

## 業 務

### 概覽

#### 我們是誰

從我們在全球液晶顯示主控板卡市場的領先地位顯示，我們是智能控制的領導者。我們亦於全球商用顯示器行業中佔據領先地位，在面向教育與企業服務的交互智能平板領域建立了市場領先地位。

- **教育交互智能平板的全球領導者：**根據弗若斯特沙利文的數據，2024年我們旗下希沃(seewo)品牌教育交互智能平板以17.5%的市場份額(按營收計)領跑全球市場。
- **會議交互智能平板的全球領導者：**根據弗若斯特沙利文的數據，2024年我們的MAXHUB品牌會議交互智能平板以25.0%的市場份額(按營收計)位居中國內地首位，並以9.9%的市場份額(按營收計)位居全球第二位。
- **液晶顯示主控板卡的全球領導者：**根據弗若斯特沙利文的數據，2024年我們液晶顯示主控板卡以23.8%的市場份額(按出貨量計)位居全球首位。根據弗若斯特沙利文的數據，同年，在全球十大電視機品牌(按2024年的出貨量排名)中，我們為其中九家供應液晶顯示主控板卡。

我們從液晶顯示主控板卡起步，已拓展至覆蓋白色家電、汽車、儲能及機器人部件等多元場景的高增長潛力智能控制部件領域。

同時，我們已構建起一個涵蓋智能終端與特定場景解決方案的生態系統，提供包括商用顯示產品和系統、音視頻(AV)設備及系統、計算解決方案及其他配套硬件及面向核心應用場景的垂類AI驅動軟件解決方案在內的產品組合，重點佈局教育及企業服務。展望未來，我們已作好準備，充分利用教育數字化轉型帶來的增長機遇，同時進一步將我們的企業服務解決方案從傳統會議場景擴展到更廣泛的企業環境和多元產業，包括製造、通信、金融、媒體及新零售。

## 業 務

### 我們的發展歷程

我們的發展歷程始於2005年，最初專注於電視、顯示器等設備的液晶顯示主控板卡研發。我們於其後實現技術突破，推出行業首款「三合一」液晶顯示主控板卡解決方案(融合電源模塊、顯示控制與背光驅動)，顯著提升客戶生產效率並降低製造成本。根據弗若斯特沙利文的資料，憑藉創新及客戶服務，我們成為該品類出貨量的領導者。

憑藉在顯示技術領域的積累，我們敏銳捕捉到顯示方案革新教學與協作方式的機遇。2009年，我們創立希沃品牌，並於中國推出首款專為教育市場設計的交互智能平板產品。根據弗若斯特沙利文的資料，至2012年，希沃已成長為中國內地教育領域交互智能平板營收第一品牌。

2017年，我們把握新興市場機遇，通過推出MAXHUB品牌進軍企業級市場，為企業環境量身定制可提升溝通效率、生產力和協作效能的交互智能平板產品。根據弗若斯特沙利文的資料，作為該品類的先行者，MAXHUB多年來一直為中國內地會議交互智能平板領域營收第一的品牌。

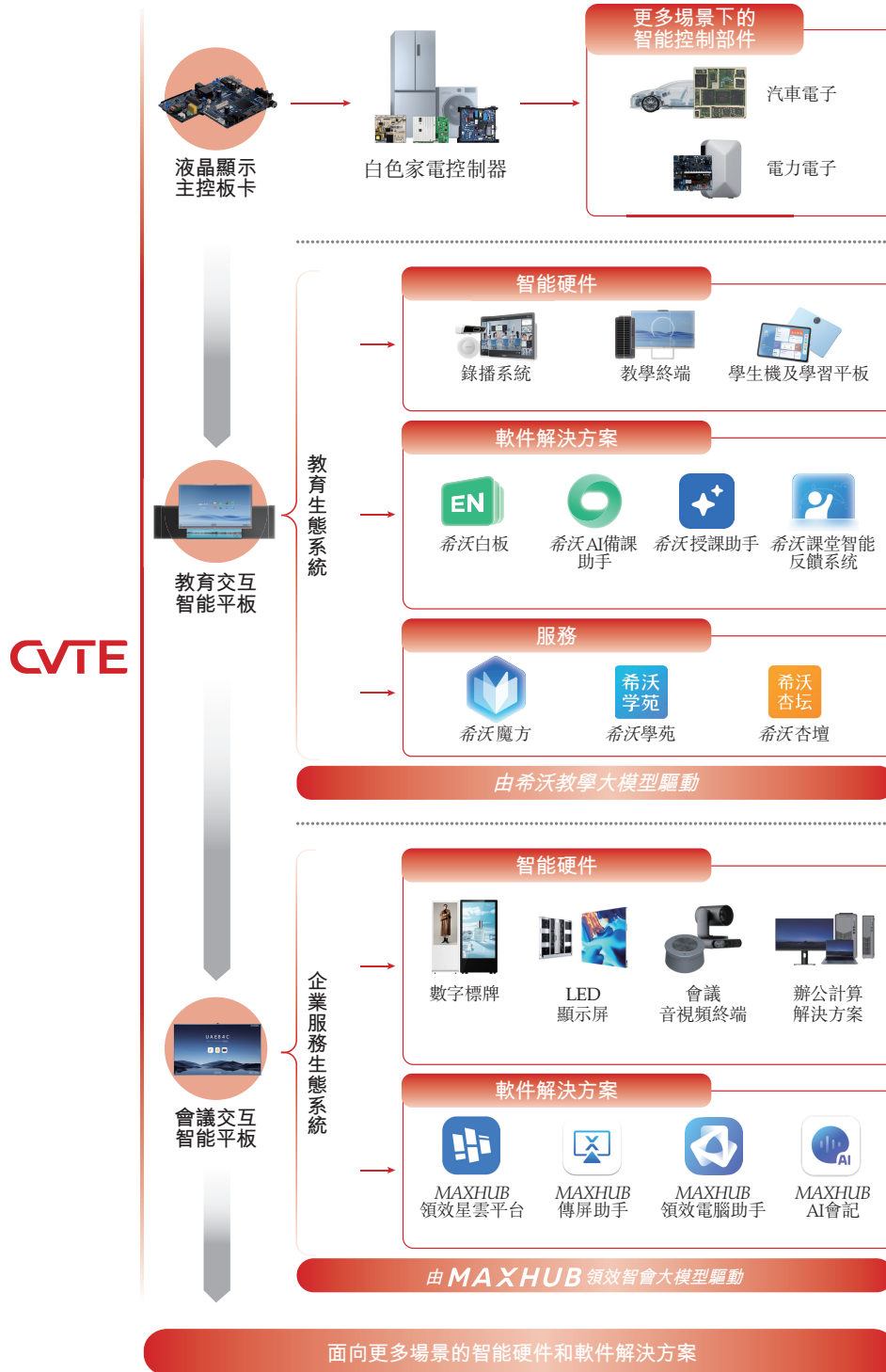
2018年，我們著力推動交互智能平板等智能終端及應用的海外市場銷售。2023年，我們和微軟Teams達成合作，標志著國際化發展取得關鍵突破。

針對廣大智能控制部件市場多元場景中的高增長潛力需求，我們進軍白色家電控制器市場。截至2021年，我們已建立起不斷擴大的龐大核心客戶群，助推該產品類別快速增長。截至最後實際可行日期，根據弗若斯特沙利文的數據，我們的產品已獲得2024年全球營收前五大白色家電品牌中四家的採用。

2023年，我們推出垂類多模態大語言模型－希沃教學大模型和MAXHUB領效智會大模型，通過系列定制化軟件解決方案，為教育及企業服務領域構建一體化智能終端及應用生態系統邁出重要一步。

## 業 務

下圖列示我們的產品與解決方案體系：



## 業 務

### 我們的發展機遇

#### 智能終端及應用

我們認為，當前海外市場對數字化教育解決方案的採用率仍處於較低水平，未來發展潛力巨大。此外，在教育領域廣泛運用AI賦能工具的趨勢有望推動採用交互智能平板和音視頻(AV)設備作為數字化教育解決方案的一部分。全球教育交互智能平板市場規模預計將按8.9%的複合年增長率，從2024年的人民幣200億元增至2029年的人民幣307億元。此外，全球教育領域商用音視頻(AV)設備市場規模預計將由2024年的人民幣866億元增加至2029年的人民幣1,191億元，複合年增長率維持在6.6%。

我們已在美國、歐洲、中東、印度及東南亞等市場推出教育交互智能平板及音視頻(AV)設備產品，並建立了市場地位。隨著全球對數字化教育和智慧學習環境的需求持續增長，預計我們的智能教育解決方案將在國際市場獲得更廣泛的應用。

在企業領域，市場對更智能、靈活、多元化的會議解決方案需求日益增長，正推動全球企業服務模式革新。全球會議交互智能平板市場規模預期將由2024年的人民幣91億元增長至2029年的人民幣130億元，複合年增長率為7.4%。此外，全球企業服務音視頻(AV)設備市場規模預期將由2024年的人民幣4,039億元增長至2029年的人民幣4,937億元，複合年增長率維持在4.1%。

為了應對這些趨勢，我們開發了覆蓋會議、演示及協同辦公等場景的產品，為企業用戶提供靈活、可擴展的集成解決方案。通過與微軟Teams等全球合作夥伴的戰略協作，我們作好準備，以進一步強化在國際企業服務市場的布局。

與此同時，根據我們觀察所見，不同行業對客制化展示和營銷解決方案的需求日益增長且多樣化。為此，我們正在將企業服務解決方案從傳統的會議場境擴展到更廣大的企業場境和各個行業，包括製造、通信、金融、媒體及新零售。例如，我們在2018年推出數字標牌解決方案，為在公共場所傳遞訊息和廣告提供另一選擇。這種動態、互動、客制化的顯示方式改變了傳遞內容的方式，提供度身定制的解決方案，以增強客戶參與度並優化溝通。我們的數字標牌產品已有多個行業採用，並因其滿足到特定行業需求的能力而獲得認可。此外，我們的LED一體機經過精心設計，能夠在多種場景提升視覺體驗。展望未來，我們計劃利用客制化的企業服務解決方案，進一步滲透到更多行業和細分市場。

## 業 務

### 智能控制部件

液晶顯示主控板卡市場作為顯示控制行業的成熟細分市場，預計未來數年保持穩定。展望未來，我們預見白色家電、汽車、儲能和機器人部件等高潛力領域將為我們的智能控制部件帶來增長機遇。

在白色家電行業智能化轉型的推動下，智能控制部件需求持續攀升。全球白色家電領域的智能控制部件市場規模預計將按7.7%的複合年增長率增長，從2024年的人民幣1,228億元增至2029年的人民幣1,778億元。依托我們在算法、聲學、熱力學及射頻等領域的技術積累，我們開發出高可靠性、高性價比的變頻驅動器（「VFD」）控制器、智能顯示模組和人機交互（「HMI」）解決方案等產品，目前已廣泛應用於國內外頭部品牌客戶的冰箱、洗衣機、空調、廚電、小家電等產品中。

汽車產業正經歷電動化與智能化變革，推動全球汽車電子市場持續增長。全球汽車電子領域的智能控制部件市場規模預計將按7.7%的複合年增長率增長，從2024年的人民幣10,330億元增至2029年的人民幣14,939億元。憑藉我們在觸控、音視頻(AV)技術和熱管理領域的優勢，我們已開發出智能座艙控制模組、車燈控制系統、功放音響等汽車電子部件，產品已獲得多間汽車品牌採用。

此外，在政策利好推動下，全球對高效綠色能源技術的需求持續提升，拉動市場對電力電子部件的需求。全球電力電子部件的市場規模預計將按3.5%的複合年增長率增長，從2024年的人民幣2,543億元增至2029年的人民幣3,014億元。我們專注於不斷電供應系統（「UPS」）系統、逆變器及服務器電源等關鍵部件的研發，為客戶提供安全高效的能源解決方案。

## 業 務

### 我們的競爭優勢

我們是教育及企業服務商用顯示市場中極具增長潛力的領導者，建立了AI驅動的硬件+應用+服務結合的生態系統

我們是全球教育與企業服務商用顯示市場的領導者，我們旗下的希沃品牌和MAXHUB品牌分別在教育領域和企業服務領域成為行業內的領先品牌。我們的解決方案超越單一硬件，構建了融合的智能顯示與協同生態系統，提供的產品組合，涵蓋商用顯示產品及系統、配套硬件、垂類AI驅動軟件解決方案以及服務。

通過以交互智能平板產品為核心構建的完整生態，我們提供智能化、多元化的產品解決方案，助力組織數字化轉型與效能提升。這種一體化服務模式使我們與客戶建立了長期穩固的合作關係，為把握龐大的潛在增長作好準備。

我們教育與企業服務的完整生態系統包括以下亮點：

#### 教育

- 希沃品牌交互智能平板及設備：根據弗若斯特沙利文的數據，2024年希沃品牌教育交互智能平板分別以53.8%及17.5%的營收份額領跑中國內地及全球市場。根據我們截至2025年9月30日的銷量，我們估計希沃交互智能平板已覆蓋中國超20萬所中小學的逾280萬間教室。截至2025年9月30日，我們生態系統中的學習機及學生平板已為超過100萬個家庭提供數字化學習體驗。
- 希沃智能錄播系統：基於自主研發的音視頻技術，支持綫上綫下混合教學模式，滿足常態化授課與遠程教學需求。據弗若斯特沙利文的數據，以營業收入計，2024年該系統以26.5%的市場份額連續第三年位居中國內地教育錄播市場領先地位。
- 希沃白板：希沃白板為K12教育者的一站式互動平台，整合課件設計及互動教學等功能，有助提升教學效率並激發創新。截至2024年12月31日及2025年9月30日，平台分別擁有逾9百萬及近8百萬名活躍用戶，該等用戶在平台上創建教學資源，而截至2025年9月30日，平台上約有15億套會員擁有的教學資源。

## 業 務

- 希沃AI備課助手：AI驅動的智能備課工具，可協助教師高效完成教學設計、優化教學策略並生成互動課件。截至2025年9月30日，希沃AI備課助手已協助生成約1.4百萬份課件，大幅節省了教師用於有關工作的平均時間。根據《人民網》2025年4月的報導，在上海徐匯區，使用我們產品的教師的備課效率提升了50%以上。
- 希沃課堂智能反饋系統：該系統實現即時課堂數據採集與分析，能夠及時對教學效果作出課後反饋，從而可讓教師進行自我評估，以及讓學校進行教學質量評估。截至2025年9月30日，希沃課堂智能反饋系統已部署於超過4,000所學校及逾10,000間教室，並將19個重點學區設立為示範區域，展示我們AI軟件解決方案的影響及成效。截至同日，希沃課堂智能反饋系統已生成約450,000份智能反饋報告，為優化教學、研究與教育管理提供可執行的建議。據《人民網》於2025年4月報導，希沃課堂智能反饋系統促進了上海徐匯區教育管理部门的數字轉型工作。例如，其就為實現以數據驅動的洞察力而設計的12項量化指標提供反饋，並已整合至約75%的教師教學質量評估中。

## 企業服務

- MAXHUB品牌交互智能平板：根據弗若斯特沙利文的數據，2024年MAXHUB品牌會議交互智能平板按營收計佔全球市場份額的9.9%。
- MAXHUB AI會記：MAXHUB AI會記集成語音識別及與自然語言處理技術，可提升會議效率及實現自動內容管理。主要功能包括一鍵錄製、實時語音轉寫、發言人區分、智能總結及智能問答。該軟件與MAXHUB設備全面整合，支持會議室至個人設備的多場景應用，協助用戶構建個人知識體系，打造更智能、生產力更高的辦公環境。

## 業 務

- 客戶群：我們的軟硬件一體化解決方案已深度融入企業工作流程，並與主流協同平台建立合作關係。眾多企業已採用我們的企業服務設備，覆蓋餐飲、零售、製造、金融、醫療等關鍵行業。

我們是智能控制及液晶顯示主控板卡行業的領導者，並佈局更廣闊的白色家電、汽車電子及電力電子控制部件市場機遇

我們是全球液晶顯示主控板卡行業的領導者，持續引領行業變革。憑藉在硬件集成設計領域強大的研發（「研發」）實力，我們率先研發出行業首款「三合一」液晶顯示主控板卡，突破傳統單板卡架構，實現電源模塊、顯示控制、背光驅動模塊三合一集成設計，大幅提升生產效率並降低生產成本，為行業樹立了新的技術標杆。

根據弗若斯特沙利文的數據，2024年我們以23.8%的全球市場份額（按出貨量計）位居液晶顯示主控板卡行業首位。我們是眾多國際頂尖消費電子品牌的核心供應商，截至2025年9月30日，產品已被逾30家消費電子品牌接納。於2024年，根據弗若斯特沙利文的數據，同年全球電視機出貨量排名前十品牌中，我們為其中九家供應液晶顯示主控板卡，充分彰顯深厚的行業積澱與穩固的客戶合作關係。

基於在顯示控制技術的領先優勢，我們已將業務版圖擴展至白色家電，而我們的白色家電控制器發展尤為顯著，已形成涵蓋VFD控制器、智能顯示模塊、人機交互解決方案在內的高可靠性、高性價比產品組合，2022至2024年該品類銷售額複合年增長率超過60%，於2024年達人民幣17.222億元。截至最後實際可行日期，根據弗若斯特沙利文的數據，我們的產品已獲得2024年全球營收前五大白色家電品牌中四家的採用。

此外，我們提供多款車載電子部件，已被多間汽車品牌採用。在電力電子領域，我們專注於開發UPS系統、充電站模組、逆變器及服務器電源供應等產品的核心部作，為全球客戶提供安全、高效的系統解決方案。

## 業 務

我們在AI智能交互顯示技術領域擁有積澱，研發體系推動我們不斷創新

我們始終秉承「以科技為先導、以創新為動力」的發展思路，高度重視技術創新和研發投入。通過構建人工智能與交互顯示技術深度融合的技術平台，我們形成了獨特的創新基礎和產品差異化優勢。在此基礎上，我們在人工智能及交互顯示核心技術領域(包括顯示、觸覺、連接、音頻、視頻等方面)均取得了行業領先的技術優勢。

### 人工智能

基於第三方通用大語言模型開發了「希沃教學大模型」和「MAXHUB領效智會大模型」兩大垂類多模態大語言模型。這些模型賦能了我們為教育及企業用戶量身打造的一系列軟件解決方案。截至2025年9月30日，我們已獲授逾130項AI相關專利。

- 希沃教學大模型：深度融合教育領域超2,200億token的教案、課件、教學視頻等數據，基於多模態感知理解技術突破，實現從文本、圖像、視頻等多模態內容的覆蓋，精准賦能備課、授課、學習、評價、教研及管理全場景。
- MAXHUB領效智會大模型：針對企業會議場景優化，通過創新的上下文感知推理技術，有效解決長文本理解難題，顯著提升會議總結、待辦生成等核心功能的效率。

### 智能交互顯示技術

我們的智能交互顯示技術以AI算法創新為驅動，實現了卓越的性能表現。

- 顯示技術：我們擁有自主研發、行業領先的硬件設計及算法優化能力，並在超高清(「UHD」)顯示、光學、材料、仿真等領域實現技術突破，可快速響應4K/8K UHD、Mini LED電視解決方案及AI智能圖像降噪等前沿科技趨勢。例如，我們先進的局部調光算法與色彩校準模型可使超高清顯示屏實現人眼難以察覺的色差( $\Delta E \leq 1$ )，光學仿真算法則有效提升光效與可視角度。我們還牽頭制定了智能交互顯示觸控技術規範等多項顯示技術行業標準。

