

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：2018-05

投资者关系 活动类别	<input 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）
参与单位名称及人员姓名	中信证券、银华基金、神农投资、安信基金、尚雅投资、星石投资、融通基金、汇添富基金、鑫乐达投资、博时基金、高毅资产、泓德基金、信诚基金、富国基金、圆信永丰、中银基金、工银瑞信基金、广发证券、禾其投资、长盛基金、平安养老、博泽资产、东创投、泰康资产管理、银河基金、毕盛资产、广发基金、长城基金、新华基金、天弘基金、泉星资产、中再资产管理、兴业证券、新余海和投资、华夏基金、申万菱信基金、巨杉投资、南方基金、嘉实基金等机构
时 间	2018年10月27日
地 点	电话会议
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；投资者关系专员陈晶晶
投资者关系 活动主要内容介绍	一、2018年第三季度公司经营情况和财务状况简介  二、投资者与公司互动问答环节  1、公司前三季度TV板卡业务、教育业务和其他业务的收入占比情况大致是怎样的？哪项业务贡献的净利润最多？  答：公司今年前三季度实现营业收入1,200,242.51万元，TV板

卡业务收入占比超过 50%，教育业务收入占比约 40%，其余收入来自会议业务、上海仙视、及其他新业务等。前三季度各项业务中，教育业务产生的净利润最多。

**2、公司上半年 TV 板卡产品的毛利率下滑比较大，第三季度的毛利率有什么变化吗？**

答：今年上半年 TV 板卡的毛利率下滑主要因上游部分原材料涨价所致。第三季度板卡部分原材料价格稳住且有小幅降价趋势，但美元兑人民币汇率上涨会产生一定对冲，总体来看第三季度 TV 板卡的毛利率没有继续下滑。

**3、三季度 TV 板卡业务中智能板卡的占比是否进一步提升？**

答：2018 年上半年公司智能板卡的出货量约占板卡总体出货量的 35.45%，三季度这个比例应该会有 1-2%的提升。

**4、三季度教育的大屏销售情况如何？产品毛利率有什么变化？**

答：三季度是教育业务的旺季，交互智能平板销售情况比较符合预期。今年前三季度，交互智能平板的产品结构得到优化，大尺寸产品的销售占比显著提高，因此交互智能平板的毛利率同比提升，这也是公司长期技术积累和产品创新能力的体现。

**5、今年会议市场的产品需求如何？MAXHUB 销售是否符合预期？主要是分销还是直销的方式？**

答：更加高效、协同的办公方式是发展的趋势，我们看好会议市场的前景和庞大的市场空间。目前会议平板的应用才刚起步，客户需求和对产品及应用的认识需逐步培育。今年我们主要在进行产品推广、渠道建设、品牌宣传，并重点开拓了行业和大客户项目。受经济环境影响，市场暂未达到我们预期的热度，但我们依靠自身实力，

MAXHUB 在前三季度还是实现了收入同比 100%的增长。目前会议业务的销售体系主要分为分销渠道、行业及大客户营销、电商平台三种，分销渠道的收入比例约占七成。

**6、公司三季报披露的全年净利润增长幅度预计是 20-40%，但前三季度已经达到 42%，这个如何看待？**

答：今年 Q4 的费用预计同比增加较多。2017 年和 2018 年两期股权激励费用在今年 Q4 摊分的金额同比增加两千多万；另外今年公司人员数量同比增长 30%左右，人员增加及人均成本的上升导致年底双薪及年终奖金等金额同比增加。

**7、公司对于未来主营业务各板块的需求如何判断？公司有什么应对策略？**

答：（1）TV 的全球市场需求总体比较稳定，我们今年的快速增长主要来自于市场份额的提升，及智能板卡出货量占比的提升。未来全球智能电视的占比还会继续增长。TV 板卡业务是一个很好的现金流业务，增长潜力方面我们也在挖掘以 TV 板卡研发设计能力和供应链服务有能力去开拓新的相关市场。（2）教育业务方面，每年国家对于教育信息化的投入比较确定，过去我们的产品主要是交互智能平板在教室的应用，产品和应用场景都比较单一。未来的市场是整个校园信息化的市场，随着校园信息化对各类产品及应用需求的不断丰富，我们会提供更丰富的产品和应用软件，希望希沃能在整个教育信息化的市场中获得更大份额。（3）会议平板市场刚起步，增长很快，我们看好会议市场的前景和空间。但客户需求与产品认知需要时间去逐步培育，国际品牌及国内新进入厂家的参与，可以共同培育用户习惯、激发需求。MAXHUB 会持续做好产品创新、提供良好的品质保障、加大品牌宣传推广等，保持我们在市场上的竞争优势。

**8、公司今年新增了多少人？明年对人员的增加幅度是怎样规划**

	<p>的？</p> <p>答：公司 2017 年末员工 2700 余人，截至目前员工人数约 3500 人，人员增加一方面为主营业务快速增长所需的人员增加，另一方面为布局新业务、新产品的用人需求。明年的人员增长规划会根据业务的规划发展需要而定，新增人员也会有相当一部分是新业务的需要。人员增加虽然会带来人力成本的上升，但是我们作为一家依靠产品和技术创新推动成长的公司，人才是非常关键的，是驱动公司长期发展的核心竞争力。公司创业以来就非常重视对人才的投入和激励。IPO 之前创始团队就在分享股权，上市后公司已推出两期股权激励计划。</p> <p><b>9、教育和会议交互平板类产品目前面对市场竞争会不会有降价压力？</b></p> <p>答：（1）教育市场交互智能平板目前销售模式主要是项目型销售，产品每年都在更新迭代，新产品的性能、价格都会提升，通常我们会先于竞争对手推出新产品，通过技术能力来引领市场，今年教育交互智能平板产品的平均单价有所提升。（2）从定位角度我们不希望 MAXHUB 通过打价格战做低端产品的竞争，我们在交互智能平板及交互应用等方面具有良好的技术研发及产品创新能力，MAXHUB 也是国内会议平板的领先品牌，这些优势能够为 MAXHUB 带来溢价能力。</p> <p><b>10、公司的现金流一直很好，未来在资金使用方面有什么战略考虑？</b></p> <p>答：公司的资金主要用于主营业务的经营发展，以及孵化中各项新业务的研发、产品及市场投入等，同时我们也会关注主营业务相关领域的投资和并购机会。</p>
<p>附件清单 (如有)</p>	<p>无</p>

日期	2018年10月27日
----	-------------