

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：2024-02

<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（电话会议）</p>
<p>参与单位名称及 人员姓名</p>	<p>碧云资本、博时基金、财通证券、宸展光电、创金合信基金、德邦证券、东北证券、东海证券、敦和资管、富国基金、共青城容光投资、光大保德信基金、光大证券、广东邦政资管、丹松投资、钜洲投资、广东民营投资、广东奶酪投资基金、广发基金、广发证券、赢舟咨询、睿融私募、国金证券、国联证券、国泰君安、国投证券、国信证券、海创基金、谦信基金、棕榈湾投资、海通证券、玖龙资管、凯岩投资、弈宸基金、河北省国企改革发展基金、泓德基金、鸿运基金、迪策润通基金、华创证券、华能贵诚信托、华泰证券、汇丰前海证券、嘉合基金、金股咨询、锦绣中和资管、京东方创投、九泰基金、民生证券、摩根大通银行(中国)、摩根士丹利、金友基金、幻方量化、信石投资、双木投资、泉果基金、融捷投资、彬元资管、冰河资管、贵源投资、汇正财经、嘉世基金、泾溪投资、景林资管、君翼博星创投、理成资管、利幄基金、弥远投资、牧鑫基金、宁泉资管、鹏山资管、泊通投资、睿亿投资、申银万国、天猗投资、信璞基金、信鱼基金、中域投资、申万宏源、怀新投资、前海精至资管、前海君安资管、前海唐融资本、尚诚资管、施罗德投资、世亨基金、太平洋资管、天风证券、万联证券、清善咨</p>

	<p>询、鑫元基金、兴业证券、兴银成长资管、兴证全球基金、寻常投资、长城证券、长江证券、长盛基金、长信基金、智子投资、中国工商银行、中金公司、民生银行、银河证券、中泰证券、中信建投、中信证券、中银国际证券、中银基金、中邮人寿、众诚车险、德睿恒丰资管、南山领盛资管、Hash Blockchain、IGWT Investment 等机构投资者代表（按机构简称首字母排序）</p>
时 间	2024 年 4 月 25 日至 26 日
地 点	公司会议室
上市公司接待 人员姓名	<p>董事长 王洋； 财务负责人 胡利华； 董事会秘书 费威。</p>
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><b>一、公司 2023 年年度报告及 2024 年第一季度报告情况介绍</b></p> <p>2023 年，公司实现营业收入 201.73 亿元，同比下降 3.90%；实现归属于上市公司股东的净利润 13.70 亿元，同比下降 33.89%；基本每股收益 1.97 元。报告期末总资产为 218.06 亿元，同比增长 8.22%；归属于上市公司股东的所有者权益 124.73 亿元，同比增长 4.45%。2023 年度净利润下降的主要原因是市场竞争导致交互智能平板均价有所下降及相关费用投入有所增加。</p> <p>2024 年一季度，公司实现营业收入 44.95 亿元，同比增长 19.64%；实现归属于上市公司股东的净利润 1.78 亿元，同比下降 37.18%。2024 年一季度收入增长主要源自海外业务、生活电器业务的快速发展，另外 TV 板卡等部件业务也取得了较好的同</p>

比增长。2024 年一季度净利润同比下降主要受交互智能平板产品毛利率同比下降所致。为积极应对近期原材料价格变动，公司在一季度加大了策略备货的力度，一季度末存货相比年初存货余额增加了近 7 亿元，所以一季度经营活动现金净流量为净流出近 5 亿元。

分业务来看：

部件业务方面，2023 年，受全球电视机消费市场需求收缩、主要电视机客户出货量下降等因素影响，公司液晶显示主控板卡等相关业务实现营业收入 66.91 亿元，同比下降 12.13%，但液晶电视主控板卡的产品结构进一步优化，智能电视主控板卡出货量占比提升至 76.86%。生活电器业务通过加大研发投入，提升产品和服务质量，巩固和开拓海内外市场，实现收入 10.79 亿元，同比增长 60.50%。报告期内，公司积极布局汽车电子业务领域，并收购了掌锐电子，掌锐电子业务量保持快速增长。2024 年一季度，液晶显示主控板卡等相关业务恢复正向增长，生活电器业务继续保持高速增长。

