

证券代码：300269

证券简称：ST 联建

公告编号：2022-023

深圳市联建光电股份有限公司 2021 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。

除下列董事外，其他董事亲自出席了审议本次年报的董事会会议

未亲自出席董事姓名	未亲自出席董事职务	未亲自出席会议原因	被委托人姓名
-----------	-----------	-----------	--------

广东亨安会计师事务所（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。

本报告期会计师事务所变更情况：公司本年度会计师事务所由大信会计师事务所（特殊普通合伙）变更为广东亨安会计师事务所（普通合伙）。

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普通股利润分配预案或公积金转增股本预案

适用 不适用

公司计划不派发现金红利，不送红股，不以公积金转增股本。

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	ST 联建	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	深圳市宝安区 68 区留仙三路安通达工业园厂区四号厂房 2 楼		
传真	0755-29746765		
电话	0755-29746682		
电子信箱	dm@lcjh.com		

2、报告期主要业务或产品简介

1、LED 显示业务

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、会议显示、商业显示、户外显示、租赁显示六大产品线。主要应用于指挥监

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、广电演播室及舞台租赁等细分市场，可为军队、党政机关、公检法、交通、能源、广电、人防、教育等领域提供数字显控系统解决方案。公司立足小间距领先优势基础，以“7X23”应用场景矩阵模型，推动LED显示屏从最初的户外广告大屏，逐步进入到Mini-LED、Micro-LED、裸眼3D、会议一体机等新型热点应用领域，截至目前，公司已完成Mini/Micro-led（微间距）、户外显示（裸眼3D大屏）、会议显示（会议一体机）等相关新型热点市场领域所对应的产品立项及研发工作，其中公司作为裸眼3D大屏的领军企业，已在全球范围内打造了众多裸眼3D大屏，树立多个标杆案例。未来公司将持续深耕LED显示新型领域市场，提升产品竞争力，推进公司战略目标的实现。

产品类别	应用领域	解决方案
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、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；	
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；	
租赁显示	主要应用于舞台演艺、展览展示、体育赛事、文娱活动等场景；	

2、数字营销业务

（1）联动精准

联动精准为客户提供基于移动互联网的精准传播和精准营销的解决方案，自主研发了服务于房地产领域的ADUU广告投放平台，并获得了腾讯社交广告在广东浙江山东等地房地产行业独家代理牌照，联动精准的专业运营能力、效果转化能力在腾讯社交广告房地产领域中名列前茅；同时联动精准持有腾讯LKA品牌核心代理牌照，与多家如今日头条、小红书、快手等大型平台长期合作，专注金融领域和商业零售领域融媒体全案营销业务，是太平保险、建设银行、央行清算中心、华润、万达等的主流长期服务商。

（2）爱普新媒

爱普新媒立足于移动互联网行业并专注于移动广告业务，以综合自媒体矩阵为载体的推广和以移动营销大数据平台为基础的广告推广为主要业务。其自主研发的多款高品质App产品（如：天气预报、掌中汇率、好用换算器、每日星晴等）所组成的广告投放媒体集合，凭借持续增长的大数据用户流量以及迭代更新的综合自媒体矩阵产品，为广告投放方提供优质、高效、稳定的推广服务，为公司在互联网广告领域中形成了极具竞争力的媒体资源布局。

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

	2021 年末	2020 年末	本年末比上年末增减	2019 年末
总资产	1,550,667,242.13	1,701,866,616.82	-8.88%	2,799,925,490.87
归属于上市公司股东的净资产	158,948,850.76	104,768,384.52	51.71%	558,121,728.32
	2021 年	2020 年	本年比上年增减	2019 年
营业收入	1,030,761,821.04	1,135,055,114.98	-9.19%	3,013,565,856.08
归属于上市公司股东的净利润	61,161,481.18	-315,917,836.37	119.36%	-1,381,107,950.51
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	-72,673,002.38	-408,893,837.37	82.23%	-1,396,411,820.95
经营活动产生的现金流量净额	102,978,613.84	77,769,179.02	32.42%	122,106,117.05
基本每股收益（元/股）	0.11	-0.54	120.37%	-2.32
稀释每股收益（元/股）	0.11	-0.54	120.37%	-2.32
加权平均净资产收益率	45.53%	-86.17%	131.70%	-110.44%

（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	201,550,906.06	300,449,030.90	273,862,067.31	254,899,816.77
归属于上市公司股东的净利润	-30,733,248.22	103,097,563.00	13,352,222.37	-24,555,055.97
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	-37,160,980.34	-2,754,746.69	11,204,437.62	-43,961,712.97
经营活动产生的现金流量净额	8,009,015.89	23,992,681.65	8,095,622.18	62,881,294.12

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	22,641	年度报告披露日前一个月末普通股股东总数	21,997	报告期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							
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	
刘虎军	境内自然人	18.66%	103,752,620	8,125,000	质押	103,750,500	
					冻结	96,402,620	
何吉伦	境内自然人	12.85%	71,431,509	15,912,289	质押	53,409,771	
					冻结	71,431,509	
熊瑾玉	境内自然人	5.34%	29,704,777	0	质押	29,700,000	
					冻结	29,704,777	
张艳君	境内自然人	1.63%	9,039,930				
黄绍云	境内自然人	1.39%	7,754,500				

朱贤洲	境内自然人	0.96%	5,362,426	766,526		
凌山	境内自然人	0.78%	4,326,500			
李小娜	境内自然人	0.54%	3,025,420			
马伟晋	境内自然人	0.54%	3,000,000	3,000,000	质押	3,000,000
徐虎林	境内自然人	0.52%	2,885,000			
上述股东关联关系或一致行动的说明	股东刘虎军先生与熊瑾玉女士为夫妻关系。此外，公司未知上述股东之间是否存在关联关系或属于一致行动人。					

