

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：2025-04

投资者关系 活动类别	☒ 特定对象调研 ☐ 分析师会议 ☐ 媒体采访 ☐ 业绩说明会 ☐ 新闻发布会 ☐ 路演活动 ☐ 现场参观 ☒ 其他（电话会议）
参与单位名称	申万宏源研究、东北证券、国信证券、华福证券、中邮证券、广发证券、中国银河证券、天风证券、长江证券、东海证券、浙商证券、华西证券、中金公司、国投证券、兴业证券、中信证券、方正证券、华泰证券、招商证券、国泰海通证券、国金证券、甬兴证券、财通证券、汇丰前海证券、博道基金、创金合信基金、泉果基金、景顺长城基金、国泰基金、深圳凯丰投资、兰权资本管理、鸿运私募基金、秋阳予梁投资、高信百诺资管、中天汇富基金、于翼资管、耕霖(上海)投资、前海汇杰达理资本、上海吉渊投资、以谦投资、泊通投资、湖南源乘私募、西安江岳基金、盘京投资、理成资管、荣泽石资管、正圆私募基金、上海嘉世私募、武汉山水私募基金、上海智尔投资、尚诚资管、上海云门投资、星航新创私募、财通证券资管、长江证券资管、东方证券资管、众诚车险、合众资管、民生银行、宁银理财、中信期货、小米科技、京东方、中科粤微、粤佛私募基金、汇正财经、赢舟资产管理有限公司、HeWeek、APC International Co.,Limited 等机构代表
时 间	2025 年 8 月 27 日 15:00-16:00

地 点	公司会议室
上市公司接待 人员姓名	董事长 王洋； 财务负责人 胡利华； 董事会秘书 费威。
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	一、公司 2025 年业绩半年度情况介绍 2025 年上半年，公司坚持以产品技术创新为核心驱动力，持续深耕国内外市场，实现营业收入 1,056,460.75 万元，同比增长 4.39%；受原材料价格波动、主要产品收入结构调整等因素影响，公司综合毛利率同比下降 1.38 个百分点，但季度环比企稳。报告期内公司毛利额较去年同期略有下降，叠加研发投入增加、理财收益及政府补助等减少，实现归属于上市公司股东的净利润 39,767.63 万元，同比下降 19.66%。 此外，公司主动优化长短期资金结构，通过债权投资等方式提升资金收益，归属于经常性损益的利息收入减少，而归属于非经常性损益的债权投资收益增加，本报告期非经常性损益较同期增加 8,950.60 万元，公司归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润同比降低 39.72%。 在智能控制部件领域，受主要电视客户出货量下降等因素影响，公司的液晶显示主控板卡实现收入 308,336.50 万元，同比下降 7.26%。报告期内，公司家用电器控制器海内外订单持续攀升，实现收入 129,969.34 万元，同比增长 66.43%。汽车电子业务保持稳健发展，电力电子业务市场拓展取得突破，实现快速增长。 在智能终端及应用领域，分场景看，国内教育业务方面，受益于教育场景持续深耕及多产品策略，公司国内教育业务实现收入 172,684.82 万元，同比增长 13.79%。希沃交互智能平板

