

广州视源电子科技有限公司

2020 年董事会工作报告

2020 年，公司董事会依照《中华人民共和国公司法》《中华人民共和国证券法》《深圳证券交易所股票上市规则》《深圳证券交易所上市公司规范运作指引》等法律法规、规范性文件及《广州视源电子科技有限公司章程》等公司相关制度的规定，严格依法履行董事会的职责。本着对全体股东负责的工作态度，勤勉尽责地开展董事会各项工作，推进公司规范运作和科学决策，切实维护公司和全体股东的合法权益，促进公司的长远、稳健发展。

现将公司董事会 2020 年主要工作情况汇报如下：

一、公司 2020 年整体经营情况

2020 年，面对新冠疫情的不利影响，以及上游部分原材料供应紧缺、市场竞争加剧等宏观环境变化和经营压力，公司第一时间成立了防疫应急工作组和业务保障工作组，对内保障员工及家属健康安全，对外支持合作伙伴顺利开工，主动联动产业链上下游，积极有序组织复工复产保障客户交付。2020 年，在国家提出“以国内大循环为主，国内国际双循环相互促进的新发展格局”下，公司聚焦主业，一方面坚持高质量发展，通过技术创新、产品创新、场景创新，不断优化产品结构，进一步提升产品竞争力，并快速调整公司营销方向，通过加大国内线上营销投入等举措，有效降低因疫情导致的市场开拓受阻等因素，巩固主营产品市场影响力；另一方面狠抓精细化管理，提升企业运营效率，实现降本控费、提质增效的管理目标；随着国内疫情的逐渐缓解，公司及时把握市场回暖的商机，利用产品在成本、质量、交付和服务方面的优势，在下半年实现了营收和利润的复苏增长。

报告期内，公司实现营业收入 1,712,931.53 万元，同比增长 0.45%，实现归属于上市公司股东的净利润为 190,152.39 万元，同比增长 18.04%，实现归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润为 177,028.46 万元，同比增长 16.76%。

1、部件业务

2020年，受新冠疫情影响，全球电视机市场出现较大变化，国内市场持续低迷，海外市场受经济刺激影响取得增长，根据奥维云网2020年12月《全球电视品牌出货月度数据报告》统计，2020年全球电视机出货量约为22,875.17万台，同比增长1.09%，市场规模整体保持稳定。受新冠疫情影响，部件业务部分原材料如半导体、PCB、阻容器件、接插件等在全年出现不同程度的供应紧张、价格上行，供应链端承压，加工厂产能也因疫情防控需要而阶段性受限。

为有效应对外部环境变化，部件业务在2020年初即加大电视主控板卡订单拓展力度，紧盯国内国外疫情防控形势的动态变化，全年进一步深挖品牌客群、大型OEM代工厂、互联网客群的合作潜力，积极开拓国内电视机品牌4K机型，并及时把握海外市场受当地经济刺激政策带来需求回暖的商业机会。此外，部件业务还主动寻找居家办公、远程协作办公相关显示设备的产品设计及供应链服务需求。报告期内，供应链体系通过与前端营销紧密配合，一方面积极支持合作方开展防疫工作，调动资源协助合作伙伴复工复产，共同保障物料供应和阶段产能充足，另一方面努力提升订单需求信息的准确度，适度进行策略备货，高频度与供应商采用数字协同的方式应对供应异常。报告期内，部件业务进一步节流控费降损失，继续通过研发创新、标准化程度提升、流程改造和工艺优化，坚定研发降本、提质增效的精细化管理之路，费用支出得以有效控制。

2020年，公司液晶电视主控板卡全年出货量为7,130.09万片，占全球液晶电视主控板卡全年出货量的比重为31.17%，继续保持市场领先优势；公司在报告期内积极优化产品结构，进一步提升智能电视板卡的出货量占比，公司智能电视板卡出货量为4,220.29万片，占公司全年液晶电视主控板卡出货量的59.19%，提升近10个百分点。受累于竞争加剧，液晶电视主控板卡实现营业收入624,904.92万元，较上年同比下滑21.05%。部件业务的其他业务如白家电控制模组、IoT模组及供应链服务等也在报告期内取得了快速增长。

2、教育业务

报告期内，希沃持续深入研究和把握国内教育行业政策动态，针对教育信息化细分市场的不同应用场景，进行产品体系的再次升级，基本实现了全学段教育

信息化应用工具和服务的精准覆盖。同时，希沃继续深耕中小学（K12）公立校市场，快速开拓幼教、教培、高职教市场，继续由公立教育市场的中小学段向其他学段以及非公立教育市场延展。

