

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：2023-05

<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>安信证券、百川财富、高信百诺、华软新动力基金、源乐晟资管、志开投资、北信瑞丰基金、博时基金、博裕资本、财通证券、淳厚基金、德邦证券、东方财富证券、东方红资管、东方证券、东海证券、工银国际、共青城容光投资、光大保德信基金、丹松基金、广发证券、睿融基金、航长投资、国海富兰克林基金、国金基金、国金证券、国联安基金、国任保险、国泰基金、国泰君安、国投瑞银、国信证券、谦信基金、海通证券、玖龙资管、凯岩投资、淳臻投资、宏利基金、泓德基金、华安基金、华创证券、华福证券、华能贵诚信托、华泰证券、华西证券、汇丰前海证券、惠升基金、嘉实基金、建信保险资管、景顺长城基金、九泰基金、昆仑健康保险、摩根华鑫、摩根士丹利、南方基金、幻方量化、宁银理财、农银人寿保险、鹏华基金、前海开源基金、幂加和基金、泉果基金、仁桥(北京)资管、融捷投资、山高国际资管、山西证券、大正投资、复星高科、杭贵投资、健顺投资、泾溪投资、聚鸣投资、君翼博星创投、开思基金、理成资管、利幄基金、明河投资、牛乎资管、盘京投资、磐耀资管、朴易资管、睿郡资管、申银万国、慎知资产、拾贝能信基金、世诚投资、天玑投资、小鳄资管、信璞基金、</p>

	于翼资产、中域投资、申万宏源证券、怀新投资、嘉石大岩资管、前海君安资管、前海唐融投资、尚诚资管、同创佳业资管、铸成投资、中盈蓝景基金、施罗德投资、太平洋资管、泰达宏利基金、天风证券、京东方创投、西南证券、鑫元基金、星泰投资、兴业基金、兴业证券、兴银成长资管、寻常投资、阳光资管、易方达基金、誉辉资管、长安信托、长城证券、长信基金、涌悦资管、浙商证券、云杉投资、智子投资、中庚基金、中金公司、民生银行、人保资管、人寿保险、银河证券、中加基金、中泰证券、中信保诚资管、中信证券、中银国际、中邮证券、众安保险、众诚保险、Bright Valley Capital 等
时 间	2023 年 10 月 24 日 15:30-16:30
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 2023 年第三季度整体经营情况介绍</b></p> <p>2023 年前三季度，公司实现营业收入 153.83 亿元，同比下降 4.14%；实现归属于上市公司股东的净利润 10.61 亿元，同比下降 33.36%；实现扣除非经常性损益后归属于上市公司股东的净利润 9.05 亿元，同比下降 36.01%。</p> <p>其中，Q3 公司实现营业收入 70.46 亿元，同比减少 0.30%，环比降幅收窄；实现归属于上市公司股东的净利润 4.59 亿元，同比下降 49.88%。</p> <p>分业务来看：</p> <p>（1）部件业务，作为公司的基本盘业务，Q3 收入与毛利</p>

率情况相对平稳，持续为公司提供稳定的现金流。

生活电器业务继续保持快速增长，全年来看也能为公司收入带来不错的增量。

(2) 教育业务，今年三季度国内教育市场竞争较为激烈，影响到产品出货价格，导致整体营收有所下滑。加之显示屏的价格有所上涨，使得毛利率承压。但从出货量看，同比依然有所提升，行业地位进一步巩固。其中，K12 业务在收入端和利润端承压明显；高职教业务则延续上半年的趋势，继续保持较为不错的增长；此外，录播、智能讲台、教育 PC 等产品三季度继续增长，其中教育 PC 表现亮眼，自今年发布以来，出货持续增加，Q3 收入环比增长近 200%；以数字校园基座“希沃魔方”为代表的软件业务也保持着持续增长。C 端业务目前发展平稳，报告期内发布了希沃 V1 系列学习平板，在确保公司在低幼大屏领域的领先优势下，逐步往高年龄段扩充。近期公司也发布了希沃教学大模型，进一步助力教育高质量发展。

(3) 企业服务业务，受外部经济环境影响，Q3 收入有所下滑，但数字标牌等会议周边产品有所增长。10 月 23 日，MAXHUB 首发领效智会大模型内测版，将为用户带来更加人性化和智能化的高效会议体验。

(4) 海外业务，Q3 营收实现大幅增长，主要得益于公司持续拓展品牌客户，主要合作伙伴出货量的不断提升，以及海外自有品牌业务持续推进。

(5) 新业务：报告期内 LED 业务营收同比基本持平；计算设备、电力电子业务继续保持同比增长。

## 二、投资者互动问答

### 1、公司各主要业务板块毛利率的变动情况及原因？

三季度主要是教育业务的毛利率存在较大变动。国内教育市场，受竞争加剧的影响，公司 K12 教育产品在保持出货量同

比提升的情况下，出货价格同比下降，导致毛利率出现一定的下滑；海外 ODM 教育市场，受竞争环境的影响，毛利率整体也有所下滑；此外，主要原材料显示屏价格在三季度同比有所提升，也对公司教育业务毛利率产生一定影响。三季度属于教育旺季，国内教育业务及海外 ODM 教育业务营收规模较大，因此教育业务的毛利率下降对公司净利润影响较大。部件业务、企业服务业务及新业务毛利率相对稳定。

