

证券代码：920036

证券简称：觅睿科技

公告编号：2026-026



觅睿科技

920036

杭州觅睿科技股份有限公司

Hangzhou Meari Technology Co., Ltd.



年度报告摘要



— 2025 —

第一节 重要提示

1.1 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，投资者应当到北京证券交易所网站仔细阅读年度报告全文。

1.2 公司董事、高级管理人员保证本报告所载资料不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对其内容的真实性、准确性和完整性承担个别及连带责任

公司负责人袁海忠、主管会计工作负责人龚杰及会计机构负责人汪瑜保证年度报告中财务报告的真实、准确、完整。

1.3 公司全体董事出席了审议本次年度报告的董事会会议。

1.4 天健会计师事务所（特殊普通合伙）对公司出具了标准无保留意见的审计报告。

1.5 权益分派预案

适用 不适用

单位：元/股

项目	每 10 股派现数（含税）	每 10 股送股数	每 10 股转增数
年度分配预案	2	0	0

1.6 公司联系方式

董事会秘书姓名	龚杰
联系地址	浙江省杭州市滨江区长河街道乳泉路 825 号荟鼎智创中心 4 幢
电话	0571-56234852
传真	0571-56234852
董秘邮箱	jie.gong@meari.com.cn
公司网址	https://www.meari.com/
办公地址	浙江省杭州市滨江区长河街道乳泉路 825 号荟鼎智创中心 4 幢
邮政编码	310052
公司邮箱	finance@meari.com.cn
公司披露年度报告的证券交易所网站	www.bse.cn

第二节 公司基本情况

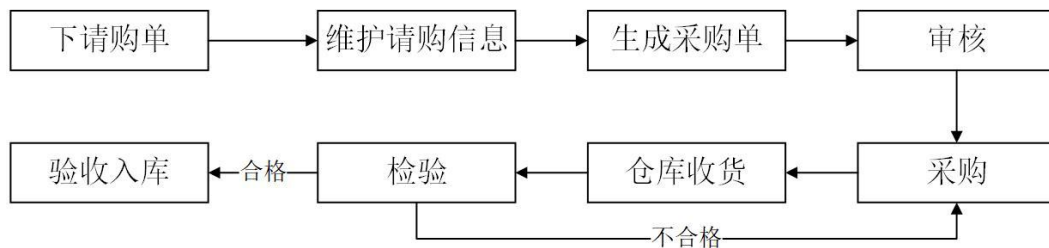
2.1 报告期公司主要业务简介

公司是一家专注于智能网络摄像机及物联网视频产品的高新技术企业，主营业务为集硬件、软件、云服务、AI 为一体的智能网络摄像机及物联网视频产品的研发、设计、生产和销售。公司自主研发、设计智能网络摄像机及物联网视频产品并提供相关云存储、AI 等增值服务，向品牌商、电子产品制造商和贸易商以及个人用户进行销售后实现盈利。

一、商业模式：

1、采购模式

公司采购由供应链管理中心负责，供应链管理中心计划物流部按照订单需求下达生产主计划并拟定原材料采购计划和物料请购需求单。采购部根据采购计划及物料请购需求单的需求确定供应商。新物料或新供应商的开发根据《供应商开发与管理程序》执行，供应商开发前期必须进行选择评估，评估合格后才能进入供应商开发流程。采购部根据合同将“采购订单”通过供应商平台或电子邮件的方式通知供应商，用于产品的所有采购物料必须满足质量、技术、安全和环保的规定。原材料到货后，由质量工程部进行货物检验和试验，并及时做好记录，不合格品按照《不合格品控制程序》执行。公司原材料采购流程如下：



公司供应链管理中心设有采购部，负责原材料的采购管理工作。公司在收到客户订单后，基于已有的产品和技术分解客户需求形成 BOM 表，再由供应链管理中心根据订单和 BOM 表制定采购订单，采购所需的芯片、电子元器件、结构件等原材料，并基于生产要求确定外协厂商。

对于主要物料（主要包括芯片、电池电源、电子配件、模块类、结构件等），公司直接向原材料供应商采购，原材料进行抽检后验收入库，公司再根据订单需求发货给外协厂商，部分物料由原材料供应商根据订单需求直接发货给外协厂商并安排验收入库。公司供应链管理中心负责原材料的采购管理工作，对供货方的原材料质量和保证能力进行审核评价，不断更新完善合格原材料供应商资料数据，并对其综合能力进行定期审核。公司供应链管理中心根据库存情况、业务部门的订单需求情况，通过灵活调整原材料采购时间、每批次数量的方式，来降低采购成本，降低价格波动风险，保证公司原材料的质量以及供货稳定性。

