

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：2020-02

<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>中信证券、华泰证券、交银施罗德基金、泓德基金、东方资管、景顺长城基金、嘉实基金、金鹰基金、大成基金、兴证全球基金、博时基金、鹏华基金、长盛基金、华宝基金、华商基金、施罗德基金、东方阿尔法基金、新华基金、招商基金、东吴基金、国寿养老、国泰基金、万家基金、摩根士丹利（台湾）、BNP Paribas、Ruifeng Securities HK、Shandong Hi-Speed Capital、Hirain Capital、红杉资本、中金资管、中信自营、中泰证券、中信建投、中信证金、中再资管、淡水泉投资、大家资产、财通资管、北信瑞丰、成泉资本、鼎萨投资、星石投资、沅沛投资、合煦智远基金、珩生鸿鼎、华夏未来、汇鑫投资、景领投资、玖龙资产、巨杉资管、宽远资产、麦星资管、民生信托、南方天辰投资、农银理财、趣时资产、仁桥资产、上海泊通投资、通用技术、汐泰资管、希瓦资产、橡树岭资管、新活力资本、新余昆诺、易正朗资管、银杏环球投资、煜德投资、源乘投资、云门投资、至璞资产、挚信资本、中欧瑞博、中兴威资管、九霄投资、信复创值投资、重阳战略、泉星资产、合撰资产等。</p>
<p>时 间</p>	<p>2020年8月28日、29日</p>

地 点	公司会议室
上市公司接待 人员姓名	副总经理、董事会秘书程晓娜；证券事务代表刘洁；投资者关系经理陈晶晶；证券事务专员张佳丽
投资者关系活动 主要内容介绍	<p style="text-align: center;">一、公司半年报整体情况介绍</p> <p>2020年上半年，国内外经济发展均受到新冠疫情的不利影响，公司在疫情发生后快速反应，适度调整既定经营计划，主动联动产业链上下游，积极有序组织复工复产，努力降低因疫情带来的部分原材料供应紧缺、物流迟滞、订单延后等影响。报告期内，公司实现营业收入624,489.80万元，同比下降13.32%，实现归属于上市公司股东的净利润为54,097.88万元，同比下降4.13%，随着二季度国内疫情防控形势的好转，公司的国内业务相较一季度均有所回暖，但4月份以来海外疫情蔓延对公司出口业务拓展带来不利影响。</p> <p style="text-align: center;">二、投资者互动问答</p> <p>1、TV板卡今年上半年收入同比下滑的原因是什么？</p> <p>答：（1）2020年上半年，受疫情影响，全球电视机市场整体需求下降，国内电视机品牌销售及其代工业务亦受到不同程度的影响。根据奥维云网2020年6月《全球电视品牌出货月度数据报告》统计，全球液晶电视出货量约为9,206.8万台，同比下降6.20%。（2）公司TV板卡客户中，OEM客户相较品牌电视机客户占比更大些，上半年TV出口受到疫情影响，OEM客户的出货量下降；且公司在部分品牌客户的出货占比亦有所下降。（3）个别品牌客户与公司的合作模式发生一定变化，变为部分原材料客户自采模式，导致TV板卡平均单价有所下降，一定程度上影响了TV板卡业务的收入规模。</p> <p>2、液晶显示主控板卡的毛利率未来能否维持现有水平？如果原材料价格上涨，对公司业务可能的影响有哪些？</p>

答：一方面，下半年部分电子元器件价格有一定的上涨预期；另一方面，今年在疫情形势下，下游市场需求不同程度的受到影响，市场竞争更为激烈，上半年公司液晶显示主控板卡和交互智能平板的平均单价均有一定下降。因此，若原材料价格进一步上涨，预计将对下半年产品毛利率产生下滑压力。

3、上半年教育市场受疫情影响程度怎样？

答：2020年第一季度教育市场受疫情影响较大，二季度随着疫情稳定，各地区学校相继开学，一、二季度需求叠加释放，市场较快回暖，但相比于去年同期依旧处于下滑态势。根据奥维云网《2020年Q2中国大陆教育IWB市场研究报告》，2020年上半年中国大陆教育交互智能平板市场销售额同比下降23%，希沃交互智能平板产品销售额市占率为40.6%，仍位居中国大陆教育市场交互智能平板排名首位。

