

证券代码：001368

证券简称：通达创智

## 通达创智（厦门）股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2024-011

投资者关系活动类别	<input 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 checked="" type="checkbox"/> 其他（电话会议）
参与单位名称及人员姓名	中邮证券有限责任公司（轻工家电首席分析师）：杨维维
时 间	2024年8月30日 14:00~15:00
地 点	福建省厦门市海沧区东孚街道鼎山中路89号公司会议室
上市公司接待人员姓名	董事会秘书：陈雪峰 财务总监：张芸彬
投资者关系活动主要内容介绍	<p><b>Q1：请介绍公司2024年半年度经营业绩情况。</b></p> <p><b>【回复】</b></p> <p>2024年上半年，公司营业收入约为4.66亿元，较上年同期增长20.68%，实现较快增长。归属于上市公司股东的净利润约为6,246.77万元，较上年同期增长13.35%。总资产达到17.01亿元，较上年末增长2.05%。</p> <p>上半年，公司业务结构持续优化，体育户外业务板块上半年营业收入约为2.22亿元，较上年同期增长38.43%，展现出强劲的市场竞争力和增长潜力；家居生活业务板块保持稳定增长，上半年营业收入约为2.05亿元，较上年同期增长1.21%；健康护理业务板块上半年营业收入约为2,729.70万元，较上年同期增长82.76%，实现了快速增长。</p> <p>2024年上半年，公司境内营业收入约为1.05亿元，境外营业收入约为3.61亿元，均较上年同期实现了增长。其中，境内营业收入增长率达到46.50%。</p>

公司将继续坚持创新驱动发展战略，深化市场布局，优化产品结构，加强内部管理，不断提升核心竞争力。同时，公司将积极应对市场变化和挑战，把握发展机遇，为投资者创造更大的价值。

**Q2: 请问客户库存水平如何？公司上半年订单情况如何？**

**【回复】**

目前，公司主要客户的库存水平处于正常范围。

2024 年上半年，公司主要客户给公司带来的业务收入整体较去年同期有所增长。其中，公司体育户外业务收入和健康护理业务收入的增幅较大。

**Q3: 公司滑轮鞋和滑板车等新品放量情况如何？**

**【回复】**

公司轮滑鞋和滑板车都是以新品替代老品的改款升级，放量预期与老品保持一致，但新品比老品的价格更高。

公司产品的生命周期较长，因为公司不断通过优化改进产品设计、精密模具开发、多工艺多制程整合等消费品整体解决方案，实现产品升级换代以延长产品的生命周期，同时进一步提高公司产品竞争力和附加值，并增强客户粘性。

**Q4: 请问公司对下游需求中长期展望如何？**

**【回复】**

公司所处体育户外、家居生活、健康护理等消费品行业，随着国外需求的持续恢复以及我国人民生活品质和收入水平的不断提高，正处于换挡提质的关键时期，未来将朝着生产自动化、数字化、智能化、定制化的方向发展，产业结构将进一步优化升级，由劳动密集型向技术与资本密集型转变，市场空间仍然较大，行业处于上升发展阶段，转型升级在稳步推进。

体育户外产品行业：体育产业具有资源消耗低、需求弹性大、

覆盖领域广、产品附加值高、产业链条长、带动作用强等特点，体育产业不断涌现出新产品、新模式、新业态，具有极强的成长性和可持续性。全球体育户外用品市场规模巨大，我国体育用品消费市场具有较大发展潜力。当前我国体育产业在体育用品消费和体育人口方面快速发展，但我国体育用品人均消费水平和体育人口比重与北美、欧洲等发达地区仍有较大差距。根据国家体育总局《户外运动产业发展规划（2022-2025年）》公布的目标，预计我国2025年户外运动产业总规模将超过3万亿元。

**家居生活用品行业：**全球知名家居生活用品品牌企业更为专注于品牌与渠道建设，我国在家居生活用品制造端更具优势。同时，依托居民消费升级，我国家居生活用品行业的消费规模和消费档次同步提升，新品推出速度加快，产品结构向高端优化，在市场端也显示出强劲增长动力。据Euromonitor数据显示，随着未来全球经济复苏、居民收入水平的提高以及消费频次的提升，全球家居用品的消费需求预计将保持稳健增长，2025年将达到8,519.84亿美元。在欧美等发达国家和地区，城市化程度高，居民消费能力强，消费者对家居用品有着稳定和巨大需求。根据Euromonitor数据，欧洲和美国是全球主要家居用品市场，预计2025年市场规模将分别达到2,552.44亿美元、2,100.68亿美元。

**健康护理品类行业：**随着我国城市化加快、丰富的生活方式以及大众愈发注重个人健康卫生等因素驱动下，个人护理小家电受到越来越多消费者的青睐，正逐渐成为生活必需品，促进了全球个人护理市场规模的增长。目前我国健康护理行业及个人健康护理细分领域尚处于发展初期，例如我国电动牙刷渗透率与美、日、韩等国家的渗透率差距较大。随着我国居民口腔健康意识的提高，电动牙刷渗透存在巨大增长空间和成长潜力。据IMARC统计，个人护理电器，预计2027年市场规模达到291亿美元。在口腔护理方面，电动牙刷可有效解决牙菌斑、牙龈炎、牙釉质损坏等口腔问题，为多数欧美家庭首选口腔清洁产品。

	<p><b>Q5: 电动工具业务今年需求如何展望?</b></p> <p>公司凭借多工艺多制程整合及智能制造能力等核心竞争力,以 ODM 和 JDM 为主要模式,进一步拓展与家用电动工具赛道主要客户的合作品类,通过“拓品类、增份额”策略,进一步增强客户粘性,提升公司在其供应商体系内的业务份额。</p> <p><b>Q6: 请问公司健康护理赛道新客户放量情况如何?</b></p> <p>2023 年,公司与口腔健康护理赛道的国内某领先企业以及国内某先进的口腔护理品牌企业,建立了友好合作关系。公司的目标客户对供应链管理具有高标准、高要求、以及相应的高准入门槛,从初期接洽到正式进入其供应链通常需要 1 至 2 年,从进入供应链到深化合作,达到战略同频进而放量增长通常需要 2 至 3 年时间。目前,公司正与新拓展的客户稳步合作中。</p>
<p>关于本次活动是否涉及应披露重大信息的说明</p>	<p>在接待过程中,我们严格按照《上市公司投资者关系管理工作指引》《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》及本公司《投资者关系管理制度》《信息披露管理制度》等关于投资者关系活动的相关规定,与来访人员进行了充分的交流与沟通,并未出现未公开重大信息泄露等情况。</p>
<p>附件清单(如有)</p>	<p>未提供资料</p>
<p>日期</p>	<p>2024 年 8 月 30 日</p>