## 業 務

- **觸覺技術**：我們於觸覺AI算法、應用軟件、電路系統、材料與工藝全鏈路領域不斷創新，提升多場景觸覺交互體驗。例如，我們已實現440+通道高精度電容觸控，使我們的3mm硬質耐磨觸控筆於交互智能平板實現精準觸控；我們於LED一體機產品導入激光雷達觸控技術，提供含手勢交互的全新觸控方案；筆記本電腦觸控板採用振動觸覺反饋技術，以高性價比實現全區域按壓功能。
- **連接技術**：我們首創了業內首個屏下天綫技術與隱藏式縫隙天綫技術，融合超聲波、Wi-Fi、藍牙等短距通信技術與局域網、點對點等傳輸鏈路，實現多途徑協同投屏與設備穩定高效互聯。
- **音視頻技術**：我們的優勢在於面向實際應用的全鏈路定制開發。我們運用空間感知、場景自適應成像、超分辨率、降噪、HDR及多發言人追蹤等算法，提供智能沉浸式視覺體驗。音頻系統集成多項領先算法，包括AI波束成形、降噪、回聲消除及多源定位等，確保清晰的情境感知音效採集與播放。此外，我們自主研發的多焦段混合變焦技術和首創的教育領域8K多攝大廣角系統解決方案，顯著提升了產品的音視頻質量和場景智慧化水平。

我們還在持續強化電機電控、電力電子領域的技術實力，以支撐機電控制、汽車電子系統、電力電子及機器人核心應用的智能控制部件開發。

我們自主研發的機電控制算法是實現家電(白色家電)核心功能的關鍵技術。此外，依托在音視頻(AV)系統、觸控交互及熱管理等技術積累，我們為汽車品牌提供高性價比的智能座艙控制模塊、車載照明系統及功放音響等解決方案。

在先進機器人技術領域，我們正持續加大研發投入。我們自2020年起即採取模塊化的形式進行機器人技術研發，包括底盤任務模塊、運動控制模塊、以及電機電控與關鍵零部件等。我們正積極探索機器人部件在多場景下的商業化應用。

## 業 務

### 研發體系

我們建立了背景交叉、多元複合的研發團隊，以及滾動接力、多方協同的研發模式。

截至2025年9月30日，我們的研發團隊擁有3,245名成員，約佔員工總數的47.9%。我們的研發工程師各有專攻，通過建立固定頻率的技術交流會議機制(Tech Day)，來自不同背景的工程師對研發項目建言獻策，碰撞思維，從而有機會使產品同時在多個領域形成更優技術方案，進而實現產品技術方案的全局調優。

我們採用協同「三院一站」共研的前瞻式研發體系，實行「預研一代，開發一代，銷售一代」的三代滾動研發機制：

- 中央研究院專注於人工智能與軟件技術的前沿技術攻關。
- 中央工程院主導核心硬件技術的突破創新。
- 創新設計院負責用戶體驗優化與系統集成設計。
- 博士後工作站開展攻堅底層技術與前沿課題。

四大單元共同構成從技術孵化到產品開發、最終實現商業化的全鏈條創新體系，為持續保持技術領先性和市場響應能力提供支撐。

### 標準化運營支撐的全球化綜合供應鏈體系

我們的供應鏈網絡深入布局全球各地，與當地市場均建立了緊密聯繫。在特定市場中，我們已建立本地組裝能力，以確保全球產品與服務供應的穩定性與即時反應能力。我們兼具韌性與彈性的供應鏈架構使我們得以以劃一的質量、穩定的成本、快速的響應滿足全球各地隨時隨地的客戶需求，並可使我們能夠敏捷應對全球各地持續變化的貿易政策。

## 業 務

我們對製造供應鏈制定了嚴格的標準操作程序(「SOP」)規範，構建了全面的標準化生產制度和工藝流程，從而在全球實現統一生產標準。2024年投產的智能製造基地，在補充我們自有產能的同時，也為我們技術與工藝的進一步研發、優化、及標準化建立了示範樣本。我們的示範生產綫將標準化的工藝參數共享至我們的供應鏈網絡，實現「一地試產，全球批量」，使產品得以在供應鏈網絡內實現高效複製，搭建了強勁的供應能力。

為實現供應鏈數字化運營，我們在高度數字化的供應鏈協同平台上開發了高效全套協同工具。通過自動化設備與數字化系統，該平台實現了供應商統一在線管理及生產實時監控，可及時優化生產問題，提高生產效率。

### 我們以因地制宜的市場策略，將智能終端及應用推向全球

我們搭建了覆蓋中國市場的全面多層次的銷售網絡，並不斷拓展海外的銷售渠道與本地化售後網絡。截至2025年9月30日，我們擁有一個覆蓋中國內地全國所有省、自治區及市，由超過7,000家經銷商組成的渠道網絡。截至同日，我們已通過該網絡與超過200,000家中小學建立了合作關係，觸達19,000多家企業客戶。

得益於我們在中國取得的成功以及於國際市場長期積累的市場洞察和銷售經驗，我們採用因地制宜的策略進入全球不同地區的市場，推廣我們在教育與企業服務兩大場景形成的智能終端及應用。截至2025年9月30日，我們以交互智能平板為核心的產品及解決方案已拓展至100多個國家及地區，與超過100個品牌客戶形成穩定合作。

我們已將我們教育交互智能平板組合推向海外市場，並佔據了領先的市場份額。在2024年，我們向海外市場累計交付超過600,000台交互智能平板。根據弗若斯特沙利文數據，2024年我們面向教育市場的交互智能平板銷量佔海外市場份額達40.2%，位居世界第一。憑藉我們的產品體系、行業領先的交互顯示技術、與全球化的本地供應鏈網絡，截至2025年9月30日，我們已與100多個國際知名品牌建立伙伴關係。根據弗若斯特沙利文的數據，以營業收入計，2024年全球前十教育科技(「教育科技」)交互硬件品牌(不包括我們的希沃品牌)中有六家採購了我們的產品。通過進入不同國家和地區的本地供應鏈，我們成功拓展了全球教育科技硬件市場，同時提供本地化技術支持和售後服務。作為我們推動教育數字化轉型承諾的一部分，我們持續與世界各地政府及民間教育機構維持緊密的交流與合作，

## 業 務

於當地市場推廣我們的智能終端及應用，以及支持數字化教育基建的發展，例如，我們已與泰國及印尼的教育主管機構合作，在兩國試點學校建設智慧教室。此外，我們與聯合國教科文組織高等教育創新中心開展戰略合作，為多國高校提供智慧教室建設支持，並分享我們對全球教育向數字化轉型的見解。

我們的會議交互智能平板已獲得微軟Teams和Zoom的適配認證，能夠通過為企業用戶提供更強的兼容性，滿足全球商用顯示市場日益增長的需求。特別是，我們與微軟建立了深度合作，聯合推出多款通過微軟Teams認證的硬件設備，包括全球首款搭載Windows 11 IoT的三攝交互屏XBoard V7系列會議平板，為多元化企業場景提供一體化解決方案。根據弗若斯特沙利文的數據，我們是中國內地唯一一家具有資格協助我們品牌客戶通過微軟Teams認證的製造商。此外，我們還與微軟Azure智能雲建立合作，大幅提升了數據處理和傳輸的效率，並在產品中整合OpenAI服務，為海外企業市場開發人工智能增強型協同解決方案。

### 高瞻遠矚的管理層團隊與共同的文化

我們擁有富有行業洞見與經驗的管理層團隊。我們的創始人團隊平均擁有逾20年的行業經驗，始終精準把握市場機遇推動公司跨越式發展，在各業務領域建立領先地位。我們的創始人團隊精誠合作，至今已有超過20年的合作歷史，長期以來維持管理層高度穩定，為公司高速發展奠定良好基礎。

創始團隊堅持企業發展與員工成長、福祉並重，塑造了崇尚創新、協作與持續改進的企業文化，構建了充滿活力的人才培養生態。

我們搭建了開放的業務投資平台，鼓勵本集團員工內部創業，給予資源支持，與員工充分分享創新成果，為各類業務的蓬勃發展提供了廣闊空間。這不僅促使集團業務板塊不斷豐富，還吸引並留住了大量高水平人才，為多業務板塊的協同發展提供了完善的機制保障。

我們設立了股權激勵計劃，累計惠及數千名員工，並配合其他激勵措施，充分激發了員工的積極性，保障了人才穩定性，有力推動了新業務的快速拓展。

## 業 務

### 我們的戰略

#### 繼續提升研發實力，以鞏固技術領先地位並拓展新興技術研究

我們將加大對底層技術的研發投入，增強人工智能與交互顯示等核心技術的競爭力，重點突破智能、顯示、觸覺、連接、音頻、視頻等六大核心領域。我們的AI研發工作將著重於提升多模態能力、大語言模型輕量化及端側部署、AI智能體，以及新一代交互顯示及音視頻技術。我們的目標是通過改進技術來增強我們產品的性能，擴大我們的產品組合以佔領高發展潛力的領域。

特別是，我們將依托深厚的底層技術能力與器件研究領域的長期積累，在機電控制技術領域不斷深耕，提升強化算法與變頻驅動能力，以支持在白色家電、汽車、工業自動化、儲能及機器人部件等領域的發展。

#### 優化拓展我們的智能顯示與協同生態系統，滿足教育及企業服務等全球市場多種場景的多元化客戶需求

我們致力持續豐富商用顯示產品及系統、音視頻(AV)設備及系統、計算解決方案及相關硬件，以及垂類AI驅動軟件解決方案等產品組合。我們將憑藉不斷擴大的產品組合積極開拓全球市場機遇。在教育領域，我們計劃強化在美國和歐洲的市場地位，同時加速向中東、東南亞、印度等新興市場的戰略擴張。由於教育數字化需求日益增長且市場滲透率較低，該等地區存在巨大機遇。在企業服務領域，我們擬通過擴大MAXHUB品牌產品在海外及跨國企業客戶的滲透率，提升全球競爭力和市場份額。此舉將基於我們與微軟Teams等國際領先平台的合作支持。

我們計劃深化AI技術在智能終端及應用中的融合，以提升用戶體驗及營運效率。配合國家推動教育領域數字化轉型的政策，我們將進一步將AI能力融合至智能教育設備及解決方案。通過這種方式，我們旨在推動持續的產品迭代，並多元化產品組合，滿足教育參與者不斷變化的需求。此外，我們將擴大AI在企業服務場景中的應用，提升多個使用場景下的效率與智能水準。AI預計將成為我們產品創新與技術進步的核心驅動力。

## 業 務

我們將繼續專注於應用場景多元化，並強化在各個行業的份額。在教育領域，我們計劃將解決方案從校內教學環境延伸至家庭學習場景，打造無縫且一致的學習體驗。在企業服務領域，我們計劃將產品應用從傳統的會議場景拓展至更廣泛的企業環境，包括辦公空間、展覽和戶外顯示。同時，我們將繼續探索製造、通信、金融、媒體和新零售等各行業的機遇，尋求新的業務增長途徑，並進一步實現產品和解決方案的應用場景多元化。

### 深化智能控制部件與其他新興領域解決方案的創新發展，拓展客戶網絡與合作品類

我們將繼續鞏固在液晶顯示主控板卡市場的領導地位。此外，我們將通過智能控制部件與集成解決方案的創新，加速布局高增長領域。

- 白色家電：在白色家電智能化、AI化的大趨勢下，持續深耕白色家電控制器領域，擴充產品品類、拓展客戶群。
- 汽車：把握汽車智能化、電動化機遇，我們致力於為更多汽車客戶提供包括智能座艙及車燈部件，以及音視頻技術等各式應用的全方位智能控制部件。
- 儲能：在儲能領域，我們將提供UPS系統、充電站模組、逆變器及服務器電源等更多各類主要產品。
- 機器人部件：同時，我們將持續推進機器人的整機及核心模塊研發，重點布局具身智能機器人、工業自動化等具有高增長潛力的領域。

### 聚焦數字化轉型升級，提升管理能力與智能製造水平

未來，我們將進一步提升智能製造水平，在新一代技術和新產品的自主研發中深度應用數字化手段，持續引領行業技術創新。

## 業 務

我們將進一步深化客戶數據與銷售流程的集中管理，全面洞察客戶偏好及反饋，與海內外經銷商一齊構建更高效的個性化銷售策略。同時，進一步推進銷售平台的數字化升級，實現資源分配與調度的動態優化，提升響應能力。

我們還將加快數字化技術在運營管理核心環節的應用，包括優化流程、信息系統、供應鏈管理與質量管控，全面提升運營效率與管理水平。

### 戰略投資與並購驅動增長

我們將在海內外有針對性地尋求戰略投資與收購機會，重點關注橫向整合(如互補產品綫或同業企業)。我們的策略包括投資可拓展並多元化我們核心產品組合的業務。這些舉措將助力擴大我們的產品組合及提升我們的全球覆蓋範圍，進一步提升強化我們的技術實力。

### 我們的業務模式

從我們在全球液晶顯示主控板卡市場的領先地位顯示，我們是智能控制的領導者。我們亦於全球商用顯示器行業中佔據領先地位，在面向教育與企業服務的交互智能平板領域建立了市場領先地位。我們致力於通過創新技術重塑現代辦公、教育、商業及公共場景中的溝通、協同、效率與互動體驗。

我們自2005年以液晶顯示主控板卡業務起步，專注於電視和其他顯示器等設備的顯示控制技術研發。憑藉顯示技術積澱，我們敏銳捕捉到顯示解決方案在教育與協同領域的革新機遇。於2009年，我們創立希沃品牌，並於中國推出首款專為教育市場設計的交互智能平板產品，我們的產品實現動態教學內容展示與互動課堂體驗，從而改變了課堂參與方式。在這一成功的基礎上，我們於2017年進一步拓展企業市場，創立MAXHUB品牌，為企業用戶提供提升會議效率與團隊協同應用的交互智能平板。

## 業 務

如今，我們的業務已從液晶顯示主控板卡延伸至更廣闊的智能控制部件市場，產品廣泛應用於白色家電、汽車電子、電力電子等多元場景。同時，我們正構建融合的智能顯示與協同生態系統，圍繞核心應用場景提供產品組合，涵蓋商用顯示產品和系統、配套硬件、垂類AI驅動軟件解決方案以及服務，重點佈局教育及企業服務場景。

我們採用直接銷售與全球經銷網絡相結合的銷售模式，業務覆蓋100多個國家和地區。我們的智能控制部件主要直接銷售予終端客戶及通過中間商進行銷售，而智能終端及應用(例如交互智能平板)則主要透過第三方經銷商進行分銷。在國內市場，我們的商用顯示產品與解決方案主要以希沃及MAXHUB品牌營銷，分別面向教育與企業協作領域。在海外市場，我們主要採用ODM模式，同時，我們也重點營銷MAXHUB品牌產品，以觸達更廣泛的客戶群。在ODM模式下，我們在自有智能製造基地生產產品，或向合作製造商提供產品設計方案及核心物料，由合作製造商負責生產。最終產品以客戶自有品牌進行銷售。

我們堅持自主研發，並主要委託全球專業第三方合作工廠按照我們的專有設計和標準作業流程(「SOP」)進行生產。為增強供應鏈韌性和運營效率，我們建立了智能製造基地，該基地可覆蓋產品全生命周期管理，包括客戶需求分析、產品研發、試產驗證、量產交付及全球物流。除滿足客戶訂單需求外，該基地還作為核心樞紐，負責優化、測試並固化產品SOP，隨後推廣至全球製造合作夥伴，強化「一地試產，全球批量」模式，在確保全球產品質量一致性和運營可擴展性的同時加速產品上市。

## 業 務

### 我們的產品與解決方案

公司主要提供兩大類產品與解決方案：(i) 智能終端及應用，主要包括商用顯示設備及系統、計算機及周邊設備、音視頻(AV)設備及系統；及(ii) 智能控制部件，主要包括液晶顯示主控板卡及白色家電控制器。下表列示所示年度／期間我們按產品和解決方案劃分的營業收入明細。

	截至12月31日止年度						截至9月30日止九個月			
	2022年		2023年		2024年		2024年		2025年	
	人民幣元	%	人民幣元	%	人民幣元	%	人民幣元	%	人民幣元	%
	(人民幣千元；百分比除外)									
	(未經審核)									
<b>智能終端及應用</b>										
商用顯示設備及系統....	10,108,036	48.2	9,202,680	45.6	9,298,321	41.5	7,483,422	43.6	6,305,909	34.9
計算機及周邊設備.....	198,087	1.0	526,806	2.6	824,708	3.7	586,215	3.4	1,092,649	6.0
音視頻(AV)設備及										
系統.....	403,908	1.9	428,835	2.1	535,538	2.4	373,076	2.2	395,966	2.2
其他 <sup>(1)</sup> .....	1,134,713	5.4	996,265	4.9	968,318	4.3	671,039	3.9	1,008,057	5.6
小計.....	11,844,744	56.5	11,154,586	55.2	11,626,885	51.9	9,113,752	53.1	8,802,581	48.7
<b>智能控制部件</b>										
液晶顯示主控板卡.....	7,018,898	33.4	5,927,808	29.4	6,628,552	29.6	5,133,693	29.9	5,154,266	28.5
白色家電控制器.....	535,274	2.6	1,039,747	5.2	1,722,238	7.7	1,175,956	6.9	1,896,814	10.5
其他 <sup>(2)</sup> .....	1,248,062	5.9	1,567,485	7.8	1,922,834	8.6	1,369,374	8.0	1,827,275	10.1
小計.....	8,802,234	41.9	8,535,040	42.4	10,273,624	45.9	7,679,023	44.8	8,878,355	49.1
軟件及其他服務 <sup>(3)</sup> .....	343,287	1.6	483,011	2.4	500,673	2.2	359,584	2.1	405,726	2.2
<b>總計.....</b>	<b>20,990,265</b>	<b>100.0</b>	<b>20,172,637</b>	<b>100.0</b>	<b>22,401,182</b>	<b>100.0</b>	<b>17,152,359</b>	<b>100.0</b>	<b>18,086,662</b>	<b>100.0</b>

附註：

- (1) 主要包括學習機及學生平板產生的營業收入。
- (2) 主要包括汽車電子控制部件及電力電子控制部件產生的營業收入。
- (3) 主要包括軟件服務、檢測及售後服務產生的營業收入。

## 業 務

### 銷量及平均售價

下表載列我們產品於所示年度／期間的銷量及平均售價。

	截至12月31日止年度						截至9月30日止九個月			
	2022年		2023年		2024年		2024年		2025年	
	銷量 (千件)	平均售價 <sup>(1)</sup> (人民幣元)	銷量 (千件)	平均售價 <sup>(1)</sup> (人民幣元)	銷量 (千件)	平均售價 <sup>(1)</sup> (人民幣元)	銷量 (千件)	平均售價 <sup>(1)</sup> (人民幣元)	銷量 (千件)	平均售價 <sup>(1)</sup> (人民幣元)
<b>智能終端及應用</b>										
商用顯示產品										
及系統.....	1,250	8,081.0	1,571	5,858.1	1,715.6	5,419.8	1,389	5,388.6	1,019	6,187.9
計算機										
及周邊設備.....	43	4,613.1	138	3,816.2	283	2,909.4	178	3,297.4	376	2,903.3
音視頻設備										
及系統.....	51	7,870.1	52	8,313.1	78	6,831.1	54	6,847.8	51	7,761.2
其他 <sup>(2)</sup> .....	不適用	不適用	不適用	不適用	不適用	不適用	不適用	不適用	不適用	不適用
<b>智能控制部件</b>										
液晶顯示										
主控板卡.....	75,336	93.2	68,602	86.4	88,520	74.9	66,278	77.5	67,192	76.7
家用電器(白色家電)										
控制器.....	7,008	76.4	14,256	72.9	27,851	61.8	18,696	62.9	32,923	57.6
其他 <sup>(3)</sup> .....	不適用	不適用	不適用	不適用	不適用	不適用	不適用	不適用	不適用	不適用
軟件及其他服務 <sup>(4)</sup> .....	不適用	不適用	不適用	不適用	不適用	不適用	不適用	不適用	不適用	不適用

