

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：2025-003

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）
参与单位名称及 人员姓名	投资者网上提问
时 间	2025 年 5 月 15 日 15:40~17:00
地 点	线上通过全景路演网站投资者关系互动平台远程参加“厦门辖区上市公司 2024 年年报业绩说明会暨投资者网上集体接待日活动”
上市公司 接待人员姓名	总经理：尤军峰 财务总监：张芸彬 董事会秘书：陈雪峰 独立董事：林东云 保荐代表人：阮任群
投资者关系 活动主要 内容介绍	一、问：请解读贵公司 2024 年度经营业绩情况。 答：2024 年度，公司实现营业收入 97,137.65 万元，较上年同期增长 21.56%；归属于上市公司股东的净利润 10,301.80 万元，较上年同期增长 1.89%；扣除非经常性损益后归属于上市公司股东的净利润 9,294.95 万元，较上年同期增长 4.01%。截至 2024 年 12 月 31 日，公司总资产 172,506.71 万元，较上年同期增长 3.50%；归属于上市公司股东的所有者权益 136,036.13 万元，较上年同期减少 3.37%。 2024 年度，公司积极创造利润回报股东实施了两次现金分红：2024 年 4 月 29 日实施 2023 年度利润分红 10 股派 8 元，分红总额 9,109.41 万元；2024 年 11 月 26 日实施每 10 股派 6.5

	元，中期分红总额 7,401.39 万元。 2024 年以来，国际环境不确定性显著加剧：美国大选引发的政策波动或加剧贸易壁垒风险，俄乌冲突升级推升能源及原材料成本并扰乱欧亚供应链，红海航运危机导致海运周期延长及运费激增。多重因素叠加致使海外客户采购意愿趋缓，出口订单周期延长，物流成本攀升及汇率波动压力加剧，对企业国际业务短期承压形成一定冲击。公司将通过多元化市场布局、供应链弹性优化及成本精细化管理等措施积极应对挑战，保障业务稳健运营。尽管 2024 年全球政治经济环境复杂多变，公司通过深化市场拓展、灵活调整供应链及强化成本管控，实现营业收入同比增长 21.56%。这一成果彰显了企业应对风险的经营韧性及全球化布局的竞争力，为后续在波动中持续推动高质量发展奠定基础。 二、问：贵公司 2024 年营业收入的区域结构。 答：2024 年度公司实现营业收入约 9.71 亿元，同比增长 21.56%。公司销售区域，以欧洲、亚洲、北美洲等为主。其中，出口欧洲的国家，主要包括法国、德国、西班牙、意大利、英国等，出口北美洲的国家主要是美国。 三、问：美国对华关税政策，对公司经营业务有无影响？公司有无应对美国关税政策风险的相应措施？ 答：美国对华关税政策，对通达创智经营业务影响较小。公司以欧洲客户为主，并早在几年前已开始布局海外工厂。 目前，通达创智产品出口以法国、德国等欧洲国家为主，中国和欧盟维持良好的贸易关系，公司外销国家和地区众多且数量呈稳定上升趋势，目前出口全球三、四十个国家和地区，并不存在依赖单一出口国的情况。公司主要客户包括 Decathlon、IKEA、Wagner、YETI 等。其中，Decathlon、IKEA、Wagner 皆为欧洲客户。通达创智产品，出口欧洲及国内内销的业务占比大约为
--	--

