

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：2022-07

<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（<u>电话会议</u>）</p>
<p>参与单位名称及 人员姓名</p>	<p>IDG 资本、IGWT Investment、JK Capital、Polymer Capital、安信证券、百年保险、博时基金、财通证券、冲和资管、纯达资管、淳厚基金、大道兴业资管、大家资产、大岩资本、淡水泉投资、德邦证券、登程资产、鼎萨投资、东北证券、东财基金、东方证券、东莞证券、东海基金、东吴证券、敦颐资管、多利资本、方圆基金、丰仓股权投资基金、丰岭资本管理、高菁私募基金、格林基金、固禾私募证券基金、光大证券、光大资管、广发证券、广发资管、广新控股、广银理财、国海创新资本、国金证券、国盛证券、国泰君安证券、国泰元鑫资管、国信证券、海通证券、海雅金控、浩期私募基金、河北省国企改革发展基金、恒昇基金、红杉资本、红塔红土基金、泓澄投资、泓德基金、洪运瑞恒私募基金、厚瞻资管、华安基金、华安证券、华创证券、华杉投资、华泰证券、华泰资管、华体投资、华西证券、汇丰前海证券、汇金资管、汇添富基金、火星资管、嘉实基金、建信养老金、健顺资管、金友创智资产、锦绣中和资本、京东方创新投资、景顺长城基金、九泰基金管理、玖龙资产、君安资产、君康人寿保险、君义资本、开源证券、宽远资产、朗实投资、聆泽投资、民生银行、民生证券、明河投资、</p>

	<p>铭深资管、摩根士丹利华鑫基金、摩根士丹利投资管理公司、摩根士丹利证券、宁泉资管、磐厚动资本管、平安银行、璞远资管、朴易资管、栖港投资、齐家资管、谦心资管、筌笠资管、人保资产、仁桥资管、容光投资、山高国际资管、尚诚资产、尚近资管、韶夏投资、申万宏源证券、申银万国证券、慎知资产、施罗德投资、泰达宏利基金、泰康养老保险、唐融资本、天风证券、天玑投资、天治基金、通用技术集团投资管理、统一证券投资、万联证券、西部证券、西南证券、新橙资管、鑫宇投资、星石投资、星泰投资、星展银行、兴华基金、兴业证券、兴银成长资本、旭鑫资产、壹宸投资、彝川资本、易米基金、羿拓榕杨资管、银河基金、银河证券、源乘投资、远望角投资、远信私募基金、云杉投资、长江证券、长信基金、招商证券、浙商证券、正松投资、致道投资、智诚海威资管、智明浩金资管、中财龙马投资、中华联合保险、中金公司、中盛晨嘉私募基金、中天汇富基金、中信保诚人寿保险、中信建投证券、中信证券、中银国际证券、中邮人寿保险、中邮证券、中域投资、中植资本、珠江人寿保险等</p>
时 间	2022 年 10 月 27 日
地 点	公司会议室
上市公司接待 人员姓名	副董事长、总经理 王洋； CFO 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>一、公司 2022 年前三季度整体经营情况介绍</p> <p>2022 年前三季度，公司实现营业收入 160.47 亿元，同比增</p>

长 5.01%；实现归属于上市公司股东的净利润 15.93 亿元，同比增长 30.34%；实现扣除非经常性损益后归属于上市公司股东的净利润 14.15 亿元，同比增长 34.71%；经营活动产生的现金流量净额 25.78 亿元，同比增长 47.23%，主要得益于当期净利润增加，存货周转加快；基本每股收益 2.36 元，加权平均净资产收益率 16.78%；报告期末总资产 207 亿元，归属于上市公司股东的所有者权益 114 亿元。

2022 年第三季度，公司实现营业收入 70.67 亿元，同比下降 3.45%；实现归属于上市公司股东的净利润 9.16 亿元，同比增长 15.67%。实现扣除非经常性损益后归属于上市公司股东的净利润 8.56 亿元，同比增长 16.79%。

二、投资者互动问答

1.请简要说明 2022 年第三季度各主要业务的增长情况

答：①公司液晶显示主控板卡在产品、技术、规模、质量、成本等方面有明显竞争优势，最近三年的全球市场占有率均超 30%。受黑色星期五、圣诞节、世界杯等需求拉动，目前国内 TV 品牌厂商的渠道库存已处于良性状态，公司积极把握客户结构性增长机会，持续提升智能板卡的出货占比，液晶显示主控板卡业务 Q3 继续保持良好的增长态势。

公司投影板卡、电源板卡等也取得较好的增幅。

受益于早期与大客户建立的合作项目持续、有序落地，生活电器智能控制器业务前三季度营收同比保持较快增长。

② Q3 作为教育业务的传统旺季，去年 Q3 是历史以来最高的一个季度，今年 Q3 比上半年已有非常明显的恢复，但相比去年 Q3 仍存在小幅下降，主要因国内疫情反复，部分采购需求和招投标节奏受到影响。前三季度公司智慧黑板在教育业务收入

