

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：2022-02

<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>国信证券、中信证券、申万宏源、中金公司、广发证券、华泰证券、兴业证券、天风证券、海通证券、光大证券、民生证券、华创证券、平安证券、招商证券、华融证券、万联证券、中泰证券、银河证券、长城证券、财信证券、五矿证券、东方证券、Brilliance Capital、Fountain Capital、Marshall Wace Investment Management（Shanghai）Ltd、Morgan Stanley、Schroders、Wellington、IDG 资本、景顺长城基金、东方资管、南方基金、富国基金、易方达基金、工银瑞信基金、交银施罗德基金、中欧基金、大家资产、汇添富基金、中邮基金、嘉实基金、大湾区文化基金、财通基金、创金合信基金、九泰基金、淳厚基金、金鹰基金、大成基金、红土创新基金、东方基金、天弘基金、睿远基金、万家基金、汇安基金、华安基金、华宝基金、民生加银基金、东海基金、兴全基金、光大保德信基金、华夏基金、招商基金、诺安基金、诺德基金、方正富邦基金、国金基金、华商基金、国联安基金、太平基金、西部利得基金、湘财基金、永瑞基金、圆信永丰基金、中加基金、中银基金、信达澳银基金、中信保诚基金、平安基金、上银基金、泰达宏利基金、全国社会保障基金理事会、生命保险资产、中邮人寿保险、前海</p>

人寿保险、中国人保、人保养老、人寿养老、中荷人寿保险、中华财险、长江养老保险、泰康资管、高毅资产、理成资管、宽远资产、恒健国际、恒健资本、财通证券资管、招商资管、中信资管、国寿安保基金、鞍资基金、北方工业、泓澄资管、栖港投资、星石投资、泰德圣投资、钇沣资管、博灏创业投资、渤海资管、常州投资集团、富森美家居、立华投资、澄明资产、传化控股、盈方得资管、璟诚资管、奶酪基金、广州工控资本、广州国聚创投、新星股权投资、广民投、云禧私募基金、煜德资管、国海创新资本、国家电投、国君资管、国任财险、国顺私募基金、国泰租赁公司、国投创益基金、果实资本、容光私募基金、杭银理财、昊一资管、金屿资管、乾璐资管、河北国控资管、恒越基金、普润资管、楚恒资管、湖南轻盐创投、湖南省财信产业基金、华宝信托、华泰资管、华体投资、黄埔投资、汇付天下、瑞华投资、银创资管、锦绣中和、九颂山河、康佳集团、路博迈、民生理财、明达资产、南方天辰、天赫汇丰资管、邳州经开控股集团、平安理财、平安资管、千恒资管、青岛城投、仁桥资管、厦门信达、山东国惠基金、山东省文投、天诚资管、山东铁路发展基金、铂绅投资、常春藤资管、驰泰资管、纯达资管、大正投资、复星高科技（集团）、含德基金、积厚资管、久事资管、君和立成资管、君怀资管、朗实资管、明河资管、盘京资管、磐厚投研、睿亿投资、慎知资管、汐泰资管、偕沣资管、重阳资管、创富兆业、多鑫资管、大岩资本、博普资管、海雅金控、华杉投资、丹桂顺资管、广和通、景泰利丰、康曼德资管、恒兆亿基金、时代伯乐创投、纵贯资管、羿拓榕杨资管、伟星资管、五矿国际信托、五矿资本、江岳基金、新华资产、兴银资本、颐和银丰资管、粤港澳大湾区产融资管、长安汇通、龙隐资管、探骊私募基金、浙银首润资管、中道投资、中电科投资、中融国际信托、中移资本、众诚保险、众石财富等

