

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：2023-04

<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（电话会议）</p>
<p>参与单位名称及 人员姓名</p>	<p>Partners Capital、安信证券、百年保险资管、邦政资管、碧云资本、彬元资管、城天九投资、澄明资管、创金合信基金、淳厚基金、大道兴业投资、大家资产、大正投资、递归基金、鼎萨投资、东方证券、东海基金、东吴证券、东兴证券、敦和资管、敦颐资管、方瀛、丰仓投资、共青城容光投资、光大保德信基金、广发证券、硅谷资管、国海创新资本、国金证券、国任财险、国融证券、国泰基金、国泰君安证券、国投瑞银基金、海通证券、和谐汇一资管、恒昇基金、红杉资本、红塔红土基金、泓德基金、鸿运基金、华安财保资管、华宝基金、华创证券、华菱津杉、华泰证券、华泰证券资管、华体投资、华西证券、华曦资本、怀新投资、汇丰晋信基金、汇丰前海、汇添富基金、嘉石大岩资本、嘉实基金、嘉世基金、坚果基金、建信基金、健顺投资、江亿资本、金股证券、锦成盛资管、锦绣中和资管、京东方创投、英时代资本、九颂山河投资、九泰基金、玖龙资管、钜洲投资、君和立成投资、君康人寿、开思私募基金、开源基金、凯岩投资、理成资管、六禾致谦基金、民生银行、民生证券、明达资管、明河投资、摩根士丹利、宁泉资管、宁银理财、牛乎资管、磐厚动量资本、鹏扬基金、平安养老保险、</p>

	<p>平安证券、泊通投资、朴石投资、朴信投资、普弘资管、栖港投资、齐家资管、谦心投资、前海君安资管、前海旭鑫、仁桥资管、容光基金、融捷投资、瑞信证券、睿郡资管、睿融基金、山高国际资管、上海景林、上海信璞、上汽顾臻、申万宏源、申万菱信基金、申银万国证券、慎知资管、施罗德投资、首创证券、太盟投资、太平洋资管、泰达宏利基金、泰康基金、泰康资管、天辰投资、天风证券、天治基金、添笙投资、通用技术集团投资、威灵顿投资、西南证券、鑫焱创投、鑫元基金、星展银行、兴海国际贸易、兴业基金、兴业证券、兴银成长资本、旭松资管、易米基金、银河证券、银杏环球投资、育德管理、煜德投资、远海基金、远望角投资、长江证券、长信基金、招商证券、正圆基金、致道投资、智诚海威资管、中国人寿、中加基金、中金公司、中泰证券、中信产投、中信证券、中银三星人寿、中银资管、中邮寿险、中邮证券、中域投资、众安在线财险、紫金创业、紫薇基金等（名称按首字母顺序排列）</p>
时 间	2023 年 8 月 25 日 15:30-16:30
地 点	公司会议室
上市公司接待 人员姓名	<p>董事长 王洋； 副董事长兼 CEO 周开琪； 财务负责人 胡利华； 董事会秘书 费威。</p>
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>一、公司 2023 年上半年整体经营情况介绍</p> <p>2023 年上半年，公司上半年实现营业收入 83.37 亿元，同比下降 7.15%；实现归属于上市公司股东的净利润 6.02 亿元，</p>

同比下降 10.99%；实现归属于上市公司股东的扣除非经常性损益净利润为 4.63 亿元，同比下降 17.14%。

部件业务方面，受全球 TV 市场疲软影响，报告期内公司液晶显示主控板卡等相关业务实现营业收入 334,162 万元，同比下降 5.28%，其中智能板卡占比进一步提升近 5%，达到 74.67%；除液晶显示主控板卡外，部件业务其他领域收入在报告期内持续增长。生活电器业务继续保持快速增长，报告期内实现营业收入 51,022 万元，同比增长 64.39%。

公司教育业务在报告期内实现营业收入 175,855 万元，同比增长 3.57%。根据迪显咨询报告，2023 年上半年国内 IFPD 教育市场出货量同比上升 2.3%，希沃占国内 IFPD 教育市场总销量的 43.5%，同比上升 3.5%，市占率进一步提升，稳居行业首位。其中，高职教业务增长较快，C 端业务同比进一步提升。

公司企业服务业务在报告期内实现营业收入 80,106 万元，同比上升 7.94%，逆势领跑行业。MAXHUB 凭借高质量的产品和服务，在 2023 年上半年国内 IFPD 会议市场销量市占率提升至 28.5%，继续保持国内市场份额第一的领先优势。