	出货份额持续领跑行业。希沃录播、希沃魔方数字基座、希沃教学终端及希沃学习机等软硬件产品收入均保持良好增长，产品矩阵协同效应凸显。公司加速推广教育 AI 产品，领跑国内教育数智化转型。截至 2025 年 6 月底，希沃课堂智能反馈系统已在全国建成 19 个重点应用示范区，覆盖超 3,000 所学校，应用于超 7,000 间教室，生成超 36 万份课堂智能反馈报告；希沃 AI 备课激活用户数量超 60 万。 国内企业服务业务方面，根据迪显《2025H1 全球 IFPD 整体市场研究报告》，MAXHUB 会议交互智能平板在国内 IFPD 会议市场以 26.5%的销量份额保持持续领先。报告期内，公司积极推进下游供应链管理策略变革，通过全渠道库存统一管理进一步提升周转效率，受此因素及线下市场需求疲软的影响，MAXHUB 品牌业务实现收入 56,689.87 万元，同比下降 13.63%。此外，数字标牌业务在上半年受客户需求变化影响，导致整体企业服务业务同比下降 27.03%。公司将加快推动会议音视频终端、商用办公终端等产品的发展，强化行业大客户营销和线上营销。 公司在 LED 显示领域持续深耕，依托 MAXHUB 和希沃品牌渠道加速推动 LED 产品在不同行业和领域落地，同时公司积极拓展海外市场客户，2025 年上半年公司 LED 业务收入同比增长 52.26%。 在海外拓展上，公司海外 ODM 业务受关税变动、市场竞争等外部环境因素影响收入承压，同比下降 23.69%。同时，公司全球化步伐坚定，公司 MAXHUB 海外自有品牌业务收入保持快速增长态势，同比增幅达 59.56%。整体上，报告期内公司海外业务实现收入 190,703.35 万元，同比下降 17.94%，但海外自有品牌的快速增长正为海外业务的长期发展注入新的动能。 此外，公司在机器人领域的布局亦实现新的突破——自研工业级四足机器人 MAXHUB X7 于世界机器人大会正式发布。
--	--

目前已在电力等行业场景实现应用。同时，公司商用清洁机器人目前已批量进入欧洲、东南亚及日本市场，实现良好增长。

二、投资者互动问答

Q：请问公司 AI+教育产品的进展及未来规划

随着《关于深入实施“人工智能+”行动的意见》《关于加快推进教育数字化的意见》《关于组织实施数字化赋能教师发展行动的通知》及各地教育+AI 政策持续加码，公司抢抓人工智能赋能教育变革先机，全力推动 AI 与全产品体系、全学段应用场景的深度融合，加快 AI 创新应用落地推广，推动应用体验升级，继续引领国内教育数智化转型。

截至 2025 年 6 月底，希沃课堂智能反馈系统已在全国建成 19 个重点应用示范区，覆盖超 3,000 所学校，应用于超 7,000 间教室，生成超 36 万份课堂智能反馈报告；希沃 AI 备课激活用户数量超 60 万。

目前，希沃 AI 备课、希沃魔方数字基座等应用入选《国家中小学智慧教育平台与人工智能融合应用指南（试行）》AI 多模态应用案例。根据新闻报道，上海徐汇区引入的希沃教育 AI 应用已成为破解传统教学痛点、赋能教师专业成长的标志性案例：希沃 AI 备课助手助力教师备课效率提升 50%；希沃课堂智能反馈系统量化教师提问开放度等 12 项教学指标教研实证数据使用率达 75%。

公司将不断迭代相关产品提升使用体验，并持续推出新产品，进一步完善学校教育 AI 产品生态，同时将加速教育 AI 应用的落地推广。

Q：请问教育 AI 产品的市场空间

教育 AI 产品将为公司打开长期价值增量空间。具体而言：从贡献软件增值的希沃 AI 备课助手来看，该产品可以实现 AI 人机协同生成课件。当前以学校订阅为主、个人订阅为辅快速推广。从用户基础看，根据第三方行业顾问统计，中国中小

