

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 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 checked="" type="checkbox"/> 其他（电话会议）
参与单位名称及人员姓名	国泰君安证券：王佳 广发证券：李悦瑜、曹倩雯 华金证券：张竞元 银河证券：刘国焕 财通证券：刘国锋 东方财富证券：邓阳山、蔡培强 中金银海（香港）基金：雍心 幸福阶乘（香港）基金：张东晓 金鼎资本：王美玲 上海荣晟私募基金：林哲 北京资翼商服：卜要伟 山东富通得产业投资：李玉成 深圳中嘉科技：黄溪
时间	2023年9月25日（周一）14:30-16:00
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	<b>1、公司跟瑞幸咖啡在哪方面有合作？</b> <b>【回复】</b> 目前我司与瑞幸咖啡合作的产品为冷萃冻干咖啡系列的“集装箱”外包装盒等相关产品。公司未来将在双方友好合作的基础上，努力拓展更多与瑞幸合作的产品品类。

**2、如何看待 2023 年上半年业绩同比下滑？公司下半年订单怎样？对 2023 全年业绩的预期？**

**【回复】**

由于 2021 年下半年起原料价格的持续上涨以及基于对市场的看好，公司核心客户在 2022 年上半年增加订单加大库存，由此带来公司 2022 年上半年的历史业绩高点；因后 2022 年 Q3 开始的俄乌冲突等大环境的影响，终端销售不符预期，核心客户开始去库存管理，受此影响，公司 2022 年 Q4 业绩较差。公司管理团队一方面拓展新的优质客户，另一方面持续提炼内功，自公司 2023 年 Q1 起业绩已经较 2022 年 Q4 的得到明显改善，但由于高基数的原因，同比数据仍弱于上年同期；但和可比公司对比，公司的经营业绩属于下滑幅度较少的，这主要得益于公司的客户资源优势。

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、试制等，故公司预计今年整体业绩相对较为平稳，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。

**3、公司募投项目、马来西亚基地建设情况怎样？五金品类的拓展情况？**

**【回复】**

公司四个募投项目除了研发和自动化中心、补充流动资金外，建设的募投项目为通达 6#厂房（智能制造生产基地建设项目）和通达创智石狮智能制造基地建设项目（简称“石狮基地”）。

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。马来西亚基地在今年 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。

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。

截至目前，6#厂房和石狮基地主要土建工程均以建设完成，后续根据计划逐步进行生产线投资建设。

#### 4、公司未来业绩增长驱动主要来源于哪些方面？

##### 【回复】

公司的增长驱动主要来自于三方面：

##### 一、主要客户现有制程带来的业绩增长

①同客户共同成长：公司主要核心客户均系有品牌有渠道的国际性集团企业或行业领先企业，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；

②提升在客户中的份额：持续发挥公司综合竞争力，进一步提高在客户中的供应商等级，进一步增强客户的供应链安全稳定，进而提高公司在客户供应链中的份额。公司主要客户均建立严格安全的供应链体系，经过 2022 年以来的整体经济的疲软，主要客户会进一步提高供应链的安全稳定，增强对抗风险能力强的高等级供应商的合作粘性。

③提升现有制程产品的附加值：公司系客户的一站式综合技术解决方案供应商，通过持续为客户提供对现有产品的工程变更、优化升级以及对新产品的研发等，提高 JDM 及 ODM 模式的业务占比，提高产品附加值。

##### 二、新制程带来业绩增长

多工艺多制程整合能力系公司的核心竞争力之一，公司系主要客户一站式综合技术解决方案供应商，与客户的粘性在持续增

强，公司在与客户高质量全球柔性交付的基础上，与客户长期战略同频，共同规划战略目标。例如公司在家居生活用品领域，与核心客户共同规划目标，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。

### 三、新客户的持续拓展带来业绩增长

公司研发优势和多工艺多制程整合优势明显，定位为基于 ESG 的一站式综合技术解决方案供应商，为全球有品牌有渠道的集团性企业或行业领先企业提供消费品的智能制造及全球柔性交付。

公司按照既定的客户战略拓展目标客户，2021 年以来，公司陆续拓展了世界前 50 强零售商（世界 500 强企业之一）西班牙 MERCADONA 、美国中高端品牌客户 Helen of Troy、中国连锁咖啡品牌瑞幸咖啡等，这些客户处于不同的合作阶段，随着合作的深入，将对公司的业绩带来新的增长点。除了上述已在合作中的主要客户外，公司持续按既定的客户战略对接多家符合公司客户画像的潜在客户，相信公司未来营收将得到较理想的增长。

## 5、公司的竞争优势有哪些？

### 【回复】

与行业竞争对手相比，公司的竞争优势主要体现在客户资源优势、技术研发优势、多工艺多制程整合优势、质量控制和认证优势、智能制造优势。

公司秉承同心多元化战略，以产品设计、精密模具设计开发、多工艺多制程整合及智能制造为核心，系客户的基于 ESG 的一站式综合技术解决方案供应商，为全球有品牌有渠道的集团性企业或行业领先企业提供消费品的智能制造及全球柔性交付。