公司海外业务受外部环境影响，报告期内营业收入同比下滑 34.82%，但二季度较一季度已明显好转。其中，海外自主品牌业务保持较好增长。

新业务方面，公司 LED 业务实现营业收入 22,322 万元，同比略有下滑。公司计算设备业务、电力电子业务保持强劲增长趋势。其中，计算设备业务营业收入同比增长 46.51%，电力电子业务营业收入同比增长 127.04%。此外，公司持续加强在机器人领域的投入，产品也在陆续投放市场。

二、投资者互动问答

1、上半年部件业务液晶显示主控板卡收入下降及毛利率上升的原因？

公司上半年液晶显示主控板卡等相关收入下降，主要由于全球 TV 市场表现疲软及公司客户结构变化等原因所致。接下来公司将继续凭借供应链及技术优势，根据市场情况灵活调整竞争策略，进一步提升在国产品牌大客户中的份额占比，同时积极拓展和加深与全球头部客户的合作，以促进液晶显示主控板卡的持续稳定发展。

受原材料价格下降影响，并得益于公司产品结构改善及供应链降本等举措，上半年液晶显示主控板卡的毛利率有所提升。未来公司将进一步通过灵活的价格策略持续提升大客户的份额占比，同时持续优化产品结构，做好精细化管理，强化供应链降本增效，以应对复杂多变的市场环境。

2、上半年公司 K12 教育业务的发展情况及未来展望？

受地方财政压力及行业竞争加剧的影响，上半年 K12 教育业务营收有所承压。从产品侧看，公司教育交互智能平板的行业地位进一步巩固，希沃教育 IFPD 销量市占率较去年同期提升 3.5%，达到 43.5%，其中智慧黑板的占比还在进一步提升；录播、智能讲台等周边产品保持较快增长；同时，希沃推出“更懂老师”的教学终端，帮助学校实现从办公电脑到教学大屏的备课一体化环境建设，教学终端因其“更懂老师”的特点，一经推出便广受好评，报告期内取得快速发展，成为教育业务的又一个重要增长点。

除上述教学环境数字化产品外，报告期内，希沃持续推进教学过程的数字化建设。希沃智能备课系统、课堂观察系统等多款软件为教师教学及课堂管理提效减负，并能辅助教师针对性地优化教学内容。截至报告期末，希沃白板当年活跃教师用户已超 550 万人，累计已上线的 EN5 课件总数达 6 亿份。希沃依托其沉淀的数据资源，通过 AI 赋能，不断提升辅助教学教研的能力，并将于年内推出多项全新 AI 功能，实现产品附加值的

不断提升。

此外，希沃打造了数字校园基座“希沃魔方”，帮助学校实现应用数据的综合分析、科学治理，并为区校教师培养、资源建设及设备运维提供闭环支撑。报告期内，希沃魔方项目在广东广雅中学、成都七中、广州城市职业学院、暨南大学等多所重点院校取得突破。未来，希沃将运用“希沃魔方”这一基座平台，进一步强化在教育治理层面的综合服务能力，帮助客户不断提升治理效能。

3、公司高职教业务的发展情况和未来规划？

得益于教育贴息政策的带动，以及公司近年来针对高职教市场的拓展，今年上半年，希沃在高职教领域取得了较快增长，高职教业务在教育业务占比也取得了进一步提升。目前高职教领域的交互智能平板渗透率相对普教较低，在国家教育教学化建设的大背景下，结合近日国家发展改革委、教育部等部门联合印发《职业教育产教融合赋能提升行动实施方案（2023-2025年）》，公司在高职教领域有望实现进一步突破。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。

4、上半年公司学习机的发展情况怎么样？未来如何布局？

上半年，公司学习机业务继续保持较好增长，并在 618 期间取得良好的销售成绩。希沃 W 系列立式大屏学习机，主打健康和寓教于乐，有助于青少年良好学习习惯的养成，在大屏学习机市场依然保持着较强的竞争优势。8 月，公司新推出 12.2 英寸希沃护眼学习平板 V1 Pro，除了延续希沃家族式护眼基因外，还增加希沃独家学练计划等内容，进一步丰富了公司在学习机领域产品品类。

未来在产品层面，公司将持续加强研发投入，进一步丰富 C

端学习场景的产品品类、内容及功能。在渠道方面，公司会加强线上线下营销团队建设，通过复用现有品牌的渠道优势整合线上线下资源，并持续增加线上推广投放，除京东、天猫等主流电商平台外，逐步加大对抖音、快手、淘宝直播、京东直播、视频号直播等各种新兴电商模式的投入。