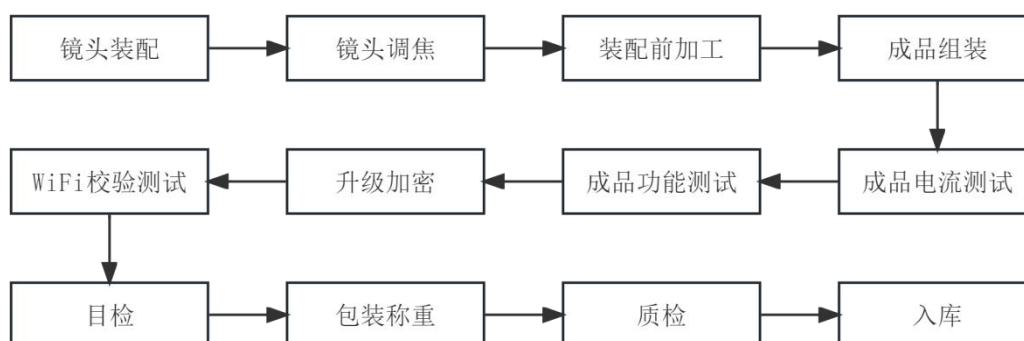
公司建立了完善的供应商管理体系。供应链管理中心根据公司制定的《供应商开发与管理程序》《采购管理程序》《仓库管理程序》《委外加工管理程序》《来料检验流程》《供应商品质助成管理规范》等一系列内部控制制度，实现对供应商的动态管理，具体内容如下：

主要环节	具体内容
供应商开发与导入	采购部负责主导供应商初次评鉴，建立与维护合格供应商名册。初次导入时，采购部通过各种信息渠道获得供应商信息，并牵头建立评估小组，评估小组从供应商设计开发、质量管理、采购仓储、环保管理四个方面分别对供应商的能力进行评估打分，共同确定评估结果。

供应商日常管理	质量工程部和采购部负责供应商持续管理。质量工程部每个季度统计各供应商的交货品质状况和改善配合度，采购部按季度统计各供应商交期、价格、服务达成状况，研发中心按季度统计各供应商技术能力和配合度，质量工程部汇总并填写《供应商绩效考核表》，并针对不同的评分等级采取相应的处置措施。
供应商定期审查	质量工程部制作年度审核计划，每年度对供方质量和有害物质管理体系进行审查并对供应商进行年度稽核。当供应商发生重大品质异常或连续发生品质异常，可由采购部或质量工程部对供应商进行辅导，并提供改善报告，由质量工程部对其改善状况进行跟踪；如供应商改善无效时，视情况取消其合格供应商资格。

1. 生产模式

公司产品生产包括 PCBA 贴片和产品组装测试两个主要工序。公司主要采用委托外协厂商加工的生产方式组织生产，自主生产仅涉及成品组装和测试工序，自主生产环节的具体生产流程如下：



公司采用“自主研发与设计+外协生产为主”的产品供应模式。公司除部分成品及样品采取自主生产外，其他产品的生产制造均交由外协厂商完成。公司采用外协生产模式具有合理性，并未影响公司业务的完整性。一方面，我国消费电子生产厂商众多，制造能力强且产业链配套齐全，众多全球优秀品牌企业普遍采用外协生产模式，故公司采用外协模式符合行业特征；另一方面，公司具有完备的供应商体系且与供应商维持了稳定的合作关系，故产品供应不存在重大风险。公司采用外协生产模式具有合理性，并未影响公司业务的完整性。

首次合作前，公司对外协厂商进行考察与甄选，符合公司选择标准的供应商将被纳入合格供应商名录。公司接到销售订单后，与外协厂商签订工单，包含产品料号、型号、数量、交货时间等信息，并将工单对应的原材料发送至外协厂商。生产完成后，外协厂商向公司质量工程部申请验货，由质量工程部抽检合格后运输至公司仓库或直接发往客户。公司与外协厂商在分工机制、原材料采购、品质控制等方面有明确的约定，职责清晰、责任明确。

