

广州视源电子科技有限公司

2023 年董事会工作报告

2023 年，公司董事会依照《中华人民共和国公司法》《中华人民共和国证券法》《深圳证券交易所股票上市规则》《深圳证券交易所上市公司自律监管指引第 1 号——主板上市公司规范运作》等法律法规、规范性文件及《广州视源电子科技有限公司章程》等公司相关制度的规定，严格依法履行董事会的职责。本着对全体股东负责的工作态度，董事会勤勉尽责地开展各项工作，推进公司规范运作和科学决策，切实维护公司和全体股东的合法权益，促进公司的长远、稳健发展。

现将公司董事会 2023 年主要工作情况汇报如下：

一、公司 2023 年整体经营情况

2023 年，国内外环境错综复杂，充满挑战，公司实现营业收入 2,017,263.63 万元，同比下降 3.90%。公司一方面持续推动产品创新，深挖应用场景，通过 AI 赋能，提升解决方案能力，并发布了希沃教学大模型和 MAXHUB 领效智会大模型，不断引领行业数智化发展；另一方面不断加大解决方案营销和线上营销投入，巩固和拓展全球化生态合作，核心产品的市场地位进一步巩固；同时，持续增强国内外市场开拓力度和新业务拓展力度，深度挖掘新客户新需求，努力推动公司实现高质量发展。

报告期内，受原材料价格上涨、部分产品价格下降等因素影响，公司综合毛利率有所下降。此外，在持续加大研发投入及全球化市场营销力度的背景下，公司研发费用和销售费用均有所上升。受此影响，公司 2023 年度实现归属于上市公司股东的净利润为 137,000.10 万元，同比下降 33.89%。

(1) 部件业务

2023 年，全球电视机消费市场需求有所收缩，根据奥维云网数据统计，2023 年全球电视机出货量为 19,954.83 万台，同比下降 3.5%。报告期内，受主要电视机客户出货量下滑等多重因素影响，公司液晶显示主控板卡等相关业务实现营业收入 669,140.25 万元，同比下降 12.13%。但液晶电视主控板卡的产品结构取得

进一步优化,其中智能电视主控板卡出货量占公司全年液晶电视主控板卡出货量的 76.86%。未来,公司将秉承创新驱动的理念,持续提升产品性能,并在中高端产品的研发上投入更多精力。同时,公司将优化客户结构,致力于在关键客户群体中增加市场份额,以此进一步巩固在液晶显示主控板卡领域的行业领导地位。

2023 年,生活电器业务持续加大研发投入,一方面与国内客户保持紧密合作,持续提升产品及服务质量;另一方面积极拓展海外客户,产品和服务也不断得到海外客户的认可。报告期内,生活电器业务实现营业收入 107,940.41 万元,同比增长 60.50%。

报告期内,公司积极布局汽车电子业务领域,并收购了深圳市掌锐电子有限公司。目前深圳掌锐的产品已应用于长安、上汽通用五菱和东风等车厂前装智能座舱基础技术平台,业务量保持快速增长。

(2) 教育业务

报告期内,希沃持续深耕教育市场。受采购需求持续疲软及市场竞争等因素影响,国内交互智能平板市场整体销售额有所下滑,但希沃交互智能平板产品在教育行业的市场地位依然在不断提升。根据迪显咨询《2023Q4 中国 IFPD 市场研究报告》统计,2023 年国内教育 IFPD 整体销售额下降 15%。公司教育业务收入实现营业收入 553,808.05 万元,同比下降 8.81%,但得益于高质量的产品及服务,希沃交互智能平板的市场份额进一步提升至 50.2%,继续位居行业第一。希沃教学终端、教育录播及希沃魔方数字基座等软硬件产品收入继续保持快速增长。希沃品牌在教育行业的知名度和认可度也得到了进一步提升。

2023 年,希沃持续践行教育数字化战略,坚持需求引领、应用为王,围绕教育教学场景需求,进一步丰富产品矩阵。2 月,希沃重磅发布“更懂老师的电脑”——希沃教学终端,目前全国多地已有项目实施落地。4 月,希沃发布希沃魔方数字基座,助力数字化校园治理体系建设。10 月,希沃推出第七代交互智能平板及专门服务于教育教学场景的 AI 大模型——希沃教学大模型,进一步赋能教育数字化转型。希沃教学大模型从教师需求出发,赋能“希沃第七代交互智能平板”和“希沃课堂智能反馈系统”等软硬件终端,通过搭载本地化算力充分提

