

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

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	华泰证券：孙丹阳、姜斌宇 兴业证券：赵宇 上海灏霁投资管理有限公司：万雪飞
时间	2023年9月7日（周四）14:00-15:30
地点	福建省厦门市海沧区东孚街道鼎山中路89号
上市公司接待人员姓名	副总经理、董事会秘书：曾祖雷 证券事务代表：陈玉健 证券专员：蔡标
投资者关系活动主要内容介绍	<p><b>Q1：公司主要大客户今年以来发展趋势及后续展望怎么样？公司业绩发展驱动力来自于整体需求量增加还是更多来自于客户订单的份额提升？</b></p> <p><b>【回复】</b></p> <p>从短期来看，公司主要客户今年的整体需求量比较平稳。从长期来看，公司各大主要客户的抗风险能力很强，均持续稳步增长的趋势。</p> <p>首先，公司主要核心客户均系有品牌有渠道的国际性集团企业，其业绩持续稳步增长，公司系核心客户重点供应商，公司的营收随着客户业务的增长得到增长；其次，公司主要客户均建立</p>

严格安全的供应链体系，经过 2022 年以来的整体经济的疲软，主要客户均会进一步再强化供应链管理，保障供应链的安全稳定，故会逐步淘汰一些小的抗风险能力弱的供应商，进一步加强和高等级供应商的粘性，订单会进一步向高等级供应商集中，公司系四大客户的高等级供应商，公司在客户中的份额会进一步提到提升；此外，多工艺多制程整合能力系公司的核心竞争力之一，公司系主要客户的综合技术解决方案供应商，与客户的粘性在持续增强，以公司与客户高质量全球柔性交付的基础上，公司与客户长期战略同频，共同规划战略目标，比较有代表性的是，在家居生活用品领域，根据和核心客户的共同规划目标，新上五金制程，成为核心客户在中国区唯一一家“橡塑+五金”双制程供应商，新制程的增加进一步扩大公司产品覆盖领域，为未来业务高速增长提供支撑。

除了上述因与现有主要客户的深度合作带来业绩的增长外，按照公司既定的客户战略拓展的新客户也会持续带来新增的业务。

**Q2: 公司与新客户 MERCADONA、瑞幸、海伦、TARGET 等的合作进度?**

**【回复】**

公司客户战略明确，客户画像清晰，在现有主要客户的基础上，近两年新拓展了世界 500 强企业之一的 MERCADONA、中国连锁咖啡品牌瑞幸咖啡、美国高端品牌客户 Helen of Troy（海

伦) 以及世界 500 强企业之一的美国大型商超公司 TARGET (塔吉特) 等有品牌有渠道的国际性集团客户。

目前, 公司与 MERCADONA 的合作逐步加深, 未来有望培育成为公司战略客户; 公司已经向瑞幸开始发货; 公司与海伦合作的多个项目已正式立项, 现处于开模等实施阶段; 公司已取得塔吉特的供应商代码, 成功进入其供应链体系。

**Q3: 公司怎么看上半年业绩以及下半年订单预期情况? 是否会受季节性影响?**

**【回复】**

受去年俄乌冲突和欧美客户去库存的影响, 2022 年 Q4 是多数外向型企业的业绩低点, 公司 2023 年上半年业绩已经较 2022 年 Q4 的低点环比明显改善。

在 2022 年年底, 主要客户基于对大环境的谨慎判断, 提供的 2023 年度意向订单量偏向保守, 随着去库存逐步到位, 下半年有陆续加单的情况出现。此外公司新增的五金制程产品已经开始出货, 新拓展客户的合作项目陆续启动开模等, 故公司预计今年整体业绩相对平稳, 但基于今年公司与客户所做的共同努力, 预计明年订单情况会比较乐观, 会取得较理想的增长。

公司所处的体育户外、家居生活、健康护理等行业的消费品类类型众多, 公司产品呈现“多品类、小批量、定制化”特点, 公司产品通过不同客户在全球化柔性交付, 公司生产销售的季节性特征不明显。