(1) 外协厂商的甄选标准

公司制定了《委外加工管理程序》，对外协厂商和外协加工产品的管理进行了规范，其中，公司对于外协厂商的选取方式和标准如下：

供应链管理中心负责外协厂商的交付供应能力和物料管理水平的评估，并根据需求初步选定委外加工合作对象，并组织质量工程部、采购部、计划物流部相关人员对外协厂商进行评价、审核，并形成评估报告。

质量工程部负责外协厂商的质量管理体系、质量控制能力的评估以及监察审核，对外协厂商的质量保证体系、品质控制能力、工艺水平、技术设备能力进行评估；采购部负责外协厂商的产品加工成本的评估；计划物流部负责对外协厂商的生产能力、计划管理能力、物料管理能力、服务及安全性进行评估，提供参考意见。

供应链管理中心采购部组织外协工厂报价，并结合质量工程部的评估报告及计划物流部所提出的参考意见等进行综合评估，与外协厂商签订《委外加工协议》、《质量保证协议》等协议。

(2) 外协厂商的质量控制措施

在选取了新的外协厂商后，公司对于外协厂的产品质量实施进一步管控并实行外协厂商淘汰机制，具体方式和标准如下：

外协厂商首次生产时需要进行外协产品试制，由质量工程部工程师跟进试制结果并及时通报；如果未通过试制，供应链管理中心调整生产计划、安排外协厂商再次试产或小批量生产并跟进结果，直至成功导入。在导入外协厂商生产过程中，由质量工程部协助分析处理外协生产的异常问题，必要时进行质量辅导，并派出相关人员到外协厂进行生产现场质量监控，同时对将出库的产品进行抽样检验。公司质量工程部工程师需对外协生产完工的每一批成品进行抽检，合格方可入库。

公司供应链管理中心每月根据《供应商开发与管理程序》对主要外协厂商进行考核，从生产交付、质量管控、价格服务、仓储管理等方面对外协厂商进行综合考评并进行评分排名，作为下一月安排产品加工比例的依据，对于月绩效考核不达标的外协厂商按照评分等级对应处理办法及协议责令整改和实施相应处置，如连续评分较差则外协厂商将被纳入淘汰机制，经过限期整改不达标的外协厂商将被淘汰。

报告期内，公司按照上述制度对外协厂商和外协加工产品质量进行管理，外协产品质量控制措施充分有效。公司与外协厂商均签署了《委托生产加工协议》《质量保证协议》，对委托代加工订单、加工产品质量及责任、产品交付与验收、加工价格及费用结算、仓储物流管理、廉洁承诺、保密义务、违约责任、争议解决等方面事项进行了约定，并根据合同约定切实履行。

3、销售模式

公司采取线下和线上相结合的销售模式，公司 ODM 产品主要采用线下直销的销售模式，自有品牌产品主要采用线上直销模式，主要销售区域为北美洲、欧洲、亚洲、大洋洲等地区。

(1) ODM 产品线下直销

ODM 产品线下销售是公司的主要销售方式。公司通过广泛参加国际性专业展会、主动拜访、邀请参观公司等各种形式，与多个国家信誉良好、实力较强的电子产品品牌商、安防品牌商、电子产品制造商、贸易商等建立了良好的业务联系。公司向电子产品品牌商、安防品牌商、贸易商销售智能网络摄像机及物联网视频产品成品，向电子产品制造商主要销售智能网络摄像机及物联网视频产品模组。公司销售的模组主要包括“主板+固件（嵌入式软件）+授权码”，模组客户通常自行采购自主设计的外壳（结构件）和镜头等其他外观件组装为成品后销售给跨境电商客户，跨境电商客户以自有品牌通过亚马逊等电商平台主要向欧美等国家和地区的终端用户销售产品并负责售后服务。此外，公司的部分模组客户因同时拥有自己的品牌，通过亚马逊等电商平台同时销售自主品牌的产品。公司与上述客户签订供货合同或订单后，进行产品生产，并直接向其销售。通过该模式，公司能够实现对目标地区线下市场的快速覆盖。

(2) 自有品牌线上直销模式

公司自有品牌线上销售主要为线上 B2C 电商自营模式。公司通过在亚马逊、天猫、独立站等境内外主流第三方电商平台设立品牌自营店的方式，实现产品向终端消费者的销售。公司在亚马逊、独立站等境外电商平台主要向国外客户销售并推广自主品牌产品，在天猫等境内电商平台主要向国内客户销售并推广自主品牌产品。