受采购需求疲软、市场竞争加剧等因素影响，公司教育业务 2023 年实现营业收入 55.38 亿元，同比下降 8.81%，但凭借高质量的产品及服务，在市场整体下行的形势下，希沃交互智能平板出货量保持增加，市场份额进一步提升至 50.2%，继续位居行业第一，同时，希沃教学终端、教育录播及希沃魔方数字基座等软硬件产品收入继续保持快速增长。2024 年一季度，受市场竞争等因素的延续性影响，教育业务收入同比下降。2024 希沃新品推介会陆续在全国巡展，搭载课堂智能反馈系统的希沃第七代交互智能平板等覆盖教、学、研、管、评一系列数字化产品及解决方案引起市场热烈反响，为本年度采购旺季打下基础。

公司企业服务业务 2023 年实现营业收入 16.25 亿元，同比

增长 2.34%。MAXHUB 在国内 IFPD 会议市场出货量市占率提升至 29%，连续 7 年保持国内市场份额的领先优势。围绕三大空间拓展产品线的策略亦初见成效，数字标牌继续保持国内市场第一地位，音视频会议产品亦取得市场突破。2024 年一季度，企业服务业务收入有所承压。MAXHUB 于 4 月 16 日召新品开发布会，聚焦用户需求发布高效会议解决方案及相关新品，进一步提升产品竞争力，市场反响热烈。

海外业务，受外部环境影响，2023 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 37.22 亿元，同比下降 1.56%。但随着 2023 年下半年海外市场的恢复、海外客户的拓展以及新品的推出，公司海外业务自下半年起实现快速发展，同比增长 40.25%。2024 年一季度，海外业务收入继续保持高速增长。

新业务方面，公司持续加强对 LED 业务、计算设备业务、电力电子业务、机器人等新业务的培育和拓展。

2023 年度，公司加强研发投入，加快市场开拓和品牌推广，研发费用和销售费用投入均有所增长。2024 年一季度，公司整体费用率同比基本稳定，费用结构进一步优化。其中，销售费用在严格管控下有所下降，研发方面还在持续加大投入。

鉴于公司生活电器业务发展势头良好，对公司业绩的贡献愈发显著，公司 2023 年年报分产品收入部分新增列示“家用电器控制器”项目。未来，公司将遵循相关规定，结合实际经营情况，优化收入列报形式，增强定期报告的可读性。

## 二、投资者互动问答

**Q1：请问 2024 年一季度收入增长的原因，毛利率下降原因、应对措施及后续展望**

2024 年一季度公司收入增长主要源自海外业务、生活电器业务的快速发展，另外 TV 板卡等部件业务亦取得了较好的同比

增长。2023 年下半年，海外业务同比增长超 40%，整体发展态势得以稳定，2024 年第一季度海外业务延续 2023 年的下半年的发展势头，取得持续的高速增长。通过海外客户的持续开发布局，海外业务有望延续这一增长态势。部件业务方面，全球 TV 市场好转使得液晶显示主控板卡等产品收入亦取得恢复性增长。生活电器业务不断突破，持续保持较高的增长速度。此外，计算设备等新业务全年的增长动力充足。

2024 年一季度公司毛利率下降主要受交互智能平板产品的毛利率同比下滑所致。去年一季度，交互智能平板产品的平均单价相对处于高位，而显示面板、存储等原材料成本相对处于低位，产品毛利率在整个产业周期来看，处于较高水平。受市场竞争、成本等因素影响，2023 年全年度毛利率呈现前高后低的态势，2024 年一季度延续去年第四季度的趋势。

公司积极布局新一代的教育和会议交互智能平板产品，中高端款将有利于产品附加值的提升，基础款在成本端亦有所优化。同时，公司持续推进全价值链的降本控费，通过与核心供应商的深度合作和策略性备货等方式缓解原材料价格上涨的影响。公司毛利率在二季度预计会有所企稳。

**Q2：请问海外业务特别是自有品牌业务发展情况如何？  
2024 年海外业务的主要经营策略如何？**

随着 2023 年下半年海外市场的恢复、海外客户的拓展以及新品的推出，公司海外业务自下半年起实现快速发展，下半年同比增长 40.25%。这一增长主要来自新客户和新区域的开发所带来的增量。2023 年度，海外 ODM 业务对韩国客户和其他地区的本土大客户持续开拓，自有品牌业务收入亦保持超 20% 的增长。

