

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：2023-01

<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 checked="" 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>Fountain Capital、IDG 资本、JK Capital、Partners Capital、安信证券、碧云资本、彬元资产、财通证券、常春藤资管、辰翔基金、承珞资管、澄明资管、冲和投资、淳厚基金、大家资产、大岩资本、大正投资、邓普顿投资、递归私募基金、鼎萨投资、东北证券、东方证券、富国基金、高毅资产、格林基金、固禾私募基金、广发证券、国金证券、国融证券、国盛证券、国泰君安、国泰投信、国信证券、红杉资本、红塔证券、华安基金、华安证券、华宝基金、华福证券、华泰证券、华体投资、华西证券、华曦资本、怀新投资、嘉实基金、嘉世私募基金、坚果私募基金、建信人寿保险、建信养老金、锦绣中和资本、京东方创投、菁英时代资本、精至资管、景林资管、景顺长城基金、玖龙资产、君安资管、凯思博资管、聆泽资管、六禾致谦基金、民生银行、民生证券、明河资管、摩根士丹利、南方基金、宁泉资管、宁银理财、磐厚动量资管、平安养老保险、平安证券、朴信投资、浦发银行、栖港投资、谦心资管、前海联合基金、仁桥资管、容光基金、睿郡资管、睿融基金、上投摩根基金、尚近资管、韶夏投资、申万宏源、申银万国证券、深积资管、施罗德基金、苏豪投资、太平洋保险、泰康资产、天安人寿保</p>

	<p>险、天诚投资、天风证券、天弘基金、天玑资管、添笙资管、威灵顿资管、西部证券、新华基金、鑫焱创投、信璞投资、星展证券、兴全基金、兴业证券、兴银成长资管、旭鑫资管、玄真私募、濞沅资管、于翼资管、远信私募基金、长城财富保险、长城证券、长谋投资、招商证券、浙商证券、征金资本、正松投资、致顺投资、中航信托、中金公司、中泰证券、中信保诚基金、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、中域投资等</p>
时 间	2023 年 1 月 18、19 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 年整体经营情况介绍</p> <p>2022 年，公司全年实现营业收入 2,096,564.60 万元，同比减少 1.23%；实现归属于上市公司股东的净利润为 206,932.87 万元，同比增长 21.80%；实现归属于上市公司股东的扣除非经常性损益净利润为 181,519.33 万元，同比增长 23.65%；报告期末总资产为 2,019,176.33 万元，同比增长 30.20%，主要为报告期内非公开发行股票、利润累积、长期资产增加所致；归属于上市公司股东的所有者权益 1,192,611.56 万元，同比增长 42.73%；归属于上市公司股东的每股净资产 17.01 元，同比增长 35.65%；公司基本每股收益 3.04 元，同比增长 16.48%。</p> <p>在部件业务方面，公司把握产品和客户结构性机会，全</p>

年营业收入平稳增长，生活电器类部件业务收入全年同比增长 33%，液晶显示主控板卡等相关业务收入全年同比增长 8%，部件业务的新产品方向收入全年同比增长 12%。在国内整机相关市场，主要受疫情影响，以 MAXHUB 为代表的企业服务业务收入全年同比下降 9%，希沃教育相关业务收入全年同比下降 11%，但教育业务的新方向依然取得了较快的发展，录播业务收入全年同比增长 37%，个人学习终端收入全年同比增长超 150%。随着国内疫情防控政策的优化，以及国家经济增长策略的逐步落地，2023 年公司教育相关业务的客户采购预算预计将进一步得到保障，高职教业务也将受益于贴息政策的落地实施，教育 C 端业务增长潜力将进一步释放。MAXHUB 相关业务预计随着企业资本开支逐步恢复，将重回良性发展轨道。在海外整机相关市场，受俄乌战争、通货膨胀、欧美央行连续大幅加息等影响，交互智能平板等产品在海外的销售收入全年同比下降 6%，但其中自有品牌业务收入取得了较好的发展。在新业务孵化方面，公司电力电子业务收入同比增长 174%，计算设备业务收入同比增长 178%，LED 显示业务顶住市场压力，收入实现同比增长。

二、投资者互动问答

1、2022 年面板价格持续走低，公司全年整体毛利率有所提升，但 Q4 毛利率环比小幅下降，具体是什么原因？怎么看未来面板价格变动对毛利率的影响？

答：2022 年受益于全球液晶显示面板价格回落，以及公司持续的产品创新和产品结构优化，公司综合毛利率提升了 2.02%。由于 Q3 是国内教育传统旺季，对应整机收入在总营收中占比高于 Q4，且整机毛利率高于板卡，这种收入结构的差异使得 Q4 整体毛利率环比小幅下降，属于正常的季节性波动。