4、研发模式

公司采用自主研发的模式。公司设有研发中心和创新技术中心，构建了包含硬件开发与设计、嵌入式软件、客户端、云平台、服务器和 AI 算法研发以及工业设计、结构设计的全流程研发团队。公司研发中心和创新技术中心负责公司产品的嵌入式开发、客户端、云业务、人工智能等软件开发工作，参与技术和产品开发评审，对各技术开发项目完成质量评估，制定公司的业务策略、技术和产品策略，制定管理体系，并对技术及产品资料进行规范管理，负责现有技术和产品的优化与支持，以及负责公司产品的硬件、结构、模具、包装设计等工作。

公司严格遵循以市场需求为导向的产品研发与设计，建立了完整的研发管理流程和体系。研发部门按项目制管理，由产品/项目经理衔接营销中心和供应链管理中心，定期召开例会，沟通市场或客户，并协调新产品的导入、发布、汇总报告等事宜。

公司的研发流程分为项目立项、产品开发、产品验证、产品发布、项目总结五个阶段，具体如下：

项目立项阶段，首先由项目经理组织项目组成员召开项目开工会，该会议主要向项目组成员介绍项目背景、产品定义、目标市场和客户、项目团队、进度目标、项目风险等信息。然后，项目经理负责组织开发团队成员共同讨论制定《产品需求规格书》和《项目计划表》，项目全体成员需达成共识，根据《项目计划表》分派工作并跟踪执行情况，《项目计划表》需规定每个阶段成果产物。

产品开发阶段，首先由项目技术负责人牵头各模块开发成员输出《总体设计文档》，明确总体架构、技术方案、数据结构等内容，并对文档进行评审。其次，ID设计、硬件、软件、结构、包材、测试各专业工程师根据基于分配的需求，进行各单元详细设计及相关评审。详细设计完成后，技术评审团队对各单元详细设计结果进行评审，判断是否能够进入原理样机的制造，确保产品所有模块的相关规格已经在详细设计中体现，并记录不符合的评审要素，确定对下一步开发活动的影响，给出是否继续进行相应活动的建议。详细设计评审通过后，各专业设计工程师将最新版本图纸和设计文件上传归档和下发，供相关部门使用。

产品验证阶段分为工程验证测试阶段（EngineeringVerificationTest，下称“EVT”）、设计验证测试阶段（DesignVerificationTest，下称“DVT”）和生产验证测试阶段（ProductionVerificationTest，下称“PVT”）。EVT阶段主要是在设计的早期识别出一些设计问题并解决，验证设计符合要求和预定的规格规范；DVT阶段属于设计验证，主要是在设计的早期阶段验证设计的合理性和正确性。PVT阶段，也就是生产线小批量生产，主要是验证设计在实验室的结果是否完全满足生产线的要求。在上述过程中，项目经理负责牵头以及确认相关测试修复整改工作，项目期间内无法解决的问题需开会确认责任归属以及预计解决时间。

发布阶段，项目经理组织项目组成员等进行产品发布，发布内容包括成果物清单、缺陷处理方案、库存处理情况、尚存风险及处理计划、宣传材料等。

总结阶段，项目经理组织项目组成员进行经验总结，为后续项目提供经验教训。

报告期内，公司商业模式较上年度未发生重大变化。

2.2 公司主要财务数据

单位：元

	2025 年末	2024 年末	增减比例%	2023 年末
资产总计	539,679,772.73	449,643,550.27	20.02%	354,048,091.16
归属于上市公司股东的净资产	341,051,429.80	262,418,006.45	29.96%	180,662,797.54
归属于上市公司股东的每股净资产	8.36	6.43	30.02%	4.43
资产负债率%（母公司）	34.88%	37.53%	-	44.35%
资产负债率%（合并）	36.90%	41.70%	-	49.05%
	2025 年	2024 年	增减比例%	2023 年
营业收入	801,683,250.87	743,005,548.67	7.90%	672,890,762.68
归属于上市公司股东的净利润	79,143,413.54	81,658,066.62	-3.08%	71,576,445.08
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润	77,810,056.73	78,119,625.99	-0.40%	68,529,217.30
经营活动产生的现金流量净额	74,287,058.25	74,866,305.21	-0.77%	99,761,562.25
加权平均净资产收益	26.23%	36.86%	-	39.08%