2024 年，美国整体需求稳定，欧洲部分国家需求逐渐复苏，新兴市场需求持续释放。2024 年一季度，海外业务收入继续保

持高速增长。如国际经济环境相对稳定，预计 2024 年将继续延续这一增长态势。

公司将不断加强海外业务的技术和产品的创新突破，通过 AI 技术赋能提升产品竞争力，进一步深化与英特尔、微软等全球生态战略合作伙伴的合作。针对 ODM 业务，公司将加强与头部品牌的合作，进一步提升头部品牌在欧美、印度市场的份额占比。针对 OBM 业务，将围绕教育、商用显示及音视频解决方案，进一步扩张营销和服务网络，针对不同国家或地区制定精准的销售策略，加速开拓东南亚及欧美市场。

为主动应对国际贸易环境的新变化，公司亦在印度、越南等地部署了本地化交付能力。

**Q3: 请问公司与微软合作的进展如何?**

去年，公司部分产品通过微软认证，并推出多款 Microsoft Teams Rooms 解决方案，构建了与微软的合作模式并建立了在欧美市场的销售渠道。公司将争取在年中完成会议平板等显示产品的微软认证，并在美国拉斯维加斯举办的 InfoComm 上正式发布。随着 MTR 硬件产品阵列的进一步扩充，公司的海外自有品牌业务的未来发展将得到有力支撑。

此外，公司亦在与微软探讨在 MTR 解决方案中整合 Copilot 等人工智能技术应用。

**Q4: 请问公司在 AI 大模型方面的工作进展**

公司积极开展生成式人工智能服务和深度合成服务算法备案工作。其中，“CVTE 大模型（自研）”已于 2024 年 3 月完成备案。视睿教学内容辅助生成算法和 MAXHUB 会议记录总结算法已先后于 2024 年 1 月和 4 月完成备案。

希沃教学大模型打通了课前、课中、课后全流程，为教师发展带来强大助力。课前可以一键生成课件，课中可以实现课

堂观察，通过课堂实录结合多模态的数据分析，实现 3D 课堂孪生，清晰还原课堂细节。第七代交互智能平板内置的专属 AI 算力模块本地化算力达 32TOPS，可以结合教学理论高效、精准分析课堂数据，每节课后 5-10 分钟即可生成 AI 报告，提供专业的课堂提升建议，真正成为老师们“口袋里的教研员”。课后，可以通过教育 PC 快速批改作业，提升教学效率。未来，希沃教学大模型将持续与专家、院校合作，不断优化完善一键生成课件和课堂观察等功能。此外，希沃将在教育部教育信息化战略研究基地专家及专家团队的指导下，与华中师范大学在教育数字化领域开展深度合作，推进教育数字化发展指标体系研究等项目。同时，希沃亦将联合北京师范大学和相关地方教育局，共建课堂智能反馈系统合作应用示范区，陆续打造区域标杆，从功能到落地，全面推进希沃教学大模型的广泛应用。

领效智会大模型应用于会议领域，可以实现实时字幕和实时翻译，生成可回溯的会议记录，自动完成会议纪要和待办总结等功能等会前会中会后的一系列功能。自 2023 年 10 月首发领效智会大模型后，公司不断完善大模型功能，提升使用体验。2024 年 4 月的 MAXHUB 新品发布会上，MAXHUB 发布 AI 智会解决方案，将领效智会大模型和会议平板、AI 算力终端等产品向结合，聚焦线下会议场景，提供云端及本地化部署，实现实时字幕和实时翻译，生成可回溯的会议记录，自动完成会议纪要和待办总结等功能。同时，会议信息安全亦得到有效保障。

**Q5：请问公司教育 AI 大模型的商用落地有何规划？存量设备是否可以使用？**

去年 10 月发布希沃教学大模型后，希沃已在近 200 间教室试点使用希沃教学大模型。随着取得国家网络信息办公室批文，希沃教学大模型已经可以正式投入商用。

针对新建学校或学校大规模设备更新、以旧换新需求，希

沃可以提供第七代交互智能平板并搭配端侧算力这一高产品附加值方案。针对希沃已覆盖的超 260 万间教室，公司可提供算力和音视频采集设备的综合升级方案将其提升至希沃教学大模型的应用环境。公司希望相关产品和设备的投入可以切实满足我国教育工作者的需求，助力教育教学质量的提升和学生成长。