## **2、海外业务 Q3 发展情况以及 Q4 预期如何？**

海外市场下半年营收明显好转，具体来看，ODM 业务品牌商的库存今年上半年陆续消耗完开始提货，公司客户拓展工作报告期内也取得一定成效，此外，主要合作品牌商出货量的增长也同步带动了公司产品出货量的提升；自有品牌方面，公司持续推进海外自有品牌 MAXHUB 的建设，收入增长明显，报告期内 MAXHUB 也已取得微软 Teams 认证，首批合作产品已量产出货。基于以上原因，海外业务 Q3 收入实现较快增长。根据目前的情况来看，预计四季度将延续三季度的增长趋势。

## **3、生活电器及新业务的发展态势如何？**

生活电器业务 Q3 继续保持快速增长，预计四季度能延续这一趋势。生活电器业务主要为国内外家电品牌客户提供高可靠性、高性价比的变频及智能解决方案。生活电器市场规模大，未来增长空间广阔，公司将继续加大投入，推动生活电器业务的进一步发展。

随着新业务的发展及布局未来新方向的考虑，公司在报告期内加强了在高水平管理人才引进方面的投入，同时也持续加大产品技术的研发投入。计算设备业务、电力电子业务前三季度收入继续保持同比增长，LED 业务收入基本持平。

长远来看，公司将坚持“相关多元化”的原则，持续拓展新业务，一方面基于主营业务内生式拓展新品类，如电源板、投影板卡、IoT 板卡等，另一方面持续关注市场情况，通过外延

式投并购进入更多相关领域。

**4、请具体介绍教育软件商业化的具体情况，未来是否会成为公司新的成长曲线？**

今年推出的数字校园基座“希沃魔方”可以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。希沃魔方的数据中心可以通过可视化数据看板，提供多维度的数据分析，为各级教育主管部门、各级各类学校提供科学数据决策依据，助力提升治理效能。目前，该业务已贡献数千万收入，未来成长空间显著。

当前，公司正在努力实现国产化替代，为教师打造完善基础教学工具，为国家教育数字化转型贡献力量。同时，公司也在思考逐渐向软硬件复合型业务模式转型，比如基于 AI 大模型的增值服务。目前公司在教育领域和企业服务领域研发的垂类大模型都可以在硬件终端部署。未来，针对之前的硬件终端公司可以提供升级方案，满足存量市场客户对增值服务、数据安全需求，同时也会凭借公司的营销网络和品牌形象进一步推广这一可持续的、可迭代的服务，不断扩充增量市场。

**5、请具体介绍一下 AI 大模型如何赋能公司产品。**

关于公司教育产品，AI 大模型切实辅助解决教师在教室的教学问题。以软件平台“希沃课堂智能反馈系统”为例，它可以帮助教师进行课堂 3D 还原，完整回溯师生互动情况，通过教师巡堂轨迹、课堂互动分析等 AI 功能，对课堂教学数据进行专业分析，并能及时提供反馈意见，还可以根据教师对反馈意见的采纳情况对课件进行自动优化。在希沃学习机上，同样推出了多项 AI 新功能，比如绘本精读功能，可以使故事主角能说会动，激发孩子阅读兴趣，AI 陪伴共读功能，可以与孩子交流，引领孩子阅读、思考、提问与表达，辅助孩子的成长陪伴。

关于公司的会议产品 MAXHUB，新发布的领效智会大模型能够实现会议发言实时转录、会议纪要智能提炼，待办事项智

	<p>能生成等会前、会中、会后的一系列功能。具体可以参见希沃和 MAXHUB 的官方介绍。</p> <p><b>6、公司打算如何应对教育领域产品价格战？</b></p> <p>价格竞争是诸多行业共同面对的问题。公司认为，只有坚持推动产品创新，不断构建新的应用场景和解决方案，才有机会摆脱同质化导致的价格竞争。实践上，一方面，公司不断基于硬件终端开发新的功能和应用，另一方面，公司也在从单一产品提供商向一整套解决方案提供商转型。这将有助于进一步改善公司毛利率。比如公司推出的搭载教学大模型的希沃第七代交互智能平板拥有本地化算力，在满足算法稳定运行、保证信息安全的同时可以提升公司产品价值，提升盈利能力。</p> <p><b>7、请介绍学习机的产品情况和销售情况。</b></p> <p>目前学习机市场竞争激烈，且多聚焦在高年龄段学习提分。希沃学习机产品定位清晰，现阶段主要服务于 3 至 12 岁年龄段群体，主要有 W 系列学习机和 V1 系列学习平板。其中，W 系列学习机专注于低幼学段小朋友的启蒙和陪伴，帮助他们提升学习兴趣，养成学习习惯，这款产品在中幼市场依然拥有较强的竞争优势。V1 系列学习平板是希沃主要面向小、初学段学生的产品。目前，希沃学习机业务发展整体平稳。</p> <p><b>8、关注到三季度人员薪酬有变化，人员方面具体有哪些变化？</b></p> <p>三季度公司人员数量同比有所提升。一方面为加强海外自有品牌建设，公司增加了海外营销人员规模；另一方面为促进电力电子、计算设备、机器人等新业务的蓬勃发展，公司亦增加了相关领域研发人才的储备。此外，报告期内公司还新入职几百名校招生，为各业务的未来发展做好人才培养。</p>
附件清单（如有）	无
日期	2023 年 10 月 24 日