报告期内，希沃继续保持了交互智能平板产品的市场领先优势，面临新冠疫情的不利影响，交互智能平板产品在教育行业仍实现了稳健增长，其他数字化教学硬件如学生终端产品、录播系统、屏显产品也取得了收入的同比快速增长。希沃在 2020 年继续推出新品，升级推出第五代交互智能平板，首创了四边红外智慧黑板，还面向家庭场景推出网课学习机、希沃小墨等硬件产品。2020 年，希沃交互智能平板、智慧黑板、学生平板 seewoPad 系列产品经中国标准化研究院视觉健康与安全防护研究室测试，人眼视觉舒适度（VICO）结果均达到 A 级标准。在软件方面，希沃在疫情防控初期免费推出“希沃云课堂”，助力国家“停课不停学”政策的顺利实施，“希沃云课堂”至今累计已服务近千万师生；在幼教、教培、高职教市场的“三教”场景，希沃立足于教师、教室、教学，以数字化教学应用为核心，深化希沃白板、易课堂、希沃品课、集控管理平台等软件的应用场景，不断强化希沃产品在教育专业领域的综合竞争力。

2020 年，公司交互智能平板产品在教育市场实现营业收入 681,889.10 万元，同比增长 10.99%。根据迪显咨询《2020 年 Q4 全球 IFPD 市场研究报告》，2020 年中国大陆教育 IFPD 市场销量同比增长 8.8%，市场整体销售额同比下降 5.7%。希沃凭借在产品、销售和服务等方面的综合竞争优势，实现希沃交互智能平板产品占中国大陆教育 IFPD 市场总销量的 48.2%，希沃品牌排名继续位居首位。

3、企业服务业务

报告期内，MAXHUB 基于书写、展示、协同的核心会议需求，首次根据不同的使用场景和细分用户群体重新定义了会议平板，发布了全新一代 V5 系列产品，从产品定位、产品形态、主题、功能、性能、操作系统等方面为用户提供个性化的整体解决方案，倡导让智能会议无处不在。MAXHUB V5 系列产品发布之后广受市场好评，成为会议平板市场的标杆产品，继续保持产品领先优势。报告期内，在营销渠道方面，MAXHUB 在全国两级分销渠道架构的基础上深耕地市布局，实现了五六线市场的渠道延伸；重视线上销售的资源投入，多个电商渠道齐发力，线上销售收入同比大幅增长；进一步完善大客户营销体系，引入高端

管理人才，为未来的发展奠定良好的基础。同时，MAXHUB 提炼不同行业客户的共性应用需求，为行业客户提供兼具行业属性和轻量个性化的业务场景解决方案，在金融、新零售等多个行业建立了标杆用户案例如农业银行、TATA 木门、欧莱雅等。在市场推广与保障方面，MAXHUB 进一步升级售前方案能力，完善售后服务体系建设，为品牌建设及销售实践提供了有力支撑；2020 年继续针对全用户提供会议平板的免费试用体验，展开全国各区域大范围推广；增加百度、今日头条、腾讯等流量渠道的投放覆盖，把握短视频等传播趋势，丰富传播方式和内容，并赋能分销渠道共同提升产品及品牌的用户认知。

据奥维云网《2020 年中国商用平板市场研究报告》统计，2020 年中国大陆商用平板市场与上年同比销售量增长 36%，市场销售额同比增长 5%。在报告期内激烈的市场竞争中，MAXHUB 交互智能平板 2020 年实现销量市占率 25.5%，继续保持中国大陆市场份额第一的领先优势。2020 年，公司交互智能平板产品在企业服务市场实现营业收入 116,008.03 万元，同比增长 45.33%。

4、新业务拓展

报告期内，公司继续围绕主营业务进行相关新业务的拓展和培育。作为商用显示领域的重要布局，公司 LED 显示业务在报告期内初具规模，实现营业收入 3 亿元，同比增长 16.93%；公司在 2020 年完成了对西安青松的剩余股权收购，西安青松成为公司的全资子公司。

二、董事会 2020 年日常工作情况

（一）认真组织召开董事会会议

公司董事会设成员 9 名，其中独立董事 3 名。2020 年，公司董事会共召开了 11 次会议，会议的召集与召开程序、出席会议人员的资格、会议决议内容、表决程序和表决结果均符合法律法规和《广州视源电子科技有限公司章程》的规定。具体情况如下：