#### **Q6: 请问 MAXHUB 发布的新品情况**

MAXHUB 在 2023 年 5 月首发会议空间、办公空间、公共空间三大数字化解决方案。在此基础上，2024 年 4 月 16 日，MAXHUB 召开 2024 新品发布会推出高效会议解决方案，以领效星云为数字底座，灵活搭配九大会议子系统，打造六大标准化会议场景解决方案，满足全场景的高效协作需求。

基于多模态感知、AI 超级分辨率技术、雷达触控等技术创新突破，发布会推出全新升级显示交互系统产品。新一代会议平板提升书写、展示、视频会议、显示性能、AI 等多方面能力。其中，性能显示方面，首发 QD MiniLED 背光+局部背光调节会议平板，显示对比度超过 2000000:1，成为会议平板行业显示性能新高度。AI 赋能方面，MAXHUB 发布 AI 智会解决方案，包含领效智会大模型、会议平板、AI 算力终端等产品，聚焦线下会议场景，提供云端及本地化部署，实现实时字幕和实时翻译，生成可回溯的会议记录，自动完成会议纪要和待办总结等功能。

发布会并同步推出 MAXHUB 视频会议超融合平台，4K 分体式视频会议终端、4K 双目云台摄像头、天花阵列麦克、拾扩声一体机等音视频会议解决方案产品。高效会议解决方案及产品将有效满足用户需求，加之超高清视频行业政策、数字化转型政策及大规模设备更新和消费品以旧换新行动方案的持续推动将利好公司企业服务业务发展。

目前，MAXHUB 的中国 500 强企业客户、央国企客户正在



陆续体验，反馈情况良好。

**Q7：请问公司交互智能平板产品的经营策略以及新一代交互智能平板产品的毛利率情况**

公司的新一代交互智能平板的基础款型在保证性能和功能的基础上，较前一代产品成本明显优化，释放利润空间；同时，公司将继续加强中高端款型产品的AI及音视频能力的布局和投入，为用户创造新的价值，实现差异化竞争。公司通过上述措施应对市场环境的变化，持续稳固公司产品在教育、企业服务领域的行业地位。

**Q8：请问公司原材料价格的变动情况以及应对策略**

2024年以来，显示面板等原材料价格上涨，预计年内显示面板、存储芯片价格仍存在上涨空间，主芯片价格基本维持稳定。公司通过与核心供应商的深度合作和策略性备货降低原材料价格波动所带来的的不利影响，并将持续通过供应链精细化管理等措施来应对市场环境的变化。

**Q9：请问公司终止股权激励计划的财务影响**

公司董事会于4月24日审议通过相关议案，拟终止实施《2022年限制性股票激励计划》并回购注销已授予但尚未解除限售的全部限制性股票。根据企业会计准则，本次终止预计将导致对于原本应在剩余等待期内确认的股份支付费用合约5,000万元提前于年内加速计提完毕。具体金额请以审计数据为准。该事项已经在公司全年的财务规划中加以考虑，不会对财务产生较大的影响。

**Q10：请问公司资金使用规划**

公司将继续加强对主营业务的投入。目前，国内的教育市场和企业服务市场仍然大有可为。公司将深入挖掘市场需求，不断加强技术和产品的创新突破，持续提供高质量的产品和服

	<p>务。海外市场具有广阔的发展空间，公司将持续拓展新客户，与英特尔、微软等全球合作伙伴携手，持续推出有技术优势的产品和解决方案。此外，公司将通过对 LED、计算设备及服务、电力电子和机器人领域的持续研发投入和市场拓展，为公司未来长期发展开拓新的赛道。同时，公司将继续通过内生孵化与投资并购，围绕主营业务进行上下游及相关业务领域拓展，为公司中长期发展寻求新的业绩增长点。</p> <p>公司将继续智能制造基地和产业园建设，一方面，提升公司的生产制造能力，推动产业链向精益制造转型。另一方面，通过发挥产业集聚效应，吸引更多优秀人才和资源，促进各地业务的持续发展。</p> <p><b>Q11：请问公司投并购的方向进展</b></p> <p>公司于 2023 年 7 月完成收购深圳市掌锐电子有限公司，积极布局汽车电子业务领域。未来，公司坚持围绕自身产业，积极开展外延式投并购布局相关领域。目前相关工作正在有序推进中。</p>
附件清单（如有）	无
日期	2024 年 4 月 26 日