的占比持续提升，智能讲台配比有所提高，面向高职教的软硬件综合解决方案获得重要进展，成功签约百万级平台项目《香港科技大学南沙校区项目》。此外，公司针对职业教育推出新一代 VR 实训一体机等产品；面向家庭教育推出的全新一代网课学习机 W2 也取得了快速发展，通过加速线上、线下多渠道布局和多平台扩大销售，在个人消费者中的品牌影响力得到进一步提升。

③受国内疫情影响，今年上半年国内会议市场疲弱，Q3 企业服务业务有所恢复，但仍不及去年同期。为有效应对外部环境变化，公司一方面加大品牌宣传及电商渠道销售力度，积极参加线下展会，在巩固原有的线上线下营销渠道的同时，进一步梳理和优化全国的经销商体系。另一方面，公司持续丰富和完善产品矩阵，拓宽和深化产品应用场景，不断提升产品在客户端的认知。9 月公司推出 MAXHUB 墨水屏智能办公笔记本，具有健康护眼，小巧智能等特点，有利于解决商务人士、教育、研究分析人员办公出差、阅读批注等刚性需求。

④受俄乌战争、能源危机、通货膨胀、欧美央行连续大幅加息、紧缩货币政策影响，全球各主要经济体增速放缓，境外政府购买力下降，有效需求不足，Q3 海外业务受到一定影响。目前公司海外以欧美市场为主，同时兼顾发展中国家，部分渠道库存现已陆续消耗。未来，公司会从产品、技术、供应、质量、价格等多个方面支持战略客户抢夺更多市场标案，在产品创新、供应链降本方面深入挖潜，持续开拓更多的海外大客户，提升市场份额。

2.近期国家推出贴息贷款政策支持高校和职业院校的发展，公司在高职教市场开拓方面有什么计划？

答：最近国家以贴息贷款的信贷方式支持教育、文旅体育、

实训基地等领域的建设和发展，短期内有利于高职教市场采购需求的快速上升。目前，各地学校还在项目申报阶段，公司已组织拉通希沃、MAXHUB、LED 等专门团队密切跟进，积极联动合作伙伴，抓紧时间与高校/职校进行需求对接。

公司旗下品牌希沃（seewo）作为国内交互智能平板品类首创者，2012 年-2021 年连续 10 年蝉联中国交互智能平板行业市场占有率桂冠。希沃针对教育场景有着极为丰富的产品解决方案，包括交互智能平板、智慧黑板、LED 显示终端、录播、云屏、班牌等，统筹设计多媒体显示系统、录播管理系统、教学质量管理系统、集控物联系统，为高职校打造智慧教室、专业教学空间、实验实训空间、校级/教学管理平台、智慧校园，以服务不同学校的多样化建设需求。

3.教育业务未来的成长性主要体现在哪些方面？

答：在教育信息化 2.0 阶段，国家针对教育信息化、教育新基建方面的政策支持及投入保障，为公司教育业务的持续发展带来了良好的机遇，提供了广阔的发展空间。

希沃将积极把握教育信息化 2.0 阶段全面推动信息技术与教育教学深度融合的发展机遇，助力智慧校园建设，一方面，开发更为丰富的产品线及应用软件，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扩充和升级，主要产品包括：电子白板、智慧黑板、智能录播、智慧讲台、教学软件、音视频终端、电子学生证、智能实训室等；公司已推出面向教师备授课场景的智能 PC 一体机，受到用户青睐。随着公司教育产品品类的增加，预计可获得的财政预算和营收也将进一步增长。

另一方面，抓住国家补贴高职校建设的良好契机，快速拓

展高职教获取增量，为非公立市场提供好用、易学、领先的教育信息化应用工具及服务。

面向家庭智慧教育场景，公司已推出全新一代网课学习机 W2，拥有 15.6 寸类纸大屏、获得多项视觉健康护眼认证，涵盖 AI 伴读、5A 成长体系、智慧同步课堂等特色功能。公司认为 To C 端的智能学习终端市场前景广阔，将继续加大在这一品类的研发和营销投入，加速线上、线下多渠道布局，推动业务快速发展。

4.会议市场不断有华为等新的品牌厂商加入并推出新产品，MAXHUB 有何竞争优势？2022 年 MAXHUB 新品发布会有哪些亮点？

答：更多的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。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 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。

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、医疗和新零售等细分行业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。

今年上半年，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。

5.海外商显整机的市场空间有多大？公司在海外市场未来的业务规划和策略是怎样的？

答：依据第三方报告显示，全球教室数量、会议室数量分别为 6,150 万间、7,500 万间，海外教室交互智能平板的渗透率为 16%，而海外会议室交互智能平板的渗透率不到 3%。在海外教育信息化、企业数字化推进趋势下，智慧商显全球市场空间十分广阔。

