

证券代码：300269

证券简称：联建光电

## 深圳市联建光电股份有限公司 投资者关系活动记录表

编号：2026-002

投资者关系活动类别	<input checked="" type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 路演活动 <input type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 其他 _____
参与单位名称及人员姓名	深圳民沣资产管理有限公司 黄海山 长江证券 刘祥 东方财富证券 梁英钰 深圳铭云智通技术公司 张云银 深圳市聚联汇投资有限公司 曹华 初華资本有限公司 李献红 中天国富证券有限公司 李玉田 亚太汇金基金管理（深圳）有限公司 滕涛 个人投资者：王杏清
时间	2026年6月16日
地点	深圳市南山区深圳湾科技生态园9栋B4座16楼VIP会议
上市公司接待人员姓名	董事、董事会秘书兼财务总监 何浩彬
投资者关系活动主要内容介绍	<p>何浩彬先生就公司概况、发展历程及业务情况等内容进行了介绍，并重点围绕产品应用及战略布局等方面进行讲解。随后与来访者进行了沟通交流，回答了来访者关注的问题。</p> <p style="text-align: center;"><b>一、公司基本情况介绍</b></p> <p>公司LED显示业务聚焦高端显示设备及显控系统领域，为客户提供研发、制造、工程安装及售后一体化整体解决方案，</p>

产品覆盖专业显示、通用显示、会议显示、商业显示、户外显示、租赁显示六大产品线。

2026 年是公司五年发展战略的关键承启之年，也是从“标准化建设”“数字化转型”迈向“体系化构建”“全球化布局”的重要转折点。公司将围绕“251 经营体系”（两个聚焦、五个提高、一个发展），坚持结果导向，强化过程管控与执行落地。重点以“场景思维”驱动产品与服务创新，持续推进智能制造升级，深化产业链资源共享与高效协同，全面提升全价值链运营质效，确保 2026 年经营目标如期达成，为后续全球化布局夯实基础。

## 二、现场互动问答环节

### 1、近年来业绩下降的原因以及后续应对举措？

**回复：**当前，LED 显示屏市场整体增量逐步放缓，行业全面进入存量竞争、产能充裕、结构内卷的深度调整阶段，市场需求趋于平稳饱和，同质化竞争加剧，产品价格持续承压。在行业整体增量萎缩与重点下游需求下行的双重压力下，公司业绩受到阶段性影响。

面对行业格局与市场需求的深刻变化，公司紧扣年度“251”经营方针目标，积极适配市场新形势，主动推进经营模式的结构优化，推动企业高质量稳健发展。针对标准化通用类产品，公司大力拓展项目制经销业务，依托各地经销商本地化资源与属地服务优势，推动市场下沉与全域覆盖。此外，公司持续推动 LED 显示业务的转型升级，以核心技术团队战略投资合作为外延抓手，以核心人才的引进与梯队培养为内生动力，双轨并行，逐步改善传统单一硬件产品销售模式，向“产品+服务”一体化场景解决方案模式转型。公司聚焦高端定制化、高附加值的政企大型整体项目，通过定制化方案设计、全流程项目管控、落地调试及全周期运维服务，着力提升核心竞争力和附加价值，为公司在行业调整期中实现稳健经营和可

持续发展奠定基础。

## **2、COB 小间距与裸眼 3D 产品的市场竞争力如何？**

**回复：**公司在 COB 技术领域持续深耕，相关产品已广泛应用于专业显示领域的多元场景，能够灵活满足不同客户的精细化显示需求；裸眼 3D 属于户外显示产品线的重要应用场景之一，是公司战略性布局的应用领域，公司已在全球范围内成功打造了杭州银泰广场、丽水万达广场、杭州钱江世纪公园等众多标杆性项目，技术方案和交付能力获得市场广泛验证。当前国内裸眼 3D 显示市场已从高速增长期步入平稳发展新阶段，行业同质化竞争有所加剧。在此背景下，公司采取主动策略，在巩固高端标杆项目优势的同时，对部分回款周期较长或盈利空间承压的项目进行审慎筛选，确保风险可控。

## **3、未来有哪些新的业务增长点？**

**回复：**关于公司未来的业务增长点，主要体现在以下两个核心方向：

(1) 持续加大产品研发投入，夯实技术竞争力。

产品创新是公司发展的核心驱动力。公司将持续深耕 LED 显示主业，集中资源投入核心产品的研发与迭代。并通过对行业趋势的研判与客户需求的深度洞察，公司将进一步完善户外、租赁、商显等核心产品矩阵，夯实产品力基础，以更具差异化和竞争力的产品方案满足市场需求，巩固并提升公司在行业中的优势地位。

(2) 加速向“产品+服务”一体化解决方案提供商转型，拓宽业务边界。

在巩固传统 LED 产品制造优势的基础上，公司正逐步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战略转型。公司以“场景思维”驱动产品与服务创新，聚焦文商旅等重点场景，重场景、重应用、重协同，通过整合产品创新、技术研发、智能制造与产业链协同等资源，为客户提供

“硬件+软件+内容+服务+运营”的全链条解决方案。目前，公司已在数字文旅领域积累了丰富的标杆项目经验，成功打造了山西王莽岭景区、上海浦东美术馆、哈尔滨冰雪大世界等数字文旅标杆项目，以及杭州银泰广场、哈尔滨中央大街、汕头小公园等裸眼 3D 地标案例。公司将继续深化在文商旅场景中的一体化服务能力，实现从单一产品销售向场景化综合服务的价值跃升，助力公司可持续发展。

#### **4、面对行业价格战，公司差异化竞争优势体现在哪里？**

**回复：**面对当前 LED 显示行业的价格战，公司的应对策略并非被动卷入，而是基于清晰的战略定力，从经营理念、客户选择到战略路径三个层面构建差异化竞争优势。

在经营理念与客户选择上，公司不为了卖出产品而卷入恶性竞争，而是将资源聚焦于提升产品品质与品牌价值。从卫星发射中心到国家级地标工程，从国际顶级赛事到头部企业展厅，众多标杆案例证明了公司对品质的长期坚守，也得到了客户的高度认可。与此同时，公司实施主动的风险管理策略，优先综合能力较强的优质客户群体进行深度合作，并通过专属服务小组、战略合作等方式增强客户黏性。对于回款周期过长、风险收益不匹配的项目，公司保持谨慎甚至主动放弃，以“有所为、有所不为”的筛选机制保障公司可持续性发展。

在战略路径上，公司严格执行“251”经营方针，积极推进从传统LED显示屏制造商向“产品+服务”一体化场景解决方案提供商的战略转型。公司以“标准化为主、定制化为辅”，在标准化产品领域通过规模化降本增效，在定制化领域通过深度理解客户场景需求，提供从方案设计到交付运维的全链条服务，用产品质量及服务绑定客户、用解决方案创造不可替代性。

未来，公司将继续坚守品质底线、优化客户结构、深化战略转型，巩固并扩大差异化竞争优势，以高质量发展回报广大投资者的信任与支持。

附件清单(如有)	
日期	2026年6月17日