	学教师总量超 1300 万人。2024 年，希沃白板的活跃教师用户已超 900 万人，庞大的教师用户池为产品推广提供核心支撑。 从驱动硬件溢价的希沃课堂智能反馈系统来看，该产品可实现课堂教学数据无感采集、自动生成教学评价报告，需配套算力服务器、音视频采集器等硬件设备，从场景潜力看，根据第三方行业顾问统计，中国中小学教室总量超 450 万间。目前公司希沃交互智能平板、希沃录播等终端已覆盖超 280 万间中小学教室，存量教室的改造需求与新增教室的渗透空间显著。 公司加速推广面向学校教育场景的 AI 学生平板，以及面向家庭教育场景的 AI 学习机、亲子屏、AI 故事机等产品，并将有序推进其他新产品研发落地，进一步提升价值增量空间。 Q：请问教育业务的长期展望 希沃交互智能平板行业领先地位稳固，作为教育场景的核心入口为教育业务提供稳健的营业收入支撑；希沃录播、希沃魔方数字基座及希沃教学终端等软硬件解决方案将继续保持良好增长态势；教育 AI 产品拓展尚处于初期阶段，预计随着国家及各地政策推动将实现快速增长，通过“软件增值+硬件溢价”的模式为教育业务注入长期增量。 Q：请问公司机器人业务的进展及规划 公司看好机器人的长期发展空间并坚定投入，遵循“刚需场景优先”原则，打造能解决实际问题的产品，目前已推出商用清洁机器人、四足机器人及具身操作机械臂等机器人产品。商用清洁机器人批量开拓欧洲、日韩及国内市场，实现良好增长。自研工业级四足机器人 MAXHUB X7 近日于世界机器人大会发布。 公司将不断拓展市场，推动该业务收入保持良好增长势头。 Q：请问 C 端业务的进展及策略 公司已推出多款迭代升级的 AI 学习机新品，通过外部合作丰富高学龄段学习内容生态，核心功能覆盖 AI 绘本阅读、智能
--	--

	问答及 AI 伴学等，精准匹配不同年龄段学生的学习需求，同时主动拓展价格覆盖区间，以更灵活的定价策略触达更多家庭用户。同时，公司进一步细化家庭互动场景，推出 55 寸护眼亲子屏产品。此外，公司亦推出 AI 故事机，进一步探索海外 C 端市场机会。 Q：请问公司海外自有品牌业务的发展策略及展望 公司自有品牌会议业务不断丰富升级产品矩阵，联合微软、英特尔等全球生态战略合作伙伴加速拓展欧美市场。随着公司全球营销和售后服务布局的扩大、微软认证工作的持续推进及相关产品量产出货，预计海外自有品牌会议业务将迎来快速发展。自有品牌教育业务聚焦中东、东南亚等新兴市场持续加码，为未来发展夯实基础。 2025 年上半年，海外自有品牌业务同比增幅达 59.56%，预计该业务将保持高速增长态势。 Q：请问 Q2 收入略有下降的主要原因及全年业绩展望 Q2 收入略有下降受短期内外因素叠加影响。其中，海外 ODM 业务受关税等外部因素影响收入承压；国内 MAXHUB 品牌业务推进下游供应链管理策略变革，通过全渠道库存统一管理提升周转效率、渠道竞争力，该调整过程亦对收入产生短期影响。 上半年关税政策的不确定性对海外 ODM 业务出货造成的阶段性影响，将在下半年大幅缓解。公司正大力开拓的数字标牌、音视频、PC 等 ODM 新产品业务线将为海外 ODM 业务贡献新增量。同时，MAXHUB 供应链变革效应逐步释放，预计下半年相关业务收入将恢复至合理水平。 家用电器控制器业务、国内教育业务及海外自有品牌业务的收入增长态势将延续。 Q：请问赴港上市进展及募集资金用途 公司已于 6 月 17 日正式向香港联交所递交了发行 H 股股票
--	---

	并在香港联交所主板挂牌上市的申请。 本次募集资金将主要用于进一步加强公司研发能力，加速国际扩张并强化在海外市场的竞争力，提升数字化能力以及在国内及国际市场进行战略投资及收购等。 Q：请问公司研发费用投入情况 作为科技公司，视源股份始终保持一定强度的研发投入，公司过去研发投入占营业收入的比例保持在 7%左右，研发资源重点投向智能控制部件、智能终端及应用的核心领域，包括硬件开发、AI 算法及机器人相关技术等，兼顾现有业务优化与新兴领域探索。 公司将继续保持研发投入强度，聚焦业务前瞻性布局与商业落地需求，为产品升级、新领域开拓奠定基础。
附件清单（如有）	无
日期	2025 年 8 月 27 日