**附註：**

- (1) 按上表所述，以同年／期營業收入除以相關銷量計算所得。
- (2) 主要包括學習機及學生平板所產生的營業收入，由於該類別包含多種不同類型的產品，故無法以具實質意義的單位進行匯總及量化計算銷量及平均售價。
- (3) 主要包括汽車電子控制部件及電力電子控制部件產生的營業收入，由於該類別包含多種不同類型的產品，故無法以具實質意義的單位進行匯總及量化計算銷量及平均售價。
- (4) 主要包括軟件服務、檢測及售後服務產生的營業收入。

## 業 務

### 智能終端及應用

我們提供包括商用顯示設備及系統、計算機及周邊設備、音視頻(AV)設備及系統在內的智能終端及應用。我們的產品目前主要集中應用於中國教育行業。

### 商用顯示設備及系統

#### 交互智能平板

交互智能平板是融合觸控、語音、視覺等多模態交互、人工智能及雲計算等技術，集高清顯示、觸控交互、多媒體功能於一體的智能終端設備。我們的交互智能平板專為滿足多種用途而定制設計，既可加強觀眾互動，也可高效聯通團隊，從而在教育及企業場景下提升協作效率。我們主要交互智能平板產品的價格於2024年介乎約人民幣5,000元至人民幣7,700元。

#### 教育交互智能平板

我們通過希沃品牌在國內市場提供教育交互智能平板，並主要通過ODM模式拓展海外市場。我們的教育交互智能平板產品綫包括最新推出的第七代希沃交互智能平板及第七代希沃智慧黑板。產品尺寸覆蓋55吋至110吋多種規格，可滿足從標準教室到階梯教室、報告廳等不同教學環境的應用需求，並透過AI技術優化教學體驗。

**第七代希沃交互智能平板**是我們最新一代教育交互智能平板，特別融入了人工智能技術以提升教學體驗。第七代希沃交互智能平板配備經德國萊茵(TÜV Rheinland)認證紙質護眼屏，搭載智能四目攝像頭與八陣列麥克風，內置本地算力模塊及希沃教學大模型，可結合課堂智能反饋系統實現教學過程無感採集與智能分析，為數字化教學提供高效支撐。

**第七代希沃智慧黑板**是我們最新一代的智慧黑板，在影音性能、顯示效果、互動體驗及智能互聯方面實現全面優化。其創新性地融合傳統黑板書寫與智能交互體驗，將交互智能平板與傳統黑板融合，通過高精度紅外觸控或電容觸控技術精準識別板書筆蹟，實現自然書寫與數字化便捷存儲相結合。

## 業 務



第七代希沃交互智能平板



第七代希沃智慧黑板

### 會議交互智能平板

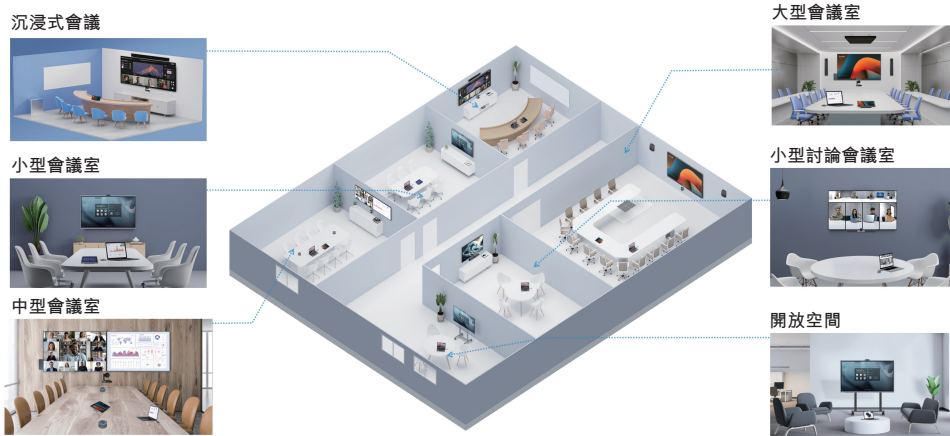
我們的會議交互智能平板主要面向現代辦公場景，以MAXHUB品牌為核心，提供投屏演示、交互白板書寫、視頻會議、智能錄製及智能會議總結等全方位功能。產品涵蓋55吋到98吋多種規格，可適配從洽談室、小型會議室、中型會議室、大型會議室到報告廳等不同場景需求。產品綫包括最新推出的經微軟Teams認證的XBoard V7系列會議平板、經Zoom認證的V6經典系列會議平板以及其他滿足多樣化協同需求的系列機型。憑藉融合的本地計算模組與MAXHUB領效智會大模型，我們的會議交互智能平板透過提升會議生產力，加速組織內部知識沉澱，助力企業協作。

**XBoard V7系列會議平板**作為首款搭載AI三攝系統及Windows 11 IoT的Teams認證交互智能平板，提供全場景一體化解決方案。其創新的三攝系統由5,000萬像素全景攝像頭與兩個支持2倍光學變焦、5倍混合變焦的攝像頭組成，可清晰呈現會議室全貌並精準捕捉與會者表情。基於Windows系統的設計確保與企業應用無縫兼容，同時支持「自帶會議」(BYOM)模式，即用戶可直接通過個人設備發起會議，並調用XBoard專業級影音設備，確保卓越的會議體驗。

**V6經典系列會議平板**是Zoom認證的一體式交互智能平板，出廠預裝Zoom Rooms系統，支持10點觸控的Zoom Whiteboard協作、實時批注及智能取景功能。該技術可自動調節攝像頭視野，在會議中動態追蹤與會者位置。

## 業 務

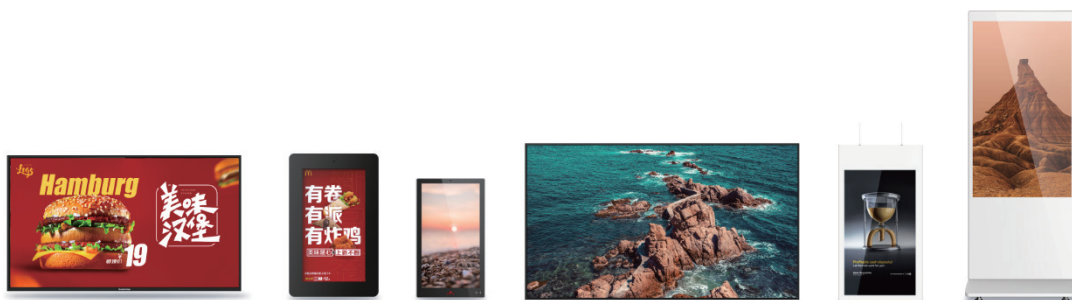
V6系列還包含ViewPro與Transcend子系列，通過進階功能設計為用戶提供高端會議體驗。



### 數字標牌

數字標牌正在改變公共場所傳遞信息和廣告的方式，通過動態化、交互化、定制化的顯示屏使內容栩栩如生。我們的產品陣容包括雲數字標牌、電子餐牌、互動式標牌、立式廣告機、高亮度櫥窗屏、戶外數字標牌及拼接顯示屏。搭載自主研發的GTV雲平台及標牌雲信息發布方案，可在多個地點實現無縫集中控制和實時內容發布。

我們的數字標牌解決方案已被製造、通信、金融、媒體及新零售等行業廣泛採用，重新定義了客戶和觀眾的體驗。



## 業 務

### LED顯示屏

LED顯示屏採用先進的LED技術，具有高亮度、長壽命、高可靠性、低功耗以及環保等特性。

我們打造的LED顯示屏產品矩陣涵蓋120吋至299吋的一體機(包括135吋至216吋的COB(板載芯片)機型)、室內及室外工程屏、裸眼3D顯示器及影院級LED屏等專業解決方案，可全面滿足會議室、階梯教室、指揮中心、展廳、戶外傳媒、體育館、電影院等多元化場景的視覺升級需求。

值得一提的是，我們的LED一體機內置顯示、音頻及視頻會議系統及豐富應用生態，能實現遠超單純顯示功能的智能交互體驗。根據弗若斯特沙利文的數據，2024年我們的LED一體機在中國內地市場出貨量佔比達28.0%。



## 業 務

### 計算機及周邊設備

#### 辦公計算解決方案

我們的辦公計算產品綫涵蓋辦公電腦、雲桌面終端、顯示器、智能辦公筆記本等系列產品，提供台式機、筆記本、一體機、迷你電腦等多種形態，可搭載不同芯片平台及操作系統，滿足不同用戶的個性化需求，主要應用於教育、政企辦公等場景。

面向教育場景，希沃推出「更懂老師的電腦」—希沃教學終端，涵蓋臺式、便攜式以及一體式等多種形態，支持多平台芯片及系統配置，預裝專屬教學增效AI驅動的應用軟件，並與希沃交互智能平板形成體系，貫通課件設計、授課教學場景。

面向政企辦公場景，MAXHUB推出商用辦公終端，涵蓋台式機、筆記本等多種形態，支持多平台芯片及系統配置。在預載的AI驅動的應用軟件(如MAXHUB領效電腦助手)支持下，其可與MAXHUB的交互智能平板等硬件無縫連接，打造品牌硬件體驗閉環；同時支持接入MAXHUB領效星雲平台，助力組織應對數字化辦公協同需求。

#### 工業計算解決方案

我們通過SPESTECH品牌為智能製造與智能城市領域提供專業工業計算解決方案。SPESTECH深耕高要求工業環境的工業控制核心需求，已形成產品矩陣，可自訂功能迎合特定需要。其產品包括嵌入式無風扇工控機、可擴展式無風扇工控機、工業顯示板卡、工業等級平板電腦、工業觸摸顯示器、網絡安全設備等，廣泛應用於光伏、電池、半導體、機器人部件等行業。



## 業 務

### 音視頻(AV)設備及系統

#### 智能錄播系統

我們的智能錄播系統集成多機位攝像機、全向拾音麥克風、錄播主機及應用軟件，支持自動完成多畫面切換、智能剪輯及雲端存儲，可輸出標準化可編輯素材或直接發布內容，滿足教學、教研、演播等場景的專業需求。

希沃錄播面向教育場景，提供常態錄播教室、精品錄播教室、4K移動錄播、課程製作空間、虛擬演播室、實驗實訓錄播室、會議室、培訓室、虛擬數字人名師及數字孿生校園平台等多場景解決方案，支持「綫上+綫下」混合式教育模式，滿足綫上直播、精品課錄製、遠程互動教學、網絡教研等多元需求。結合希沃課堂智能反饋系統，系統可截取希沃課堂智能反饋系統的數據以提供教學行為分析、AI生成教學建議等課堂智能反饋功能，助力教師持續提升教學質量與學生學習成效。



## 業 務

### 會議音視頻(AV)終端

我們的會議音視頻(AV)終端包括本地擴聲設備、視頻會議終端及相關配件。

本地擴聲設備包括傳統擴聲方案與數字網絡音頻擴聲方案，傳統擴聲方案包含音頻矩陣、功放、喇叭等數字或模擬設備；全新研發的高集成度數字網絡音頻擴聲方案以一體式數字網絡音頻主機為核心，集成拾音、調音、擴音三大核心功能，通過單根網綫即可實現麥克風、喇叭等設備互聯，滿足新形態本地擴聲場景下便捷部署、簡易調試與高效易用的需求。

視頻會議終端包括一體化Videobar終端和分體式視頻會議主機、專業級攝像頭、拾音麥克風和擴音設備等，依托專業硬件架構與算法設計，實現異地高保真、低延時的音視頻實時通訊。

我們的會議音視頻(AV)終端支持全場景應用，包括基於可伸縮視頻編碼(「SVC」)的雲會議、私有化部署會議，以及採用高級視頻編碼(「AVC」)的硬件視頻會議，可在不同網絡環境與設備終端間穩定運行，兼容多平台多系統軟件終端。

我們已成功獲得騰訊會議、釘釘、飛書等國內頭部雲會議平台的生態認證。同時，我們積極拓展全球生態布局，與微軟聯合打造多款通過微軟Teams認證的終端產品，在分體式視頻終端Xcore Kit基礎上，於2025年推出BM45全向拾音麥克風、P30攝像頭等一系列創新產品。



## 業 務

### 學習機及學生平板

為賦能家庭場景下的高效學習，我們創新研發W、V、T三大旗艦系列智能學習設備，精準覆蓋3至18歲全學齡段需求。產品以護眼科技與人工智能為核心競爭力，通過差異化功能設計與豐富教育資源，打造滿足不同學習需求與家庭預算的多維產品體系。截至2025年9月30日，我們共推出三大系列學習機及學生平板產品。

我們的全系產品均採用3A類紙屏技術，斬獲德國萊茵(TÜV Rheinland)護眼認證、CESI類紙顯示認證等六大權威認證，為青少年視力健康提供全方位保障。

我們的產品預裝了從幼兒園到高中全學段系統化課程資源，依托學科知識體系構建精準學習路徑。智能成長計劃可根據學齡適配個性化方案。搭載希沃教學大模型的AI能力矩陣更可實現繪本伴讀、作文批改、識圖解題、語音克隆等智能化功能。

我們亦正積極探索學習機及學生平板在校園場景中的增長機遇，進一步豐富我們的教育生態系統，實現家校無縫學習體驗。



## 業 務

### 智能顯示與協同生態系統

除獨立顯示與協同硬件外，我們正邁向融合的智能顯示與協同生態系統，圍繞核心應用場景提供產品組合，涵蓋商用顯示產品和系統、配套硬件、垂類AI驅動軟件解決方案以及服務，重點佈局教育及企業服務場景。下表載列所示年度我們智能顯示與協同生態系統按行業應用劃分的收入(即(i)智能終端及應用；及(ii)軟件及其他服務的收入總和)明細。請參閱「我們的產品與解決方案」。

	截至12月31日止年度						截至9月30日止九個月			
	2022年		2023年		2024年		2024年		2025年	
	人民幣元	%	人民幣元	%	人民幣元	%	人民幣元	%	人民幣元	%
	(人民幣千元；百分比除外)									
	(未經審核)									
<b>自有品牌</b>										
<b>教育</b>										
商用顯示設備及系統...	5,094,788	41.8	4,429,562	38.1	3,728,452	30.7	2,957,794	31.2	2,881,975	31.3
計算機及周邊設備.....	51,058	0.4	234,474	2.0	448,565	3.7	290,888	3.1	628,852	6.8
音視頻(AV)設備及系統.....	263,925	2.1	299,269	2.6	320,447	2.7	235,861	2.5	253,875	2.8
其他 <sup>(1)</sup> .....	725,766	6.0	665,920	5.7	633,546	5.2	478,050	5.0	481,276	5.2
<b>小計</b> .....	<b>6,135,537</b>	<b>50.3</b>	<b>5,629,225</b>	<b>48.4</b>	<b>5,131,010</b>	<b>42.3</b>	<b>3,962,593</b>	<b>41.8</b>	<b>4,245,978</b>	<b>46.1</b>
<b>企業服務</b>										
商用顯示設備及系統...	2,054,593	16.8	1,935,632	16.6	1,927,074	15.9	1,547,711	16.3	1,345,136	14.6
計算機及周邊設備.....	117,316	1.0	168,474	1.4	296,742	2.4	206,112	2.2	356,072	3.9
音視頻(AV)設備及系統...	55,339	0.5	72,832	0.6	96,693	0.8	63,030	0.7	66,145	0.7
其他 <sup>(2)</sup> .....	65,508	0.5	75,384	0.7	121,162	1.0	84,404	0.9	160,082	1.7
<b>小計</b> .....	<b>2,292,756</b>	<b>18.8</b>	<b>2,252,322</b>	<b>19.3</b>	<b>2,441,671</b>	<b>20.1</b>	<b>1,901,257</b>	<b>20.1</b>	<b>1,927,435</b>	<b>20.9</b>
<b>其他<sup>(3)</sup></b> .....	<b>352,437</b>	<b>2.9</b>	<b>368,041</b>	<b>3.2</b>	<b>636,918</b>	<b>5.3</b>	<b>427,855</b>	<b>4.5</b>	<b>649,476</b>	<b>7.1</b>
<b>ODM模式<sup>(4)</sup></b> .....	<b>3,407,301</b>	<b>28.0</b>	<b>3,388,009</b>	<b>29.1</b>	<b>3,917,959</b>	<b>32.3</b>	<b>3,181,631</b>	<b>33.6</b>	<b>2,385,418</b>	<b>25.9</b>
<b>總計</b> .....	<b>12,188,031</b>	<b>100.0</b>	<b>11,637,597</b>	<b>100.0</b>	<b>12,127,558</b>	<b>100.0</b>	<b>9,473,336</b>	<b>100.0</b>	<b>9,208,307</b>	<b>100.0</b>

**附註：**

- (1) 主要包括來自學習機及學生平板的營業收入。
- (2) 主要包括來自企業服務應用配件的營業收入。
- (3) 主要包括來自工業應用檢測、售後服務及產品及解決方案的收入。
- (4) 部分以ODM模式生產的產品亦通過中間商進行銷售。請參閱「銷售及營銷—客戶—中間商」。

## 業 務

### 教育生態系統—以數字創新賦能教育

於2009年，我們創立希沃品牌，並於中國推出首款專為教育市場設計的交互智能平板產品，如今，希沃已成為中國教育領域智能顯示與協同解決方案的領軍品牌。根據弗若斯特沙利文的數據，2024年希沃在中國內地教育市場交互智能平板產品銷量佔比達50.7%。根據我們截至2025年9月30日的銷量，我們估計已有2.8百萬間教室安裝希沃交互智能平板，覆蓋中國超過200,000所中小學及2,500所高等教育機構。

根據弗若斯特沙利文的數據，中國教育科技行業的市場規模預計將由2024年的人民幣468.2百萬元增長至2029年的人民幣7,436億元，期間的複合年增長率達9.7%。我們認為，行業的持續擴張將為本公司的產品及解決方案帶來重大發展機遇。

中國教育行業的多項結構性及政策驅動因素將進一步推動增長。為提升教學質量，學校逐步推行小班教學，導致課室需求上升，從而帶動對交互智能平板等教育科技解決方案的需求，而交互智能平板可透過實時互動及多媒體功能，顯著提升教學效率。

此外，對教育基建(尤其是農村及欠發達地區)的持續投入，正加速全國課室的現代化進程。教育數字化轉型的政策方向，將進一步維持對交互智能平板等現代教學工具的長期需求，而根據弗若斯特沙利文的數據，我們在此領域擁有最大的市場份額。

此外，隨著教育數字化的持續推進，交互智能平板在中國教室的普及率預計將進一步提升，展現出廣闊的發展空間。隨着數字化學習與教育體系深度融合，傳統黑板及投影設備將加速被交互智能平板取代。此轉型不僅利好整體教育科技市場的發展，亦使我們能直接受惠於學校因應教學需求升級而進行的硬件更換。

我們亦已推出一系列專注於教育的硬件產品，與交互智能平板整合，共同構成教育生態系統，令學習體驗提升。例如，截至2025年9月30日，我們的學習機及學生平板已為超過100萬戶家庭提供數位化學習體驗。我們亦正積極探索學習機及學生平板在校園場景中的增長機遇，進一步豐富我們的教育生態系統，實現家校無縫學習體驗。此外，我們已推出希沃教學大模型，一款專為迎合現代教育需求設計的垂類多模態大模型。該模型通過前沿AI技術為軟硬件產品賦能，促成硬件與軟件生態的無縫整合，讓教師能輕鬆地在一個無縫的系統內完成課程設計、備課、授課及課後評估，加速教學向數字化與智能化轉型。請參閱「研發—人工智能」。

