

证券代码：002841

证券简称：视源股份

广州视源电子科技股份有限公司  
投资者关系活动记录表

编号：2023-02

<p>投资者关系 活动类别</p>	<p><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 checked="" type="checkbox"/>其他（<u>电话会议</u>）</p>
<p>参与单位名称及 人员姓名</p>	<p>广发证券、中金公司、申万宏源、中信证券、国信证券、华西证券、天风证券、华泰证券、长城证券、招商证券、中信建投证券、华创证券、东方证券、中域投资、前海君安资管、国盛证券、国泰君安、财信证券、太平洋资管、和谐汇一资管、星石投资、君和资本、东北证券、平安证券、怀新投资、申银万国、利幄基金、景领投资、信璞基金、兴银资本、建信投资、创金合信基金、固禾基金、奶酪投资基金、永赢基金、兴全基金、华夏基金、广发基金、泓德基金、华宝基金、施罗德投资、长江证券、源乘投资、源乐晟、谢诺辰阳、华体投资、壹德投资、财通资管、国任保险、JPMorgan、泰康资管、大家资管、明河投资、安信证券、汇丰前海证券、宁泉资管、致顺投资、理成资管、国融证券、JK Capital、中邮证券、仁桥资管、泊通投资、中金香港、华菱津杉产投、京东方创投、天弘基金、泰康基金、凯岩投资、招银理财、鸿运基金、民生银行、国金证券、博时基金、民生通惠资管、中银证券、中泰证券资管、九泰基金、景顺长城基金、西南证券、中泰证券、中国人寿保险、翰聚资管、淡水泉投资、容光投资、兴业证券、中银三星人寿、云杉投资、德邦证券、众安保险、东证资管、旭松资管、东海</p>

	基金、海通证券、华安财保资管、途灵资管、普弘资管、兴业基金、上海大朴资管、国联证券、君义振华、天堂硅谷资管、中邮人寿保险、厚特投资、甬兴证券资管、睿融基金、中投国际、寻常投资、中泰国际资管、千榕资管、贵源投资、前海开源基金、摩根士丹利、鼎萨基金、恒昇基金、十溢投资、工银国际控股、濠洋资本、凯得投资、磐厚动量资本、康曼德资本、瑞腾投资等
时 间	2023年4月26日~28日
地 点	公司会议室
上市公司接待 人员姓名	董事长 王洋； 财务负责人 胡利华； 董事会秘书 费威。
本次活动是否 涉及应披露重大 信息	否
投资者关系活动 主要内容介绍	<p><b>一、公司 2022 年度及 2023 年一季度整体经营情况介绍</b></p> <p>2022 年，公司实现营业收入 209.90 亿元，同比下降 1.11%；实现归属于上市公司股东的净利润 20.72 亿元，同比上升 21.98%；实现归属于上市公司股东的扣除非经常性损益净利润为 18.09 亿元，同比上升 23.25%；报告期末总资产为 201.48 亿元，同比增长 29.93%，主要为报告期内非公开发行股票、利润累积、长期资产增加所致；归属于上市公司股东的所有者权益 119.41 亿元，同比增长 42.92%；基本每股收益 3.05 元，同比增长 16.86%。</p> <p>2023 年一季度，公司实现营业收入 37.57 亿元，同比下降 10.27%；实现归属于上市公司股东的净利润 2.84 亿元，同比下降 7.80%；实现扣除非经常性损益后归属于上市公司股东的净利润 2.12 亿元，同比下降 18.48%；报告期末总资产 203.76 亿，归</p>

属于上市公司股东的所有者权益 122.49 亿；加权平均净资产收益率 2.35%；基本每股收益 0.41 元。

部件业务方面，2022 年，公司液晶显示主控板卡等相关业务实现营业收入 761,483.93 万元，同比上升 7.67%，其中液晶电视主控板卡把握产品和客户结构性机会，全年实现出货 6,722.06 万片，全球出货量占比及智能板卡占比进一步提升。部件业务的新产品方向持续增长，全年收入同比增长 22.30%。生活电器业务实现收入 67,251.17 万元，同比增长 33.19%。2023 年一季度，部件业务整体稳定，生活电器业务延续快速发展趋势。