	80%，直接出口美国市场的业务占比大约为 10%，且公司产品销售定价为出厂价，关税由客户承担。因此，美国关税政策对通达创智业务收入影响较小。 近年来，东南亚成为中国企业海外建厂的热门区域。本次美国所谓“对等关税”政策，在东南亚国家中，美国对马来西亚的关税相对较低。 公司早在几年前已开始布局马来西亚生产基地，并已于 2022 年 6 月在新加坡和马来西亚分别设立了公司一级全资子公司 TONGDA SMART TECH (SINGAPORE) PTE. LTD.和二级全资子公司 TONGDA SMART TECH (MALAYSIA) SDN. BHD.。公司马来西亚工厂已于 2023 年末投产出货，2024 年项目建设稳步推进，并吸引部分美国客户前来洽谈业务。目前，公司马来西亚工厂的车间产能较为稳定并预计全年维持高利用率，新投资的洁净车间将持续增加机台数量并提高产能利用率，并且公司正在进一步加大对马来西亚工厂的投入与产能扩充，新增厂房已开工建设，预计 2025 年 8 月完工，进一步支持马来西亚出口美国的产能增长。预计下半年，公司马来西亚工厂订单稳定增长，产能利用率进一步提升，发展趋势向好。 公司马来西亚工厂的持续发展，较好地缓解了美线客户的关税压力，并将进一步提升出口美国市场的产品销售收入。当前，在国内国际双循环相互促进的新发展格局下，公司将进一步重视开发内销客户，并持续重视欧洲客户及一带一路客户的拓展。 四、问：请展望公司的未来业务拓展。 答：公司自创立以来，一直重视全球市场，公司更倾向于选择有自己销售渠道并且信誉良好的品牌客户。 在以国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进的新发展格局下，公司在重视海外市场的同时，同样重视国内市场。 公司重视包括欧洲、中国及美国等在内的整个全球市场，并
--	---

	将持续开拓海内外市场，并立足全球优选合作伙伴，拓展国际、国内符合公司客户画像的优质客户。公司将在巩固和强化与现有全球领先跨国企业客户的战略合作伙伴关系的基础上，开发和培养体育户外、家居生活、健康护理等领域的新优质客户群体，并进一步拓展国内外优质品牌客户。 同时，公司将进一步重视开发内销客户，并持续重视欧洲客户及一带一路客户的拓展。 五、问：2024 年度，公司营业收入实现双位数增长的原因是什么？ 答：2024 年度，公司积极拓展业务，持续优化管理，有序开展业务，企业经营稳健发展，实现营业收入 97,137.65 万元，同比上年增长 21.56%。2024 年度，公司营业收入增长，主要得益于核心客户订单稳健增长和新客户业务的拓展。 六、请问海运费变化对公司发货有无影响？ 答：公司的营业收入构成，以境外销售业务为主。但公司产品的出口，由主要大客户自行承担海运费。所以海运费的变化情况，对公司境外销售业务的影响，相对非常有限。 七、请分析原材料采购成本对公司的影响。 答：原材料采购成本是公司生产成本的核心构成之一，其波动直接影响毛利率和盈利稳定性，采购成本构成包括塑料米、橡塑制品、包材等；辅助成本构成有外协加工等。 产品原材料成本，占公司产品总成本较高，主要有塑料米和外购件。公司每年都有明确的采购降本考核指标，通过优化供应商结构、长期战略合作、共同开发材料等多措并举的方式，在确保品质稳定的情况下实现采购的降本增效。
--	--

	八、问：在汇率影响方面，公司有哪些积极应对措施？ 答：公司与客户的结算货币主要是人民币，其次是美元。其中，美元收入又占外币收入总额的绝大部分，但美元收入占公司总收入的占比相对较小。由于使用美元进行结算的客户占比不高，所以汇率变动对公司经营业务的影响相对较低。 公司位于马来西亚二级全资子公司 TONGDA SMART TECH (MALAYSIA) SDN. BHD.，日常购销是以美元结算为主，所以公司美元头寸较小。对美元头寸的日常管理，公司采取谨慎长期持有美元并适时按需逢高结汇的策略为主，并配合少量无风险外汇掉期工具规避远期付汇汇率损失风险。 公司和客户已形成长期、稳定的合作关系，若出现汇率大幅波动，公司与客户将启动重新议价机制，从而在一定程度上消除汇率波动的影响。 九、问：在国家建立健全支持生育政策的背景下，预计未来儿童产品市场发展潜力较好，贵公司有哪些儿童产品？ 答：公司主要致力于体育户外、家居生活、健康护理三大主营业务产品的研发、生产和销售，其中包括部分儿童产品： （1）部分儿童类体育户外用品（如各类款式的儿童滑板车、儿童多功能三轮闪光轮滑板车、儿童扭扭车、儿童感统训练独木桥、儿童游戏飞盘、儿童篮球架/篮球框、儿童直排溜冰鞋、儿童冰刀溜冰鞋、儿童速度跳绳、儿童赶海套装等）； （2）部分儿童类家居生活用品（如儿童益智玩具、玩偶类玩具、儿童桌椅凳系列、婴儿椅等儿童用品）； （3）部分儿童类健康护理用品（如儿童类电动牙刷）。 十、问：当前，公司向客户发货后，收货地一般包括哪些国家或地区？ 答：当前，公司产品销往全球约三、四十个国家及地区。其中境外主要包括：欧洲（法国、德国、西班牙、意大利、英国、
--	--

