

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：2022-05

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 checked="" type="checkbox"/> 其他（ <u>电话会议</u> ）
参与单位名称及 人员姓名	摩根士丹利、JK Capital、中信证券、中金公司、申万宏源、广发证券、国信证券、华泰证券、中信建投、天风证券、中泰证券、招商证券、兴业证券、万联证券、首创证券、中银证券、平安证券、海通证券、国金证券、民生证券、汇丰前海、华西证券、东吴证券、东北证券、东方财富、东方资管、百年资管、施罗德基金、三星资产管理、泰达宏利基金、天弘基金、兴全基金、招商基金、华安基金、建信投资、嘉实基金、惠升基金、创金合信基金、华体投资、天安人寿、泰康资产、太保资产、众安保险、新华资产、浦发银行、仁桥资本、中和资本、仙人掌资管、理成资产、栖港投资、宽远资产、苏豪投资、中财生生资本、智子资管、中域资产、云杉资管、兴银资本、星河资本、信璞投资、瑞华投资、盛曦投资、慎知资产、厚特投资、河北省国企改革发展基金、鼎萨投资、坤厚资管、诚通证券、晨壹投资、玖龙资管、方瀛资本、尚诚资管、维极资管、六禾致谦、璞远资产、韶夏资管、唐融资管、天猗投资等
时 间	2022年8月25日
地 点	公司会议室

<p>上市公司接待 人员姓名</p>	<p>董事长王毅然； 副董事长、总经理王洋； CFO 胡利华； 董事会秘书 费威。</p>
<p>本次活动是否 涉及应披露重大 信息</p>	<p>否</p>
<p>投资者关系活动 主要内容介绍</p>	<p>一、公司 2022 年上半年整体经营情况介绍</p> <p>2022 年上半年，公司实现营业收入 89.80 亿元，同比增长 12.78%；实现归属于上市公司股东的净利润 6.77 亿元，同比增长 57.38%；实现扣除非经常性损益后归属于上市公司股东的净利润 5.60 亿元，同比增长 76.02%；经营活动产生的现金流量净额 4,049 万元，同比增长 141.30%；净资产收益率 7.84%，同比提升 2.05 个百分点；基本每股收益 1.02 元，同比增长 54.55%；报告期末总资产 166.34 亿元，归属于上市公司股东的所有者权益 85.16 亿元。</p> <p>上半年受国内疫情反复、俄乌冲突、欧美通胀高企、各经济体增速放缓等影响，企业经营面临着较大挑战。公司一方面坚持产品自主创新，陆续推出 MAXHUB V6 系列新品、希沃网课学习机 W2、更新发布 LED 品牌产品等，持续提升产品竞争力和营销能力；另一方面持续提升精细化管理水平，销售费用率和管理费用率同比基本持平，研发投入 6.44 亿元，同比增长 32%，占营业收入比重提升至 7.17%。在个别大型企业裁员大潮下，公司结合长远未来规划，积极引进优秀人才。7 月，新增 300 余名校招生入职公司。在海外疫情常态化下，公司进一步加大海外市场拓展和资源投入，加快推进海外分支机构的设立和当地运营团队的扩充，并安排人员参加海外各类展会，将更多产品逐步导入海外市场，上半年交互智能平板等产品在海外市</p>

场的营业收入 21.06 亿元，同比增长 43.87%。

目前，中国液晶显示面板的供应在全球占比约 70%，相对完善的产业链配套和研发支持保障了中国商显产业的竞争优势。未来在海外市场的教育信息化、企业数字化推进趋势下，全球市场空间依然广阔。依托多年来积累的产品竞争力和营销能力、品牌口碑、供应链管理及规模优势，公司将以产品力驱动持续性成长，在产业链上做更深的布局，积极开拓更广阔的市场发展空间，进一步提升经营效率和发展质量。

二、投资者互动问答

1. 上半年液晶显示主控板卡业务营业收入实现高增长，主要原因是什么？

答：上半年液晶显示面板的供应宽松、价格回落，公司积极支持下游客户抢占全球电视市场份额，这为公司液晶显示主控板卡业务的收入增长提供了较强的增长动力。同时，公司液晶电视主控板卡的产品结构取得进一步优化，报告期内智能电视主控板卡出货量占液晶电视主控板卡出货量的 69.35%，同比提升 5.54 个百分点。另外，公司通过持续提升 4K 产品的占比、加大在 Mini-LED 驱动和 8K 领域的研发与投入等手段来调整产品布局，目前 8K 产品已进入推广阶段，Mini-LED 驱动已经完成与市场上大多数主控方案的适配及优化，进一步提升了公司产品竞争力。