## 業 務

目前，我們已構建一個涵蓋硬件、垂類AI驅動軟件及服務解決方案的教育生態系統，旨在改變課堂互動方式，提升數字教學體驗。

值得一提的是，該生態系統以下列希沃品牌產品及解決方案為亮點。

### 智能硬件

- 交互智能平板：作為旗艦硬件，交互智能平板配備高解析度觸控顯示屏，支援多點觸控、無綫投屏及手寫輸入功能。本產品適用於各教育階段，其無縫互動特性增強師生互動與知識共享，提升教學效率及課堂參與度。請參閱「[一智能終端及應用一商用顯示設備及系統一交互智能平板一教育交互智能平板](#)」。
- 錄播系統：該系統具備高品質影像錄製與儲存功能，大幅提升學習靈活性，讓師生可隨時存取與分享課堂內容。請參閱「[一智能終端及應用一音視頻\(AV\)設備與系統一智能錄播系統](#)」。
- 教學終端：提供桌上版、筆記本版及一體機，提供多項「教師友好」功能，支援多種硬件平台與系統，並預載專有的AI驅動的應用軟件，有效提升教學效率。請參閱「[智能終端及應用一計算機及周邊設備一辦公計算解決方案](#)」。
- 學習機及學生平板：學習設備根據每名學生的需要匹配教學內容，在課堂及家中提供便利及定制化的學習體驗。設備提供靈活的學習方式，支持不同的綫上綫下資源，鼓勵自主學習。請參閱「[一智能終端及應用一學習機及學生平板](#)」。

### 希沃教學大模型驅動的軟件解決方案

- 希沃白板：希沃白板為K12教育者的一站式互動平台，整合課件設計及互動教學等功能，有助提升教學效率並激發創新。截至2024年12月31日及2025年9月30日，平台分別擁有逾9百萬及近8百萬名活躍用戶，該等用戶在平台上創建教學資源，而截至2025年9月30日，平台上約有15億套會員擁有的教學資源。

## 業 務

- 希沃AI備課助手：利用AI與大數據分析，希沃AI備課助手顛覆傳統備課流程，透過人機無縫協作，其可智能生成符合指定教學需求的高質量課件，教師可避免進行重複性工作，使彼等能專注於教學創意設計及課堂互動。截至2025年9月30日，希沃AI備課助手已協助生成約1.4百萬份課件，大幅節省了教師用於有關工作的平均時間。根據《人民網》2025年4月的報導，在上海徐匯區，使用我們產品的教師的備課效率提升了50%以上。我們就該產品收取訂閱費。
- 希沃授課助手：本解決方案能夠透過光學字元辨識技術，能夠將手寫板書、教科書上的內容即時數字化，並自動對應生成結構清晰、具吸引力與互動性的數字學習素材。
- 希沃課堂智能反饋系統：希沃課堂智能反饋系統實現即時課堂數據採集與分析，能夠及時對教學效果作出課後反饋，從而可讓教師進行自我評估，以及讓學校進行教學質量評估。其透過AI算法分析多模態數據，量化師生互動行為，結合科學模型與指標生成個性化評估報告。截至2025年9月30日，希沃課堂智能反饋系統已部署於超過4,000所學校及逾10,000間教室，並將19個重點學區設立為示範區域，展示我們AI軟件解決方案的影響及成效。截至同日，希沃課堂智能反饋系統已生成約450,000份智能反饋報告，為優化教學、研究與教育管理提供可執行的建議。據《人民網》於2025年4月報導，希沃課堂智能反饋系統促進了上海徐匯區教育管理部門的數字轉型工作。例如，其就為實現以數據驅動的洞察力而設計的12項量化指標提供反饋，並已整合至約75%的教師教學質量評估中。
- 希沃AI教學技能培訓系統：專為培訓教師而設計，希沃AI教學技能培訓系統聚焦語言表達、板書設計、手勢姿態、表情情緒及提問技巧五大能力。其透過行為識別與數據分析提供即時反饋與個性化改進建議，在模擬教學環境中加速技能成長。截至2025年9月30日，希沃AI教學技能培訓系統已於中國20多所師範院校應用。

## 業 務

- 希沃AI百寶箱：希沃AI百寶箱利用智能解決方案支援教師完成擬備活動方案、行政通知、學生評語編輯等高頻任務，提升效率並減少耗用於低價值重複性工作的時間。這讓教師能更多聚焦於優質課堂教學及學生發展。

### 服務

我們提供全面的數字教育管理平台，如希沃魔方、希沃學苑及希沃杏壇計劃。

希沃魔方為我們的一站式教育管理平台，利用自主技術及先進架構，將數字基座、業務及數據中台與開放平台整合。透過利用數據作出決策，希沃魔方協助教育機關優化資源分配，以及推動區域教育發展。

希沃學苑為專注教師發展的在綫平台，提供來自希沃專業講師及一綫教育工作者的數字化產品應用、教學與信息技術融合等專門課程。希沃學苑支持跨區域、跨學科交流，助力打造名師團隊，推動教育數字化轉型與高質量發展。於2024年，希沃學苑累計為超過75萬名教師提供綫上培訓，覆蓋1,700多個區縣、3萬餘所學校，並發起90餘場直播活動，覆蓋教師460多萬人次。

希沃杏壇計劃是一個「以師育師」的理念倡議，透過一個信息化驅動的跨學科培訓體系，提升教育工作者的教學理念及實際能力，提供個性化學習路徑，推動教育工作者專業發展，適應教育變革趨勢。

我們亦提供全面的綫下服務，包括軟硬件設備安裝、定期更新與維護，確保整套解決方案無縫運作，在真實場景中的教學活動不受干擾。

這些解決方案共同推動教育核心環節的全面數字化，涵蓋教學空間、教學過程、教學資源管理、教學治理、教師發展與學生成長的數字化。

# 業務

以下圖表列示希沃產品矩陣。



希沃品牌產品主要於中國內地銷售，另一方面，我們主要通過ODM模式在不斷擴大的海外教育市場版圖推動產品銷售。

## 企業協作生態系統－赋能企業智能協同

我們於2017年推出MAXHUB品牌進軍企業市場，提供面向辦公環境的智能顯示與協同解決方案，以提升溝通效率與生產力。根據弗若斯特沙利文數據，2024年MAXHUB按銷量計在中國內地會議交互智能平板市場佔比達29.4%。

MAXHUB聚焦智能協同領域，圍繞會議空間、辦公空間與公共空間三大核心環境構建智能硬件與軟件應用的產品生態系統。MAXHUB領效智會大模型是一個專為解決現代企業複雜協作需要打造的垂類多模態大模型，MAXHUB將前沿AI技術融入不同的軟硬件產品。該全流程解決方案優化了會前準備、會中執行、會後跟進整個會議流程，提升會議的生產力，加速組織內部知識沉澱。請參閱「一研發－人工智能」。

與教育領域解決方案相似，我們已構建以MAXHUB品牌產品及解決方案為核心的企業協作生態系統。

## 業 務

### 智能硬件

- 交互智能平板：交互智能平板整合高清顯示、觸控與多屏協同功能，為用戶提供流暢互動體驗。我們的會議交互智能平板預載專有的AI驅動的應用軟件，具備強大的功能，能提升會議的生產力，加速組織內部知識沉澱。請參閱「[一智能終端及應用一商用顯示設備及系統一交互智能平板一會議交互智能平板](#)」。
- 數字標牌：數字標牌為商場及企業空間等公共場所提供信息展示與管理的一體化解決方案。憑藉即時內容更新及遠端控制功能，使傳播效率與整體用戶體驗得以提升。請參閱「[一智能終端及應用一商用顯示設備及系統一數字標牌](#)」。
- LED顯示屏：專為大型會議場地、展廳及商業廣告設計，LED顯示屏確保在強光環境下亦清晰可視及保持極致畫質，使其適用於高影響力的大規模演示。請參閱「[一智能終端及應用一商用顯示設備及系統一LED顯示屏](#)」。
- 會議音視頻(AV)終端：會議音視頻(AV)終端將高清攝像頭、麥克風、揚聲器及協作工具整合於單一設備，為遠端與跨區域會議實現無縫及高品質的通訊。其精簡了設置流程，降低了設備成本，並提升了整體會議體驗。請參閱「[一智能終端及應用一音視頻\(AV\)設備及系統一會議音視頻\(AV\)終端](#)」。
- 辦公計算解決方案：*MAXHUB*亦為現代職場提供高效能的計算解決方案，支持智能辦公終端與遠端協同。該等解決方案為企業提升運營效率，並加快數字轉型。請參閱「[一智能終端及應用一計算機及周邊設備一辦公計算解決方案](#)」。

## 業 務

### *MAXHUB領效智會大模型驅動的軟件解決方案*

- MAXHUB領效星雲平台：*MAXHUB領效星雲平台*是一套集成設備管理、會議全流程管理、雲屏信發和運營分析的綜合軟件。其支持私有化部署和SaaS模式，為大規模智能終端統一控制提供高效的解決方案。
- MAXHUB傳屏助手：*MAXHUB傳屏助手*是一款跨設備應用程式，具有無綫傳屏、文件傳輸及BYOM接入功能。其可連結多台設備與作業系統，方便會議空間流暢互動，提升會議效率及跨設備協作體驗。
- MAXHUB領效電腦助手：*MAXHUB領效電腦助手*運用AI技術，透過操作預判、文件預判及搜索預判等智能功能主動預測用戶需求。透過智能推薦高頻使用捷徑，降低用戶學習成本並提升辦公場景效率。
- MAXHUB AI會記：*MAXHUB AI會記*集成語音識別及與自然語言處理技術，可提升會議效率及實現自動內容管理。主要功能包括實一鍵錄製、實時語音轉寫、發言人區分、智能總結及智能問答。該軟件與*MAXHUB*設備全面整合，支持會議室至個人設備的多場景應用，協助用戶構建個人知識體系，打造更智能、生產力更高的辦公環境。

這些產品共同助力不同行業的企業與組織加速多場景下的數字化與智能化轉型。

## 業務

以下圖表列示MAXHUB產品矩陣。



### 智能控制部件

我們以液晶顯示主控板卡業務起家，現已拓展至更廣闊的智能控制部件領域，涵蓋白色家電控制器、汽車電子控制部件及電力電子控制部件。我們的產品被白色家電及消費電子行業的領先品牌廠商廣泛採用，而汽車品牌的採用率正不斷提升。

### 液晶顯示主控板卡

根據弗若斯特沙利文的數據，2024年我們在全球液晶顯示主控板卡市場以出貨量計的份額達23.8%，位居行業領先地位。

液晶顯示主控板卡是視頻信號源與液晶面板之間的核心接口，在決定顯示產品的性能、分辨率和功能特性方面起著至關重要的作用。該板卡集成液晶控制器及各類接口，負責圖像信號處理、面板驅動、控制邏輯、電源管理、系統交互及場景化功能實現。

通過持續創新，我們已構建豐富且可靠的產品矩陣，從基礎單功能板卡到高度集成的多合一解決方案，使客戶能夠選擇最符合其需求的產品。產品廣泛應用於電視、顯示器、交互智能平板及數字標牌等領域，滿足市場對高性能、多功能顯示技術日益增長的需求。根據弗若斯特沙利文的數據，於同年，我們為全球十大電視品牌(按2024年的出貨量排名)其中九個品牌的液晶顯示主控板卡的供應商，展現了我們深厚的行業專業知識及穩固的客戶關係。2024年，本公司主要類型的液晶顯示主控板卡價格介乎約人民幣90元至人民幣250元。

## 業 務



我們已開發以下技術賦能我們的液晶顯示主控板卡：

- **4K/8K超高清技術**：我們的4K/8K液晶顯示主控板卡採用尖端顯示處理技術，提供超高解析度影像。透過先進的視頻解碼及影像處理算法，我們呈現更細膩、更逼真的細節，為客戶帶來卓越的觀看體驗。作為參與制定行業標準的主要公司，我們持續推動4K/8K顯示技術的全球普及，加快全球顯示設備的升級步伐。
- **AI超分技術**：透過升級版深度學習及AI算法，我們的AI超分技術可即時將低解析度影像提升至接近4K的品質。透過智能細化影像細節及填補缺失部分，能顯著提升畫面清晰度，提供更銳利、更細緻的觀看體驗。此技術特別適用於高解析度來源內容，能減少解析度差距，呈現更逼真的視覺效果。

我們通過集成先進的局部調光算法，顯著提升了與全球主流主板的兼容性。通過將電源板硬件設計與優化的LDM軟件相結合，我們正加速MiniLED電視解決方案的全球推廣。此協同效應加速了MiniLED電視解決方案的全球布局，並帶動全新的產業動能。請參閱「一研發一研發策略與成果一交互顯示技術」。

我們的解決方案可透過標準化部件實現，其使我們能夠以具成本效益的方法向全球客戶提供穩定且高性能的產品，並可快速開發及迭代產品。

## 業 務

### 白色家電控制器

我們為冰箱、洗衣機、空調、廚房電器及小型家居設備等白色家電提供高可靠性、高性價比的離散控制組件及模塊，包括智能變頻控制器、智能顯示模塊和人機交互解決方案。我們還提供全面的測試驗證服務及失效分析支持，助力國內外頭部品牌客戶推動白色家電技術持續升級。根據弗若斯特沙利文的數據，我們的產品被全球五大白色家電品牌(以2024年的營業收入計)中的四家採用。



我們的智能變頻控制器主要應用於白色家電，例如冰箱、洗衣機和具有變頻功能的空調。我們的先進變頻算法可根據設備負載與環境條件動態調整電機轉速，優化能源效益並帶來顯著節能效果。透過精準的即時控制，該算法不僅降低能耗，並能延長設備壽命並減少噪音。在空調與冰箱等白色家電中，該算法可根據環境變化自動調整運行模式，確保最佳能源利用並提升整體能源表現。該等模組融合了先進的觸控技術、顯示驅動技術、網路連接能力及專有控制算法，具備強大的即時數據處理能力。其支援遠端控制、自動調節、故障診斷及空中下載更新等智慧功能，透過即時顯示與無縫的人機互動，為用戶帶來卓越的產品體驗。

我們的智能顯示模組將薄膜晶體管液晶顯示面板、電容式觸控技術及電子控制系統整合為一體化高性能界面解決方案。

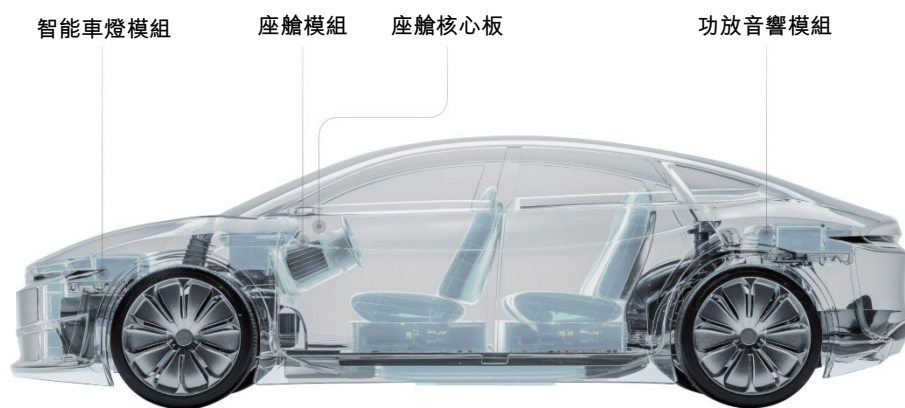
## 業 務

憑藉AI驅動的智能家居技術，我們使白色家電具備自學能力，為全球消費者提供更智能、更舒適的家居體驗。

此外，憑藉我們在白色家電控制器領域的成功經驗，我們已進軍工業控制器領域，推出工業變頻風扇模組，適用於通風系統及空調機組等不同工業設備。

### 汽車電子控制部件

我們提供多種車載部件解決方案，包括座艙模組及核心板、車燈模組及車載功放音響模組。



## 業 務

### 電力電子控制部件

在電力電子領域，我們專注於UPS系統、充電站模組、逆變器及服務器電力系統等產品的核心部件研發，為全球客戶提供安全高效的系統級解決方案。



### 季節性特徵

我們的銷售受季節波動的影響。智能終端及應用的銷售主要受教育市場採購周期及企業支出周期影響而波動。因此我們通常在第三季度期間銷售額較高。相關風險請參閱「風險因素—我們的銷售可能受季節性波動影響」。

### 產品定價

我們一般根據產品的研發及製造成本確定價格，同時綜合考慮客戶合作關係、產品設計複雜度、訂單規模、預期利潤率、市場競爭狀況及匯率波動等因素。

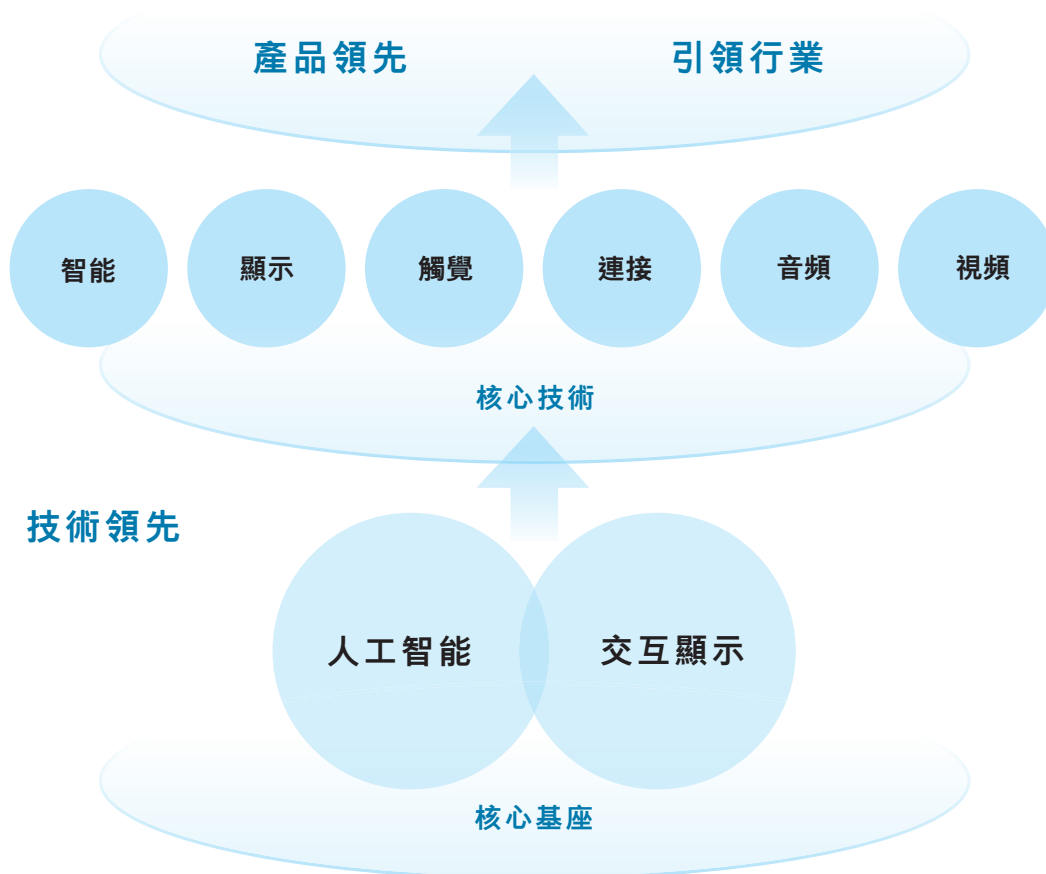
## 業 務

### 研發

研發是保持市場領先地位、推動業務持續增長的核心動力，使我們能夠不斷滿足客戶日益變化的需求。

#### 研發策略與成果

我們以技術前沿和客戶需求為導向，專注於人工智能及交互顯示技術的自主研發，這些技術構成了我們創新與產品差異化的基石。基於此，我們在人工智能及交互顯示關鍵技術(包括顯示、觸控、連接、音視頻等領域)均已取得行業領先優勢。



## 業 務

### 人工 智能

在人工智能布局方面，公司以具備感知、分析、生成能力的人工智能為核心，圍繞視覺、聽覺、觸覺及數據四大方向開展技術布局，最終實現基於大模型的多模態融合感知與分析，構建起「4+1」人工智能方向布局。