	波兰、比利时、罗马尼亚、俄罗斯、瑞典、瑞士、葡萄牙、奥地利、荷兰等），北美（美国、加拿大、墨西哥等），亚洲（印度、马来西亚、菲律宾、日本、泰国、印度尼西亚、韩国、越南等），大洋洲（澳大利亚、新西兰等），南美洲（哥伦比亚、巴西等），中东（迪拜、以色列等）。 十一、问：公司销售给各大客户的产品，客户最终主要销售到哪些国家或地区？ 答：销售给客户的室内家居用品，最终主要销往：意大利、波兰、瑞典、美国、日本、韩国、中东等。 销售给客户的家用电动工具，最终主要销往：德国、瑞士、英国、法国、波兰、美国、加拿大、新西兰、智利等。 销售给客户的体育用品，最终主要销往：欧洲国家，美洲（墨西哥、加拿大、巴西等），亚洲（中国、日本、韩国、印度、泰国、新加坡等）。 销售给客户的休闲产品，最终主要销往美国、日本、澳大利亚等。 十二、问：通达创智的核心竞争力体现在哪几个方面呢？ 答： （1）客户资源优势 公司已与迪卡侬、宜家、Wagner、YETI 等全球领先跨国企业建立了稳定合作关系。通过与全球领先跨国企业建立长期、稳定的战略合作关系，公司形成显著的客户资源优势。实力雄厚、经营规模大、品牌影响力强、销售渠道布局完善的优质客户可为公司带来大量且稳定的订单和市场份额，同时也有利于公司影响力的提升以及新客户和新领域的开发等。一方面，公司通过与主要客户共同规划战略方向，促使获得订单的可预测性也较强；另一方面，公司在核心客户的供应商体系中等级较高，可预见公司在客户份额中具有较大提升空间，随着公司技术水平提升以及产
--	--

	能规模增长，公司在核心客户供应链中的地位和采购份额将逐步提升，从而带动公司市场占有率的不断提高。 （2）技术研发优势 作为国家高新技术企业，公司历来特别重视科技投入和研发能力建设，不断改善科研条件，打造了以技术创新作为公司发展的核心驱动力。公司已建成厦门市企业技术中心、厦门市工业设计中心，并被厦门市科技局授予“复杂精密塑模及材料成型技术研发中心”。同时，公司积极与高校机构进行产学研合作，全面提升了公司技术创新实力。 公司具有先进的产品设计优势：公司技术创新环节已实现向前端产品设计延伸，可通过进行市场调研与竞品分析、外观设计、功能创新、产品结构设计、有限元分析及电子硬件设计等产品设计内容，向客户输出更高质量的产品设计方案。 公司具有精密模具设计开发优势：公司已建立了完整的精密模具设计标准和开发流程，运用先进的设计软件和模仁 3D 打印、模流分析、水路压力焊接等技术，设计开发出多种模具类型与公司多工艺进行充分匹配，以及高效冷却异形水路的模具结构、叠层模具结构、模内转模芯模具结构、悬浮注塑工艺模具结构、模内自动切浇口的模具结构、模内嵌件封胶模具结构等新型模具结构。 公司实验中心已通过 CNAS 认证，可为自身和客户提供更严密的产品验证服务，为公司技术研发提供更有利支撑。 （3）多工艺、多制程整合优势 公司成功掌握并应用气辅注塑、叠层注塑、双色注塑、多色注塑、IML 注塑、嵌件注塑等先进的注塑工艺，以及挤吹、注吹和硅胶、橡胶等成型加工工艺，并实现了模内贴标注塑，双色、三色或多色自由组合和一体化注塑成型等高难度工艺生产。同时，公司还根据客户和业务发展需求，将印刷、激光雕刻、水转印、喷绘等制程工序逐步整合进公司制程过程中，形成了包含多
--	--