升响应速度，实现课件自动生成、集体备课、课堂智能反馈、学情分析、作业批改等功能，打通了课前、课中、课后全流程，使教学过程形成一个不断优化的良性闭环，同时，大模型赋能希沃学习机，实现个性化阅读计划定制、互动绘本精读、AI共读等功能。希沃新款学习平板 V1 Pro、T1 相继于 8 月、12 月上市，深度满足更多年龄段孩子的学习需求。

希沃不断深化产品布局，形成了以交互智能平板、教学终端、希沃录播、希沃魔方、学习机等为代表的软硬件产品矩阵，构建起覆盖教学教研、教师办公、设备运维到校园综合管理的全流程解决方案，全面赋能教育数字化转型升级。

坚持“以教学为核心，以教师为支撑”。报告期内，希沃软件教师用户和课件沉淀量持续增长。截至 2023 年 12 月 31 日，希沃白板活跃教师用户数超过 700 万，累计产生课件超 8 亿份，其中新增课件超过 2 亿份。

坚持推动教师数字化能力和素养的提升。2023 年，希沃学苑支持了超 90 万名教师参与线上能力提升培训，覆盖超 1300 个区县、2.4 万所学校；发起 80 余场公益直播，覆盖教师超 95 万人次。此外，希沃在全国培养超过 1600 位杏坛导师，进一步通过“以师育师”的方式，全面助力教师发展。同时，希沃教师发展中心与 5 个省级、30 个地市级、72 个区县级的教研/教师发展中心开展了合作，并与 6 所部属师范院校搭建产学研平台，共同推进协同育人。

坚持需求引领，深入挖掘场景应用潜力。在高等教育领域，希沃紧密结合实际，持续提升产品价值、方案能力和服务水平。报告期内，希沃高职教智联空间解决方案在南京师范大学、齐鲁工业大学、西安电子科技大学广州研究生院、山东政法大学、厦门工学院、深圳大学、温州医科大学等高校落地应用，极大提升教学效率和学习体验，产品和服务获得了用户的广泛好评。

坚持社会效益与经济效益并重，践行社会责任。截至 2023 年 12 月，希沃公益行累计为约 942 所学校捐赠信息化教学设备，超 4.5 万名教师、63 万名学生从中受益。希沃与教育部教师工作司、中国教育发展基金会共同发起的“希沃教师数字化能力提升项目”，截至报告期末已覆盖 31 个省（自治区、直辖市），建成 177 间师范生教育实践智慧教室和中小学教师智慧研训室，惠及约 12,000 名教师、师范生。此外，希沃录播积极推动“三个课堂”建设，进一步加强“专递课堂”、“名

师课堂”和“名校网络课堂”的应用实践，助力教育优质均衡发展。

报告期内，希沃品牌凭借质量过硬的产品、行业内良好的口碑以及市场影响力、高度社会责任感，荣获第十八届人民企业社会责任“年度案例奖”、第二十届人民匠心品牌奖、广州日报 2023 高质量发展年度峰会“科技创新贡献奖”等奖项。基于教育的相关研究，希沃《课堂观察数字化解决方案助力高效教研》、希沃录播与华南师范大学共同打造的《教育数字化转型背景下师范生教育实践的模式构建与实施》两项案例入选“2023 年度智慧教育优秀案例名单”；基于科技创新的研究，专利“智能视频终端（四摄）”获得第二十四届中国外观设计银奖。

(3) 企业服务业务

报告期内，企业服务业务品牌 MAXHUB 以“激发高效力量、成就高效组织”为核心理念，持续迭代创新产品并优化提升服务，布局更加广泛的渠道和服务覆盖，加强市场营销及品牌推广活动，市场领先地位得到进一步稳固。

产品方面，MAXHUB 推出了未来款会议平板、智会屏、商用办公终端、音视频会议终端、集成服务平台等多款全新软硬件产品。同时，持续优化组织架构，明确以会议平板、数字标牌为代表的商用显示、音视频和商用计算机的核心产品线，同时进一步整合内部资源，强化解决方案能力。在解决方案方面，MAXHUB 首度定义组织三大空间（会议空间、办公空间、公共空间），并发布了三大空间数字化解决方案，满足组织随时随地高效协作的需求。MAXHUB 逐步构建起从产品到方案的开放生态，围绕硬件底座、软件平台、集成管理三个维度，为各行各业的数字化转型赋能。同时，MAXHUB 进一步加强与腾讯会议合作，联合推出 21:9 全新沉浸式视频会议解决方案，并持续与其他生态伙伴共同推进智能协作领域发展。