我們利用第三方通用大模型研發了兩個垂類多模態大模型：

- 希沃教學大模型：深度融合教育領域超2,200億token的教案、課件、教學視頻等數據，基於多模態感知理解技術突破，實現從文本、圖像、視頻等多模態內容的覆蓋，精准賦能備課、授課、學習、評價、教研及辦公全場景。
- *MAXHUB*領效智會大模型：針對企業會議場景優化，通過創新的上下文感知推理技術，有效解決長文本理解難題，顯著提升會議總結、待辦生成等核心功能的效率。

依托大模型輕量化與推理加速技術，兩大模型均可實現終端及邊緣側高效部署，在保障高性能、低延時運行的同時兼具成本優勢，充分滿足教育與企業場景需求。

## 業 務

### 交互顯示技術

#### 顯示技術

我們通過集成先進的局部調光算法，顯著提升了與全球主流主板的兼容性。通過將電源板硬件設計與優化的局部調光管理(「LDM」)軟件相結合，我們正加速MiniLED電視解決方案的全球推廣。我們的主要成就包括：

- 依托自主研發的超大尺寸UHD顯示模組技術，結合光學、材料、仿真與AI算法的創新，實現了 $\Delta E \leq 1$ 的專業級色准(人眼無法辨別的色差水平)。
- 採用高效MiniLED背光與多合一膜片設計，在商顯行業率先達到最新一級能效標準，以86吋顯示產品為例，同性能下功率較傳統方案減少80瓦，顯著降低全生命周期能耗。
- 創新光學膜結構拓寬可視角度，自研3A玻璃加工技術有效抑制屏幕反光，保障不同觀看位置視覺效果一致性。

#### 觸覺感知技術

我們在AI算法、應用軟件、電路系統、材料及制程等維度持續創新，提升多場景觸覺交互體驗。憑藉完善的觸覺技術質量體系，保障新技術從預研到量產的高效導入與產品質量，核心突破包括：

- 440+通道高精度電容觸控技術，支持3mm硬質觸控筆且增強防刮性能。
- 在LED一體機導入激光雷達觸控，提供含手勢交互的全新觸控方案。
- 筆記本觸控板全域按壓振動反饋方案，以高性價比實現全域觸感功能。

## 業 務

### 連接技術

我們構建整機產品高精度無線測試體系，通過實驗室環境真實模擬用戶無線場景，結合網絡架構優化與無線模塊全鏈路定制(涵蓋硬件設計、底層驅動及上層應用)，實現全場景無線性能調優。

自主研發的設備互聯共享解決方案，支持設備自主發現、無感安全連接，實現高效部署、穩定傳輸、便捷控制及雲端靈活運維，滿足整機與整機、整機與周邊設備的互聯協同需求。

### 視頻技術

我們建立了從定制硬件到高級算法的全鏈路創新生態，驅動新一代視覺智能：

- 基於自主研發的多焦段混合變焦技術，融合空間感知與場景自適應算法，打造8K多攝大廣角系統解決方案。
- 通過AI超分、降噪、HDR等核心技術與場景優化，顯著提升產品畫質，保障穩定優質的視覺體驗。
- 依托人體感知與多模態融合技術，開發AI智能畫廊與多發言人跟蹤方案，提升會議協同智能化水平。
- 教育場景的高精度布局估計與行為表情識別技術，為教學互動提供精準數據支持。

相關創新技術已拓展至汽車電子、增強現實(AR)和虛擬現實(VR)等新興領域。同時，我們建立符合國際標準的專業圖像實驗室和質量評測體系，支持雲會議平台全項認證，為用戶提供可靠的視頻技術解決方案。

## 業 務

### 音頻技術

我們以高保真與場景化需求為核心，持續完善麥克風陣列設計、音頻拾音、音頻理解和重建技術體系：

- 基於自主研發的16麥綫性陣列與多設備級信號融合技術夯實拾音質量基礎，在降噪、混響抑制、回音消除、波束成型等關鍵環節引入AI技術，顯著提升語音清晰度。
- 依托先進的多聲源定位技術及音視頻模態場景理解技術，精准區分多發言人，實現高質量語音轉寫與發言人跟踪。

此外，我們持續優化聲學測試與認證體系，建立科學嚴謹的評估標準，保障產品卓越聲學性能，為視頻會議、課堂教學分析、車載音頻等場景提供高質量定制化解決方案。

我們亦積極提升電機控制與電力電子的技術能力，以支持機電一體化、汽車系統、電力電子及關鍵機器人應用的智能控制部件的開發。

我們自主研發的機電控制算法是實現白色家電智能功能的關鍵技術。此外，憑藉在音視頻(AV)系統、觸控交互與熱管理領域的核心能力，我們為汽車品牌提供高性價比解決方案，涵蓋座艙控制模組、車燈系統與功放音響等產品。

### 研發組織與研發投入

截至2025年9月30日，我們擁有3,245名研發人員，佔總員工數47.9%。

## 業 務

研發體系的「三院一站」包含中央研究院、中央工程院、創新設計院以及博士後科研工作站，彙聚上百位國內外專業博士與資深專家。

- 中央研究院作為前瞻性基礎研究及應用研究機構，主要研究方向為多模態大模型、視覺計算、語音技術、觸覺技術、數據智能等。
- 中央工程院作為公司的先進工程技術研究機構，主要研究方向為材料、光學、射頻、流體、力學等。
- 創新設計院旨在以設計思維驅動企業發展與創新，開展對工業設計、交互設計、用戶體驗等方向的研究。
- 博士後科研工作站，截至2025年9月30日在站博士後累計27位，是公司高層次人才培養基地和行業前沿科技創新平台。

於2022年、2023年、2024年以及截至2024年及2025年9月30日止九個月研發支出分別為人民幣1,280.9百萬元、人民幣1,422.5百萬元、人民幣1,540.2百萬元、人民幣1,080.7百萬元及人民幣1,155.2百萬元，佔各年度營業收入6.1%、7.1%、6.9%、6.3%及6.4%。

## 銷售及營銷

我們認為，持續按時交付優質產品並超越客戶期望，是企業最有效的銷售與營銷策略。我們通過直接銷售與全球經銷網絡相結合的模式開展產品營銷，截至2025年9月30日，我們的業務覆蓋100多個國家和地區。

在直接銷售領域，我們致力於維護並深化與客戶的戰略合作關係，以成為其長期可信賴的合作夥伴為目標。銷售團隊在鞏固現有客戶關係的同時，積極拓展新合作夥伴，特別是隨著產品組合的持續豐富，這一策略顯得尤為重要。

## 業 務

### 客戶

我們的客戶主要包括作為我們直銷客戶的電子行業品牌公司，以及將我們的產品轉售給最終用戶的經銷商。

我們的智能控制部件主要直接銷售予終端客戶及通過中間商進行銷售，而智能終端及應用(例如交互智能平板)則主要透過第三方經銷商進行分銷。

下表列示所示年度／期間按客戶類型劃分的營業收入明細。

	截至12月31日止年度						截至9月30日止九個月			
	2022年		2023年		2024年		2024年		2025年	
	人民幣元	%	人民幣元	%	人民幣元	%	人民幣元	%	人民幣元	%
	(人民幣千元；百分比除外)									
	(未經審核)									
直接銷售客戶.....	8,725,923	41.6	8,378,717	41.5	10,308,895	46.0	7,668,104	44.7	8,701,623	48.1
中間商.....	4,762,367	22.7	2,825,228	14.0	3,085,490	13.8	2,417,608	14.1	2,394,138	13.2
經銷商.....	7,501,976	35.7	8,968,691	44.5	9,006,797	40.2	7,066,647	41.2	6,990,901	38.7
合計.....	<u>20,990,265</u>	<u>100.0</u>	<u>20,172,636</u>	<u>100.0</u>	<u>22,401,182</u>	<u>100.0</u>	<u>17,152,359</u>	<u>100.0</u>	<u>18,086,662</u>	<u>100.0</u>

### 直接銷售客戶

我們向電子行業品牌企業(尤其是電視品牌商)直接銷售大部分智能控制部件，並以ODM模式為海外品牌商提供智能終端及應用。在ODM模式下，我們於自有智能製造基地生產產品，或向生產合作夥伴提供產品設計、組件和材料，由合作製造商負責生產。最終產品隨後以客戶自有品牌進行銷售。

## 業 務

### 與直接銷售客戶的安排

我們通常與直銷客戶簽訂框架協議，具體採購量價以訂單為準。協議條款因產品或解決方案以及我們與每個客戶的談判結果而異，但通常包含以下條款：

- 下達訂單 : 產品名稱、數量、規格、購買價格及交貨日期均根據客戶需求在購買訂單中列明。我們不對客戶施加最低採購量要求。
- 發貨及交付 : 若需將所訂購的產品送往客戶指定的地點，則由我們承擔相關運輸成本及風險。
- 退貨 : 在通常情況下，我們於發貨後不會接受退貨，除非產品在保固期限內存在質量問題，與行業慣例一致。
- 信貸條款 : 我們通常不會授予客戶信貸期。我們通常要求客戶在我們發貨前向我們全額付款。
- 期限 : 我們通常與直銷客戶簽訂長期協議，除非根據協議條款提前終止。

### 中間商

我們亦根據協助銷售的交易安排，透過中間商向指定的終端客戶銷售產品，該等終端客戶為電子行業內的品牌公司。我們的中間商通常是電子產業內信譽良好的供應鏈服務公司。在協助銷售模式下，中間商需根據我們的預付款政策向我們支付貨款，中間商根據其與終端客戶的交易安排直接完成貨款結算，我們不承擔與終端客戶的結算責任。因此，我們將中間商確認為直接客戶。於往績記錄期間，若干中間商列為我們的主要客戶。中間商向我們下達的訂單須以我們與終端客戶的確認為前提。與此同時，我們安排產品直發終端客戶，在確保高效履約的同時嚴格執行交易及信用政策。

## 業 務

部分以ODM模式生產的產品亦通過類似流程經中間商進行銷售。我們根據終端客戶品牌公司的訂單安排生產，並將成品交付予該等品牌公司，供其進行自有品牌銷售。中間商根據我們的預付款政策，在產品發運前向我們支付貨款，隨後再直接與終端客戶進行結算。截至2022年、2023年及2024年12月31日以及2025年9月30日，我們分別擁有28家、40家、56家及59家中間商。

於我們的銷售安排中採用中間商(主要就智能控制部件而言)能帶來特定營運及財務效益。具體而言，在出現我們的信貸條款與終端客戶條款不相符之情況下，例如我們要求預付款但部分終端客戶通常要求較長的信用期。通過向承擔付款義務的中間商進行銷售，我們能夠按更有利的付款安排(通常在產品發運前)從中間商收取貨款，同時無需因應終端客戶的信用條件調整我們的標準信用政策。該安排有效降低我們的信用風險敞口，提升現金流入的可預測性及效率。我們通常以低於直接銷售給終端客戶的價格向中間商提供產品，此舉反映了中間商的經濟利益考量，例如資本成本。除上述銷售折扣外，我們不承擔任何其他成本。透過在此等情況下引入中間商，本集團既能維持偏好的付款條款，同時滿足終端客戶需求，從而降低信貸風險並維持更健康的現金轉換週期。

下表載列中間商與經銷商在合作考量要素上的主要差異：

	中間商	經銷商
主要目的	降低信用風險並優化變現週期	拓展市場覆蓋範圍
對終端客戶關係的 掌控程度	終端客戶關係由我們直接控制及管理	終端客戶關係主要由經銷商控制及管理
合作模式	通常由終端客戶指定	由我們指定

## 業 務

	中間商	經銷商
在銷售流程中的角色	通過中間商向指定終端客戶銷售產品，我們直接主導包括但不限於定價在內的銷售條款談判	向終端客戶推廣我們的產品及解決方案，並獨立協商包括但不限於定價在內的銷售條款
產品交付及驗收	產品直接交付予終端客戶並完成驗收	產品交付予經銷商並完成驗收。在特定情況下，可根據經銷商指示將產品直接發運至終端客戶

我們與該等中間商的關係純屬商業及交易性質。該等中間商或其最終實益擁有人與本公司、我們的附屬公司、主要股東、董事或高級管理層，或彼等各自的聯繫人之間概無任何過往或現存關係(包括但不限於家族、業務、融資、信託、持股或其他關係)。

根據弗若斯特沙利文的資料，中介模式是行業慣例，其作用在於彌合產品供應商與其客戶在信用政策及流動性需求方面的差異，即使在雙方可直接進行交易的情況下亦然。

我們已建立相關內部控制措施，以監控通過中間商向終端客戶進行的銷售。我們將產品直接發運至終端客戶，並保持對終端客戶關係、訂單數量與時間以及交付流程的管控。此種深度參與使我們能夠有效監控實際的終端客戶銷售情況。

### 客戶服務

在產品設計與開發全流程中，我們與客戶保持緊密協作，致力於為客戶提供符合預期的優質產品與解決方案。具體而言，我們與客戶可能不時採用聯合研發模式，在產品設計階段保持高頻溝通，並在合作過程中定期收集客戶反饋，持續優化產品與解決方案。

## 業 務

### 經銷商

為拓展市場覆蓋範圍，我們採用經銷商模式作為直銷體系的有效補充。於2022年、2023年、2024年及截至2025年9月30日止九個月，經銷商銷售額分別為人民幣7,502.0百萬元、8,968.7百萬元、9,006.8百萬元及人民幣6,990.9百萬元，佔同年／期總營業收入的35.7%、44.5%、40.2%及38.7%。

我們與經銷商建立買斷式購銷關係，產品所有權在經銷商完成採購後即發生轉移。

部分經銷商同時銷售其他品牌的商業產品，此乃業內常見情況。我們憑藉品牌實力、產品質量及創新能力，以及於終端客戶間的良好聲譽，得以在競爭環境中突顯產品優勢。由於市場需求強勁、客戶滿意度高，加上我們的產品在性能、可靠性及支援方面具備競爭優勢，經銷商具充分動力持續推廣本集團產品。

據董事所知，在往績記錄期間，所有經銷商均為獨立第三方。

於往績記錄期間，我們來自經銷商的收入主要源於對頂級經銷商的銷售。2022年，我們的最大經銷商佔經銷商總收入的5.9%，而前五大經銷商合計貢獻11.1%。2023年，最大及前五大經銷商的佔比分別為21.2%及29.4%。至2024年，最大經銷商貢獻佔比達24.3%，前五大經銷商合計佔33.4%。截至2025年9月30日止九個月，最大經銷商佔經銷商總收入20.6%，前五大經銷商合計佔30.0%。

## 業 務

下表載列於往績記錄期間本公司前五大分銷商的若干資料。

截至2025年9月30日止九個月

排名	分銷商	交易金額 (人民幣 百萬元)	來自分銷商 的收入佔 總收入的 百分比	背景
1 . . . . .	分銷商A	1,437.2	20.6%	一家台灣交易所上市公司，主要從事工業材料開發及供應
2 . . . . .	分銷商B	217.0	3.1%	一家中國私營公司，主要從事智能顯示產品的研發、製造及ODM生產，為一家中國上市跨國科技集團的成員公司
3 . . . . .	分銷商E	172.8	2.5%	一家主要從事網絡技術服務、進出口貿易及技術支援服務的中國私營公司
4 . . . . .	分銷商C	168.4	2.4%	一家中國私營公司，主要從事IT及數碼產品分銷，以及提供綜合供應鏈及技術服務
5 . . . . .	分銷商K	101.7	1.4%	一家中國私營公司，主要從事資訊通信技術分銷、智能物流及金融供應鏈
小計		<u>2,097.1</u>	<u>30.0%</u>	

## 業 務

截至2024年12月31日止年度

排名	分銷商	交易金額 (人民幣 百萬元)	來自分銷商 的收入佔 總收入的 百分比	背景
1 . . . . .	分銷商A	2,190.2	24.3%	一家台灣交易所上市公司，主要從事工業材料開發及供應
2 . . . . .	分銷商B	266.5	3.0%	一家中國私營公司，主要從事智能顯示產品的研發、製造及ODM生產，為一家中國上市跨國科技集團的成員公司
3 . . . . .	分銷商C	207.6	2.3%	一家中國私營公司，主要從事IT及數碼產品分銷，以及提供綜合供應鏈及技術服務
4 . . . . .	分銷商D	204.0	2.3%	一家中國國有企業，主要從事糧油及飼料原材料的貿易和供應，以及提供綜合供應鏈服務
5 . . . . .	分銷商E	134.2	1.5%	一家主要從事網絡技術服務、進出口貿易及技術支援服務的中國私營公司
小計		<u>3,002.5</u>	<u>33.4%</u>	

## 業 務

截至2023年12月31日止年度

排名	分銷商	交易金額 (人民幣 百萬元)	來自分銷商 的收入佔 總收入的 百分比	背景
1.....	分銷商A	1,899.5	21.2%	一家台灣交易所上市公司，主要從事工業材料開發及供應
2.....	分銷商C	228.4	2.6%	一家中國私營公司，主要從事IT及數碼產品分銷，以及提供綜合供應鏈及技術服務
3.....	分銷商F	209.7	2.3%	一家中國私營公司，主要從事為IT基礎設施建設提供IT產品及服務，以及供應鏈服務
4.....	分銷商B	200.9	2.2%	一家中國私營公司，主要從事智能顯示產品的研發、製造及ODM生產，為一家中國上市跨國科技集團的成員公司
5.....	分銷商G	102.6	1.1%	一家中國私營公司，主要從事系統集成、網絡產品分銷及多媒體產品推廣
小計		<u>2,641.1</u>	<u>29.4%</u>	

## 業 務

截至2022年12月31日止年度

排名	分銷商	交易金額 (人民幣 百萬元)	來自分銷商 的收入佔 總收入的 百分比	背景資料
1.....	分銷商F	433.1	5.9%	主要從事為IT基礎建設提供IT產品與服務，以及供應鏈服務的中國私營公司
2.....	分銷商C	156.7	2.1%	一家中國私營公司，主要從事IT及數碼產品分銷，以及提供綜合供應鏈及技術服務
3.....	分銷商H	99.6	1.3%	一家中國私營公司，主要從事手機、智能週邊產品及智能顯示產品的分銷及零售
4.....	分銷商I	77.1	1.0%	一家主要從事數字白板銷售的日本私營公司
5.....	分銷商J	60.2	0.8%	一家中國私人公司，主要從事電子元件銷售
小計		<u>826.7</u>	<u>11.1%</u>	

## 業 務

### 經銷商的篩選及管理

我們基於多項因素篩選經銷商，包括資質認證、業務範圍、經營規模、相關行業經驗及客戶服務能力。

我們定期對經銷商的業績表現進行評估，並以此作為是否與其續簽協議的依據。具體而言，我們會定期審核所有經銷商的銷售表現，對於表現不佳的經銷商，我們將與其共同排查問題並尋求解決方案。若相關經銷商的銷售業績仍無改善，我們可能會考慮終止合作關係。為便於業績評估，我們還會定期核查經銷商的存貨水平。

在決定是否與經銷商續約時，我們會綜合考量以下因素：歷史銷售業績、付款記錄、對經銷協議的遵守情況以及市場推廣能力。

若經銷商違反關於銷售渠道及區域的規定，我們一般保留處以罰金及終止經銷協議的權利。

在定價方面，我們建議經銷商按照我們建議的價格進行銷售，有關價格會因應市場作出動態調整。在業績評估過程中，我們會將經銷商對定價政策的遵守情況納入考量。

部分經銷商可能發展次級經銷商，在此情況下其會與次級經銷商另行簽訂協議。我們一般不會與次級經銷商訂立協議或直接建立關係。因此，我們對次級經銷商並無控制權。

我們相信，由於我們已實施的措施，渠道填充的風險已被有效降低，該等措施包括(其中包括)：

- 我們一般會要求分銷商於交付產品前全額預付合約價格，根據此安排，我們相信分銷商會根據其實際銷售預測向我們下達訂單；
- 我們一般不允許銷售予分銷商的產品退貨，除非是由我們造成的品質問題；
- 我們的銷售團隊通常與我們的分銷商保持合作溝通，以瞭解彼等的銷售業績，並安排定期現場訪問；
- 我們亦通常會就分銷商的庫存水平與彼等密切溝通；