受国内市场环境影响，公司教育业务 2022 年实现营业收入 607,303.73 万元，同比下降 11.24%，但希沃凭借综合竞争优势，在市场下行的形势下，继续位居行业领先地位，市场份额进一步提升，2022 年希沃教育市场品牌份额占中国教育 IFPD 市场总销量的 48.2%。公司企业服务业务 2022 年实现营业收入 158,747.09 万元，同比下降 8.84%，MAXHUB 凭借高质量的产品和服务，在 2022 年交互智能平板中国会议市场销量市占率提升至 27.9%，连续 6 年保持在中国市场的领先优势。2023 年一季度，公司教育业务已恢复正向增长，其中高职教增长较快，C 端业务发展也符合公司预期。今年以来，公司已陆续发布希沃听力机、更懂老师的希沃教学 PC、W3 学习机等新品，市场反响较好。MAXHUB 企业服务业务依然面临着一定压力，但 4 月份到现在看来，也已经明显好转。

在海外整机相关市场，受俄乌战争、通货膨胀、欧美央行连续大幅加息等影响，公司海外业务面临了严峻的挑战。2022 年，公司实现交互智能平板等终端产品在海外市场的营业收入 378,078.06 万元，同比下降 6.08%。目前欧美市场需求相对疲软，公司持续加强多品牌的合作力度，并补充高性价比产品协助品牌商开拓新兴市场。长远看，交互智能平板在海外市场的整体

渗透率较低，市场空间依然广阔。

在新业务孵化方面，公司 LED 显示业务积极布局国内外渠道市场，2022 年实现营业收入 51,085.43 万元，并在行业中率先推出了工程一体化的 H19 系列，引领了 LED 行业在渠道体验和用户体验的设计新方向；公司计算设备业务 2022 年实现营业收入 10,531.36 万元，同比增长 178.38%；公司电力电子业务 2022 年实现营业收入 7,665.65 万元，同比增长 174.37%。2023 年一季度，公司新业务均延续快速增长趋势。

## 二、投资者互动问答

**1、公司已从部件业务成功转入教育、企业服务赛道，未来成长的驱动力是靠 AI 还是哪些核心能力？**

答：公司一直密切关注新技术的演变并探讨如何与公司教育业务、企业服务等细分场景的深度融合，实现 AI 对行业应用的赋能，这是公司确定的发展方向之一。

就主营业务而言：①公司在液晶电视主控板卡业务上积累了全球领先的音视频技术、显示控制等能力，沉淀了扎实的制造管理能力和供应链管理能力。依托前述能力，公司将部件业务拓展至生活电器这个更为广阔的市场，并取得了较快的发展，未来部件业务还将继续开拓更多的电子产品领域；②公司在国内教育市场和企业服务市场深耕多年并长期保持市场占有率第一，构建了优秀的产品力、完整的营销体系、优质的客户服务能力以及品牌知名度和美誉度，这些竞争优势有助于公司在新市场或新产品拓展中抢占先机；③公司基于国内业务长期积累的产品技术经验和能力，将相关产品和服务推广到海外各个区域，与海外伙伴一起打造面向不同国家的产品及应用生态，进一步提升海外业务的营收占比。

从短期看，企业在发展过程中会受到各种短期不确定因素的影响。从长期看，依托过往沉淀的经验和能力，针对目前布局的 LED、计算设备、电力电子、机器人等新业务方向，公司会

持续加大投入以构筑未来持续发展的多条通路。

**2、自贴息贷款政策推出以来，相关项目在高职教市场的落地情况如何？**

答：去年推出高职教贴息贷款政策帮助了部分学校加速相关需求落地，随着高职教贴息贷款政策的实施调整，同时在国家教育数字化建设的大背景下，高职教数字化步入常态，有利于公司高职教业务的健康发展。因此，我们将持续推进高职教业务团队的建设，为高校/职校提供好用、易学、领先的教育数字化应用工具及服务。2023 年一季度，公司高职教业务保持了较快的发展。

**3、今年公司会如何推进教育 C 端产品的品牌知名度提升、销售渠道的拓展？**

答：2022 年，在公司的加大投入下，我们已经在家庭教育 c 端产品中取得了突破进展，公司将继续沿着这个方向加大产品研发和营销投入。在产品方面，公司将持续加强产品和技术的迭代，给消费者提供更丰富、更有价值的产品和服务方案；在营销方面，公司将复用现有品牌与渠道优势，整合线上线下营销资源，持续增加线上推广投放，目前已在京东、天猫等多个主流电商平台构建了齐全的营销阵地，同时积极尝试抖音、快手、淘宝直播、京东直播、视频号直播等各种新兴电商模式；此外，公司也会进一步加强线下门店的建设。