研发方面，企业服务业务持续加强研发力度，实现了 BYOM 视频会议、多模态三摄技术等多项技术和功能升级。2023 年 10 月，MAXHUB 首发领效智会大模型，可以实现会议发言实时转录、会议纪要智能提炼，待办事项智能生成等会前、会中、会后的一系列功能，将为用户带来更加人性化和智能化的高效会议体验。

营销方面，针对线下营销，MAXHUB 一方面基于既有分销架构与经销商进

一步稳固合作，培养核心合作伙伴，不断巩固一、二线城市市场并向三、四线城市拓展；一方面积极拓展新的分销渠道，增强一线推广能力。针对线上营销，MAXHUB 丰富线上产品品类，加大线上推广力度，并积极布局抖音、小红书等新兴平台。针对行业营销，MAXHUB 依据行业属性实施战队化攻坚策略，聚焦重点行业并优化解决方案，已在政企、金融、医疗、制造、建筑等领域建立了标杆用户案例。

市场推广与保障方面，企业服务业务成立了全新的产品解决方案支撑体系，进一步升级售前的方案能力与培训能力，并加强售后服务体系建设，优化升级售后服务网点，同时联合渠道伙伴持续拓展线下体验门店，为品牌建设及产品销售提供有力支撑。报告期内，MAXHUB 在线上进行了“高效组织，就用 MAXHUB”发布会，在线下开展了全国范围的新品品鉴会和其他形式的各类推广活动，继续面向用户提供会议交互智能平板的免费试用体验，并赋能分销渠道共同提升产品及品牌的用户认知。凭借优秀的行业与用户口碑，过硬的研发技术实力与产品品质，报告期内，MAXHUB 荣获全国质量信誉保障产品、CIO 信赖品牌奖等一系列奖项。

根据迪显咨询《2023Q4 中国 IFPD 市场研究报告》统计，2023 年中国 IFPD 会议市场整体出货量下滑 17.1%。报告期内，公司企业服务业务实现营业收入 162,454.27 万元，同比上升 2.34%。凭借高质量的产品和服务，2023 年，MAXHUB 在国内 IFPD 会议市场出货量市占率提升至 29%，连续 7 年保持国内市场份额第一的领先优势。围绕三大空间拓展产品线的策略亦初见成效，数字标牌继续保持国内市场第一地位，音视频会议产品亦取得市场突破。

(4) 海外业务

2023 年度，受外部环境影响，公司实现交互智能平板等终端产品在海外市场的营业收入 372,167.10 万元，同比下降 1.56%。为积极应对外部环境变化所带来的挑战，公司一方面持续加大研发投入，优化产品结构，推出多款 Microsoft Teams Rooms（以下简称“MTR”）解决方案；另一方面持续开拓新客户和新市场，把握市场机遇，强化客户合作，主要客户出货量不断提升；此外，不断推进海外自有品牌业务的发展。随着 2023 年下半年海外市场的恢复以及新品的推出，公司海外业务自下半年起实现快速发展，同比增长 40.25%。公司在 IFPD 海外市场

份额持续领先，作为交互智能平板全球领导者的地位不断巩固。

报告期内，海外 ODM 业务持续保障了主流产品线的技术领先性及产品竞争力，在确保各头部客户份额稳定的同时，抓住印度、欧洲部分国家教育信息化设备需求增加带来的机遇，探索新的增长路径。

报告期内，公司持续推进海外自主品牌 MAXHUB 建设，不断丰富产品矩阵，推出商用纯显等新产品，同时积极与微软、英特尔等公司合作，优化产品使用体验，为客户打造更加智能、更加丰富的产品解决方案。2023 年 7 月，MAXHUB 与微软联合发布 MTR 解决方案，将 MAXHUB 的尖端音视频设备、显示技术产品等软硬件产品组合与微软 Teams 平台相结合，这一合作是 MAXHUB 提升产品认可度和海外客户信任度的关键一步，标志着 MAXHUB 全球化生态布局日趋完善。此外，公司持续拓展欧美和一带一路沿线的印度、东南亚、中东等国家及地区市场，加强当地销售团队和渠道建设，并积极与相关国家政府部门和行业机构开展深入交流，分享数字化转型经验，为海外自主品牌业务的增长奠定了坚实基础。2023 年，公司海外自有品牌业务实现较好的增长。