## 業 務

- 渠道限制 : 我們通常為各經銷商的線下銷售活動指定地理分銷區域。
- 銷售目標 : 我們要求我們企業服務的經銷商在經銷協議期限內達成若干銷售目標，並有權根據銷售表現審視結果撤回或取消若干市場資源及促銷政策。經銷商達致銷售目標為關鍵表現指標，並為銷售活動及回饋計劃的基準。
- 信貸條款 : 我們通常不會授予經銷商信貸期。我們通常要求經銷商在我們發貨前向我們全額付款。
- 發貨及交付 : 若需將所訂購的產品送往經銷商指定的地點，則由我們承擔相關運輸成本及風險。反之，若經銷商安排在我們指定的地點提貨，則由經銷商承擔該等成本及風險。
- 風險轉移 : 當經銷商或第一承運人向我們提貨後，相關風險即時轉移。
- 退貨 : 在通常情況下，我們於發貨後不會接受退貨，除非產品在保固期限內存在質量問題，與行業慣例一致。
- 最低採購量 : 我們通常不對經銷商施加最低採購量要求。
- 定價政策 : 我們就產品向經銷商提供的價格通常會在我們的價單中提供，價單會定期更新。我們建議經銷商按照我們的建議價格銷售產品。
- 終止 : 協議可經雙方同意或依據協議中訂明的其他方式終止。

## 業 務

下表載列經銷商總數及其在往績記錄期間的變動情況。

	2022年	2023年	2024年	截至 9月30日 止九個月 2025年
期初經銷商數量 .....	10,148	10,305	11,067	9,560
新經銷商數量 .....	4,915	5,094	3,805	3,046
被終止關係／ 不活躍經銷商數量 <sup>(1)</sup> ...	4,758	4,332	5,312	942
<b>期末經銷商數量 .....</b>	<b>10,305</b>	<b>11,067</b>	<b>9,560</b>	<b>11,664</b>

附註：

- (1) 被終止關係及不活躍經銷商指上一年度有錄得營業收入但當年或往後年度／期間並無錄得任何營業收入的經銷商。

往績記錄期間經銷商數量的波動，主要反映中國教育市場智能終端及應用銷售的動態變化。該等產品的終端用戶以K12學校為主，其採購決策受各自的預算分配及支出週期影響。鑒於我們產品的生命週期較長，許多經銷商在負責區域內的學校採購結束後數年轉為不活躍狀態。此外，我們積極發展能夠為我們產品取得學校項目採購訂單的新經銷商。

2024年，我們新簽的經銷商數量有所減少，乃因為我們與資金實力更雄厚、在當地教育市場擁有更強大銷售能力的大型經銷商合作。這一調整源於市場環境變化，包括我們觀察所得學校採購模式由單校採購到學區集中採購的轉變。

## 業 務

下表載列於所示日期，本公司按指定銷售地區劃分的分銷商數目。

	截至12月31日			截至
	2022年	2023年	2024年	9月30日
	2022年	2023年	2024年	2025年
中國				
東北地區.....	889	926	899	1,078
華東地區.....	1,910	2,331	2,084	2,660
華北地區.....	621	771	622	823
華中地區.....	1,882	1,938	1,792	2,108
華南地區.....	2,876	2,904	2,219	2,591
西南地區.....	1,194	1,243	1,183	1,520
西北地區.....	779	613	432	464
香港、澳門及 台灣.....	9	66	60	70
亞洲(中國除外).....	56	96	96	141
歐洲.....	36	78	71	86
美洲.....	38	69	67	82
澳洲.....	11	21	21	22
非洲.....	4	11	14	19
<b>總計.....</b>	<b>10,305</b>	<b>11,067</b>	<b>9,560</b>	<b>11,664</b>

### 主要客戶

於2022年、2023年、2024年及截至2025年9月30日止九個月，本公司對前五大客戶的銷售額分別為人民幣5,471.4百萬元、人民幣5,149.1百萬元、人民幣6,087.6百萬元及人民幣4,866.5百萬元，佔各年度／期間總銷售額的26.1%、25.5%、27.2%及26.9%。於2022年、2023年、2024年及截至2025年9月30日止九個月，對最大客戶的銷售額分別為人民幣2,875.9百萬元、人民幣2,772.2百萬元、人民幣3,346.9百萬元及人民幣1,973.2百萬元，佔各年度／期間總銷售額的13.7%、13.7%、14.9%及10.9%。根據董事所知，在往績記錄期間，本公司董事、其連絡人或任何主要股東（即董事所知持股超過5%的現有股東）均未在前五大客戶中擁有香港上市規則要求披露的權益。

## 業 務

### 供應鏈

#### 生產製造

在2024年於中國廣東設立自主智能製造基地前，我們完全依賴第三方合作工廠生產我們的產品。我們的設施具備若干戰略優勢：

- 該設施提供更完善的商業秘密保護，尤其是在新技術及新產品的實驗、測試及試產階段；
- 除滿足客戶訂單需求外，該設施更作為優化、測試及確立產品標準作業程序(SOP)的核心平台，隨後推廣至全球合作生產商，強化「本地原型開發、全球量產」模式，既能縮短產品上市週期，亦可確保全球產品質量一致性及營運可擴展性；
- 其支援開發自動化生產設備，並可部署於合作工廠以降低成本及提升生產效率。

儘管現已營運自主生產設施，我們的可變成本結構與純依賴第三方生產時相比並無重大變化，因主要原材料仍持續由我們向合作生產商供應。然而，自主生產設施的設立顯著提升了知識產權保護、研發能力及質量控制水平，同時創造降低合作工廠生產成本、提升效率的機會，從而改善我們的整體風險狀況及營運靈活性。

我們持續採用自有生產基地與第三方合作工廠相結合的混合製造模式進行交互智能平板的生產。於2024年及截至2025年9月30日止九個月，我們銷售的交互智能平板中，按收入計分別約有22.2%及44.0%產自自有工廠，其餘均由合作工廠生產。

我們未將全部生產轉移至自有工廠，主要因其仍處於產能爬坡階段，更重要的是，維持與第三方合作工廠的合作有助於增強供應鏈韌性並管理關稅風險。例如，我們越南合作工廠生產的交互智能平板在出口至美國時，目前享有普通關稅的豁免待遇。此外，印度合作工廠有力支持了我們當地市場的銷售，當地生產不僅降低了物流成本、縮短交貨週期，更使我們的生產計劃能與客戶訂單更緊密地結合，從而提升交貨時效與市場響應能力。未來，我們將持續基於運營效率、客戶需求、市場動態及全球貿易環境變化等因素，動態評估自有生產與外包生產的最佳平衡。

於往績記錄期間，我們並未遭遇任何重大的生產延誤。

## 業 務

### 製造基地

我們已在中國廣東省建成主要專注於交互智能平板的智能製造基地，並於2024年正式投產。該基地配備尖端實驗室、自動化生產車間、智能倉儲物流系統及數字化生產管理系統，可覆蓋客戶需求分析、產品研發、試產驗證、批量生產到全球交付的全生命周期。

該設施的設計年產能為863,000台交互智能平板。根據該設施實際投產時間計算，2024年其年產能為431,500台交互智能平板，由於我們正處於產能提升階段，利用率達66.3%。該利用率乃根據弗若斯特沙利文行業標準計算：將2024年實際交互智能平板產能除以按比例分配的431,500台產能(此產能乃將863,000台設計年產能按2024年實際營運時程比例折算得出)。採用相同計算方法，截至2025年9月30日止九個月期間，按370,122台比例分配產能計算的產能利用率為57.2%。

### 生產流程

我們主要根據客戶訂單及銷售計劃安排生產。

下圖顯示我們商用顯示設備及系統的生產流程：



- **材料準備**。關鍵原材料(如顯示面板)經嚴格採購與入廠檢驗，確保符合質量標準，隨後進行分類及預處理以備組裝。
- **模組組裝**。經預處理的組件經精密組裝形成顯示模組，該工序需嚴格管控粉塵及靜電干擾，確保產品穩定性。
- **成品組裝**。顯示模組與外殼結構件、電源模塊及接口組件完成設備總裝，並於組裝後執行初步功能檢測。
- **品質檢驗**。產品須經過包括視覺顯示測試、電性能檢測、接口驗證及外觀品檢在內的多重檢驗流程，確保產品質量符合標準。
- **產品交付**。成品均採用防震防撞包裝並配有標準標識，經安全封裝後交付客戶。

## 業 務

下圖顯示我們液晶顯示主控板卡的生產流程：



- **表面貼裝技術**。表面貼裝元件通過高速貼片機精準定位至印刷電路板，經回流焊接後形成可靠的電氣連接與機械固著。
- **自動插裝**。通孔元器件採用自動化插件設備進行裝配，確保定位一致性，顯著提升組裝效率，特別適用於大批量生產場景。
- **手動插裝**。需特殊處理的組件(如連接器、變壓器或熱敏元件)均由經培訓的技術人員手工插裝，確保準確定位及裝配精度。
- **品質檢驗**。產品須經過包括目視檢查、自動光學檢測及功能測試在內的多重檢驗流程，確保其性能與可靠性符合標準。
- **產品交付**。成品均採用防震防撞包裝並配有標準標識，經安全封裝後交付客戶。

### 合作生產夥伴

我們委託全球專業第三方合作工廠，按照自主設計方案及SOP進行生產，包括ODM模式產品。

合作工廠遴選標準包括：行業口碑、技術實力、品控水平、價格競爭力、供貨穩定性、交付時效及產能規模等維度。

在ODM模式下，除在自有智能製造基地生產產品外，我們亦會向合作工廠提供產品設計方案及核心物料，由其完成生產後，最終產品由客戶自主品牌銷售。

截至2025年9月30日，我們擁有超過35家非獨家合作工廠製造我們的產品，其中超過25家專注於智能控制部件，超過10家主攻智能終端及應用。截至2025年9月30日，除越南一家及印度一家生產合作夥伴外，所有生產合作夥伴均位於中國內地。我們近期已成功與墨西哥一家生產合作夥伴達成合作。

## 業 務

海內外市場均具備優質生產資源。以交互智能平板為例，可利用現有電視產綫快速轉化。依托核心專利、專有技術及成熟SOP體系，我們能與新合作方快速建立生產綫。

我們通常會與生產合作夥伴訂立為期超過三年的長期外包生產協議，除非按照其中條款提前終止。我們向生產合作夥伴提供LCD控制晶片及顯示面板等主要原材料，並向彼等支付製造費用。我們根據業務需要向生產合作夥伴下達加工訂單，並在每份訂單中訂明產品設計、技術規格、SOP及交付時間表。應付生產合作夥伴的費用根據產品數量及所涉及製造技術的複雜程度釐定。我們通常在生產合作夥伴完成製造服務後，於45至60天的信貸期內向彼等結清款項。

### 質量控制

我們始終將質量控制貫穿於運營的各個環節。從產品研發、元器件採購到銷售交付，我們嚴格把控產品及元器件的質量，確保其不僅符合嚴苛的企業內部標準，更達到國際與行業規範要求。

我們在自身及合作廠商的生產流程中設置了多層次質量檢測機制。以顯示產品為例，每台設備出廠前均需通過嚴格的白平衡校準與均勻性測試，從而提供行業領先的圖像表現。我們甄選具備專業資質的第三方合作工廠，通過其完善的質量保障體系為產品品質護航。

我們投入大量資源於產品品質控制。我們透過符合ISO9001等國際標準的全面品質管理系統確保營運品質。該系統涵蓋我們營運的幾乎所有方面，包括產品設計、研發、採購及生產，確保符合相關監管規定及我們嚴格的內部品質標準。我們的方法包括採用整合式產品開發及能力成熟度模型整合流程。我們透過內部審閱、專門稽核、根本原因分析及統計製程控制，確保產品在上市前符合所需標準。

此外，我們透過內部通訊、培訓課程及研討會提升僱員的品質意識。透過以業界最佳基準為目標，我們培養持續改進的文化，不斷推動流程優化。

在往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們從未因生產質量問題受到行政處罰，也未發生重大產品質量糾紛。

## 業 務

### 供應商

我們的供應商主要包括液晶顯示控制芯片及顯示面板製造商，以及我們的生產合作夥伴。

### 主要供應商

於2022年、2023年、2024年及截至2025年9月30日止九個月，我們向前五大供應商的採購金額分別為人民幣3,501.8百萬元、人民幣3,560.2百萬元、人民幣3,241.4百萬元及人民幣2,869.7百萬元，分別佔各年度／期間總採購額的26.6%、25.7%、20.1%及19.3%。於2022年、2023年、2024年及截至2025年9月30日止九個月，我們向最大供應商的採購金額分別為人民幣1,039.1百萬元、人民幣1,092.0百萬元、人民幣1,022.3百萬元及人民幣905.3百萬元，分別佔各年度、總採購額的7.9%、7.9%、6.3%及6.1%。

根據董事所知，在往績記錄期間內，本公司董事、其連絡人或任何主要股東（即董事所知持股超過5%的股東）均未在前五大供應商中擁有香港上市規則要求披露的權益。

### 與供應商的安排

我們通常與供應商訂立框架協議，實際價格及數量於個別採購訂單內列明。該等協議的條款因特定產品或解決方案以及我們與各供應商協商的結果而異，但該等協議通常包含以下條款：

- 下達訂單                   ： 採購訂單將單獨提交，當中載有產品名稱、數量、單價、總購買金額、交付日期及地點，以及付款條款及條件。我們的供應商通常不對我們施加最低採購量要求。
- 訂單預測                   ： 我們可向供應商提供並無約束力的訂單預測供其參考。
- 交付                         ： 供應商通常負責將所訂購的產品運送至我們指定的地點。
- 信貸條款及付款方式       ： 信貸條款及付款方式應符合採購訂單。我們通常獲得30至60天的信貸期。

## 業 務

- 退貨：我們自行進行產品檢驗。倘供應商提供的產品未能通過我們的檢驗，產品可予退回，相關費用由供應商承擔。於往績記錄期間及截至最後實際可行日期，供應商與我們之間並無就產品退貨或退款有重大申索。
- 期限：我們通常會與供應商訂立長期協議，除非按照其中條款提前終止。

### 客戶與供應商重疊情況

於2023年、2024年以及截至2025年9月30日止九個月，我們五大供應商中分別有兩家、兩家及兩家於同年亦為我們的客戶。2022年，我們五大供應商中無任何公司同為我們當年的客戶。於2023年、2024年以及截至2025年9月30日止九個月，我們於該等年度向彼等採購的金額分別為人民幣1,926.6百萬元、人民幣1,830.2百萬元及人民幣1,304.8百萬元，分別佔同年／期總採購額的13.9%、11.3%及8.8%；而於2023年、2024年以及截至2025年9月30日止九個月來自彼等的營業收入分別為人民幣962.7百萬元、人民幣1,411.5百萬元及人民幣1,510.3百萬元，分別佔同年／期總營業收入的4.8%、6.3%及8.4%。

於2022年、2023年、2024年以及截至2025年9月30日止九個月，我們五大客戶中分別有三家、三家、四家及四家於同年亦為本公司供應商。我們於2022年、2023年、2024年以及截至2025年9月30日止九個月來自彼等的營業收入分別為人民幣2,118.5百萬元、人民幣1,992.8百萬元、人民幣2,740.7百萬元及人民幣2,893.3百萬元，分別佔同年／期總營業收入的10.5%、9.9%、12.2%及16.0%；而於2022年、2023年、2024年以及截至2025年9月30日止九個月向彼等採購的金額分別為人民幣46.2百萬元、人民幣1,132.2百萬元、人民幣1,348.7百萬元及人民幣1,665.5百萬元，分別佔同年／期總採購額的0.4%、8.2%、8.3%及11.2%。

與上述實體進行的相關交易均按公平原則磋商。

我們主要從事向電子行業品牌公司銷售液晶顯示主控板卡等控制部件。同時，我們會採購顯示面板等元件，並與生產夥伴合作製造智能終端及應用，再銷售予同行業公司。基於此業務模式，往績記錄期間我們的客戶與供應商存在重疊情況。具體而言，往績記錄期間我們主要向若干主要供應商採購顯示面板，其中部分供應商亦會向我們採購液晶顯示主控板卡；反之，我們亦會向部分主要客戶銷售液晶顯示主控板卡，同時向彼等採購顯示面板。

## 業 務

顯示面板為我們商用顯示產品(例如交互智能平板)的關鍵部件。由於我們並不生產顯示面板，故需向第三方製造商採購，其中包括部分同時向廣泛市場供應顯示面板的電視製造商。同時，液晶顯示主控板卡乃液晶顯示產品的上游部件。儘管此類主板至關重要，但並非所有顯示面板製造商均會自行生產液晶顯示主控板卡。因此，我們部分顯示面板供應商(例如生產電視或其他顯示產品的廠商)或會向我們採購液晶顯示主控板卡，以整合至其終端產品中。

我們所採購的顯示面板並不包含液晶顯示主控板卡作為面板組成部分。主控板卡屬獨立部件，將於最終顯示產品組裝過程中進行整合。

### 集團內部交易

在我們的日常業務過程中，我們於不同司法管轄區的實體之間進行若干集團內部交易。於往績記錄期間，我們的集團內部交易主要包括以下各項：

- **由國內實體向海外貿易實體銷售成品。**視源香港及Shiyuan (SG) Pte. Ltd.作為本集團的海外貿易平台，向包括視睿電子、視源創新及廣州視琨在內負責生產的國內實體採購成品，繼而轉售予海外客戶。
- **由視源香港向其他實體銷售原材料。**視源香港亦向第三方供應商採購原材料，並向若干國內及海外實體(包括負責生產的廣州視琨、Dream Future Ltd.及Shiyuan India Private Limited)轉售該等原材料。
- **國內實體之間的原材料及成品買賣。**若干國內製造實體按其職能劃分進行原材料及成品買賣。例如，廣州視琨及視源創新向視睿電子採購原材料，繼而將成品回售予視睿電子。

經合組織作為跨境合作的國際組織，頒佈了跨國企業與稅務機關轉讓定價指南(「經合組織轉讓定價指南」)，該指南在全球範圍內獲得進行關聯方交易的相關稅務管轄區普遍遵循。根據經合組織轉讓定價指南，我們的集團內部交易應按照公平交易原則定價。

我們已聘請獨立轉讓定價顧問安永(中國)企業諮詢有限公司，我們的集團內部交易中涉及原材料及成品提供的相關交易，進行分析。

## 業 務

於往績記錄期間，我們並未因該等集團內部交易而受到當地稅務機關的任何處罰、調查、問詢或轉讓定價審計。根據獨立轉讓定價顧問所提供的評估，董事認為，上述集團內部交易符合公平交易原則，且我們於往績記錄期間一直遵守相關轉讓定價法律法規。

董事確認，為確保持續遵守適用之轉讓定價法律法規，我們擬採取以下措施：

- 定期審閱及監控轉讓定價安排，並持續聘請獨立轉讓定價顧問對相關轉讓定價措施進行審查，以確保我們的轉讓定價安排符合公平交易原則；
- 為負責相關交易的團隊提供培訓，使其瞭解不同司法管轄區的轉讓定價法律法規；及
- 持續監控各附屬公司的盈利能力，並適時調整定價安排。

### 採購與存貨管理

我們的存貨主要包括原材料(如液晶顯示控制芯片、顯示面板等)、產成品及委託加工所需的零部件和材料。

作為液晶顯示主控板卡及交互智能平板領域的全球領導者，我們憑藉顯著的市場份額優勢，在原材料採購方面形成了顯著的規模效應，有效降低了採購成本。同時，這一規模優勢促使我們與上游頭部芯片製造商及主要液晶面板供應商建立了緊密合作關係，始終保持對供應鏈技術發展的前瞻把握，持續推動產品創新，進而加速存貨周轉。

