

证券代码：002841

证券简称：视源股份

广州视源电子科技有限公司投资者关系活动记录表

编号：2017-01

投资者关系 活动类别	<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 type="checkbox"/> 其他（_____）
参与单位名称及 人员姓名	中信证券、广发证券、长江证券、天风证券、博时基金、南方基金、广发基金、东方港湾、华安基金、新华汇嘉投资、东吴人寿、中邮基金、华泰柏瑞基金、华商基金、中科沃土基金、中融基金、鹏华基金、鹏扬基金、易同投资、理成资产、中广核投资、广发资管、道仁资产等机构
时 间	2017年2月13日下午14时
地 点	公司会议室
上市公司接待 人员姓名	董事会秘书刘丹凤、证券事务代表张正元
投资者关系活动 主要内容介绍	<p>1、 公司目前的主要产品和业务结构？</p> <p>答：公司目前主要产品有液晶显示主控板卡、交互智能平板。收入占比分别为60%多、30%多。</p> <p>2. 主要客户及份额，未来新客户拓展情况？</p> <p>答：过去三年的主要客户相对稳定，历年前五大主要客户的份额占总营业收入的20%~40%，随着新业务的发展，也将不断拓展新的客户。</p>

3. 公司上市后战略规划及发展目标？

答：公司将继续秉承“因为我们的存在，让更多人生活幸福”的企业使命，专注于“体验、效率、创造、赢”的企业理念，依托公司多年来在研发、供应链、销售、服务等方面的技术沉淀与经验积累，通过不断的技术与产品创新，逐步发展成为行业内极具竞争力与影响力的科技公司。

未来三年，公司将依托在液晶显示主控板卡、交互智能平板等领域技术与经验积累，结合本次发行的募集资金投资项目建设，逐步扩大智能电视板卡、交互智能平板等产品的经营规模，投入资金将现有的信息化系统进一步完善。公司还将在前沿产品的研发上投入更多的资源，并通过不断完善销售渠道与销售体系，逐步提高公司产品的市场占有率。

4. 公司的利润增速一直很快，但同时秉持“把钱花在未来”的企业经营哲学，上市后公司将把每年的现金结余投入到哪些方面？研发投入还是人才福利？

答：“把钱花在未来”重点指未来的产品储备，储备未来产品的同时，必将引入更多高端人才，所以研发和人才投入是重点。

5. 板卡行业发展趋势（ODM、品牌厂、专业板卡未来格局），公司在其中的核心竞争力等？

答：公司的核心竞争力为人才和技术积累，以及规模带来的成本优势。

6. 公司的未来产业规划，以及为这个战略规划制定的相应战术安排？

答：在现有电视主板业务的基础上，进一步加强研发投入，提高精细化管理能力，提升智能电视板卡的收入占比；在交互智能平板的业务基础上，进一步拓展新的行业应用领域，如会议市场。

	<p>在新业务培育方面，重点培育智能硬件和健康医疗。</p> <p>7. 公司的核心竞争力如何进一步巩固？</p> <p>答：一方面不断完善和优化各部分规范、制度，以提高客户、用户及员工的体验和效率，提升快速供货优势、规模优势及质量管理优势。另一方面加大研发和营销渠道的投入，进一步巩固技术创新及品牌与客户优势。</p> <p>8. 公司非智能电视板卡出货仍然占据主要，智能电视板卡成长较快，两者价格上差别多少，各自的市占率分别是多少？</p> <p>答：不同型号和配置的板卡价格差异较大，无法直接精确比较，整体上智能板卡的价格大幅高于非智能的价格。</p> <p>目前没有分品类的市占率数据。但就公司智能电视板卡的占比正逐渐上升。</p> <p>9. 公司在健康医疗方面的布局如何，目前进展怎么样？</p> <p>答：在健康医疗方面公司仍在孵化和培育中，目前有些产品取得认证，逐步准备推向市场。</p> <p>10. 除了液晶显示主控板卡，和交互智能平板业务外，公司还看好哪些业务方向？</p> <p>答：健康医疗和智能硬件，在技术方面与现有产品有一定相关性。</p> <p>11. 目前公司在液晶显示主控板卡领域全球市场占有率达28.95%，有无体量相近的竞争对手？</p> <p>答：目前没有，排在行业第二名的同行，业务规模大概是我们的三~四分之一。</p>
--	--

	<p>12. 电视整机厂商外购趋势如何？是否越来越多的厂商采取外购主板的方式？</p> <p>答：截止 2016 年，除三星、LG、SONY 等少数厂商，其它主要电视整机品牌厂商均已将部分主板转向外购。</p> <p>13. 公司交互通知平板主要以 65 寸以上的产品为主，65 寸以下占比较少，大尺寸产品价格比较坚挺，不如 65 寸以下产品降价明显，导致差别的原因是什么？是大尺寸面板带来的溢价还是说大尺寸产品有更高的技术门槛？</p> <p>答：原因主要有大尺寸产品的技术门槛高，竞争相比没有小尺寸激烈。</p> <p>14. 公司交互智能平板业务的增速非常快，但中国幼儿园到高中的教室数是有限的，大约一共 800 万间。如果按照行业目前的增速，该市场是否将在几年内达到饱和？</p> <p>答：市场还远未达到饱和。一、2016 年交互智能平板国内市场整体的采购量仅不到 70 万台，还有大量的教室未配置多媒体设备，已配置多媒体设备的教室中还有相当大比例是前期配置的电视机或者投影机，有替换需求，市场空间巨大。二、教育装备的使用周期一般不超过 6 年就更新，按此计算即使不存在新增市场，仅换机市场每年的更新数量也超过 100 万台。三、目前学校班级学生人数大部分在 40 人以上，部分学校班级人数超过 70 人，小班制教学是一个趋势，当班级人数降至 30 人，会产生大量的新教室装备需求；四、随着教育模式的变化，一个教室一张屏将会演变为一个教室多张屏，需求量会剧增。</p>
附件清单（如有）	无
日期	2017 年 2 月 13 日