报告期内，MAXHUB V6 经典款、ViewPro 款交互智能平板、BM35 全向拾音麦克风、户外 LED 等多款产品荣获多个国际权威机构评选的奖项。

(5) 新业务拓展

报告期内，虽然国内外环境复杂多变，但公司仍然持续加强对新业务的培育和拓展。

随着公司交互智能平板在教育、企业服务等不同行业的拓展和用户使用场景的延伸，液晶显示技术在部分领域仍未能完全满足市场的需求，因此公司持续加大在 LED 显示领域的研发和营销投入。当前公司 LED 产品包括 120 吋至 299 吋 LED 一体机，135 吋至 165 吋 COB 一体机，室内、室外工程屏等多个系列，主要为阶梯教室、会议室、报告厅、指挥中心、展览展示、户外传媒裸眼 3D 大屏、体育馆等应用场景提供解决方案。报告期内，受市场竞争等因素影响，公司 LED 显示业务实现营业收入 48,736.91 万元，同比下降 4.60%。但与此同时，公司持续开拓国内外渠道市场，持续探索新技术新工艺，相继推出系列新品，并积极布局电影放映市场，已成功通过 DCI 认证。此外，公司积极响应国家“双碳”政策，

发布 LED“碳”索计划，建立碳足迹体系，推动技术研发、产品生产、场景应用等多维度减碳工作，打造“绿色全链路”，并参编了全国能源基础与管理标准化技术委员会（TC20）组织起草的《显示器能效限定值及能效等级》标准。

公司计算设备业务专注于为智能制造、智慧城市等不同行业场景提供多种形态的计算机硬件产品、服务及综合解决方案，目前已推出工业计算机主板系列、工业计算机整机系列、工业平板电脑系列等多款工业计算产品，并在运动控制类计算硬件产品、机器视觉类计算硬件解决方案产品等相关领域持续加大布局。此外，亦为客户提供商显 PC 模块及商用计算机等产品，以满足客户多样化需求。

报告期内，公司电力电子业务在新能源领域持续探索和发力，在户用储能、UPS 等领域的核心部件、整机及系统方面持续加大投入，逐步完善产品线，力求为全球客户提供安全、高效的系统解决方案及服务。

在部分行业和领域通过机器替代人工提升效率已经成为一种趋势，为此，公司在机器人领域进行战略布局，在 AI 算法、计算机视觉等机器人关键技术方面持续研究。现阶段，在商用领域，公司主要聚焦于服务类机器人的研发和解决方案的制定，报告期内，公司商用清扫机器人已应用于部分医院、图书馆、写字楼及商场等公共场所，并持续拓展新的应用场景。

二、董事会 2023 年日常工作情况

（一）认真组织召开董事会会议

公司董事会设成员 9 名，其中独立董事 3 名。2023 年，公司董事会共召开了 5 次会议，会议的召集与召开程序、出席会议人员的资格、表决程序表决结果和会议决议内容均符合法律法规和《广州视源电子科技有限公司章程》的有关规定。公司董事会下属 4 个专门委员会召开会议共计 7 次，就各专业事项进行充分研究、审议，充分发挥董事会各专门委员会的职能。