為維持我們的競爭地位並使產品符合不斷轉變的市場需求，我們已採取多項措施優化存貨水平，如改善存貨管理流程。我們已建立內部提交與審批程序，以簡化物流並標準化產品採購訂單。我們使用企業資源規劃軟件追蹤存貨水平，確保原材料與成品的存量處於合適水平，並即時監察物品入庫及出庫的情況。

## 業 務

### 物 流

我們負責將產品運送至客戶指定地點。在選擇物流服務商時，我們主要考量其專業資質、報價水平、行業聲譽、運輸效率、運力規模及歷史服務記錄。所有合作物流商均須持有交通運輸經營許可證等法定資質文件。我們通常與物流公司簽訂一年期合作協議，並實行年度服務評估。針對系統產品運輸過程中可能出現的交通事故或交付延誤等風險，我們已投保相關物流保險。

於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，未發生對經營活動產生重大影響的交付延誤事件。

### 質保與售後服務

根據我們與客戶訂立的合約所載，視乎產品種類，我們提供一年至五年不等的質保期。質保期通常自產品發貨當日起計算。我們的質保條款通常僅限於產品或服務的缺陷或故障，或未達到所訂明或與客戶協定的品質標準。倘產品在質保期內發生故障，我們將安排免費維修或更換產品。於質保期屆滿後，我們仍會在收取合理費用下提供維修與保養服務。

我們建立了標準化的客戶服務流程，通過多渠道收集並記錄客戶反饋與投訴，確保及時響應以實現客戶滿意度。

對於存在質量缺陷的產品，我們接受退貨處理。相關退換貨政策嚴格遵循《產品質量法》《消費者權益保護法》等法律法規要求。於往績記錄期間未發生對經營及財務狀況產生重大影響的退貨請求。於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們亦未出現導致商譽損害、經營受阻或財務惡化的產品召回事件。

### 知 識 產 權

截至2025年9月30日，我們的研發工作已取得近10,000項專利、超過4,000項註冊商標及946項軟件著作權。請參見「附錄四—法定及一般資料—有關業務的更多資料—知識產權」。

## 業 務

我們依靠所在司法管轄區的知識產權保護法和合同安排(包括保密條款)來確立和保護我們的專有技術、訣竅和其他知識產權。我們的法律部門主要負責保護我們的知識產權。我們積極主動地管理和擴展我們的知識產權組合，並利用保密和不競爭條款來保護我們的知識產權和商業秘密。儘管我們已作出努力，但仍可能面臨涉嫌侵犯第三方知識產權或第三方侵犯我們知識產權的風險。請參閱「風險因素—作為一家科技公司，我們保護知識產權的能力對於我們的研發努力、可持續發展及持續取得成功至關重要。」。

在往績往績記錄期間，我們的知識產權未受到任何重大侵犯。在往績記錄期間，本集團或本集團任何知識產權概沒有涉及，或據董事所知預期將會涉及與侵犯任何知識產權有關的任何重大糾紛或訴訟。

### 環境、社會及管治事宜

環境、社會及管治(「ESG」)的考量是我們業務戰略的重要組成部分。我們致力於打造持久的品牌，我們相信，我們的長期成功取決於我們對環境和社會產生積極影響的能力。我們已制定各種ESG計劃，以全面改善公司治理，造福社會。

### ESG 治理

我們建立了層級分明、全面的ESG管理框架，包括董事會、戰略與ESG委員會、ESG管理委員會以及負責實施ESG政策的ESG工作組，具備扎實的ESG治理能力，並擁有多年管理ESG相關事務的實務經驗。

董事會和戰略與ESG委員會主要負責制定ESG發展方向、戰略和目標，審查和批准ESG管理框架、ESG報告以及與ESG相關的重大事項。ESG管理委員會主要負責研究、分析和評估ESG相關事項，向董事會提出ESG建議，指導ESG工作的日常實施和ESG報告的編製。ESG工作小組主要負責：(i)制定公司ESG戰略、目標、計劃及相關政策，並提交戰略與ESG委員會審核；(ii)收集公司ESG工作進展及相關ESG風險信息，並向戰略與ESG委員會彙報；及(iii)協調公司各業務職能部門制定ESG管理指標和詳細的ESG措施，並跟踪指標和措施的執行進度等。

## 業 務

2024年，我們的全球品牌MAXHUB成為聯合國全球契約組織(「UNGC」)的成員，並承諾支持其涵蓋人權、勞工、環境和反腐敗四個關鍵領域的十項原則。通過採取行動履行承諾，更好地推動可持續發展目標的進展，我們不斷提高信息透明度，並向更廣泛的利益相關者傳達可持續發展的價值觀和原則。

我們分別從短期(定義為未來1年內)、中期(1至3年)及長期(3年以上)三個時間維度評估ESG風險的重要性。在評估過程中，我們綜合考量定性與定量因素，包括各風險的發生可能性與潛在影響、法規要求演變、持份者期望及行業最佳實踐。我們採用可量化的指標，例如溫室氣體排放強度、單位產值能耗與水耗、職場安全事故率，以及符合我們ESG標準的供應商比例。該等指標均經定期審閱，以衡量我們的表現並確定風險管理優先次序。

重大ESG風險的影響會結合我們的業務運營、長期戰略及財務規劃進行評估，重點關注合規成本、供應鏈連續性、品牌聲譽及融資渠道等領域。為緩解該等風險，我們已實施多項措施，包括投資節能技術、加強供應商ESG盡職調查、完善健康與安全計劃，以及制定健全的環境事件應急計劃。我們致力於持續完善ESG風險管理框架，確保在業務發展過程中能主動識別並應對新出現的風險。

### 重大ESG議題

重大ESG議題是我們可持續發展管理的關鍵焦點。我們遵循利益相關者參與原則，通過諮詢內部和外部利益相關者，定期進行重要性評估，以確定我們的重大主題矩陣。

我們積極識別並監控對我們的業務、策略和財務表現造成影響的實際和潛在ESG相關風險。我們將該等風險整合至我們的可持續發展策略中，以符合利益相關者的期望及可持續發展趨勢。我們也可能會聘請獨立的外部顧問來評估ESG相關風險，並審查我們現有的策略、目標及內部控制措施。之後，我們會實施必要的改善措施，以降低或轉移任何已識別的ESG相關風險。

我們已制定重要性評估機制，其中包括以下組成部分：

- **識別潛在的重大ESG問題。**我們根據適用機構的ESG指引，不斷更新我們自身的ESG問題管理。我們的管理團隊會參考該等指引及標準來識別重大ESG問題。

## 業 務

- **邀請利益相關者參與問卷調查。**我們聘請第三方顧問公司協助我們的問卷調查，以識別特定的ESG議題，並判斷該等ESG議題的重要性。
- **分析問卷並排定潛在重大問題的優先順序。**我們利用問卷調查結果，通過評估ESG議題對利益相關者和我們可持續發展的影響，找出重大的ESG議題，然後將該等ESG議題整合到我們的策略和發展計劃中。
- **審查及確定重大問題並進行披露。**我們與第三方顧問公司及主要利益相關者討論重大ESG議題。我們亦根據特定的ESG議題，與公司內部相關部門進行訪談。根據與利益相關者及公司內部部門的討論與訪談，我們確定重大ESG議題，並據此進行披露。

此流程有助於確保以徹底、系統化的方式評估我們業務中的ESG重要性。透過邀請所有利益相關者積極參與，我們得以建立渠道，讓彼等的疑慮可以被聽到並獲得解決。我們希望未來能藉此更全面了解利益相關者的期望與建議，並洞察該等期望與建議如何反映在管理決策中，為我們長期ESG策略的發展提供基礎，也為未來資源的有效配置提供參考。

### 識別ESG風險

我們採用下列方法和策略來評估優先順序和管理重大的ESG相關議題，特別是短期、中期和長期的ESG相關風險，以及該等風險對我們的業務、策略和財務規劃的潛在影響。

#### 識別—行業基準

- 我們參考摩根士丹利資本國際公司(「MSCI」)標準，以及國內外領先業界的基準，識別重要議題。
- 每個ESG領域的重要性乃透過與我們的管理層進行內部討論，根據每個ESG領域對我們的重要性決定。

#### 優先順序—利益相關者參與

- 我們與主要利益相關者討論已確定的關鍵ESG領域，以確保(i)涵蓋所有關鍵方面；及(ii)按重要性順序排列重大議題。

## 業 務

### 驗證－確定重要議題

- 根據與主要利益相關者的討論及管理層的內部討論，我們的管理層確保所有對我們的業務發展重要的所有關鍵及重大ESG領域均已報告，並符合相關環保法律法規。

### 環境

#### 氣候變化相關風險

我們已將氣候變化和碳排放作為可持續發展議程的核心戰略重點。氣候變化可能導致天氣模式轉變，增加極端天氣狀況發生的頻率，進而擾亂供應鏈、延遲生產及交貨時間表，最終影響我們提供予終端客戶的產品及解決方案的製造、付運及維護。我們已在可持續發展管理系統的基礎上建立了氣候治理框架。董事會是我們氣候治理框架的最高機構。

此外，公司參照相關要求，定期開展溫室氣體盤查，並對2024年溫室氣體排放開展獨立核查，夯實碳排放數據基礎。我們亦意識到，我們經營所在的許多地區市場已承諾在2050年或其他類似時限之前實現碳中和或淨零排放。從中長期來看，各國政府可能會修改現有或制定新的環境或氣候相關法律法規，以強化氣候相關要求，這可能會影響我們產品及解決方案的製造成本、運輸物流及交貨時程，並最終影響我們的業務、營運及財務狀況。因此，我們在營運地區市場制定及執行業務策略時，已主動將氣候相關議題納入考量，以適應不斷演變的氣候相關法規環境。

我們的董事會將負責制定和批准管理氣候相關問題的政策和機制，並確保資源充足，而我們的ESG委員會將負責以有效的方式實際執行該等政策及機制。於[編纂]後，我們將隨時掌握我們營運所在地區市場氣候相關法律法規的最新發展。我們將主動評估及管理與氣候相關的風險，通過實施政策來識別及緩解潛在影響。此外，我們將運用我們的商業模式及營運方式，降低我們提供予使用者的產品及解決方案的碳足跡，同時亦識別改善機會。

## 業 務

未來，我們將持續計量並透明披露公司運營過程中產生的碳排放，進一步提升碳排放管理的有效性，並結合公司運營特點和發展戰略，逐步制定合理、可實現的量化碳排放目標，支持公司低碳可持續發展。

### 能源管理

我們開展節能提效、實施可再生能源應用等舉措積極推進能源管理。

為了加大工作力度，我們已建立資源與能源管理規範等內部制度，成立由總經理領導的節能領導小組，協調全公司的節能舉措。這些措施目的在於規範能源管理實踐，培育綠色辦公文化，推動低碳環保。我們不斷探索通過先進技術及管理手段提升能效的途徑。通過積極實施峰谷分時電價儲能策略，我們2024年累計實現儲能超410,000千瓦時。我們的多家附屬公司也都獲得ISO 50001能源管理系統認證。

此外，我們致力於通過光伏系統利用太陽能來推進清潔能源的使用。這一舉措有助於減少我們對傳統能源的依賴，並支持正在進行的能源轉型。截至2024年，我們的光伏發電系統已在廣州第五工業區、西安工業區和合肥工業區成功實施，2024年總發電量達679,300千瓦時，在優化能源結構方面取得了顯著進展。

### 水資源管理

為提升水資源利用效率，我們已實施多項節水措施，並積極開發利用非常規水源。例如，通過建設雨水收集系統，將處理後的雨水用於景觀綠化灌溉，既降低對傳統水源的依賴，又實現供水來源的多元化。

此外，我們積極推廣節水技術及設備(如節水器具、智能灌溉系統等)，持續優化水資源利用效能。

## 業 務

### 廢棄物管理

#### 固體廢物

對於一般固體廢物，我們會分類處理，並委託合格第三方回收機構妥善回收處置。對於工業危險廢物，我們嚴格遵守相關規定，定期在廣東省固體廢物管理信息平台上報廢物轉移情況，並委託經認證的第三方機構確保危險廢物得到合規處置。

#### 廢水

我們產生的廢水主要包括生活污水和少量工業廢水。生活污水經化糞池預處理達標後統一排入市政污水管網。工業廢水則委託經認證的危險廢物處置單位進行規範處理，確保廢水管理全過程安全合規。

#### 廢氣

我們嚴格遵守廢氣管理規定控制排放。通過嚴格的處理流程，確保廢氣經處理設備淨化後達標排放，有效防止空氣污染。2024年，我們的第五工業園智能製造工廠新增RCO廢氣處理設施，在較低溫度下高效分解有機廢氣中的有害物質，使有機廢氣處理能力提升至每小時95,000立方米。

## 業 務

### 指標與目標

我們持續監控以下指標，以評估及管理與業務及生產活動相關的環境及氣候風險：

	截至12月31日止年度			截至 9月30日 止九個月
	2022年	2023年	2024年	2025年
	<b>溫室氣體排放</b>			
範圍1 <sup>(1)</sup>				
(噸二氧化碳當量) . . . .	208.1	1,835.3	2,209.6	1,323.0
範圍2 <sup>(2)</sup>				
(噸二氧化碳當量) . . . .	15,936.1	20,794.9	38,220.0	28,700.8
範圍3 <sup>(3)</sup>				
(噸二氧化碳當量) . . . .	不適用	不適用	69,540.2	38,526.6
<b>用電量</b>				
總用電量(兆瓦時) . . . . .	27,248.8	36,463.1	70,359.3	53,787.0
<b>用水量</b>				
總用水量(千噸). . . . .	407.9	396.3	448.4	320.0
<b>固體廢料</b>				
有毒廢料(噸). . . . .	0.2	70.1	17.7	117.6
無毒廢料(噸). . . . .	260.1	1,523.7	1,795.7	2,093.0
固體廢料總量(噸) . . . . .	260.3	1,593.8	1,813.4	2,210.6

**附註：**

- (1) 溫室氣體排放(範圍1)計算來自組織邊界內直接排放源的排放量，包括固定燃燒、移動燃燒及逸散性排放。2023年至2024年排放量增加的主要原因是相關數據的統計範圍已擴大至包括散逸性排放，反映了本公司持續努力與全球氣候戰略保持一致，並提高其排放核算的全面性。
- (2) 溫室氣體排放(範圍2)計算來自我們業務耗用的外購電力的排放量。2023年至2024年排放量增加的主要原因是我們自有的智能製造設施於2024年投入營運。
- (3) 我們於2024年開始系統性地記錄及評估溫室氣體排放(範圍3)。根據重要性評估標準，並綜合考慮行業特性、業務關係、數據可獲性及披露成本等因素，我們選取了部分範圍3類別進行核算及披露。

## 業 務

我們將持續完善環境管理表現，為制定明確的環境目標做好充分準備。我們目前已實施包括溫室氣體排放、用電量、用水量及固體廢料等重要績效指標。

根據過往年度表現，我們日後將制定更符合我們實際發展情況及適用行業標準的環境目標。我們預期於2030年達成以下目標：(i) 15%的電力來自綠色能源；(ii) 相較於2024年水平，每人民幣10,000元收入的水資源消耗強度降低5%；(iii) 營運碳排放達到峰值。此外，我們目標於2050年實現營運碳中和，並承諾達成一般廢棄物零填埋目標，同時確保危險廢棄物管理全面合規。

### 社會責任

#### 供應鏈管理

我們高度重視供應鏈管理，致力於建立負責任、可持續的綠色供應鏈。截至2025年9月30日，我們的供應鏈保持穩健，有超過1,800家供應商，其中大部分位於中國內地。我們已建立完善的供應鏈管理體系，持續完善供應商績效評估管理標準和供應商行為準則等一系列內部供應商管理制度。與此同時，我們利用SRM系統，實現供應商管理的一體化、規範化、精細化。此外，我們持續強化可持續供應鏈管理能力，將可持續發展要素納入供應鏈管理體系，使我們能夠及時識別、評估及管理供應鏈中的環境及社會風險。舉例而言，我們在供應商績效評估中引入ESG相關指標(包括但不限於對環境友好、正直、勞工權利、社會責任指標)作為額外評分因素。對於表現欠佳的供應商，我們會發出不合規整改方案並監督糾正措施。例如，於2024年，我們對超過330間供應商進行實地評估。其中，20間供應商獲認定為ESG表現相對較差，我們要求並監督各間供應商實施訂明的糾正措施及整改計劃。

*准入評估。*在供應商准入評估過程中，我們對供應商的資質進行全面審核，涵蓋資質認證、運營風險、安全要求等必要評估項目，以及行業聲譽、上游資源、產能規模等參考評估因素。

## 業 務

**合規承諾。**我們要求供應商嚴格遵守環境要求，確保其獲得、維持和續簽所有法定的環境許可、批文、執照和註冊。供應商必須承諾謹慎使用自然資源，包括水、化石燃料、礦產和森林木材。我們要求供應商嚴格遵守適用的法律法規以及我們的內部有害物質管理準則。嚴禁使用或排放我們指引中明確列出的任何禁用物質。此外，嚴禁使用衝突礦物，且我們已依照負責任商業聯盟(Responsible Business Alliance,「負責任商業聯盟」)準則全面實施衝突礦物管理。我們通過定期審核及供應商評估檢視相關工作，確保符合可持續發展目標。此外，我們與供應商簽署誠信協議，並舉辦供應商會議，以推廣反腐敗舉措，強調我們堅決反對一切形式的商業賄賂、欺詐和不正当競爭行為。

**定期評估。**我們已實施結構化的供應商績效評估機制，定期從質量、成本、交付、服務、技術能力等多個層面對供應商進行評估。這有助於我們識別潛在風險，推動持續改進，確保供應鏈的安全穩定。對於被評為高風險的直接供應商和所有原材料供應商，我們會進行涵蓋多個關鍵領域的現場評估，包括但不限於環境管理體系、有害物質管控、產品質量安全以及職業健康安全。

### 職業健康、安全與護理

我們高度重視員工的職業健康安全，持續完善安全管理體系，提升安全管理能力，為員工營造安全的工作環境。公司依法為員工繳納工傷保險，並額外購買僱主責任險、公共責任險等商業保險，保障員工的職業健康和生命安全。為有效降低和消除職業健康安全風險，我們定期開展安全隱患排查評估。我們積極推進安全管理數字化轉型，建立隱患整改制度、事故報告制度、智能消防系統等一系列數字化管理系統。

### 員工多元化與平等

我們秉持公平公正的用人理念，在持續優化人才結構的同時，堅決反對基於性別、種族、宗教信仰、年齡、國籍或健康狀況的任何形式的歧視。我們致力於營造包容、多元、和諧的工作環境，建立包容及多元文化，為每位員工提供平等的就業與晉升機會。

## 業 務

下表列出截至所示日期按性別劃分的全職員工人數。

	截至12月31日			截至
	2022年	2023年	2024年	9月30日
女性.....	1,769	1,938	1,898	1,899
男性.....	4,424	4,842	4,795	4,870

### 職業發展

我們致力於投資培訓和職業發展項目，建立了涵蓋管理、合規、研發、市場營銷、質量控制和信息安全等各領域的全面培訓體系，確保人才的全面發展。我們已建立數字化學習平台，提供超過8,000門標準化課程。2024年，我們已開展超過8,000場培訓，並確保全員參與率達到100%。

此外，我們已建立一套全面、規範、科學、嚴謹的員工考核體系。我們為管理人員和專業員工提供清晰的職業發展路徑，確保所有崗位擁有平等的發展機會。為了更好地支持員工的職業發展，我們根據個人發展規劃進行內部調動，使其能夠在感興趣的領域大展所長。

### 社區關係管理

我們致力於通過多種舉措推動鄉村振興和社區公益。我們已啟動「希沃公益行」計劃，截至2024年底已累計投入人民幣62.27百萬元，覆蓋全國31個省、市、自治區，惠及超過57,000名教師和660,000名學生。我們的志願服務隊已舉辦各式各樣的活動，包括植樹造林、關愛老人、獻血等。2024年，共有1,824名員工參與志願服務，服務時長超過11,000小時。