## 6、公司智能制造的特点主要在哪些方面？

**【回复】**

公司积极构建“产品设计+智能制造”体系，在完善的设计开发验证体系的基础上，公司业务重心延伸至产品设计，持续加强研发投入；同时实施精细化生产管理，推动行业转型升级，已荣获了信息化和工业化融合管理体系的认证。

随着自动化装备的引进以及 PLM、ERP、MES、WMS、BI、HRM、OA 等信息系统的导入，虽然公司近年来总员工人数呈下降趋势，但人均效益与单位产值持续提升，公司已初步形成“产品设计+智能制造”体系。

**7、公司在资本市场是否会有动作？（投并购业务）**

**【回复】**

公司在 IPO 阶段已充分论证、评估公司未来几年的发展路径。现阶段应“苦练内功”，重点在于尽快使募投项目及马来西亚基地尽快达产实现预期经济效益，而后再考虑投资并购“外延式”发展。

公司现有三大生产基地（厦门、石狮、马来西亚），远期规划 20-30 亿的产能。厦门基地定位于体育户外、健康护理用品的研发生产销售；石狮基地定位于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；马来西亚定位实现公司国际化跨越式发展的综合性生产制造基地。

**8、公司有考虑进入新的赛道吗，例如新能源等？**

**【回复】**

公司已形成“双制程（橡塑+五金）”及“三赛道（体育户外、家居生活及健康护理）”的发展格局，公司目前布局的三大赛道市场容量大、潜力足，有足够的发展空间。未来公司将立足三大赛道，发挥自身优势拓展新的产品应用领域，做细做精做强。

**9、JDM 模式相较于 ODM 对公司的优势？毛利率似乎没有明显差异？**

**【回复】**

一、不同模式差异：消费品行业普遍存在 OEM、JDM、ODM 以及 OBM 经营模式，当前行业多数企业以 OEM 模式为主。在 OEM 模式下，制造商按照品牌商的产品需求承担生产工艺开发和产品制造环节；JDM 是 OEM 的升级，以客户产业链融合为基础，与客户打通需求、研发、生产和交付环节，在最短时间内、可控成本约束下，制造客户所需的产品；ODM 模式进一步向上游的产品设计环节延伸，获取更高的附加值；OBM 模式下公司产品以自主品牌进行销售。其中，采用 JDM/ODM 模式的企业，凭借研发设计、品质控制和高效制造等综合实力与下游大型品牌商形成稳定合作关系，有利于技术积累、快速扩大规模，具备较强的抗风险能力，可获取更高的产业价值链环节。

二、毛利率差异：影响公司产品毛利率的因素较多，包括但不限于：①对于工艺制程复杂、制造难度较高、包含技术亮点的产品，公司会适当提高报价导致毛利率相对较高；②预计销量的规模，对于小批量销售的产品，公司会适当提高产品售价故毛利率相对较高，对于大批量或者战略性的产品，公司会适当降低售价导致毛利率偏低；③对于部分工艺成熟、销售体量大及竞争激烈的产品，其产品毛利率相对较低。

按照不同合作模式下定价因素差异，通常情况下，尤其对于同一系列产品而言，ODM 模式下毛利率最高、JDM 毛利率次之、OEM 毛利率最低。公司各经营模式毛利率总体趋势较为合理，但因公司产品类别多，受不同合作模式下不同毛利率产品销售结构的影响导致不同模式小幅波动。

**10、公司与客户哈尔斯的合作模式？**

**【回复】**

哈尔斯系 YETI 指定销售的客户，哈尔斯生产 YETI 杯体后，与公司生产的 YETI 杯盖进行组装，再销售给 YETI。

**11、近期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较小。

**12、公司毛利率和净利率增长是否同步？公司如何实现利润率的持续提升？**

**【回复】**

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增长受产品结构、定价策略、产能利用率、期间费用等多因素综合影响，并不完全同步，总体保持趋势一致，逐步提升。

未来公司继续以扩大 JDM 和 ODM 模式占比为手段，为客户提供更加丰富的解决方案，进而进一步提高公司产品竞争力和附加值。通过夯实内部管理能力、降本增效等，努力争取净利率的持续提升。

**13、目前公司不承担物流成本，公司是否会可能被要求承担 3-5% 的物流成本，导致净利率的下滑？**

**【回复】**

公司主要核心客户均系有品牌有渠道的国际性集团企业，国际性大客户为保持稳健的供应链体系，会为其供应商提供合理的

	<p>利润空间，不会唯价格论或无故转嫁成本，其评估供应商时，会从劳工、环保、ESG、认证、质量等维度进行综合评估。</p> <p>公司定位清晰，与国际性大客户建立了紧密稳定的合作关系；公司主要客户均系国际性集团客户，其货品全球化调配的统筹能力及物流议价能力强，而公司智能制造优势明显，为客户提供一站式柔性交付，双方通过战略协同发挥各自优势，共同实现全产业链综合成本最低。</p>
附件清单（如有）	
日期	2023年9月25日