5、公司企业服务业务在行业下滑的背景下实现逆势增长的原因是什么？长远来看，公司将通过哪些方式促进持续发展？

今年上半年，公司企业服务业务实现营业收入 8.01 亿元，同比上升 7.94%，在国内 IFPD 会议市场，MAXHUB 继续保持领先优势，销量市占率提升至 28.5%。公司一直密切关注市场竞争的变化，通过持续的产品创新、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。MAXHUB 现已逐步构建了从产品到方案的开放生态，围绕硬件底座、软件平台、集成管理三个维度，为各行各业的数字化转型赋能。

长远来看，企业数字化转型升级不可避免，目前国内 IFPD 渗透率还较低，有较大的发展空间。与此同时，MAXHUB 也逐步从会议平板的单品往软硬一体的综合解决方案发展；从会议空间往办公空间、公共空间拓展；同时深耕行业头部客户，不断强化自身的方案营销能力和线上营销能力；在 AI 赋能方面，MAXHUB 也将借助 AI 能力，进一步强化相关功能，提升用户使用效率。此外，MAXHUB 也将进一步深入与行业生态伙伴的合作，如腾讯、钉钉、飞书、微软等，致力于共同打造全球生态合作布局，为数字化升级提供助力。

6、公司海外业务上半年有所下滑，预计下半年的发展趋势如何，是否会迎来拐点？

受全球经济环境、通货膨胀和区域战争等影响，上半年营收出现同比下滑。随着部分合作品牌渠道库存恢复到正常水位，

二季度海外市场较一季度有所好转。进入下半年，虽然海外市场仍然面临较为复杂的外部环境，但公司将通过技术和产品创新，持续拓展新的品牌客户，优化客户结构，进一步扩大海外市场份额。

长远来看，海外市场空间广阔。在海外教育市场，除欧美部分国家的新增需求外，公司也正在加大新兴市场国家的投入，新兴市场教育 IFPD 渗透率低，发展空间很大。而纵观全球会议市场，IFPD 渗透率都很低，随着公司海外渠道的不断完善，公司 MAXHUB 自主品牌业务将在海外会议市场取得快速发展。今年 7 月，MAXHUB 在北京 InfoComm 展会上发布了与微软 Microsoft Teams 的合作产品，随着与微软合作的逐步加强，MAXHUB 在全球范围内的影响力将得到进一步提升。

7、今年上半年，公司液晶显示主控板卡和交互智能平板的毛利率都处于不错的水平，请问下半年的毛利率展望如何？

公司液晶显示主控板卡上半年毛利率的提升主要系原材料价格下降、产品结构改善、供应链降本等原因所致。后续，公司将进一步通过灵活的价格策略持续提升大客户的份额占比，同时不断优化产品结构，做好精细化管理，强化供应链降本增效，使公司板卡毛利率保持在合理水平。

在交互智能平板方面，公司一方面持续加强与液晶面板企业的战略合作，另一方面通过产品的升级迭代，以及精细化管理与供应链降本增效等措施，积极促进产品毛利率处于合理水平。

8、在 AI 浪潮下，AI+教育是其中的主航道，公司在 AI 方面的战略是怎样的？

公司于 2014 年成立中央研究院，主要研究方向包括视觉计算、信号处理、自然语言处理和语音识别等，同时公司组建了

	<p>专门的团队负责 AI 领域的研究工作，并逐渐应用到公司教育业务、企业服务业务等实际场景。</p> <p>公司基于在所进入行业的持续积累，一方面训练和开发垂直领域的专业大模型，另一方面加强与外部大模型企业的合作，不断提升公司在教育、企业服务等领域产品能力。部分相关产品将于今年四季度向市场发布。</p> <p>未来，公司将持续加大在技术和产品创新的研发投入，加强算法研究、技术开发、产品创新的人才和团队建设，持续向客户提供具有更高价值的产品和服务。</p> <p>9、公司上半年营销费用和管理费用大幅上涨的原因是什么？</p> <p>今年上半年，随着国内经营环境恢复，公司增加了在广宣费、差旅费、业务招待费等方面的投入，涉及展会，商务交流，国内外营销渠道建设和新业务的市场推广等方面。同时，公司也加大了各类人才储备建设，为未来的长远发展奠定基础。此外，上半年，因股权激励带来的股份支付费用也有所增加。</p> <p>10、公司结汇策略是怎样的？人民币贬值对公司的业务收入和财务费用的影响如何？</p> <p>公司采取中性的外汇管理策略，尽量通过进出口业务自然对冲汇率波动风险。在淡旺季进出口业务结构不完全匹配导致出现外币资产或负债敞口时，通过适当调节外币资产负债或审慎开展外汇套期保值业务降低汇率波动风险。报告期内，汇率波动对公司财务费用、经营业绩的影响不大。</p>
附件清单（如有）	无
日期	2023 年 8 月 28 日