2022 年上半年，公司实现交互智能平板等终端产品在海外市场的营业收入 21.06 亿元，同比增长 43.87%，海外市场的业务拓展已初见成效。首先得益于海外的市场规模，近年来欧美等一些发达国家及地区政策支持推动采购，发展中国家及地区也不断出现国家级政府主导的教育信息化建设项目，整体海外市场发展可期；其次公司结合不同区域的市场特点，基于国内业务长期积累的产品技术经验和能力，研发符合当地用户使用需求的软硬件产品、加大海外当地营销团队的建设 and 渠道建设、提升客户对公司及产品价值的认同。

现阶段，运营全球化作为非常重要的战略目标，一方面，我们将加快海外当地团队的建设 and 渠道建设，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.公司在哪一项新业务上投入较大？前三季度新业务的发展如何？

答：①在商显场景延伸至 LED 领域，通过在供应链管理、销售及内部运营等各方面积极赋能，将 LED 显示产品推广应用于大型会议室、报告厅、展示厅、宴会厅等，有效弥补了交互智能平板尺寸上的局限性；

②在板卡业务延伸至生活电器的核心部件业务，依托多年来的技术积累、供应链管理及规模优势，我们在生活电器的智能主控板卡设计、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，主要为冰箱、空调、洗衣机、厨电等品类提供控制与显示解决方案，受益于前期与大客户建立的合作项目持续、有序落地，生活电器业务前三季度营收同比保持较快增长；

③随着各行业对自动化、智能化需求明显加速，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，公司计算设备业务前三季度实现高速增长；

④公司现已量产和销售离网逆变器、便携式储能设备的相关核心部件，并取得较快的销售增长，未来将进一步对整机、整体解决方案做研究和开发；

⑤在机器替代人的趋势下，公司继续加大机器人业务投入，持续沉淀积累技术经验，目前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.今年以来面板价格持续走低，公司如何看待未来面板价格走势及应对措施？

答：目前受手机、电脑、显示器到电视等消费品的整体需求下滑影响，部分面板厂已实施减产等措施，短期看面板整体

价格会在持续稳定的状态下小幅回调。公司将密切关注供应链上下游的动态变化，积极和各大面板厂探讨明年的战略合作，针对可能涨价的尺寸和型号提前做好应对措施，充分发挥规模优势。同时，公司将通过持续推出新产品、不断优化产品结构，实现研发设计降本增效。

8.前三季度汇率变动幅度较大,对公司的汇兑影响如何及应对措施?

答：目前国际政治经济形势愈加复杂多变，受美联储连续加息、国际资本流向格局变化等因素影响，今年以来人民币汇率波动幅度加大。目前公司出口业务占比持续提升，短期人民币贬值有利于产品外销，而外币采购部分原材料的成本有所提升，在自然对冲策略下，外销所致现金流入与外采所致的现金流出基本实现平衡。针对个别月份涉及阶段性的购汇敞口，结合风控管理要求，公司会提前采用外汇远期合约等套期保值工具，以降低汇率变动对公司经营造成的波动影响。截至9月30日，公司衍生金融资产约1,126万元，回溯前三季度，汇率变动对公司整体影响较小。

9.请简述前三季度销售费用同比增长的原因?

答：前三季度公司销售费用10.51亿元，同比增长7.25%，销售费用率为6.55%，与去年同期基本持平，符合公司整体规划且相对可控。销售费用增加主要为：①公司加大2C端网课学习机的运营推广，包括在电商平台定向推广、楼宇广告针对性投放，今年以来网课学习机W2取得了快速发展；②助推品牌业务加速出海，结合公司在海外业务的长远规划，随着海外疫情常态化，公司有序推进海外公司新设、运营团队搭建的节奏，

	<p>安排人员参加海外各类展会，稳步推进海外市场开拓，并进一步加强与当地合作伙伴的联动；③新业务在陆续进入销售阶段，随着新产品完成开发上市，相关营销团队需进一步扩充，以加速市场导入。</p> <p>10.公司今年通过非公开发行股票募集19.95亿元建设“交互智能显控产品智能制造基地建设项目”，该项目的目的和意义是什么，目前建设进度如何？</p> <p>答：公司一直以来高度重视技术创新和研发投入，公司“交互智能显控产品智能制造基地建设项目”拟开展显控产品中试研究、电子显示新材料及新工艺研发及生产业务，并打造智能主控板卡及交互智能整机等产品的智能化示范产线，提升供应链柔性，推动产业链实现精益制造。</p> <p>通过本募投项目，公司拟打造行业领先的智能制造生产线，这既是公司生产模式的完善和补充，也是顺应全球制造业发展趋势下的转型升级，有利于公司将长期以来的研发优势充分转化为智能制造优势，扩大竞争优势，保持行业龙头地位。</p> <p>根据早期规划，该项目的建设期为36个月，预计在2024年、2025年、2026年的产能利用率分别达到50%、80%、100%。尽管国内疫情反复，该项目筹建工作有序推进，现主体建筑正在建设中，公司陆续配备齐相关技术和制造人员，积极做好投产前期准备工作。</p>
附件清单（如有）	无
日期	2022年10月28日