时 间	2022 年 4 月 20 日
地 点	公司会议室
上市公司接待 人员姓名	董事长王毅然； 副董事长、总经理王洋； 财务总监胡利华； 副总裁费威
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 2021 年度整体经营情况介绍</p> <p>2021 年,公司实现营业收入 212.26 亿元,同比增长 23.91%;实现归属于上市公司股东的净利润 16.99 亿元,同比下降 10.65%;实现扣除非经常性损益后的归属于上市公司股东的净利润 14.68 亿元,同比下降 17.08%;非经常性损益 2.31 亿元,同比增长 76.02%;经营活动产生的现金流量净额 27.02 亿元,同比增长 35.93%;加权平均净资产收益率 21.84%;基本每股收益 2.61 元。2021 年公司的分红预案为每 10 股派发现金股利 9 元(含税)。</p> <p>收入端,公司主营业务稳健发展,新业务高速增长。</p> <p>部件业务,液晶显示主控板卡等相关业务 2021 年实现营业收入 70.72 亿元,同比基本持平。依据奥维云网数据统计,公司液晶电视主控板卡占全球液晶电视主控板卡出货量的比例为 31.57%,连续多年位居全球液晶电视主控板卡行业领先地位。2021 年,公司进一步优化液晶电视主控板卡的产品结构,智能电视主控板卡出货量占公司全年液晶电视主控板卡出货量的 66.88%,提升近 8 个百分点。部件业务的新产品方向如 IoT 模组、投影板卡在 2021 年取得了快速增长,实现营业收入 2.93 亿元,同比增长 49%。生活电器业务实现营业收入 5.05 亿元,</p>

同比增长 122.80%。

教育业务，希沃交互智能平板、录播系统、个人学习终端、音视频周边产品、软件等教育相关业务 2021 年在国内实现营业收入 68.42 亿元，同比增长 20.53%。根据迪显咨询《全球 IFPD 市场研究报告 2021 Q4 DISCIEN》统计，2021 年希沃教育市场品牌份额占中国大陆教育 IFPD 市场总销量的 47.50%，连续 10 年位居行业龙头地位。同时，公司快速布局高职教、幼教市场，构建各类场景化的解决方案，并拓展家庭教育场景，推出网课学习机等产品打造智能学习空间。疫情期间，希沃云课堂助力停课不停学，累计已服务超千万师生。截至 2021 年 12 月 31 日，中小学希沃白板活跃教师用户超过 460 万人，幼儿园希沃白板活跃教师用户超过 22 万人，已上线的 EN5 课件达 2.9 亿个，其中 2021 年新增课件超过 1.7 亿个。

企业服务业务，以 MAXHUB 为代表的企业服务业务 2021 年在国内实现营业收入 17.41 亿元，同比增长 25.25%。根据迪显咨询《全球 IFPD 市场研究报告 2021 Q4 DISCIEN》统计，2021 年 MAXHUB 交互智能平板实现中国大陆会议市场销量市占率 27.5%，连续 5 年保持中国大陆市场份额第一的领先优势。2021 年，MAXHUB 发布了全场景协同终端系列新品和智慧协同平台，实现从本地到远程，从个人到企业用户，多端、多人、多场景协作共创。同时，MAXHUB 开放生态体系，聚焦不同行业属性以提供差异化的智慧场景解决方案，并在政企、金融、医疗、新零售、制造等多个领域建立了标杆用户案例。

海外业务，公司 2021 年实现交互智能平板等终端产品在海外市场的营业收入 40.26 亿元，同比增长 95.55%。其中，主力产品交互智能平板在海外市场实现营业收入 38.05 亿元，同比增长 94.87%。另外，海外业务通过加大新产品开发投入等举措，实现数字标牌、会议周边等新产品营业收入 1.75 亿元，同比增长 116.43%。

在新业务拓展方面，公司 LED 显示业务在 2021 年取得快速发展，实现营业收入 4.75 亿元，同比增长超 50%。同时，公司积极拓展计算设备及服务、电力电子、机器人和生命科学等新的业务赛道。

毛利率端，2021 年主要原材料液晶显示面板及芯片成本上升，公司综合毛利率为 25.38%，较上年下降 1.17 个百分点；但随着液晶显示面板价格回落，公司产品毛利率呈上升趋势。2021 年下半年以来，部分半导体器件的供应仍较为紧张，公司正在积极应对处理；全球液晶显示面板的供应趋于宽松，面板价格明显回落，为公司业务增长提供了较强动力。