4、教育信息化 2.0 阶段，公司有哪些业务机会？

答：教育信息化 2.0 阶段，国家产业政策的支持及财政性教育经费的保障，为公司教育业务的发展带来了良好的机遇，提供了广阔的发展空间。公司的教育业务希沃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机遇，自 2018 年起陆续推出更为丰富的产品线，包括智慧黑板、智能录播系统、学生终端、校园小间距 LED、云班牌、校园集控产品等硬件产品；在软件方面，以教学应用为核心，逐步由智慧课堂向智慧校园进行产品延伸，持续优化希沃白板、易课堂、集控管理平台等软件产品，立足于教师、教室、教学，不断强化在教育专业领域的综合竞争力。

5、公司在教育市场的核心竞争力体现在哪里？

答：公司的教育业务希沃一直高度重视产品的技术创新和积累，拥有近 400 件发明专利，能够为用户提供稳定可靠的产品；通过多年的合作与发展，希沃建立了能够覆盖全国市

场的较为完善的营销体系；为经销商和用户持续性的、体系化的培训和售后服务。希沃多年在教育市场耕耘，通过交互智能平板的销售，建立起了专业的研发团队、可靠的产品品质、良好的市场口碑、覆盖全国范围的销售和服务体系，这些深厚积累也是我们开拓教育领域新产品及新市场的优势。

6、今年上半年会议平板市场新进入者众多，MAXHUB 在众多品牌中有何竞争优势？

答：MAXHUB 会议平板自 2017 年品牌创立以来，已连续 3 年保持中国大陆会议平板市场份额第一的领先优势，已有超过 250 家的中国 500 强企业正在使用 MAXHUB 交互智能平板。除了先发优势外，MAXHUB 的竞争优势还包括领先的研发及产品创新力、完善的营销网络体系及行业第一的品牌影响力。今年上半年，MAXHUB V5 系列新品上市，针对不同行业细分会议场景乃至细分用户群体，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，进一步增强了 MAXHUB 的产品实力。在营销端，MAXHUB 会议平板今年上半年继续保持了线下销售的优势，并在京东、天猫主流电商平台办公设备品类占据销售领先地位。在服务端，MAXHUB 建立了从售前到售后的客户服务全链条，并实现了线上远程服务模式，积极响应疫情常态化防控需求，进一步提升了用户体验。

7、公司的会议平板业务开拓了哪些细分市场？除交互智能平板外，公司还有哪些企业服务产品布局？

答：今年以来受疫情的影响，远程办公逐步常态化，一定程度上拉动了交互智能平板的市场需求。公司的会议交互智能平板业务目前主要是面向企业客户，同时我们也正在逐步开拓更多细分市场，比如金融、政府、医疗、新零售等。这些细分市场尚处在渠道建设阶段，目前销售规模对总体营收的贡献还比较小。

	<p>MAXHUB 交互智能平板是一款集成化、轻量级的高效会议一体机产品，旨在提升用户的会议效率、办公效率。除交互智能平板外，为了满足不同细分市场客户对于多元化应用场景的需求，我们也在不断丰富会议周边产品，现已推出 LED 小间距一体机、无线全向拾音麦克风、传屏盒子、触控笔、会议门牌、演讲台、MAXHUB 笔迹等，同时针对不同用户的差异化需求，我们可向用户提供个性化的智能会议整体解决方案。</p> <p>8、上半年海外需求的变化是怎样的？</p> <p>答：今年上半年海外业务营业收入为 119,723.80 万元，同比增长 0.69%。第二季度受到海外疫情影响，出现订单延迟或取消等需求明显下降的情况，公司的海外市场推广及销售开拓也阶段性受阻。公司将视疫情变化情况，灵活调整海外业务策略，合理配置资源，全力应对海外需求下降等市场困难。</p> <p>9、公司 2020 年人员增长规划是怎样的？</p> <p>答：人员增长规划上，会综合考虑当前市场环境及业务状况，以及公司中长期业务发展的人才需求。原则上今年会保持总体人数的相对稳定，内部根据各业务发展需要以及员工意愿，会进行资源调配。在成熟业务上会我们一直关注人均产出指标，在新业务上会充分研判业务机会进行必要的人才引进，我们仍然会面向未来进行适度的前瞻性布局。</p>
附件清单（如有）	无
日期	2020 年 9 月 1 日