

## 立达信物联科技股份有限公司 投资者关系活动记录表

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 type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 其他
形式	<input checked="" type="checkbox"/> 现场 <input type="checkbox"/> 线上 <input type="checkbox"/> 现场结合通讯
参与单位名称 及人员姓名	国泰君安 刘校 泰信基金 徐慕浩
时间	2023年11月10日 9:00-11:00
地点	现场调研地点：立达信厦门总部
上市公司接待人员	证券事务代表 陈宇飞
投资者关系活动主要内容介绍	<p><b>（一）公司概况介绍环节</b></p> <p>现场调研人员通过参观公司国内品牌展厅了解公司发展历史、业务布局以及产品。</p> <p><b>（二）调研交流的主要问题及公司回复概要</b></p> <p><b>问题1： 公司在各区域的业务分布是怎样的？</b></p> <p>答：公司以北美、欧洲、日本以及中国为主要目标市场。在海外市场以代工业务为主；在国内市场以自有品牌为主。海外市场北美占比最高，北美市场尤其是美国，客户集中度高，规模效应好。欧洲市场相对分散，但市场总量也相对较高；日本市场相对稳定。中国也是公司要大力拓展的市场，将通过自有品牌加快拓展。从而形成“品牌代工双主业，国内国外双循环”健康均衡的发展格局。</p>

**问题2： 公司的客户结构是怎样的，是否存在对单一大客户严重依赖的情形？**

答：根据公司 2022 年年报已披露信息，公司前五大客户占 2022 年度营收总额的 51.45%，不存在对单一大客户严重依赖的情形。公司代工业务坚持大客户策略，所服务的大客户均是行业头部企业，这些大客户的抗风险能力强，发展稳健。公司整体客户结构较为健康。

**问题3： 公司下游客户去库存是否已经得到改善？**

答：从去年 Q4 以来，下游客户去库存行为给公司带来一定的压力。不同客户的去库存周期有所区别，从今年前三季度的整体情况来看，客户去库存的压力正在逐步缓解。同时，过去几年特殊情况的一些异常因素已祛除，整体的订单交付进入正常的节奏，客户的备库策略变化，进入常态化运行阶段。

**问题 4： 公司在泰国建厂是基于哪些方面的考虑？**

答：在中美贸易摩擦的背景下，为了更好地管理风险，服务好客户，公司 2021 年就开始布局海外制造基地，选择在泰国北柳府建设工厂。泰国基地是公司首个海外制造基地，也是公司在东南亚对接客户的重要窗口。未来几年，我们将加快泰国基地的建设以满足日益增长的海外交付的需要。2023 年 10 月公司决定新增泰国智能制造项目，扩充公司海外基地的产能，提升海外基地的交付能力，有效整合公司资源，积极开展国际合作。

**问题 5： 公司自主品牌的发展是如何规划的？**

答：公司坚持“品牌代工双主业，国内国外双循环”策略，近年加大力度在品牌业务投入资源，积极拓展国内市场。

国内品牌立达信，同时发展 2B 和 2C 业务。在 2B 方面，深耕教育领域，为广大客户提供校园健康光环境和智慧校园解决方案，进而向智慧教育管理平台发展。立达信品牌结合自身对教育管理的洞察以及物联网技术的积累，以物联科技赋能教育数字化，围绕“教学空间数字化、校园管理数字化、区域治理数字化”逐步

	<p>展开数字教育业务布局。立达信品牌 2C 业务则以原创高端设计灯具为主；同时，延续教育专用基因，居家护眼照明产品全新面世，旨在将教育照明领域专有技术应用至家庭场景，打造全场景居家健康光环境，2B 和 2C 业务相互赋能。</p> <p><b>问题 6：公司的物联网（IoT）业务主要包括哪些产品？</b></p> <p>答：公司物联网（IoT）业务的主要产品形态包括物联网硬件产品和软硬件结合的物联网解决方案。其中，物联网硬件产品包括智能照明，控制与安防产品以及智能家电产品，以代工出口为主要模式。软硬件结合的物联网解决方案则聚焦智慧管理和智慧生活，以自有品牌为主要模式。</p>
附件清单（如有）	无
本表填写日期	2023 年 11 月 10 日