1、2020 年 1 月 17 日，召开了第三届董事会第二十三次会议，审议通过了《关于 2020 年日常关联交易预计的议案》。

2、2020 年 3 月 10 日，召开了第三届董事会第二十四次会议，审议通过了《关于出售子公司股权暨关联交易的议案》。

3、2020年3月27日，召开了第三届董事会第二十五次会议，审议通过了如下议案：

- (1)《关于选举副董事长的议案》
- (2)《关于增补战略委员会委员的议案》
- (3)《关于聘任总经理的议案》
- (4)《关于购买董监高责任险的议案》
- (5)《关于制定<广州视源电子科技有限公司反舞弊管理制度>的议案》
- (6)《关于修订公司制度的议案》

4、2020年4月23日，召开了第三届董事会第二十六次会议，审议通过了如下议案：

- (1)《关于<2019年总经理工作报告>的议案》
- (2)《关于<2019年董事会工作报告>的议案》
- (3)《关于<2019年财务决算报告>的议案》
- (4)《关于<2019年利润分配预案>的议案》
- (5)《关于<2019年年度报告>及摘要的议案》
- (6)《关于<2019年社会责任报告>的议案》
- (7)《关于<2019年募集资金存放与使用情况专项报告>的议案》
- (8)《关于<2019年内部控制自我评价报告>的议案》
- (9)《关于<2019年控股股东及其他关联方占用资金情况专项说明>的议案》
- (10)《关于会计政策变更的议案》
- (11)《关于续聘2020年审计机构的议案》
- (12)《关于向银行申请综合授信额度的议案》
- (13)《关于开展2020年外汇套期保值业务的议案》
- (14)《关于使用暂时闲置自有资金购买低风险理财产品额度的议案》

(15) 《关于<2020年第一季度报告全文>及正文的议案》

(16) 《关于 2018 年限制性股票预留授予第一个解除限售期解除限售条件成就的议案》

(17) 《关于<2018 年限制性股票预留授予第一个解除限售期解除限售名单>的议案》

(18) 《关于回购注销 2017 年与 2018 年限制性股票激励计划部分限制性股票的议案》

(19) 《关于公司未来三年股东分红回报规划的议案》

(20) 《关于拟减少注册资本及修改<公司章程>的议案》

(21) 《关于修订公司制度的议案》

(22) 《关于召开 2019 年年度股东大会的议案》

5、2020 年 5 月 26 日，召开了第三届董事会第二十七次会议，审议通过了如下议案：

(1) 《关于调整 2017 年和 2018 年限制性股票激励计划回购价格的议案》

(2) 《关于调整“视源转债”转股价格的议案》

(3) 《关于公司及全资子公司出售无形资产暨关联交易的议案》

(4) 《关于增加 2020 年日常关联交易预计的议案》

(5) 《关于开展外汇套期保值业务的可行性分析报告的议案》

6、2020 年 6 月 5 日，召开了第三届董事会第二十八次会议，审议通过了《关于 2017 年限制性股票首次授予第三个解除限售期和预留授予第二个解除限售期解除限售条件成就的议案》《关于<2017 年限制性股票首次授予第三个解除限售期解除限售名单>和<2017 年限制性股票预留授予第二个解除限售期解除限售名单>的议案》。