2. 受国内疫情影响，上半年国内教育市场同比出现一定程度下滑，怎么看下半年的业务机会？

答：受疫情影响，上半年部分区域招投标的节奏延后，部分订单交付有所延迟。据了解，2022 年中央和地方财政在教育领域的投资预算总量是有所增加的。根据《关于 2021 年中央和地方预算执行情况与 2022 年中央和地方预算草案的报告》，2022 年中央财政一般公共预算教育支出计划 1,525.78 亿元，与上年

基本持平。加上地方支出后，全国教育支出增长 10.6%。三季度进入教育市场的旺季，各地招投标的节奏已快速恢复，公司紧密跟踪市场需求动态以推动商机转为订单，并积极联动供应链资源以保障旺季及时有序出货。

在产品打磨上，公司已开发录播系统、个人学习终端、音视频周边产品等更为丰富的产品线及应用软件，并从教育信息化的教、学、管、评等细分场景，持续进行产品体系的构建和升级，全面推动信息技术与教育教学深度的融合，助力智慧校园建设。

在市场开拓上，公司在中小学教育市场已搭建遍及全国的经销商网络，针对幼教、高职教等新市场领域建立专门的销售团队，面向全国范围逐步拓展分销渠道，充分发挥希沃在教育行业耕耘十余年积累的产品竞争力和营销能力、品牌口碑等优势，为非公立市场提供好用、易学、增效的教育信息化应用工具及服务。

在家庭教育场景，公司推出的网课学习机 W2，其类纸大屏更护眼且 K12 学习资源丰富，已获得多项视觉健康护眼认证，涵盖 AI 伴读、5A 成长体系等特色功能，学生在家就可重温课堂内容，家长可全方位管控运用并远程伴学，上半年市场反响较为热烈。未来公司将通过主流电商平台、私域流量等多渠道加强在 C 端市场的触达能力。

3. 2022 年 MAXHUB 新品发布会有哪些亮点？华为宣布全线收缩和关闭边缘业务，MAXHUB 的竞争格局是否会改善？

答：2022 年 4 月 25 日，MAXHUB 发布了 V6 系列新品，包含交互会议智能平板、分体式视频会议终端、商用显示屏、智能显示器、无线传屏器、无线级联麦克风六大协同终端和全新协同软件 MAXHUB 客户端，在本地会议、远程视频会议、显示效果、性能和体验等方面全面升级，为用户提供高效的协

同解决方案。

早期华为等品牌厂商进入会议领域，说明会议市场广阔的发展空间得到肯定，各方合力加速市场对会议产品品类的认知，有利于缩短市场培育周期，带动会议市场快速发展。目前华为尚未对外公布具体业务调整计划，公司将保持对行业变化的密切关注。公司将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，进一步提高 MAXHUB 的客户满意度和行业影响力。MAXHUB 会议平板自 2017 年品牌创立以来，已连续 5 年保持中国大陆会议平板市场份额第一，目前已有超过半数的中国 500 强企业正在使用 MAXHUB 交互智能平板。除了先发优势外，MAXHUB 在持续打造领先的研发及产品创新力、完善的营销网络体系及覆盖全国的售后服务体系。

4. 生活电器业务上半年实现营业收入同比增长 64%，下一步的发展策略是怎样的？

答：随着家电节能环保要求、智能化率、高端化率提升，家电智能控制组件的需求也相应提升。相比电视行业较高的智能化渗透率，生活电器目前的智能化渗透率还不高，市场潜力巨大。

公司将加大投入和开拓生活电器业务，依托多年来的技术积累、供应链管理及规模优势，加强生活电器相关领域的变频控制技术、人机交互技术研究，在生活电器的主控板卡设计、电源控制管理和家电智能化等方向上积极开拓市场、加大业务布局，为冰箱、空调、洗衣机、厨电等品类提供控制与显示组件等通用或定制化的解决方案，助力国内外家电品牌提升产品综合竞争力。

5. 上半年尽管通货膨胀与俄乌战争对欧美市场的影响仍在持续，公司海外业务仍保持了高增长，如何展望海外业务的

未来发展？

答：依据迪显咨询的报告显示，截至 2021 年底，全球教室数量 6,175 万间，全球教育市场交互智能平板的渗透率为 16%；全球会议室数量超过 7,500 万间，会议市场交互智能平板在全球的渗透率不到 3%。在海外市场的教育信息化、企业数字化推进趋势下，全球市场空间依然广阔。目前，中国液晶显示面板的供应在全球占比约 70%，相对完善的产业链配套和研发支持保障了中国商显产业的竞争优势。依托多年来积累的产品竞争力和营销能力、品牌口碑、供应链管理及规模优势，公司将积极开拓更广阔的海外市场空间。