公司是否具有表决权差异安排

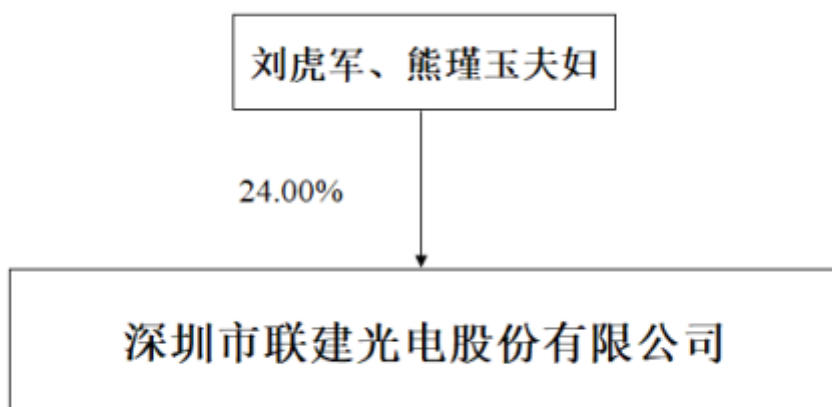
适用 不适用

(2) 公司优先股股东总数及前 10 名优先股股东持股情况表

适用 不适用

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

报告期内，公实现营业收入103,076.18万元，其中LED显示业务2021年实现营业收入87,093.77万元，同比上涨19.48%。报告期内，公司已完成“战略收缩”，将亏损的广告营销类子公司全部剥离，仅保留相对稳定盈利的数字营销业务以及具备市场竞争力的LED显示业务，全面聚焦LED显示业务。

报告期内，公司对外开拓渠道通路，打开新业务市场；对内深化管理变革，推进新产品研发创新。在业务发展上，公司继续推进“向阳计划”，以客户为中心，加强公司与全球渠道合作伙伴的深度合作；在内部管理上，通过制定“公司级关键事项”，对公司管理平台进行全面升级，实现精细化管理。随着公司聚焦LED显示业务战略的贯彻落实以及各项经营计划有序推进，经营指标逐步改善。

1、开拓市场通路，深化业务布局

公司持续推进国内及海外营销渠道拓展和下沉工作，提出以“省长制”将触手延伸到国内省会及经济发达城市，以“国代”将触手延伸到海外各大洲及国家。随着经销网络的不断壮大，公司联合各地经销商共同开展一系列品牌推介/交流会等主体活动，推进品牌纵深发展。

在满足现有市场需求的同时，公司进一步开拓市场通路，布局渠道市场的开发，于2021年5月成立渠道运营中心，目前省级独家渠道经销商已遍布全国五大区，进一步向地市级渗透，并于2021年11月完成全国首批10万张单元板出货。高效流转的原厂高品质产品为联建光电渠道合作伙伴提供了强大助力，该业务的扩展也将成为未来新的业绩增长点。

海外市场方面，随着全球疫情逐步进入常态化，市场逐渐恢复，报告期内公司LED显示海外业务营业收入同比大幅增长。后续通过产品更新迭代、本地化服务提升、重点客户拓展等配套措施的推进，LED显示海外业务将有望恢复至2019年水平。

2、紧抓行业机遇，强化细分市场领域布局

(1) 当期新型热点应用领域——户外裸眼3D屏带动市场需求

2021年工信部、中宣部、交通部等六部门决定开展“百城千屏”落地推广活动，促进我国新一代信息技术产业和文化产业整体实力提升。由联建光电打造位于成都太古里的裸眼3D巨幕，一经亮相便吸引到国内外众多媒体的争相报道，创造了远超10亿的曝光量，不仅使这块大屏成为了海内外闻名的网红屏幕，也成为了国内裸眼3D巨幕的标杆案例，同时也入选了第一批“百城千屏”《国内8K LED显示屏制作商名录》。公司作为LED显示行业领军品牌，在户外广告细分市场一直处于引领地位，一年多时间为成都、上海、广州、西安等全国各地打造了众多裸眼3D巨幕，也为各大城市塑造了耀眼的城市地标，积极响应了国家“百城千屏”活动的号召。

(2) 未来微间距时代领域——新技术突破抢占先机

公司自2016年起布局探索微间距领域，扩充更小间距产品矩阵，于2018年依托IMD技术，推出了国内首款Mini LED产品，为腾讯滨海大厦的高端会客空间，打造了当时全球“最小间距”LED屏。IMD微间距产品的成功后，公司继续在微间距领域探索深耕，集中精力研讨能够实现更小间距生产需求的倒装COB技术，于2020年9月首次发布Vmini微间距技术，到2021年底完成了COB技术从“成型”到“成熟”的蜕变，顺利实现COB微间距产品量产，获得了“行家极光奖-微间距 (<p1.0) led显示屏十大供应链之星”殊荣，并以高品质微间距产品得到客户的高度关注及市场的认可。

3、管理平台迭代升级，为销售运营提供有力保障

报告期内，面对疫情多轮反复、供应链上游原材料交期长价格高、海运费用上涨等外部因素，在内部管理上，公司通过制定“公司级关键事项”锚准目标、制定异常举手机制提升效率、改良货架管理提高资源调配柔性、首创124交付机制优化客户体验、建立HRBP机制增强平台统筹协调能力、加强费用管控节省运营成本等各项举措持续推进平台升级，实现精细化管理，围绕“以客户为中心”这一理念，进一步提高交付效率及个性化定制能力，为销售运营提供有力保障。