费用端，2021 年公司持续加大新技术、新产品研发投入，研发投入 11.63 亿元，较上年增加 2.82 亿元，占营业收入比重 5.48%；2021 年公司实施股权激励计划，当年股份支付费用为 1.55 亿元；为加快市场开拓和品牌推广，2021 年广告宣传费 1.97 亿元，较上年增加 0.69 亿元；2021 年社保缴费水平恢复、营销和技术人员有所增加，2021 年社保费用较上年增加 1.07 亿元。

2022 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。

二、投资者互动问答

1、公司 2021 年营业收入首次突破 200 亿大关，同比增长 23.91%，增长动力主要来自于哪些方面？

答：公司 2021 年实现营业收入 212.26 亿元，同比增长 23.91%，相关业务增长情况如下：

2021 年公司海外市场的业务拓展初见成效，实现交互智能平板等终端产品在海外市场的营业收入 40.26 亿元，同比增长 95.55%，公司将进一步加大海外市场拓展和资源投入。

同时，公司继续深耕国内市场。在教育业务上，通过技术

创新和增加产品品类，进一步提升希沃产品在 K12 市场的综合竞争力。公司提供的教育相关产品包括：数字化教学硬件，数字化教学应用，教学小数据管理系统，教师专业发展服务。其中，数字化教学硬件包括：电子白板，智慧黑板、交互智能录播，智慧讲台等。此外，公司快速布局高职教、幼教市场，构建各类场景化的解决方案。

希沃交互智能平板、录播系统、个人学习终端、音视频周边产品、软件等教育相关业务，2021 年在国内实现营业收入 68.42 亿元，同比增长 20.53%。

在企业服务业务上，企业数字化需求正在快速增长，智能化显示的应用场景将越来越丰富，公司会继续优化渠道管理，加大线上营销建设，同时也会积极拓展新零售、金融、医疗等细分行业市场。

MAXHUB 定位于引领智慧协同平台行业发展，主要产品包括：交互智能会议解决方案、音视频会议终端、智慧协同平台、数字标牌等。以 MAXHUB 为代表的企业服务业务，2021 年在国内实现营业收入 17.41 亿元，同比增长 25.25%

在部件业务方面，生活电器业务实现营业收入 5.05 亿元，同比增长 122.80%。在新业务拓展方面，公司 LED 显示业务在 2021 年取得快速发展，实现营业收入 4.75 亿元，同比增长超 50%。

2、公司 2021 年综合毛利率略有下降，是什么原因？怎样看待毛利率趋势？

答：公司 2021 年综合毛利率 25.38%，较上年下降 1.17 个百分点，综合毛利率变动的主要原因为：

① 2021 年公司主要原材料液晶显示面板及芯片供应紧缺、涨价明显，导致采购成本上升；② 为迅速扩大公司海外市场份额，2021 年上半年，在液晶面板成本大幅上升的情况下，公司

延迟调整客户端整机销售价格，导致海外业务毛利率有所下降；

③ 2020 年毛利率基数处于较高水平。

从毛利率趋势来看，液晶显示面板价格回落、新产品持续推出、产品结构不断优化和出货平均尺寸提升等因素会有利于公司产品毛利率的改善。

针对上游原材料供应及价格变动对毛利率的影响，公司将密切关注供应链上下游的动态变化，在保持良性库存周转的情况下和供应商洽谈全年的总采购量，充分发挥规模优势。同时，公司尝试在海外企业市场进行品牌推广，未来可以在一定程度上提高海外获利能力。

3、营业收入构成中的“其他”包括哪些业务？哪些是发展较快的？

答：公司《2021 年年度报告》披露的“其他产品”主要包括：LED 显示产品、生活电器业务、数字标牌、教育学生终端及录播系统等新业务。其中，生活电器业务 2021 年实现营业收入 5.05 亿元，同比增长 122.80%；公司 LED 显示业务在 2021 年实现营业收入 4.75 亿元，同比增长超 50%。

4、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构建和升级，主要的产品包括：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；另一方面，