**Q4: 马来西亚基地、#6 厂房与石狮基地的建设情况如何？以及各自的产品分布布局？**

**【回复】**

马来西亚基地在 7-8 月进行了试生产，现在已经处于投产出货阶段，规划产能为 5 亿左右。基于全球化战略布局的需求，公司提高了在马来西亚基地的战略优先级，优先投入资源建设马来西亚基地，放缓了#6 厂房的建设步伐。

公司厦门基地的产能为 10 亿左右。2022 年 10 月份，石狮基地的橡塑生产线开始试生产发货；2023 年 8 月份，石狮基地第一条五金制程生产线开始投产发货。石狮基地规划产能在 10 亿左右。

公司的厦门、石狮、马来西亚三个生产基地，均为综合性生产基地，均具有满足公司的全球知名品牌客户一站式交付的综合竞争力。在大方向上，厦门基地以体育户外、健康护理用品的研发生产销售为主；石狮基地以家居生活用品的研发生产销售为主，该基地现已实现“塑料+五金”双制程的生产体系；马来西亚基地以为欧美国际性集团客户提供消费品的全球一站式交付为主。全部达产后，三大基地合计产能约为 25-30 亿。

**Q5: 近期的原材料价格波动是否对公司有影响？**

**【回复】**

公司产品具有“多品类、小批量、定制化”的特征，由于品类多样性，各型号规格原料的价格涨跌不一，且公司与核心客户形

成稳定的价格联动机制。因此原材料成本波动对公司总体的影响不会很大。

**Q6: 公司的自动化程度较高, 从单个产品 sku 来看, 在达到什么生产规模或产能利用率时会产生规模效应?**

**【回复】**

公司产品呈现“多品类、小批量、定制化”特点, 公司 sku 约有 3000+, 不存在依赖某一个单品的情况。公司生产营运部门充分运用数字化平台, 做好生产规划, 提高运营效率, 进一步促进公司销售毛利率和销售净利率的逐步提升。

**Q7: 研发机制、研发团队、后续研发投入重心**

**【回复】**

公司通过 JDM 模式贡献的收入占比约 60%; 公司通过 ODM 模式贡献的收入占比约 20%。

公司是国家高新技术企业, 拥有一支深谙行业技术发展和具备丰富应用经验的技术研发团队。公司研发团队的搭建是按照客户类型进行分组的, 对家居用品类主要客户、体育用品类主要客户、家用电动工具类主要客户和户外休闲类主要客户的产品需求进行更具深度和更有针对性的开发实现。

公司将进一步加强研发实力, 强化综合技术方案解决供应商的定位, 而进一步提高公司产品竞争力和附加值。

**Q8: 客户下单到发货的周期节奏**

**【回复】**

	<p>对于新品，根据产品类别、技术难度等不同，从正式立项到出货的周期一般在 3-6 个月左右。对于现有产品的交货周期，家居用品类主要客户 25 天左右，体育用品类主要客户 30 天左右，家用电动工具类和户外休闲类主要客户 60 天左右。</p> <p><b>Q9：应收款管理情况</b></p> <p><b>【回复】</b></p> <p>公司应收账款占总资产比例从 2022 年末的 14.90%下降至 2023 年上半年末的 10.21%。公司主要客户均系国际大集团公司，信誉良好，总体收款风险较小。</p> <p><b>Q10：毛利率净利率等展望趋势</b></p> <p><b>【回复】</b></p> <p>2019-2022 年及 2023 年上半年，公司综合销售毛利率分别为：25.70%、26.16%、24.81%、25.10%、28.42%，销售净利率分别为：10.78%、12.91%、13.83%、14.13%、14.28%，公司销售毛利率和净利率逐步提升。公司将持续进一步增强公司的核心竞争力，进一步提高公司的盈利能力。</p>
附件清单（如有）	
日期	2023-09-07