### 公司治理

#### 反腐敗和反賄賂

我們嚴格遵守《中華人民共和國公司法》、《中華人民共和國反不正當競爭法》及其他相關法律法規。我們已建立並實施誠信制度、員工利益衝突管理制度和商業道德準則等內部制度。我們定期要求全體員工和供應商進行利益衝突申報，全

## 業 務

面規範所有利益相關方的業務行為。為持續提升反腐敗體系的有效性，我們已成立紀檢監督團隊，負責監督和評估反腐敗措施的執行情況。該團隊定期向董事會彙報相關工作的成效，確保商業道德管理的有效執行。

我們積極營造工作環境的誠信文化。每年，我們都會為全體員工開展反腐敗培訓和誠信文化意識教育活動，強調嚴禁任何形式的受賄及其他基本道德標準。這些舉措旨在引導員工增強自律意識，堅守誠信原則。

### 數據隱私和網絡安全

近年來，對全球範圍內的公司而言，數據隱私和網絡安全已成為重要的治理優先事項。特別是，中國的立法和政府部門經常出台新的網絡安全、數據安全和隱私法律法規。因此，我們在收集、處理和傳輸各類數據方面的做法可能會受到更嚴格的行政審查。請參見「風險因素—與我們業務運營相關的風險—我們的營運依賴IT系統及網絡，IT系統故障、網絡中斷或網絡安全漏洞均可能會對我們的業務造成影響。」。

我們收集並存儲在業務運營過程中產生的或與之相關的業務數據、管理數據和交易數據，包括與我們的業務以及與我們的客戶、供應商和其他相關方的交易有關的數據。

我們的法律和信息技術部門負責制定和實施與網絡安全和數據安全有關的政策和程序。

我們已建立一套全面的數據合規系統，包括組織結構和內部政策。我們的平台和流程確保我們擁有一套全面的規程，涵蓋數據泄露的預防、數據事故發生時的即時行動和響應以及事故後的評估和分析。我們的數據安全政策已通過ISO27001認證。此外，我們每年都會進行數據泄露事故模擬測試，以檢驗我們的數據保護機制，並為員工提供各種數據安全培訓(包括入職培訓)，以確保員工充分瞭解我們的數據安全政策以及他們在數據保護方面的責任。我們要求員工在通過我們的數據安全測試之後才開始為我們工作。

在往績記錄期間，我們在所有重要方面均遵守了與網絡安全和數據保護相關的適用法律和法規。

## 業 務

### 信息技術

我們的信息技術系統對我們的業務運營至關重要。我們已開發或採用涵蓋我們運營的所有重要方面的各種信息技術系統，包括銷售、供應鏈管理、存貨管理、生產和質量控制等。我們的信息技術部門負責開發和維護信息技術系統，以支持我們的業務運營和增長。

我們的關鍵信息技術系統如下所示：

- 我們的客戶關係管理系統管理客戶信息和銷售流程。它有助於跟踪潛在客戶和銷售機會，從而提高效率，減少人為錯誤，提高客戶滿意度。
- 我們的企業資源規劃系統提供一個統一的平台，實現跨部門協作，並提高整體運營效率。它提供實時業務數據，幫助管理層作出決策。
- 我們的供應商關係管理系統通過預測需求、管理存貨、降低成本和提高供應鏈的靈活性來優化供應鏈流程。它有助於確保原材料和產品的及時供應。
- 我們的質量管理系統監測和控制產品質量，確保符合我們的標準和行業標準。通過進行質量檢驗和分析，可以及早發現和解決質量問題，最大限度減少產品缺陷。

### 競爭

我們在競爭激烈的市場中運營，與智能終端及應用及智能控制部件提供商展開競爭。我們保持和擴大市場份額的能力取決於我們能否有效地與競爭對手競爭。競爭格局由多種因素決定，包括我們客戶及其各自行業的增長、技術進步、新技術的出現、監管變化和總體經濟狀況。新的市場參與者可能會出現，推出創新或具有性價比的產品，對現有參與者構成挑戰。如果我們無法跟上這些進步的步伐，或無法在質量或成本方面實現產品差異化，我們面臨被競爭對手搶佔市場份額的風險。有關我們競爭格局的詳細信息，請參見「行業概覽」。

## 業 務

### 保 險

我們投保了產品責任險。此外，我們還購買了一些與財產有關的保險，涵蓋我們的設施、機械、設備、存貨和其他資產。我們會不時審查我們的保單，以評估保險的充分性和廣泛性。我們相信，我們現有的保險範圍足以滿足我們的業務運營需要，並且符合我們運營所在國家的行業標準。然而，我們可能會面臨超出保險範圍的索賠和責任。請參見「風險因素－與我們業務運營有關的風險－我們的保險範圍可能無法覆蓋與我們營運風險相關的所有損失。」。

在往績記錄期間，我們並無提出任何對我們業務或財務狀況有重大影響的保險索賠，也不是此類索賠的對象。

### 物 業

截至2025年9月30日，我們在中國及海外通過自有物業和逾50項租賃物業經營業務，總建築面積超過360,000平方米。我們的物業主要用作辦公、研發及營運。

截至2025年9月30日，我們沒有賬面金額佔總資產15%或以上的單一物業，因此，根據香港上市規則第5.01A條，我們無需在本文件中包含任何估值報告。根據公司條例(豁免公司及招股章程遵從條文)公告第6(2)條，本文件獲得豁免，而無須遵從公司(清盤及雜項條文)條例第342(1)(b)條有關公司(清盤及雜項條文)條例附表3第34(2)段的規定。

## 業 務

### 員工

截至2025年9月30日，我們有6,769名全職員工，其中超過90%的員工位於中國。下表列出截至2025年9月30日按職能劃分的全職員工明細。

職能	截至2025年9月30日	
	人數	%
技術 <sup>(1)</sup> .....	4,113	60.8
銷售和營銷.....	1,234	18.2
行政.....	648	9.6
供應鏈.....	388	5.7
財務.....	160	2.4
生產.....	226	3.3
<b>總計 .....</b>	<b>6,769</b>	<b>100.0</b>

附註：

(1) 包括我們的研發人員及其他部門負責技術職能的僱員。

我們為員工提供若干福利，包括社會保險和退休福利。我們與員工簽訂個人勞動合同，涉及工資、員工福利、保密和解僱理由等事項。我們根據員工的工作崗位、技術技能、工作表現和競爭情況確定員工的薪酬。我們擁有各種員工培訓計劃，旨在提高員工的技術技能和創新能力。

我們相信，我們與員工保持著良好勞動關係。在往績記錄期間，我們沒有遇到任何罷工、停工、勞資糾紛或對我們的業務和運營造成重大不利影響的行動。

### 社會保險及住房公積金

於往績記錄期間，我們並無按照中國相關法律法規為部分員工全額繳納社會保險及住房公積金。此外，於往績記錄期間，我們委託第三方人力資源機構為少數僱員繳納社會保險及住房公積金。

## 業 務

據我們的中國法律顧問告知，對於社會保險的不足部分，我們可能承擔以下法律後果：(i)在規定期限內補足不足部分，並按日支付逾期繳納金額0.05%的逾期繳納金；及(ii)如未在規定期限內繳納，則按逾期繳納金額的一至三倍處以罰款。對於住房公積金的不足部分，我們可能承擔以下法律後果：(i)在規定期限內補足不足部分，(ii)如未在該期限內繳納，可向法院申請強制執行。

若第三方人力資源機構未能全額及／或及時為相關員工繳納社會保險或住房公積金，或該等安排的有效性受到相關機關的質疑，我們可能會受到相關機關施加的額外供款、滯納金及／或處罰。我們亦可能因該等安排與相關僱員發生潛在勞資糾紛。

截至最後實際可行日期，(i)據我們所知，並根據本公司及中國附屬公司當地主管政府機關出具的書面確認函，相關監管機構未就我們的社會保險及住房公積金繳納情況採取任何行政處罰；(ii)根據於2018年9月21日發佈的《人力資源社會保障部辦公廳關於貫徹落實國務院常務會議精神切實做好穩定社保費徵收工作的緊急通知》，禁止相關部門組織集中追繳企業歷史欠繳的社會保險費；(iii)我們未收到任何要求集中結清總欠款的命令；(iv)我們未獲悉任何員工就社會保險及住房公積金政策提出重大投訴；及(v)我們承諾在主管政府機關要求時，將及時支付欠款及滯納金。

此外，我們已採取下列內部控制措施，以確保在實際可行的範圍內遵守相關法律法規下的社會保險及住房公積金供款規定：

- *培訓*。新員工在入職時會接受訓練，讓彼等熟悉與社會保險及住房公積金相關的最新法規要求及當地慣例；
- *內部資源*。我們已成立專責小組，負責就社會保險及住房公積金事宜提供建議。該團隊保存並發佈一份常見問題的綜合清單，所有員工均可直接聯絡該團隊進行諮詢；
- *提高對法律發展的認識*。定期使我們的員工了解中國社會保險及住房公積金相關法律法規的最新發展；及

## 業 務

- *外部顧問*。就相關中國法律法規諮詢外部法律顧問的意見。

鑑於相關法規政策及上述事實，在現行社會保險、住房公積金政策法規或地方政府執法監督要求未發生重大變化且在缺乏員工集體投訴、訴訟或仲裁的前提下，我們的中國法律顧問認為，我們我們將被相關主管機關要求以集中方式主動補繳社會保險及住房公積金的差額，及／或因未足額繳納社會保險和住房公積金而受到重大行政處罰的可能性極小。

### 風險管理和內部控制

我們未來的經營業績可能會受到與我們業務相關的風險的影響。其中一些風險是我們特有的，而另一些風險則與我們所處的經濟條件和一般行業有關。有關這些風險的討論，請參見「風險因素」。

董事會和我們的高級管理層負責建立和維護適當的風險管理和內部控制系統。風險管理流程旨在識別可能影響我們的潛在事件，並對風險進行管理，使其符合我們的風險承受能力。內部控制是旨在為實現與運營的有效性和效率、財務報告的可靠性以及適用法律和法規的合規性相關的目標提供合理保證的流程。

### 風險管理和內部控制政策

我們已經實施，或將在[編纂]時實施一系列政策和措施，以管理我們的風險並建立適當的內部控制。這些政策涵蓋的領域包括：(i)董事、董事會和高級管理層的職責和角色；(ii)社會和環境事務，包括多元化政策；(iii)財務報告；(iv)舉報；(v)防止市場不當行為，以及(vi)遵守香港上市規則。

根據我們的風險管理和內部控制政策，董事會持續監督風險管理和內部控制系統，並審查這些系統的有效性。

於2025年，我們聘請了一家獨立諮詢公司對我們的內部控制進行審查。重點檢查領域包括財務報告和信息披露、研發管理、銷售管理政策、供應鏈控制、貿易應收及應付款項管理、產品安全控制、存貨管理、無形資產管理、人力資源和薪酬管理、資本管理、稅務管理、保險管理、合同控制和信息系統控制。

## 業 務

### 金融投資管理

我們已制定以下政策及策略以管理金融產品投資：

- 我們主要根據預估資金需求及年度預算，並綜合考慮金融產品的期限、預期回報及風險作出投資決定；
- 財務部負責監管金融產品投資，所有投資或贖回均須事先獲得董事會批准。財務負責人胡利華先生擁有逾十年金融管理經驗；
- 審計部密切監控金融產品投資情況，當發生理財產品預期回報或本金出現異常變動等重大不利變化時及時向管理層匯報。審計部定期編製金融產品投資報告供管理層審閱；及
- [編纂]後，我們的金融產品投資將視乎(其中包括)規模及性質等因素，須遵守上市規則第十四章的規定。

### 執照、許可和批准

我們必須獲得各種執照、許可和批准或維持其有效，方可開展我們的業務。我們相信，我們已獲得經營業務所需的所有重要執照、許可和批准。我們會持續監控我們對這些要求的遵守情況，以確保我們擁有經營業務所需的所有批准、執照和許可。

於往績記錄期間，我們在更新有關執照、許可證或批准方面沒有遇到任何重大困難，預計在其到期後更新時也不會遇到任何重大困難。

### 法律訴訟

我們可能不時成為日常業務過程中產生的各種法律、仲裁或行政程序的當事方。

截至最後實際可行日期，並沒有發生任何針對我們或我們的任何董事的、可能對我們的業務、財務狀況或經營業績產生重大不利影響的訴訟、仲裁或行政程序。

於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，沒有發生任何預期會對我們的業務、財務狀況或經營業績造成重大不利影響的重大違法或違規行為。

## 業 務

### 美國關稅與出口管制措施

#### 美國關稅

2025年2月，美國總統對來自中國的商品加徵20%「芬太尼關稅」。2025年4月2日，美國總統進一步對來自所有美國貿易夥伴的進口商品統一加徵10%基礎關稅(與芬太尼關稅合稱「美國附加關稅」)，同時針對不同國家實施隨時間調整的國別附加關稅(「對等關稅」)。該等美國附加關稅與對等關稅，均是在美國現行普遍適用的關稅措施、貿易救濟及國家安全關稅基礎上額外加徵。中美兩國正進行貿易磋商。美國對中國加徵的額外關稅(芬太尼關稅)將為10%，而對中國徵收的對等關稅將維持在10%，持續至2026年11月10日。

為評估美國關稅政策可能帶來的間接及後續影響，我們已實施一系列內部措施，並將其納入風險管理與供應鏈規劃流程。這些措施包括持續監控關稅動態與貿易政策變化，以及諮詢法律及其他顧問的意見，評估具體關稅措施對我們的運營、成本結構及客戶關係可能造成的影響。同時，我們定期審視供應鏈與物流安排，以識別潛在的受影響環節，例如，即便我們的產品未被直接列為徵稅對象，部分合約製造商仍可能間接受關稅影響。

儘管我們已採取上述措施，但美國關稅政策帶來的間接及後續影響程度仍難以可靠量化，這主要源於其取決於諸多不可預測的外部因素，包括未來關稅措施的具體範圍與持續時間、其他國家可能採取的報復性行動、全球貿易流向的轉變、客戶行為模式的變化以及整體市場情緒等。

儘管如此，我們認為，假設美國關稅按既定方案實施，基於下文所述理由，其將不會對我們的業務及經營業績產生重大不利影響。

#### **(a) 我們對美國的直接出口規模非常有限**

於往績記錄期間，我們僅有極少部分收入來自對美國的直接出口。於2022年、2023年、2024年及截至2025年9月30日止九個月，我們來自美國市場的收入分別為人民幣1,566.9百萬元、人民幣1,117.4百萬元、人民幣1,319.5百萬元及人民幣765.7百萬元，分別佔我們各年/期間總收入的7.5%、5.5%、5.9%及4.2%。於往績記錄期間，所有對美直接銷售均由位於中國及越南的生產商製造及發運。

## 業 務

據報越南已與美國達成貿易協定。越南對美國的部分出口產品須徵收20%的對等關稅。而根據2025年4月2日頒佈的第14257號行政命令(經修訂)中的例外條款澄清，我們來自越南及中國的產品均豁免於此對等關稅，故實際適用稅率為0%。然而，芬太尼關稅仍適用於我們源自中國的產品。

鑒於我們對美國直接銷售的收入貢獻極為有限，即使因關稅影響導致對美直接銷售額下降，亦不會對我們的業務及經營業績產生重大不利影響。

### **(b) 進口我們產品的客戶需自行承擔相關關稅**

綜合上文所述，我們極少將產品直接從中國出口至美國，且將我們產品進口至美國的下游客戶需自行承擔美國徵收的進口關稅。雖然針對我們產品的關稅可能於供應鏈中傳導(包括向上游或下游傳導)，但我們目前與客戶簽訂的所有合同，均未約定可因客戶應付關稅而進行價格調整。截至最後實際可行日期，我們未曾出現因美國關稅而導致的訂單取消情況。此外，我們在訂單規模、價格、客戶付款或物流安排方面，均未經歷因美國關稅引致重大不利變動而對我們業務造成重大影響的情況。儘管未來情況可能發生變化，但下文討論的各項因素可有效緩解相關不確定性。據我們所知，截至最後實際可行日期，僅收入貢獻佔比極小的客戶群體的產品完全銷往美國。因此，即便我們與客戶後續達成關稅驅動的價格調整機制，且客戶自中國進口至美國的產品比例維持2024年水平，受影響的銷售份額仍將非常有限。

### **(c) 緩解美國關稅影響的措施**

我們提供的產品品類在國際市場上存在高度靈活且充裕的產能供應。例如：

- 我們的交互智能平板可利用現有的電視生產線進行生產，此類產線不僅分佈廣泛，且能根據我們的技術規格進行適應性改造。
- 我們的液晶顯示主控板卡採用標準電子製造設施生產，該等設施普遍具備PCB(印刷電路板)組裝能力且無需高度專業化配置。此類產線通常採用SMT(表面貼裝技術)，為電子行業製造廣泛產品(如電視及移動電話)的通用工藝。

## 業 務

鑒於上述生產資源的全球可得性，我們已具備成熟條件，能根據貿易環境變化與成本考量，在不同地區間動態調整生產訂單。此項靈活性使我們得以降低對單一國家的依賴，並最大限度減少美國關稅帶來的財務影響。如上文所述，我們自越南出口至美國的產品享有普通關稅豁免，故實際適用稅率均為0%。

自2025年3月起，從墨西哥出口至美國的貨物均須繳納25%的「芬太尼關稅」，惟符合《美國-墨西哥-加拿大協定》（「美墨加協定」）項下免稅待遇的貨物仍適用0%關稅。除非提前達成貿易協議，美國在2025年10月30日前不會對墨西哥進一步加徵關稅。截至最後實際可行日期，我們並未從墨西哥工廠發運任何產品。我們的墨西哥生產合作夥伴正在積極推進美墨加協定項下的資格申請流程，一旦完成，我們產品的適用關稅稅率將降至0%。

我們持續密切關注美國與其他國家間的貿易談判及監管動態，並可能進一步擴展在越南、墨西哥或其他司法管轄區的生產佈局，以此作為增強供應鏈韌性及管理關稅風險敞口的戰略組成部分。

### 美國出口管制措施

根據我們法律顧問就美國制裁及出口管制法律提供的意見，我們於往績記錄期間製造及銷售的產品均不構成《美國出口管理條例》規管下的「物項」，因為我們的產品既非在美國境內生產或位於美國，亦未使用觸發相關最低含量規則或外國直接產品規則的元件、設備或技術。

根據我們法律顧問就美國制裁及出口管制法律提供的意見，我們於往績記錄期間的經營活動並未滿足任何相關司法管轄區內國際制裁規定的實質性違規元素。

根據我們法律顧問就美國制裁及出口管制法律提供的進一步意見，我們於往績記錄期間製造及銷售的產品均不構成《美國出口管理條例》規管下的「物項」（因該等產品既非在美國境內生產或位於美國，且未使用觸發相關最低含量規則或外國直接產品規則的元件、設備或技術），同時我們在往績記錄期間的經營活動亦未滿足任何相關司法管轄區內國際制裁規定的實質性違規元素。

我們認為，目前我們產品製造所需的關鍵原材料（包括液晶顯示控制芯片及顯示面板）的供應不存在重大限制。

## 業 務

半導體產品在電子及顯示行業的供應鏈狀況已顯著改善，特別是，根據弗若斯特沙利文的資料，隨著主要晶圓代工廠擴大產能，液晶顯示控制芯片的供應趨於穩定。未來，隨著中國芯片製造商持續提升技術並擴大生產能力，芯片國產化率預計將逐步提高，從而降低結構性芯片短缺風險並穩定芯片價格。同樣，根據弗若斯特沙利文的資料，由於面板製造商已根據更可預測的需求模式調整產量，全球顯示面板市場供應保持穩定。