公司董事会在 2023 年审议决策的重要事项涵盖财务报告、利润分配、员工股权激励、制度制定或完善、聘任高级管理人员、对外投资、关联交易等，具体如下：

1、2023 年 4 月 25 日，召开了第四届董事会第二十四次会议，审议通过了如下事项：

- (1) 关于《2022 年总经理工作报告》的议案
- (2) 关于《2022 年董事会工作报告》的议案
- (3) 关于《2022 年财务决算报告》的议案
- (4) 关于《2022 年利润分配预案》的议案
- (5) 关于《2022 年年度报告》及摘要的议案
- (6) 关于《2022 年度环境、社会及管治（ESG）报告》的议案
- (7) 关于《2022 年募集资金存放与使用情况专项报告》的议案
- (8) 关于《2022 年内部控制自我评价报告》的议案
- (9) 关于《2022 年非经营性资金占用及其他关联资金往来情况的专项说明》的议案
- (10) 关于续聘 2023 年审计机构的议案
- (11) 关于向银行申请综合授信额度的议案
- (12) 关于开展 2023 年外汇套期保值业务的议案
- (13) 关于使用暂时闲置自有资金购买低风险理财产品额度的议案
- (14) 关于 2023 年日常关联交易预计的议案
- (15) 关于变更公司注册资本、修改《公司章程》及办理工商变更登记的议案
- (16) 关于《2023 年第一季度报告》的议案
- (17) 关于选举董事长、副董事长的议案
- (18) 关于聘任总经理的议案
- (19) 关于增补战略委员会委员的议案
- (20) 关于设立 ESG 治理架构的议案
- (21) 关于新增战略委员会 ESG 管理职能暨修订议事规则的议案
- (22) 关于召开 2022 年年度股东大会的议案

2、2023 年 8 月 23 日，召开了第四届董事会第二十五次会议，审议通过了

如下事项：

- (1) 关于<2023 年半年度报告>及摘要的议案
- (2) 关于<2023 年半年度募集资金存放与使用情况专项报告>的议案
- (3) 关于使用部分闲置募集资金进行现金管理的议案
- (4) 关于调整公司 2021 年股票期权的票期权激励计划行权价格的议案
- (5) 关于注销公司 2021 年股票期权激励计划部分议案
- (6) 关于会计政策及会计估计变更的议案

3、2023 年 9 月 22 日，召开了第四届董事会第二十六次会议，审议通过了关于公司回购股份方案的议案。

4、2023 年 10 月 23 日，召开了第四届董事会第二十七次会议，审议通过了关于《2023 年第三季度报告》的议案。

5、2023 年 11 月 14 日，召开了第四届董事会第二十八次会议，审议通过了关于签署投入产出监管协议暨对外投资的议案。

（二）董事会对股东大会决议的执行情况

报告期内，公司董事会组织召开了 2022 年年度股东大会。董事会根据国家有关法律法规及《广州视源电子科技有限公司章程》及《广州视源电子科技有限公司董事会议事规则》的规定和要求，对股东大会审议通过的各项议案进行认真落实和执行，积极维护公司和全体股东的合法权益。

三、2024 年经营计划

根据公司发展战略及实际经营情况，现制定 2024 年的经营计划如下：

展望 2024 年，全球地缘政治风险持续，全球通胀稳步下降，经济继续展现韧性。我国经济发展潜力大、韧性足、空间广，经济回升向好、长期向好的基本趋势没有改变。2024 年政府工作报告强调加快发展新质生产力，开展“人工智能+”行动，大力发展数字教育，着力扩内需，促消费，拉动中国经济增长。去年 12 月，工业和信息化部等七门发布《关于加快推进视听电子产业高质量发展的指导意见》，推动我国视听电子产业向更高水平迈进，不断提高国际竞争力。3

月，国务院发布《推动大规模设备更新和消费品以旧换新行动方案》，提振电子产品大宗消费，促进内循环。各项政策的陆续推出落地有望为行业发展营造良好环境，提供前进动力。公司董事会、管理层将带领全体员工积极把握市场需求和机遇，持续强化核心竞争力，增强产品技术创新，进一步提升经营效益和发展质量，加速实现高质量发展。

部件业务，将继续扩大在显示技术领域的研发投入，致力于技术上的创新和突破，引领显示驱动行业的前进方向。在与全球顶尖客户的合作中，增加产品的出货量比例，从而增强市场竞争力；其次通过优化运营管理流程，提高库存周转速度和资金利用效率，确保业务的高效运转；同时将进一步实施成本控制和效率提升的策略，通过精益管理和成本优化，不断提高业务的整体盈利能力和市场响应速度。生活电器业务将加强在自有知识产权变频控制算法领域的研发投入和产品创新力度，进一步加强成本和质量管控，提升客户服务质量，为客户提供差异化的价值和更有竞争力的产品，同时持续开拓海外市场，不断深化与客户的关系。汽车电子业务将在进一步优化硬件开发平台的同时，不断提升软件实力，巩固与现有客户的合作，同时积极拓展新客户及新的产品应用。