现阶段，运营全球化作为非常重要的战略目标，公司会加快海外拓展和投入。一方面，我们将加快海外当地团队建设和渠道建设，陆续推进海外建立分支机构步伐，提升属地国际营销能力；另一方面，我们会逐步拓展海外产品线，将更多产品逐步导入海外市场，把握海外市场快速发展的机遇。

6. 能否介绍一下各项新业务的进展吗？

答：依托多年来的技术积累、供应链管理及规模优势等，公司在新业务的开拓进展如下：

电力电子业务：为顺应全球碳中和和节能环保的趋势，公司从家用电器智能控制领域延展至电力电子、新能源领域，提供 UPS、光伏逆变器等相关产品。2022 年上半年，公司进一步加强对新能源赛道的重视和投入，报告期内已量产和销售离网储能逆变器、便携式逆变器的相关核心部件，接下来将进一步对整机、系统做相应研究和开发。

计算设备业务：2022 年上半年，由于疫情反复，各行业对自动化需求明显加速，物联网技术和云端技术发展产生机器视觉检测等更多可落地的场景。公司产品面向自动化设备，AI 计算硬件等领域有所突破。

机器人业务：在部分行业和领域通过机器替代人工提升效率已经成为一种趋势，公司现阶段主要聚焦于服务类机器人，在报告期内持续加大在机器人产业相关核心技术的自主研发投入，其中商用清洁机器人已小批量在火车站、大型商圈、写字楼内试用。

7. 上半年国内外经济环境较复杂，LED 业务收入仍实现同比 26.6%增长，如何展望未来的成长？

答：公司将持续更新 LED 一体机等产品，通过软硬件一体化的方案设计减少兼容性问题，优化显示效果和产品功能，降低安装和后期维护成本，进一步提升用户使用体验。同时，公司通过在供应链管理、销售及内部运营等各方面积极赋能，并利用在教育市场及企业服务市场的销售渠道和品牌影响力，将 LED 显示产品进一步拓展至更多应用场景，包括大型会议室、报告厅、指挥中心、展览展示、商业传媒、体育馆、宴会厅等。

8. 公司在 VR/AR 上是否有所布局？

答：公司密切关注各种新产品、新技术的发展趋势，包括 VR/AR 领域，现已面向职业教育推出新一代 VR 实训一体机，作为初期阶段的探索和尝试。

目前 AR 行业的成熟度相对低些，部分核心元器件的出厂不良率较高，相关产品主要运用于垂直化的细分领域，如医疗、设备维修等。目前，公司参股投资广州视享科技有限公司，主要研发及销售 AR 智能眼镜等产品。

未来，公司将持续关注 VR/AR 相关行业的技术和产品研究，结合公司多年在音视频及人机交互领域积累的技术优势、供应链管理及规模优势，积极把握市场发展的机会。

	<p>9. 上半年，公司整体毛利率提升的原因有哪些？</p> <p>答：上半年公司实现整体毛利率 27.24%，较去年同期提升 2.78 个百分点。上半年整体毛利率提升主要为：①上半年公司主要原材料液晶显示面板的供应宽松、价格回落，叠加公司供应链管理所带来的规模优势，采购成本有所下降；②基于公司长期技术积累和产品创新能力，公司产品结构持续优化、出货平均尺寸不断提升、新产品及整体解决方案陆续推出，上半年交互智能平板的毛利率为 38.89%，较去年同期提升 10.56 个百分点。未来，公司将在技术创新、产品品质、服务等多方面继续打造领先优势，以提升产品和品牌的溢价能力，积极应对供应链价格波动和激烈的市场竞争环境。</p> <p>10. 上半年公司人员增长情况是怎样的？</p> <p>答：公司每年度会综合考虑市场环境、当前业务发展状况，以及中长期业务发展的人才需求等因素来确定人员增长规划。今年上半年末，公司员工总数较年初小幅增长，员工结构以研发和营销人员为主。在个别大型企业裁员大潮下，公司结合长远未来规划，上半年积极引进优秀人才，7 月新增 300 余名校招人员入职公司。同时，根据各业务发展需要以及员工意愿，公司内部也会进行资源调配。在成熟业务上，我们会持续关注人均产出指标；在新业务上，会充分研判业务机会进行必要的人才引进。作为一家技术创新驱动发展的公司，我们仍然会面向未来进行适度的前瞻性布局。</p>
附件清单（如有）	无
日期	2022 年 8 月 26 日