

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：2025-007

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 checked="" type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 其他（请文字说明其他活动内容）
参与单位名称及人 员姓名	中国银河证券股份有限公司研究院： 陈柏儒（轻工行业首席分析师）
时        间	2025 年 12 月 24 日 10:00-12:00
地        点	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
投资者关系活动主 要内容介绍	<p><b>一、目前公司的客户群体介绍</b></p> <p>公司与迪卡侬、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。</p> <p>公司通过与全球领先跨国企业建立长期、稳定的战略合作关系。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。同时在与客户合作过程中，公司产品设计水平、技术创新和品质控制体系快速提升</p>

和完善，并为公司进一步开发新客户、拓展新产品应用领域奠定了坚实基础。

公司主要产品涵盖体育户外、家居生活、健康护理等领域，消费品应用范围广泛，且处于品类不断延展、应用范围不断扩大的趋势。公司具备先进的研发中心，可推动三大产品领域各个品类产品的创新升级。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，并积极与客户进行跨制程、跨产品线的扩展合作。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。

## 二、公司主营产品介绍

公司是从事体育户外、家居生活、健康护理等行业消费品的研发、生产和销售的国家高新技术企业，主要产品包括体育用品、户外休闲用品、家用电动工具、室内家居用品、个人护理用品等。主要产品包括：

### 1、体育户外

体育用品：跳绳类、硅胶运动水壶、溜冰鞋、滑板车、羽毛球拍套装、平衡桩、射箭靶组件、拳击类、杠铃夹配件等。

户外休闲：透明瓶盖、旋转式瓶盖、带吸管瓶盖、多色瓶盖等。

### 2、家居生活

家用电动工具：喷枪系列、滚刷系列、蒸汽机系列、防晒喷枪等。

室内家居用品：沙滩椅、鞋柜、置物篮、成人衣架、儿童衣架、儿童玩偶、家具模型玩具、垃圾桶、浴室防滑垫、浴室玩具套装、饮水瓶、菜板、儿童餐垫、围兜、硅胶厨具、面点刷、喷雾瓶、相框、海洋球、咖啡盒、咖啡杯等。

### 3、健康护理：

电动牙刷、冲牙器、防晒静电喷雾器、牙刷消毒盒、护眼仪等。

### 三、公司在生产制造方面的优势

公司体育户外、家居生活、健康护理等消费品产品在品类、应用材料、结构等多个方面都具有多样性和差异性，所涉及的生产工艺复杂、制程工序繁多。

公司多工艺、多制程整合的生产体系已成为获取客户资源和抢占市场份额的重要竞争力。当前，客户在筛选供应商时，为缩短供应链、保证产品质量稳定性和交货及时性，对供应商提供“一站式”产品制造服务的需求愈发强烈，期望供应商的生产体系可覆盖产品核心生产流程。因此，公司多工艺、多制程整合的生产体系竞争优势将愈发凸显。

公司采用“以销定产”的生产模式，以市场需求为导向，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、信息化领域的持续投入，公司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”的智能化、绿色化生产制造体系。依托“物料流”和“信息流”的协同建设，公司已形成了包含“无人车间”和“智能仓储”的智能制造体系。与传统生产线相比，公司在生产效率、良率和成本控制等多方面具有显著生产优势，同时在“多品类、小批量、定制化”方面形成差异化竞争优势，真正构建了智能制造体系。

### 四、公司海外生产基地介绍

当前，通达创智产品出口以法国、德国等欧洲国家为主，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。其中，欧洲及国内内销的业务占比较大，直接出口美国市场的业务占比偏低。