教育业务，希沃将深度优化第七代交互智能平板和课堂智能反馈系统，大力推广应用，并以此为开端，持续推动希沃教学大模型与全产品体系、全学段的深度融合；深入洞察用户需求，加大创新投入，增强产品差异化竞争力；教学终端产品将继续围绕教师办公和学生机房学习两大场景，深入洞察用户需求，增强产品差异化竞争力，为用户提供覆盖课前、课中、课后的完整产品支持；进一步增加与教育教研领域的互动交流，提升品牌的声量和势能，着力提升录播、教学终端、希沃魔方、数字孪生校园等硬件产品市场份额。同时，希沃还将优化学生终端产品，使其充分融入希沃软硬件产品的数据生态，提升学生学习体验。针对高职教，希沃将继续扩充音视频系统、控制系统、管理平台等领域的产品品类，并进一步加强整体解决方案能力，以满足高等院校和职业学校多样化的应用需求。希沃将继续以立式大屏学习机作为希沃 C 端产品的核心品类，进一步强化大模型能力，陪伴孩子学习、成长。

企业服务业务，将立足于组织的数字化转型升级，与生态合作伙伴共同深入了解用户核心业务场景需求，集中资源聚焦既有品类，对标行业头部品牌，做好

产品升级迭代和补充完善，通过 MAXHUB 领效智会大模型持续赋能，继续提升核心产品市场占有率，并实现商用计算机的市场突破。同时，以客户为导向，持续为用户提供更多更高效、便捷、个性化的行业解决方案。在营销方面，将采用渠道分销、电商等多种营销路径，建立更下沉的渠道体系的同时，进一步深耕行业及大客户，持续为合作伙伴提供更好的营销政策、业务工具、市场配套、培训与服务支持，并通过内容营销、网络营销等路径，共同发力，提高市场覆盖面。在品牌方面，MAXHUB 将持续发扬“激发高效力量，成就高效组织”的品牌使命，以提升组织效率为抓手，积极参与行业展会、公益活动，提升品牌影响力和满意度。

海外业务，将不断加强技术和产品的创新突破，通过 AI 技术提升产品竞争力，进一步深化与英特尔、微软等生态战略合作伙伴的合作，为客户提供有技术优势的产品和解决方案的同时，降低成本并优化产品结构，增强品牌影响力。ODM 业务方面，将进一步提升头部客户在欧美、印度市场的份额占比。自有品牌业务方面，将围绕教育、商用显示及音视频解决方案，进一步扩张营销和服务网络，借鉴并优化国内的成功经验，针对不同国家或地区制定精准的销售策略，加速开拓东南亚及欧美市场，加强交互智能平板、音视频、数字标牌等产品在全球市场的推广。

LED 业务，持续构建产品差异化竞争力，通过芯片、驱动板、电源板等多模块技术的创新，运用智能电源控制技术，在提升产品性能的同时，进一步降低产品功耗；同时加速完善售后服务网络建设，不断提升在高职教、中大型会议室、企业展览展示等应用场景的整体解决方案能力。此外，公司也将持续加大海外市场营销投入以及海外 ODM 大客户的开拓，强化个性化方案定制能力，进一步提升市场份额。

计算设备及服务业务，在满足教育业务、企业服务业务 PC 产品需求的同时，继续深耕智能制造和智慧城市领域，不断创新软硬件产品设计，满足更多的使用场景，努力拓展更大的市场空间。

其他新业务拓展方面，公司将进一步加强投资并购力度，通过投资并购来助力新业务的快速发展。同时，公司将基于原有业务技术积累，在新业务领域加大研发投入，做好新业务团队建设，为公司中长期成长注入新的动力。

2024年，公司将持续应用AI人工智能技术，深化组织变革，提升工作质量和运营效率。随着业务及人员规模的扩大，公司将继续在 workflow 优化、信息系统升级、供应链管理体系、质量管控体系、人员能力提升等方面进行改革，扎实推进控本降费，进一步提升公司整体运营质量和效率。

最后，公司及董事会衷心感谢全体股东、全球客户、合作伙伴以及社会各界对视源股份的信任与支持。2024年，公司将继续努力拼搏，秉持对全体股东及各相关方负责的原则，力争达成全年各项经营目标，为股东创造长期价值投资回报！

广州视源电子科技有限公司

董事会

2024年4月25日