

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：2021-03

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	中信证券、交银施罗德基金、泓德基金、景顺长城基金、东方资管、IDG 资本管理、摩根士丹利、橡树岭资管、中邮创业基金、工银瑞信基金、易方达基金、平安基金、富国基金、建信基金、泰达宏利基金、嘉实基金、华宝基金、华商基金、新华基金、银河基金、博道基金、中加基金、中信保诚基金、汇安基金、汇丰晋信基金、合煦智远基金、惠升基金、淳厚基金、易米基金、申万宏源证券、建信人寿、平安养老、信银理财、成泉资本、拾贝投资、中信资管、中信自营、正心谷资管、鼎萨投资、才华资管、沅沛投资、国都自营、华宸未来、华能贵诚信托、江苏瑞华投资、南方天辰投资、清华控股、混沌道然资产、混沌投资、庐雍资产、中平资本、重阳战略、河床资本、九霄投资、奕金安资管、望正资本、韶夏资本、征金资本等
时 间	2021 年 8 月 28 日
地 点	公司会议室
上市公司接待 人员姓名	副总经理、董事会秘书程晓娜；投资者关系经理陈晶晶

投资者关系活动  
主要内容介绍

**一、2021 年半年度整体经营情况介绍**

2021 年上半年，国内经济持续稳定恢复，电子行业市场需求逐渐向好，公司实现营业收入 79.63 亿元，同比增长 27.50%。受电子产业链上游原材料供应短缺及价格上涨、国内外市场竞争持续加剧的影响，公司整体毛利率有所下降。今年随着疫情管控缓解，公司人员扩张、市场推广力度加大，因此销售费用、管理费用同比增幅较大。同时，为应对原材料缺货、涨价形势，保障旺季供货，期末原材料和成品库存均有较大增幅，计提的存货跌价准备有所增加。受上述因素影响，上半年公司实现归母净利润 4.30 亿元，同比下降 20.51%。

**二、投资者互动问答**

**1、公司今年上半年营业收入同比实现 27.50% 的增长，而归母净利润同比下降 20.51%，变动原因是什么？**

答：今年上半年，电子行业市场需求逐渐向好，国内外交互智能平板市场增长良好，公司聚焦主业，持续进行产品创新和产品结构优化，并加大市场推广和营销力度，巩固了主营产品市场领先优势和影响力，上半年实现了收入的稳健增长。上半年，教育交互智能平板营业收入(含海外)同比增长 47.44%，会议交互智能平板营业收入（含海外）同比增长 41.38%。

归母净利润同比下降的主要原因有如下几点：（1）受电子产业链上游原材料供应短缺、涨价明显的影响，今年上半年综合毛利率同比下降 2.81%；（2）为降低原材料价格上涨对成本的冲击，并保障产品能够及时交付，公司在上半年加大了原材料的策略性备货和交互智能平板的成品库存，报告期末存货金额 38.57 亿元，较年初存货增加了 20.28 亿元，因此计提的存货跌价准备金额大幅增加，导致资产减值损失同比大幅增加；（3）去年上半年受疫情影响，诸多市场推广和营销活动未能正常开展，销售费用相对较低，今年上半年公司加大了各业务的营销

力度以及新业务的投入，相应的销售费用和管理费用均有所增加。

**2、2021年上半年，公司整体毛利率和主要产品毛利率同比都有所下降，主要原因是什么？**

答：2021年上半年，公司整体毛利率为24.46%，同比下降2.81个百分点。其中，按产品划分，液晶显示主控板卡毛利率为15.69%，同比下降2.4个百分点；交互智能平板毛利率为28.33%，同比下降6.38个百分点；其他产品毛利率为29.08%，同比下降2.2个百分点；按市场区域划分，国内市场整体毛利率基本维持稳定，海外市场整体毛利率为22.24%，同比下降13.98个百分点。

上半年毛利率下降的主要原因为：（1）上游原材料供应短缺、涨价明显，导致采购成本大幅上升；（2）海外交互智能平板市场竞争显著加剧，各厂商为抢占市场份额，价格战较为激烈，自去年三季度至今，公司海外产品平均单价趋势性下降，今年上半年海外产品平均毛利率下滑13.98%，同时，海外产品收入占公司总收入的比例提升，因此海外毛利率对公司综合毛利率产生了较大影响；（3）2019年受益于原材料成本下降等因素，公司整体毛利率达到27.32%，是过往年度中相对较高的水平，2020年上半年毛利率仍处于相对高位，因此今年上半年同比变化较为明显。

**3、公司液晶电视主控板卡今年上半年的出货量同比增长0.62%，低于行业增速，营业收入同比下降3.67%，原因是什么？**

答：疫情环境下对电视机厂商的综合运营能力提出了更高的要求，根据奥维咨询的行业报告统计，上半年品牌电视机厂商的全球出货量市占率有所提升，OEM厂商的全球出货量市占率相对下降。品牌电视机厂商中，三星、索尼、LG出货量提升明显，而这三大品牌的TV板卡以自研为主。上述市场结构的变