率%（依据归属于上市公司股东的净利润计算）				
加权平均净资产收益率%（依据归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润计算）	25.79%	35.26%	-	37.42%
基本每股收益（元/股）	1.94	2.00	-3.00%	1.75

2.3 普通股股本结构

单位：股

股份性质		期初		本期变动	期末	
		数量	比例%		数量	比例%
无限售条件股份	无限售股份总数	816,327	2.00%	0	816,327	2.00%
	其中：控股股东、实际控制人					
	董事、高管					
	核心员工					
有限售条件股份	有限售股份总数	40,000,000	98.00%	0	40,000,000	98.00%
	其中：控股股东、实际控制人	26,800,000	65.66%	0	26,800,000	65.66%
	董事、高管					
	核心员工					
总股本		40,816,327	-	0	40,816,327	-
普通股股东人数				3		

2.4 持股5%以上的股东或前十名股东情况

单位：股

序号	股东名称	股东性质	期初持股数	持股变动	期末持股数	期末持股比例%	期末持有限售股份数量	期末持有无限售股份数量
1	袁海忠	境内自然人	26,800,000	0	26,800,000	65.66%	26,800,000	0
2	宁波梅山保税港区睿觅投资合伙企业（有限合伙）	境内非国有法人	13,200,000	0	13,200,000	32.34%	13,200,000	0
3	宁波博创至知投资合伙企业（有限合伙）	境内非国有法人	816,327	0	816,327	2.00%	0	816,327
合计		-	40,816,327	0	40,816,327	100%	40,000,000	816,327

持股 5%以上的股东或前十名股东间相互关系说明：

股东袁海忠是股东宁波梅山保税港区睿觅投资合伙企业（有限合伙）的执行事务合伙人，宁波梅山保税港区睿觅投资合伙企业（有限合伙）与袁海忠是一致行动人。

除此之外，公司持股 5%以上的股东或前十名股东间不存在其他关联关系。

持股 5%以上的股东或前十名股东是否存在质押、司法冻结股份

适用 不适用

单位：股

前十名无限售条件股东情况		
序号	股东名称	期末持有无限售条件股份数量
1	宁波博创至知投资合伙企业（有限合伙）	816,327

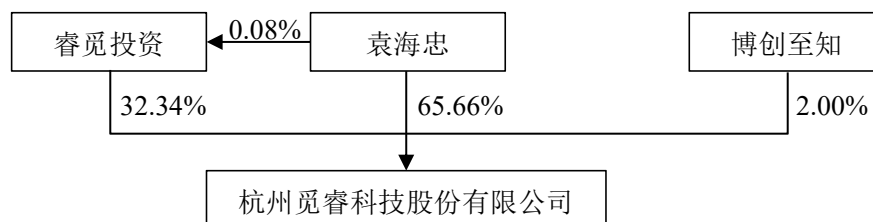
股东间相互关系说明：
报告期内，前十名无限售条件股东仅 1 名，不存在其他股东，故无关联关系及一致行动关系。

2.5 特别表决权股份

适用 不适用

2.6 控股股东、实际控制人情况

公司控股股东及实际控制人为袁海忠，报告期内未发生变化。截至报告期末，袁海忠直接持有公司 65.66%的股份，并通过其控制的睿觅投资间接控制公司 32.34%的股份，袁海忠直接和间接合计控制公司 98.00%的股份。



2.7 存续至本期的优先股股票相关情况

适用 不适用

2.8 存续至年度报告批准报出日的债券融资情况

适用 不适用

2.9 存续至本期的可转换债券情况

适用 不适用

第三节 重要事项

3.1 报告期内核心竞争力变化情况：

适用 不适用

3.2 其他事项

事项	是或否
是否存在股东及其关联方占用或转移公司资金、资产及其他资源的情况	<input type="checkbox"/> 是 <input checked="" type="checkbox"/> 否
是否存在资产被查封、扣押、冻结或者被抵押、质押的情况	<input type="checkbox"/> 是 <input checked="" type="checkbox"/> 否
是否存在年度报告披露后面临退市情况	<input type="checkbox"/> 是 <input checked="" type="checkbox"/> 否