

海信视像科技股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2025-04

投资者关系活动类别	☒特定对象调研 ☐媒体采访 ☐新闻发布会 ☐现场参观 ☒其他（电话会议） ☒分析师会议 ☐业绩说明会 ☐路演活动
参与单位名称	嘉实基金、南方基金、易方达基金、富国基金、景顺长城基金、广发基金、农银汇理基金、招商基金、兴证全球基金、中欧基金、交银施罗德基金、鹏华基金、银华基金、泉果基金、东方基金、申万菱信基金、工银瑞信基金、汇丰晋信基金、国投瑞银基金、建信基金、睿远基金、泓德基金、华安基金、国泰基金、金鹰基金、长信基金、长城基金、博道基金、融通基金、中银基金、汇百川基金、九泰基金、国寿安保基金、凯石基金、天治基金、宏利基金、方正富邦基金、北信瑞丰基金、招银理财、青岛农商行、华泰资管、中泰资管、中国人寿资管、中国人保资管、平安资管、太平洋资管、华夏东方养老资管、华方私募基金、上海常春藤私募基金、上海睿源私募基金、远信（珠海）私募基金、中国人寿养老保险、农银人寿保险、长江养老保险、太平养老保险、国华兴益保险、信泰人寿保险、上海和谐汇一资产、上海晨燕资产、上海复胜资产、上海石锋资产、上海天猗投资、上海丹羿投资、上海泉汐投资、上海同犇投资、润桂投资、星泰投资、青鼎资产、路博迈基金、摩根基金、花旗银行、保银资产、城堡投资、Balyasny Asset、Coreview Capital、Cephei Capital、Allianz Global、Golden Nest、中信建投证券、长江证券、广发证券、国投证券、天风证券、中金公司、国泰海通证券、华泰证券、兴业证券、中信证券、华西证券、中泰证券、申万宏源证券、浙商证券、国盛证券、华安证券、中邮证券、东方证券、国信证券、方正证券、兴证证券、银河证券、国金证券、开源证券、华福证券、太平洋证券、野村东方国际证券
时间	2025年4月3日至2025年4月30日
地点	公司会议室、电话会议

上市公司接待人员姓名	董事、总裁 李炜 财务负责人 郑丽非 董事会秘书 范潇
投资者关系活动主要内容介绍	1. 公司2025年一季度业绩表现如何？ 答：2025年一季度，公司实现经营业绩稳健增长和市场竞争力同步提升。报告期内，公司实现营收133.75亿元，同比增长5.31%；实现归母净利润5.54亿元，同比增长18.61%；实现扣非归母净利润4.52 亿元，同比增长19.52%，利润的增幅高于规模的增幅，盈利质量进一步向好。经营活动现金流量净额12.14亿元，同比增长252.46%。公司“高端化、大屏化”战略的实施有效驱动了销售结构改善，研、产、销全流程数字化转型和智能化升级确保了运营效率的持续提升，运营质量持续向好。 2. 公司2025年一季度毛利率提升的原因是什么？ 答：公司2025年一季度的主营业务毛利率同比提升接近1个百分点，毛利率提升来源于产品结构升级和运营效率提升。报告期内，公司产品高端化、大屏化优势显著。根据奥维云网数据，一季度公司内销Mini LED零售量市场占有率为37.70%、100+吋大屏电视零售量市场占有率为39.76%、万元以上高端产品零售量市场占有率为38.83%，均位列行业第一。 3. 公司在高端市场有哪些技术突破？ 答：公司坚持“技术立企”战略，以显示技术创新为核心，同步构建AI技术体系全面赋能产品升级。围绕ULED、Micro LED、激光显示三大核心显示技术加速平台创新，在AI大模型、RGB-Mini LED、Micro LED系统方案、激光显示性能升级和器件国产化等方向实现行业引领，构建覆盖全场景的领先的高端显示技术矩阵。公司在CES 2025上全球首发RGB三维控色液晶显示技术，通过应用自主研发的全新一代信芯AI画质芯片和全球领先的LED背光芯片，攻克了困扰行业多年的光色同控技术难题，为全球液晶显示产业的技术升级提供了全新的方向。同时，公司还推出了全球首个广播级Micro LED巨幕，以及全球首台搭载光谱选择技术的影院级激光电视，通过持续技术迭代，彻底改变了用户大尺寸电视的观看体验。三大创新产品的同台展示，验证了公司在前沿显示技术的领先地位，为拓展高端显示市场提供了强有力的技术支撑。 4. 一季度内销市场均价增幅提升明显，销量增速相对温和的原因？

答：公司2025年一季度国内销量同比增长接近2%，受终端销售结构改善尤其是大尺寸产品销售提升，整体均价增速接近10%。销量增速相对温和，主要受两方面影响：一是春节假期节奏变化的影响，今年春节假期比去年时间靠前，因此公司的备货节奏也相应前移；二是去年四季度国补政策带动部分高端消费需求提前释放，存在提前购买选择延期发货等情况，从而对一季度销量形成一定程度的影响。

5. 北美市场受关税和需求波动影响，公司如何应对？

答：公司自2018年以来持续扩充墨西哥工厂产能，目前达1000万台，覆盖北美市场的各尺寸段产品需求，并且享有美墨加贸易协定（USMCA）零关税优势，在当前关税环境下，公司墨西哥产能的重要性进一步凸显。公司长期坚持中高端产品的营销推广，尤其锚定ULED和75+吋产品策略落地，同时推进NBA和世俱杯营销以及重点渠道开展结构提升专项活动。

6. 新兴市场的发展策略？

答：公司会继续在海外新兴市场加大资源投入和渠道覆盖，并推进本地研产销一体化建设。今年一季度，公司在中南美、东南亚及非洲等新兴市场实现了快速增长。

7. 公司新显示新业务的一季度表现如何？

答：报告期内，公司新显示新业务规模持续增长，激光显示、智能投影、场景显示等不断突破。激光显示整体销量同比增长超过30%，其中智能投影以自研三色激光光机引擎与AI画质算法优化以及OTA升级，发布行业首款1.3倍无损光学变焦4K三色激光投影产品，一季度销售同比增长超70%。此外，推出行业爆品大白闺蜜机，在一季度实现销售量同比160%以上的增长。