逐步开拓高职高教和幼教市场，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。

5、会议市场不断有新的品牌厂商加入并推出新产品，MAXHUB 有何竞争优势？

答：各品牌厂商进入会议市场，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的领先优势，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。

6、能否展望海外整机的市场空间，公司在海外市场将有怎样的业务规划和策略？

答：依据迪显咨询的报告显示，截至 2020 年底，教育市场交互智能平板在中国的渗透率为 59%，而在全局的渗透率仅为 14%；目前会议市场交互智能平板在全局的渗透率预估不到 10%，未来 5 年海外会议市场交互智能平板的预估复合增长率为 30%。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。

2021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40.26亿元，同比增长95.55%，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，2021年以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和渠道建设、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，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的建设和渠道建设，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。

7、在货币资金和债权投资等类现金资产充裕的情况下，公司通过非公开发行股票募集19.95亿元的必要性？

答：公司本次通过非公开发行股票募集19.95亿元，用于建设交互智能显控产品智能制造基地。本次募投项目需要大量资金用于厂房建设、设备购置等资本性支出，资金需求规模高、占用时间长，需要匹配长期融资计划。而公司货币资金和债权投资等类现金资产主要为中短期资金，若用于投资长期项目，不利于公司保持合理稳健的财务结构。

8、公司各主要业务所在的市场、客户、渠道差异较大，公司是如何进行战略选择的？

答：公司在开拓一个新市场或一项新业务的时候，会充分评估市场规模，并结合公司长期积累的核心技术能力和竞争优势，分析市场格局，构建差异化的价值，总体上是先做强，再

做大。①以部件业务为例，公司以提供液晶电视主控板卡起家，在这项业务上，我们积累了全球领先的音视频技术、显示控制等能力，取得了液晶电视主控板卡市场第一的份额，沉淀了扎实的制造管理能力和供应链管理能力；当看到生活电器市场远大于电视机市场时，我们将前述可迁移的能力，应用到生活电器市场并不断打磨，逐步取得一定的客户规模和较快的增长速度，目前也在推出变频控制的自主算法，取代传统定频技术，获得新的竞争力。顺应全球碳中和和节能环保的趋势，公司将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。②以终端产品业务为例，公司在国内教育市场和企业服务市场深耕多年，市场份额多年蝉联第一，构建了优秀的产品力、完整的营销体系、优质的客户服务能力以及品牌美誉度，当我们在做教育业务或企业服务的产品品类拓展时，或是从传统招投标方式进入自主采购方式时，这些竞争优势能够最大程度复用，有助于在新市场或新产品拓展中抢占先机，快速构建新的竞争力，并取得成效。③公司积极开拓海外市场，迪显咨询预计2021年至2025年期间，每年海外市场IFPD出货量增速均高于国内市场增速。未来我们将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，与海外伙伴一起打造面向不同国家的产品及应用生态，积极把握海外市场的发展机遇。

9、从3月份开始，多地突发新冠疫情，对公司有什么影响？

答：今年3月以来，国内新冠疫情多地散发、局部封闭，导致部分区域订单的交付延迟。公司管理层密切关注各地疫情动态，积极响应国家防疫政策，快速反应并成立防疫工作小组，针对疫情防控、安全复工和经营保障等方面积极应对，通过主动联动产业链上下游，及时梳理分布在全国的供应商体系，努力降低因疫情带来的部分原材料供应紧缺、物流迟滞、订单延

	<p>后等短期影响。截至目前，多地突发新冠疫情暂未对公司日常经营产生重大影响。</p> <p>此外，公司现有希沃云课堂及希沃录播远程课堂方案，可实现远程教学及互动功能，在疫情防控期间助力各地师生停课不停学。公司推出新一代护眼网课学习机，服务广大家庭和学生。MAXHUB 以会议平板为核心产品，通过无线传屏、全向拾音麦、视频会议软件等产品及服务，帮助企业和个人用户解决远程办公及沟通交互的需求。</p>
附件清单（如有）	无
日期	2022 年 4 月 21 日