**4、目前企服市场恢复情况如何，MAXHUB 未来成长驱动力在哪？**

答：随着国内经济的回暖，企业资本开支能力陆续恢复，以及在企业数字化发展降本增效的长期趋势下，公司 MAXHUB 业务自 4 月以来，市场需求已经有了明显的好转。

公司将密切关注市场竞争的变化，通过持续不断的产品创新、营销渠道深化、以及售后服务优化，进一步扩大 MAXHUB 的客户认可度和行业影响力。同时，公司积极把握国家数字化政策以及国产替代机会，面向会议场景、办公场景、公共场景持续推出有竞争力的软硬件产品以及综合解决方案，同时往有资金实力的行业客户、党政机关、央国企、金融行业等牵引，将高效会议平台转变成覆盖各行各业全场景的智慧协同平台。

**5、在目前的海外局势之下，公司海外业务的未来发展策略和前景如何？**

答：2023 年一季度，受各经济体通胀压力、欧美央行大幅加息以及俄乌冲突的持续影响，短期海外消费市场相对疲软。长远看，海外市场整体渗透率较低，市场空间依然广阔，全球化依然是公司重要的战略目标。

针对海外 ODM 业务，公司一方面将加强与头部品牌的合作力度，并不断拓宽合作客户群，进一步优化客户结构；另一方面将持续从产品、技术、供应、质量、价格等多个方面支持品牌客户获取订单，带动公司产品出货量的提升。针对海外 OBM 业务，公司将不断拓展海外产品线，持续推进与主流视频会议软件的合作，将更多产品导入海外市场；同时，公司也将加大在一带一路沿线国家的投入，通过设立子公司或代表处的形式，提升属地营销能力及技术支持能力，以更好地为当地客户提供服务。

**6、海外市场和微软 teams 视频会议终端的认证进度如何？**

答：目前公司与微软 Teams 视频会议终端的认证工作正有序推进，争取年中完成认证并于下半年发布系列合作产品，共同为终端客户带来优质的办公音视频会议体验，提升客户办公效率。

**7. 公司在教育或会议等领域耕耘多年，中央研究院下设自然语言处理团队，结合 AI 技术发展，有哪些研究成果已转化成产品？**

答：公司于 2014 年成立中央研究院，主要研究方向包括计算机视觉、语音信号处理、触觉感知与反馈、自然语言处理、空间感知、数据挖掘等，其相关研究成果已逐渐应用公司教育业务、企业服务业务等实际场景，持续丰富并提升产品功能与体验，强化公司产品的综合竞争力。

公司一直密切关注新技术的演变，特别是近期 AI 技术的发展，持续探讨如何与公司教育业务、企业服务等细分场景的深度融合，实现 AI 对行业应用的赋能。随着教育业务、企业服务业务的发展，公司已经在相关领域有了多年的数据积累。在教育领域，已上线希沃白板课件数超 5.5 亿份，希沃白板活跃教师用户数超 660 万人，希沃录播已在 6000 多间教室的直播、巡课、协同教研等场景中提供技术服务支撑；在企业服务领域，超 80% 中国 500 强企业选择 MAXHUB。公司将持续加大 AI 方面的投入，依托相关垂直领域高质量的数据积累，同时加强与外部机构的合作，深入研究基础技术，进一步丰富并提升教育、企业服务等场景的产品功能与体验，为用户提供更便捷易用的服务。目前，公司基于当前 AI 技术发展的相关产品尚处于内部开发阶段。

**8. 去年公司交互智能平板毛利率较高，今年以来面板持续涨价，怎么看未来毛利率的变化趋势？**

答：目前电子消费需求相对疲软，面板价格呈小幅上涨趋势，其他原材料供求相对稳定。公司将持续关注供应链上下游的动态变化，与各大面板厂商保持密切联动，针对可能出现价格波动的尺寸和型号提前做好应对措施，充分发挥规模优势。

	<p>同时，公司将继续推进供应链及研发设计降本，改善毛利水平。此外，公司还将持续推出新产品，不断优化产品结构。近年来，公司自有品牌业务、软件增值服务等高毛利率业务占比在持续提升。整体来看，未来公司毛利率将维持在良性合理区间。</p> <p><b>9. 今年 Q1 销售费用率较去年同期提升的原因？</b></p> <p>答：第一季度公司销售费用 3.06 亿元，同比增长 10.70%，销售费用率为 8.14%，较去年同期提升 1.54 个百分点，符合公司整体规划且相对可控。销售费用增加主要为：①随着国内市场环境的改善，公司持续发布了多款新品，同时也加强了与合作伙伴的联动，相应广告宣传费用和差旅费用等有所增加；②根据海外业务的长远规划，公司有序推进海外公司新设、运营团队搭建、海外参展等活动，并进一步加强与当地合作伙伴的联动，稳步开拓海外市场；③新业务在陆续进入销售阶段，相关营销团队需进一步扩充，以加速市场导入。</p>
附件清单（如有）	无
日期	2023 年 4 月 28 日