	种工艺和制程工序的一体化作业。考虑到客户和下游应用领域差别、经济效益、资金实力等因素，行业内能覆盖多工艺和多制程工序的企业仍占少数，公司多工艺、多制程整合的生产体系已成为获取客户和市场的重要竞争力。 （4）智能制造优势 公司积极践行“工业 4.0”与“智能制造 2025”，持续贯彻和执行标准化和精益化操作，经过多年消费品生产经验积累，以及自动化、信息化投入，已逐步形成了匹配自身业务特点的高效率、高品质、低成本、“柔性”交付的消费品智能化、绿色化生产制造体系，完成了信息化和工业化融合管理。在“物料流”和“信息流”的共同建设下，公司已形成了包含“无人车间”和“智能仓储”的智能制造体系。 （5）质量控制和认证优势 公司强调全面质量管理的理念，在融汇全球各地行业标准的基础上，已建立了精细化的质量管理体系和制度规范，通过了 ISO9001:2015、ISO13485:2016 等质量管理体系认证以及 SA8000:2014 社会责任管理体系认证。获得权威机构的产品质量认证，是公司产品进入全球主要市场的必备条件。目前，公司已获得了欧盟、德国、法国、瑞士、比利时、丹麦、挪威、波兰、英国、瑞典、北美、美国、加拿大、澳大利亚、日本、韩国、俄罗斯、马来西亚、阿联酋、中东等数十个国家或地区的几十项相关认证。丰富的全球产品质量标准检验文件库，为公司进一步扩大全球化销售规模，以及快速响应客户需求奠定了坚实基础。 （6）海外工厂优势 公司定位于全球市场，基于国际化发展战略的考量，早在几年前开始布局海外工厂，并经多方考察后，第一站选择在马来西亚建设生产基地。 公司于 2022 年 6 月在新加坡和马来西亚分别设立了公司一级全资子公司 TONGDA SMART TECH (SINGAPORE) PTE.
--	---

	LTD.和二级全资子公司 TONGDA SMART TECH (MALAYSIA) SDN. BHD.。公司位于海外的马来西亚工厂已于 2023 年末投产出货，2024 年项目建设稳步推进，并吸引部分美国客户前来洽谈业务。目前，公司马来西亚工厂的车间产能较为稳定并预计全年维持高利用率，预计 2025 年下半年，公司马来西亚工厂订单稳定增长，产能利用率进一步提升，发展趋势向好。 公司马来西亚工厂的持续发展，一方面，有效降低了美国对华关税政策风险，并将进一步提升出口美国市场的产品销售收入；另一方面，作为公司国际化发展战略实施的第一步，将为公司全球业务带来新发展。 十三、问：公司的利润分配政策。 答：公司致力于构建积极、稳健的分红政策，并积极回报广大投资者： （1）公司利润分配原则： 公司应实行持续、稳定的利润分配政策，公司的利润分配应重视投资者的合理投资回报并兼顾公司当年的实际经营情况和可持续发展。 （2）利润分配形式： 公司可以采用现金分红、股票股利、现金分红与股票股利相结合或者其他法律、法规允许的方式分配利润。在利润分配方式中，现金分红优先于股票股利。具备现金分红条件的，应当采用现金分红进行利润分配。 （3）利润分配的条件： 在公司当年盈利及累计未分配利润为正数且能够保证公司能够持续经营和长期发展的前提下，如公司无重大资金支出安排，公司应当优先采取现金分红方式分配利润。 公司经营状况良好，且董事会认为公司每股收益、股票价格与公司股本规模、股本结构不匹配时，公司也可以在满足现金分红比例的前提下，考虑采取发放股票股利的方式分配利润，并应
--	---