化，一定程度上影响了公司 TV 板卡的全球市占率。另外，为应对全球电视机市场出货结构的变化，公司持续加大品牌客户的开拓力度，上半年品牌客户的出货量占比相较之前有明显提升，品牌客户的合作模式和 OEM 客户的合作模式有一定的区别，品牌客户通常会自供部分核心原材料，会影响产品单价，因此随着品牌客户出货份额的提升，公司液晶电视主控板卡的平均单价会受到一定影响。

**4、2021 年上半年，公司生活电器部件业务实现的营业收入同比增长 248%，主要客户有哪些？生活电器部门总共有多少人？**

答：2021 年上半年，公司生活电器部件业务实现营业收入 1.34 亿元，同比增长 248%。公司依托多年来的技术积累、供应链管理及规模优势，在生活电器的控制模组业务、空调热泵业务和供应链服务业务等方向上积极开拓市场、加大业务布局，主要为冰箱、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，公司目前已与海尔、海信、TCL、云米、老板电器、方太等众多家电品牌建立合作关系。目前生活电器部件业务总共约 200 人，包含产品研发、技术、供应链管理、销售、综合管理等模块。

**5、2021 年上半年，公司教育业务在非公立市场的业务开拓情况如何？**

答：公司在巩固中小学公立校市场基础上，努力开拓幼教、高职教等新市场领域，由公立校市场向非公立校市场延伸。幼教市场中普惠园比例的提高、高职教学校的小班化及各类智慧教学场景的建设，都给交互智能显示产品的应用提供了新的市场机会。

报告期内，希沃重点开拓高等教育市场，针对高校五类教学场景——数字教室、阶梯教室、小组研讨教室、实验实训教

室及共享学习空间提供解决方案，并通过冠名中国高等教育博览会等方式进一步提升希沃在高校市场的知名度。希沃亦携手英特尔推出全新数字高校综合解决方案，从课前、课中、课后全环节赋能高等教育教学环境信息化、智能化建设，为广大高校师生提供“教、学、评、管”方面的高效、流畅体验。

**6、目前华为已进入会议市场，公司如何应对华为等新进入者的挑战？MAXHUB有何竞争优势？**

答：在日益激烈的市场竞争中，MAXHUB会议平板2021年上半年销量市占率为27.2%，继续保持中国大陆市场出货量份额第一的领先优势。公司长期看好会议市场广阔的发展空间，华为等新的玩家进入会议市场，会加速市场对该产品品类的认知，有利于缩短市场培育周期。我们一直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。MAXHUB会议平板自2017年品牌创立以来，已连续4年保持中国大陆会议平板市场份额第一的领先优势，目前已有超过250家的中国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。同时，除了会议室相对通用化的产品方案之外，我们针对不同行业用户的差异化需求，为党政、金融、医疗和新零售等用户提供综合性的解决方案，以期为行业效率提升和知识资源有效沉淀赋能提效。

**7、2021年上半年，公司计提的存货跌价准备大幅增加，具体是什么原因？计提方法是怎样的？**

答：公司于上半年计提存货跌价准备大幅增加主要是期末存货大幅增加所致。一方面为应对部分原材料缺货及涨价的趋势，结合对于未来原材料价格的走势判断，上半年公司加大了

原材料的策略性备货；另一方面因 Q3 为教育业务的出货旺季，为保障旺季的出货需求，公司对交互智能平板进行提前备货，导致 6 月末的成品库存有所增加。

关于存货跌价准备计提的方法，公司的存货采用成本与可变现净值孰低计量，按照单个存货成本高于可变现净值的差额计提存货跌价准备。在正常生产经营过程中，公司对产成品、库存商品和用于出售的材料等直接用于出售的商品存货，以该存货的估计售价减去估计的销售费用和相关税费后的金额，确定其可变现净值；需要经过加工的材料存货，以所生产的产成品的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用和相关税费后的金额，确定其可变现净值；为执行销售合同或者劳务合同而持有的存货，其可变现净值以合同价格为基础计算，若持有存货的数量多于销售合同订购数量的，超出部分的存货的可变现净值以一般销售价格为基础计算。

计提存货跌价准备后，如果以前减记存货价值的影响因素已经消失，导致存货的可变现净值高于其账面价值的，在原已计提的存货跌价准备金额内予以转回，转回的金额计入当期损益。

**8、2021 年上半年，其他收入同比增幅较大，其他产品具体包括哪些产品？**

答：2021 年上半年公司其他收入 15.49 亿元，同比增长 53.50%， “其他”主要包括 LED 显示产品、生活电器部件、数字标牌、供应链服务、教育学生终端及录播等产品、会议音视频设备及周边产品等。

**9、公司 2021 年人员增长规划是怎样的？**

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年度人员增长规

	<p>划。今年上半年末，公司总人数较年初增加了五百多人，下半年人员增长以校招人员为主，内部根据各业务发展需要以及员工意愿，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	2021年8月29日