4、 股东情况

4.1 普通股股东总数、表决权恢复的优先股股东总数和持有特别表决权股份的股东总数及前 10 名股东情况

单位：股

截至报告期末普通股股东总数(户)					5,842		
年度报告披露日前上一月末的普通股股东总数(户)					9,464		
截至报告期末表决权恢复的优先股股东总数（户）					0		
年度报告披露日前上一月末表决权恢复的优先股股东总数（户）					0		
截至报告期末持有特别表决权股份的股东总数（户）					0		
年度报告披露日前上一月末持有特别表决权股份的股东总数（户）					0		
前十名股东持股情况（不含通过转融通出借股份）							
股东名称 （全称）	报告期内 增减	期末持股 数量	比例 （%）	持有有 限售条 件股份 数量	质押、标记或冻 结情况		股东 性质
					股份 状态	数量	
杨虎	-7,033,689	27,875,906	17.22	0	无	0	境内自 然人
深圳浦特科技企业 （有限合伙）	0	10,543,448	6.51	0	无	0	其他
广东红土创业投资 管理有限公司—深 圳市人才创新创业 一号股权投资基金 （有限合伙）	-1,553,320	9,514,198	5.88	0	无	0	其他
深圳市泛海统联科 技企业（有限合 伙）	-2,615,487	5,942,224	3.67	0	无	0	其他
中国银行股份有限公司—华夏行业景 气混合型证券投资 基金	5,501,934	5,501,934	3.40	0	无	0	其他
中国工商银行股份 有限公司—财通资 管先进制造混合型 发起式证券投资基 金	4,894,430	4,894,430	3.02	0	无	0	其他

中国建设银行股份有限公司—华富科技动能混合型证券投资基金	4,782,435	4,782,435	2.95	0	无	0	其他
中国邮政储蓄银行股份有限公司—景顺长城稳健回报灵活配置混合型证券投资基金	3,250,129	3,250,129	2.01	0	无	0	其他
华夏基金管理有限公司—社保基金四二二组合	2,530,937	2,530,937	1.56	0	无	0	其他
中信银行股份有限公司—华夏卓越成长混合型证券投资基金	2,500,827	2,500,827	1.55	0	无	0	其他
上述股东关联关系或一致行动的说明	上述股东中，杨虎系深圳浦特科技企业（有限合伙）、深圳市泛海统联科技企业（有限合伙）的实际控制人，因此，深圳浦特科技企业（有限合伙）、深圳市泛海统联科技企业（有限合伙）是杨虎的一致行动人。						
表决权恢复的优先股股东及持股数量的说明	不适用						

存托凭证持有人情况

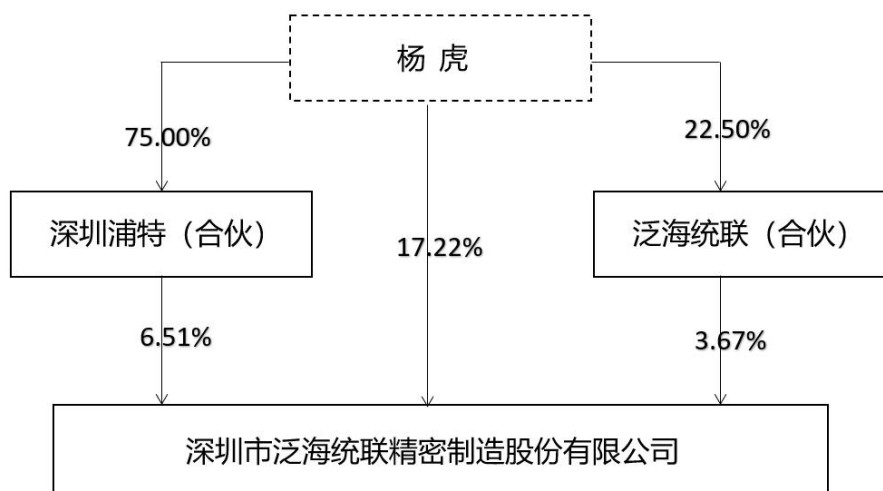
适用 不适用

截至报告期末表决权数量前十名股东情况表

适用 不适用

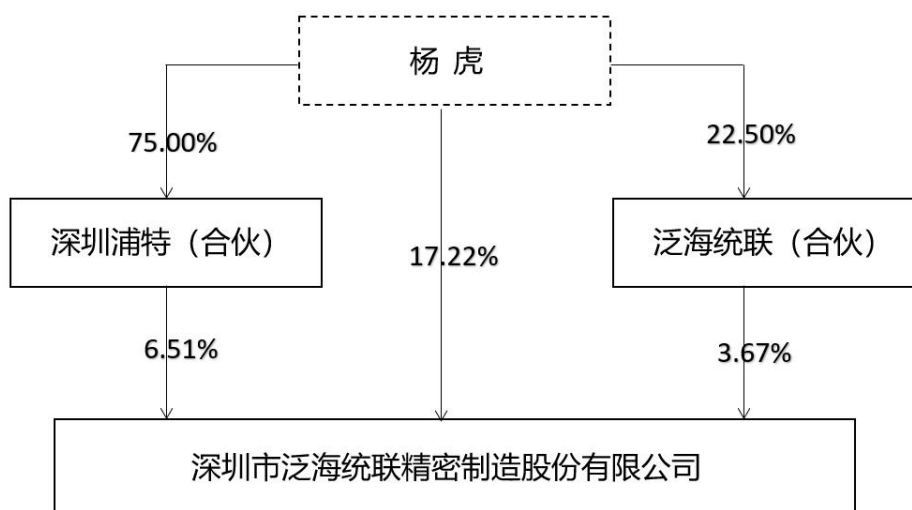
4.2 公司与控股股东之间的产权及控制关系的方框图

适用 不适用



4.3 公司与实际控制人之间的产权及控制关系的方框图

适用 不适用



4.4 报告期末公司优先股股东总数及前 10 名股东情况

适用 不适用

5、公司债券情况

适用 不适用

第三节 重要事项

1、公司应当根据重要性原则，披露报告期内公司经营情况的重大变化，以及报告期内发生的对公司经营情况有重大影响和预计未来会有重大影响的事项。

2025 年度，公司实现营业收入 85,675.70 万元，同比增长 5.24%，其中，MIM 产品收入为 27,728.47 万元，同比下降 12.99%，其他金属工艺制品及塑胶制品收入为 54,915.80 万元，同比增长 19.45%；实现归属于上市公司股东的净利润为-473.15 万元，同比下降 106.34%，实现归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润-818.09 万元，同比下降 111.43%。

2、公司年度报告披露后存在退市风险警示或终止上市情形的，应当披露导致退市风险警示或终止上市情形的原因。

适用 不适用