	当充分考虑以股票方式分配利润后的总股本是否与公司目前的经营规模、盈利增长速度相适应，以确保利润分配方案符合全体股东的整体利益和长远利益。 十四、请介绍公司 2025 年的业绩指引。 答：公司 2025 年度的营业收入、净利润增长目标，主要以公司“2023 年限制性股票激励计划”制定的公司层面业绩考核目标作为指引。 公司“2023 年限制性股票激励计划”中的公司层面业绩考核要求，对 2025 年度的业绩考核目标如下： 2025 年度营业收入定比 2023 年增长率：目标值为 56.25%，触发值为 44%。 2025 年度净利润定比 2023 年增长率：目标值为 56.25%，触发值为 44%。 十五、问：公司客户相对比较集中，请问如何应对客户集中风险？ 答：从营业收入构成角度来看，公司向终端客户迪卡侬、宜家、Wagner、YETI 的合计销售额占当期营业收入的比重较高。 但实际上，公司与迪卡侬、宜家、Wagner、YETI 等全球领先跨国企业已建立了长期、稳定的战略合作关系，一方面，公司通过与主要客户共同规划战略方向，促使获得订单的可预测性也较强；另一方面，公司在核心客户的供应商体系中等级较高。同时，跨国企业客户对供应商的认证极为严格，对供应商考评会进行较大投入，因此倾向于与合格供应商保持长期、稳定的合作关系。 公司为客户提供“一站式服务”，向客户提供高品质、低成本的产品，以及高速响应、全球交付的服务。公司已和迪卡侬、宜家、Wagner、YETI 等全球领先跨国企业建立长期稳定的战略合作关系。公司系迪卡侬、YETI 的重点供应商，Wagner 的优
--	---

	先级合作伙伴，以及宜家的产品开发型供应商及优先级供应商，并于 2023 年获得迪卡侬“最佳弹性供应链管理奖”。 公司与全球跨国领先企业客户的战略合作伙伴关系一旦形成，双方业务合作将在相当程度上保持长期稳定发展，非但业务风险较低，反而更多体现为一种可以成功沿袭并拓展的业务模式。 目前，公司已与世界 500 强企业之一、世界前 50 强零售商之一的西班牙某大型超市连锁公司的合作逐步加深；2024 年已取得美国某全球性品牌日常消费品高端品牌企业多个项目的正式立项；已向中国最大的某咖啡连锁品牌陆续发货；同健康护理产品领域国内及美国的个别领先品牌企业建立了友好合作关系；并取得世界 500 强企业之一的美国某大型商超的供应商代码。公司将不断开拓海内外优质新客户，预计全球市场业务的不断拓展将为公司带来营业收入的持续增长。 十六、问：二季度，公司业务会不会受关税影响？ 答：美国对华关税政策，对通达创智经营的未来业务影响较小。公司以欧洲客户为主，并早在几年前已开始布局海外工厂。 公司马来西亚工厂的持续发展，较好地缓解了美线客户的关税压力，并将进一步提升出口美国市场的产品销售收入。 目前，中美关税战有所缓和，受到部分影响的客户订单已得到较好恢复。 十七、问：公司目前产能情况如何，在手订单是否饱和？ 答：公司和主要客户每年共同进行业务规划，目前业务保持逐渐上升，从订单预测来看，公司产能利用率保持较好状态，客户订单增长趋势向好。
关于本次活动是否涉及应披露重大信息	在此次网上业绩说明暨投资者集体接待日活动中，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

的说明	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，与提问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。
附件清单 (如有)	未提供资料
日 期	2025 年 5 月 15 日