7、2020 年 7 月 4 日，召开了第三届董事会第二十九次会议，审议通过了《关于拟签订授权许可协议暨关联交易的议案》。

8、2020 年 7 月 22 日，召开了第三届董事会第三十次会议，审议通过了《关

于提前赎回“视源转债”的议案》。

9、2020年8月26日，召开了第三届董事会第三十一次会议，审议通过了如下议案：

(1)《关于<2020年半年度报告>及摘要的议案》

(2)《关于<2020年半年度募集资金存放与使用情况专项报告>的议案》

(3)《关于2018年限制性股票首次授予第二个解除限售期部分限制性股票解除限售条件成就的议案》

(4)《关于<2018年限制性股票首次授予第二个解除限售期部分限制性股票解除限售名单>的议案》

10、2020年10月27日，召开了第三届董事会第三十二次会议，审议通过了如下议案：

(1)《关于<2020年第三季度报告全文>及正文的议案》

(2)《关于回购注销2017年与2018年限制性股票激励计划部分限制性股票的议案》

(3)《关于拟增加注册资本及修改<公司章程>的议案》

(4)《关于增加2020年日常关联交易预计的议案》

(5)《关于召开2020年第一次临时股东大会的议案》

11、2020年12月24日，召开了第三届董事会第三十三次会议，审议通过了如下议案：

(1)《关于董事会换届选举暨提名第四届董事会非独立董事候选人的议案》

(2)《关于董事会换届选举暨提名第四届董事会独立董事候选人的议案》

(3)《关于第四届董事会董事薪酬的议案》

(4)《关于可转换公司债券部分募投项目延期的议案》

(5)《关于拟签署投资协议的议案》

(6)《关于2021年日常关联交易预计的议案》

(7)《关于召开 2021 年第一次临时股东大会的议案》

(二) 董事会对股东大会决议的执行情况

报告期内，公司董事会组织召开了 2019 年年度股东大会和 2020 年第一次临时股东大会。董事会根据国家有关法律法规及《广州视源电子科技股份有限公司章程》及《广州视源电子科技股份有限公司董事会议事规则》的规定和要求，对股东大会审议通过的各项议案进行认真落实和执行，积极维护公司和全体股东的合法权益。

三、2021 年工作的总体计划安排

根据发展战略及实际经营情况，公司制定 2021 年的经营计划如下：

2021 年，公司董事会、管理层将带领全体员工继续聚焦主业，把握市场需求和机遇，持续提升产品竞争力和营销能力，深挖增长潜力，进一步提升经营效率和发展质量。

部件业务，持续发挥液晶电视主控板卡业务为基础的技术优势和供应链规模优势，与国内外众多品牌客户建立战略级合作关系，加强国内外新客户的拓展力度，加大与海外授权 OS 及内容方的资源整合力度，提升 OEM 客户群的智能化占比，进一步提升液晶电视主控板卡的市场份额，并夯实在显示器板卡、电源模块、IoT 模块及其他新产品方向的研发能力和品质管控能力，从为客户提供单一液晶显示控制板卡升级为客户提供多功能产品整合、多品类产品设计及供应链服务，进一步发掘新产品的客户群，提升新产品的市场份额。白家电控制模组业务将继续聚焦家用和商用电器的显示、交互控制及连接技术，加快与品牌厂商建立合作，实现更快增长。发挥部件业务在电子领域产品的设计与供应链优势，进一步开发供应链服务客户群。

教育业务，希沃将以“三教”为核心，持续深耕中小学公立校市场，积极开拓幼儿教育、高等教育、民办教育、培训机构等新市场，保持交互智能显示类核心产品的领先优势；同时加大录播、学生终端等各类教育信息化新产品的研发和营销力度，将应用软件与数据服务进行粘合，构建各类场景化的解决方案，满足教育信息化的更多应用需求；进一步完善品牌传播与营销体系，强化希沃在新客群的品牌认知；进一步加大服务体系建设，夯实一线区域在入校“最后一公里”的服

务能力，满足教学个性化服务需求，并拓展培训的广度与深度，构建以用户为主的全面服务能力。

企业服务业务，MAXHUB 将坚持自主创新，根据用户需求持续迭代升级产品与方案，针对企事业客户多样化需求的特性，由销售单一产品转变为向客户提供完整的软硬件解决方案。针对会议平板这一核心品类，MAXHUB 进一步提升产品差异化和竞争，推出适用于会议、金融、医疗等不同场景的整体解决方案。在构建整体解决方案的过程中，除了自研软硬件外，MAXHUB 将继续与行业上下游优秀的合作伙伴建立良好的合作生态，采用自研+外部合作的方式为用户提供更好的解决方案。在营销方面，将继续扩大销售队伍，持续不断的优化销售渠道，提升渠道的销售能力，加强重点行业大客户和标杆客户的拓展；从产品布局、渠道拓展、品牌营销、团队建设及内部管理系统优化等全方位进行完善保障，支撑业务谋求快速成长机会。

加强对公司孵化业务的培育和管理力度。基于原有业务技术积累，在新业务领域加大研发投入，做好新业务团队建设，积极寻找各业务的带头人、技术及销售骨干，力争在新业务方向上实现突破；同时，加强对孵化业务的考核管理，对于投入周期较长且持续不能达成业务发展目标的孵化业务进行调整。拓宽孵化业务的资源渠道及培育方式，通过内生孵化、并购、少数股权投资等多种方式，围绕公司发展战略进行新方向布局，为公司中长期成长注入新的活力。

持续提升工作质量和组织运营效率。随着业务及人员规模快速扩大，公司将继续在工作流程优化、信息系统升级、供应链管理体系、质量管控体系、人员能力提升等方面进行完善，进一步提升公司整体运营质量和效率。

公司将继续秉持对全体股东负责的原则，力争达成 2021 年的各项经营目标！

广州视源电子科技有限公司

董事会

2021 年 4 月 22 日