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，针对可能出现价格波动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。综合看，未来公司毛利率将维持在良性合理区间。

2、国内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，特别是随着国内疫情防控政策的优化，国家针对教育信息化、教育新基建方面的政策支持及投入预计将得到进一步保障，为公司教育业务的持续发展提供了良好的机遇。

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：交互智能平板、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。此外，公司已推出面向教师备授课场景的智能 PC 一体机，得到众多教师用户的好评。随着公司教育产品品类的不断扩充，以及国家教育信息化采购预算的进一步保障，公司国内教育业务未来营收预计将保持较好的增长，希沃智能 PC 一体机、智慧讲台、软件业务也将取得较快发展。

另一方面，公司正积极应对高职教贴息政策的落地，快速拓展高职教业务，为高校/职校提供好用、易学、领先的教育信息化应用工具及服务。目前，各地大部分学校还在项目申报阶段，公司已组织希沃、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，并已面向学校用户展开多场沟通会，积极推介相关产品及方案并取得不错成效，为支撑公司高职教业务取得快速发展奠定了基础。

面向家庭智慧教育场景，公司推出涵盖 AI 伴读、5A 成长

体系、智慧同步课堂等特色功能的希沃网课学习机，支持随时随地“磨耳朵”的希沃英语听力机，这些产品均获得多项视觉健康护眼认证，助力孩子学习护眼两不误。公司认为 To C 端的智能学习终端市场前景广阔，未来将继续加大在这一品类的研发和营销投入，围绕家庭学习场景丰富产品矩阵，加速线上、线下多渠道布局，推动业务快速发展。

3、MAXHUB 在国内会议市场有何竞争优势？未来成长驱动力在哪？

答：公司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。

预计随着国内疫情防控政策的优化，以及国家经济增长策略的逐步落地，企业资本开支将逐步恢复，MAXHUB 相关业务将重回良性发展轨道。同时，除了会议室相对通用化的产品方案之外，公司将走向办公空间、公共空间场景，从本地协作走向远程协作，从单一会议硬件走向综合智慧办公协同解决方案，将高效会议平台转变成覆盖各行各业全场景的智慧协同平台。

4、海外商显整机的市场空间有多大？在目前的海外局势之下，公司海外业务的未来发展策略和前景如何？

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，受俄乌战争、通货膨胀、欧美央行连续大幅加息等影响，公司海外业务承受了较大的压力。但也看到欧美等国家及地区也在持续推进教育信息化采购，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，整体海外市场未来发展可期。

全球化依然是公司重要的战略目标。针对海外 ODM 业务，公司一方面会持续从产品、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，另一方面持续开拓更多的海外大客户，进一步优化客户结构，寻求业务增量。针对海外自有品牌业务，公司已在美洲、亚太、欧洲新设子公司，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，同时逐步拓展海外产品线，持续推进与主流视频会议软件的合作，将更多产品导入海外市场。2023年公司海外自有品牌业务将继续保持较好的增长。

5、目前新业务的发展如何？

答：①在商显场景延伸至 LED 领域，通过在产品集成创新、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。2022年，受疫情影响，LED 业务也面临较大的压力，但依然保持了营收的同比增长；

②生活电器类部件业务在智能主控板卡设计、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，生活电器类部件业务 2022 年实现收入同比增长 33%；

③随着各行业对自动化、智能化需求明显加速，物联网技

	<p>术和云端技术发展，公司计算设备业务取得了高速增长，2022年营收同比增长178%；</p> <p>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，2022年实现收入同比增长174%，未来将进一步对整机、整体解决方案做研究和开发；</p> <p>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。</p> <p>未来，公司将进一步加大投入支撑以上新业务快速发展。</p> <p>6、2022年公司人员增长情况是怎样的？未来人员增长的规划如何？</p> <p>答：公司每年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人员增长规划。2022年，在外部环境复杂多变的情况下，公司依然保持了人员数量的整体增长，重点在研发、海外销售、C端业务、新业务各领域积极引进优秀人才。作为一家技术创新驱动发展的公司，我们会面向未来进行前瞻性人才布局，根据新技术、新业务的未来发展需要做好相应的人才储备，保障公司的可持续发展。</p>
附件清单（如有）	无
日期	2023年1月19日