	<p>公司定位于全球市场，基于国际化发展战略布局，前瞻性启动海外生产基地建设规划，开始布局海外工厂。近年来，东南亚成为中国企业海外建厂的热门区域，经系统化市场调研与综合评估，公司选择马来西亚作为国际化发展的首站。</p> <p>2022 年 6 月，公司先后在新加坡设立一级全资子公司 TONGDA SMART TECH (SINGAPORE) PTE. LTD.，并在马来西亚设立二级全资子公司 TONGDA SMART TECH (MALAYSIA) SDN. BHD.，建立健全公司海外业务运营体系。公司在马来西亚布局的生产基地，已于 2023 年末投产出货，项目建设稳步推进。2024 年以来，吸引部分美国客户洽谈业务。</p> <p>根据公司国际化发展战略布局规划，结合美线客户业务拓展需求，公司相应调整投资计划，进一步增加境外投资，对马来西亚生产基地进行扩建，进一步加强产品供应能力与市场竞争力，满足下游市场日益增长的需求。</p> <p>公司马来西亚工厂的持续发展，将降低美线客户的未来关税风险，并将进一步提升出口美国市场的产品销售收入。</p> <p><b>五、公司所处行业竞争及行业地位情况</b></p> <p>全球消费品产业历经多年发展，市场化程度成熟，市场参与者数量众多且竞争充分。从国内市场格局来看，消费品制造企业整体呈现分散化特征，各企业在专注产品、应用领域及经营模式上呈现显著差异化，尚未有单一企业能够实现全品类覆盖，市场中仍存在大量中小企业。当前，头部优质企业持续加大技术研发、智能制造等领域投入，持续提升自身供给能力与服务水平，以适配终端消费者对产品标准、品质、性能、外观等方面日益严苛且多元化的需求；而研发实力薄弱、产品质量不达标的高端产能及中小企业将逐步被市场淘汰，行业资源将进一步向优质企业集聚。</p> <p>公司主要产品涵盖体育户外、家居生活、健康护理等领域消费品，品类体系完善，核心客户包括迪卡侬、宜家、Wagner、YETI 等国际知名品牌。截至目前，国内市场暂无与本公司（通达创智）</p>
--	--

	<p>产品结构、客户结构完全一致的企业，仅存在部分产品品类与本公司相近的同业企业。</p> <p>在市场份额方面，因公司产品定制化属性突出、品类丰富、下游应用场景广泛，且所属行业竞争格局仍呈分散态势，目前尚无权威统计机构及行业协会发布相关市场统计数据。未来，随着本公司核心竞争优势的持续强化及经营业绩的稳步增长，公司行业地位将得到进一步巩固与提升，市场占有率亦将稳步提高。</p> <p><b>六、公司的市场开拓规划</b></p> <p><b>1、提升原有客户份额</b></p> <p>公司将持续巩固核心客户资源。截至目前，公司核心客户及培育期战略客户具备实力雄厚、经营规模大、品牌影响力强、销售渠道完善的核心特征，能够为公司持续贡献稳定订单及规模化市场份额。依托海外生产基地投产及出货的产能支撑，公司将在现有合作基础上，与存量客户深化大品类产品合作，进一步增强客户粘性，稳步提升在现有客户体系中的业务份额。</p> <p><b>2、在三大产品领域内拓展新品类</b></p> <p>公司未来将持续发挥核心竞争优势，聚焦体育户外、家居生活、健康护理三大核心赛道深耕布局。具体而言，公司将依托新技术研发成果，大力拓展五金等新型生产制程，持续丰富产品品类矩阵；以材料创新与设计升级为切入点，深化上下游产业链协同联动；借助新制程迭代及数字化、智能化转型契机，全面提升制造能力的广度与深度，最终实现产品竞争力与产能效率的双重提升。</p> <p><b>3、拓展国际、国内知名品牌新客户</b></p> <p>在国家提出的“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”战略导向下，公司将持续强化销售团队建设，积极拓展符合公司客户定位的优质客户，持续提升品牌知名度，扩大客户覆盖维度，助力公司营收规模实现持续增长。</p>
--	---

关于本次活动是否涉及应披露重大信息的说明	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。
附件清单（如有）	无
日期	2025 年 12 月 24 日