

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：2024-005

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	国金证券股份有限公司 消费升级与娱乐研究中心 高级分析师：尹新悦 上海慎知资产管理合伙企业（有限合伙）：张海涛 北京陶朱资本管理有限公司：杨述平 中信建投证券股份有限公司：刘岚 国投信邦（北京）资产管理有限公司：尹志刚 上海归富投资管理有限公司：张关心 上海玖歌投资管理有限公司：赖正健 深圳市君茂投资有限公司：李守强
时 间	2024 年 4 月 25 日 15:30-16:30
地 点	电话会议
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	<b>Q1：请介绍公司 2023 年度及 2024 年第一季度经营业绩情况。</b> <b>【回复】</b> 2023 年度，公司实现营业收入约 7.99 亿元，较上年同期下降 14.19%；归属于上市公司股东的净利润约 1.01 亿元，较上年同期下降 23.18%。 2023 年度公司业绩下降的主要原因，是该年度全球经贸环境恶化，民众风险偏好及消费预期转向保守，国内外居民消费市场需求降低，导致公司 2023 年订单出现暂时性波动。但在公司董事会的领导下，经过公司管理层的不懈努力，公司 2023 年度经营整体

保持稳定。预计 2024 年度，随着海内外市场需求的持续恢复，体育户外、家居生活、健康护理等行业将逐渐进入换挡提质的高质量发展时期，公司将通过提升核心竞争力和产品竞争力，在与现有大客户保持稳定良好的合作关系的基础上，培育并拓展新优质客户，确保公司未来经营业务持续增长。

2024 年第一季度，公司实现营业收入约 2.36 亿元，同比增长 14.43%，环比增长约 7%；归属于上市公司股东的净利润约 3157 万元，同比增加 1.94%，环比增长约 57%。

影响一季度净利率的主要原因包括：“2023 年限制性股票激励计划”实施涉及股份支付费用净增加；马来西亚工厂和石狮工厂皆系 2023 年度开始运营，2023 年第一季度人员及固定费用较少，2024 年第一季度人员同比净增加，固定资产投资及各种费用同比增加。

2024 年第一季度销售费用约 166 万元，约占营业收入的 0.7%，2023 年第一季度销售费用约 99 万元，约占营业收入的 0.48%。2024 年第一季度销售费用同比增加约 67 万元，增幅约为 67%，主要原因是公司 2024 年第一季度销售业务拓展活动增加。

2024 年第一季度管理费用约 2122 万元，同比增加 75.21%，管理费用同比增加的原因主要系公司本期新增确认股份支付（“2023 年限制性股票激励计划”）及子公司同比费用增加（马来西亚工厂、石狮工厂至 2024 年第一季度时已部分投产，所以相较筹建及运营初期阶段的 2023 年第一季度增加明显）所致。

**Q2：请介绍公司目前产能利用率。**

**【回复】**

公司第一事业部，每个月会根据预测，计算产能负荷，产能负荷处于较好水平。

公司一级全资子公司通达创智（石狮）有限公司（下称“创智石狮”），2023 年产能利用率处于一般水平，2024 年产能相比上

一年度将有较大提升。目前已在原有设备基础上增购许多台注塑机，创智石狮增加设备后（按行业 80%的设备负荷率测算），产能将有大幅提高。

公司一级全资子公司厦门市创智健康用品有限公司，目前产能方面保持较好状态，理论产值能够达到较高水平，目前稼动率保持在一般水平，预计下半年稼动率将有大幅提升。

公司二级全资子公司 TONGDA SMART TECH (MALAYSIA) SDN. BHD.（下称“创智马来西亚”）合理安排产能规划，分为非食品级车间和食品级车间，并在各自的注塑车间安置机台，组装车间安置产线。目前，非食品级车间，其注塑车间安置的部分机台处于满负荷状态，其组装车间的产线目前使用率尚处于偏低水平；食品级车间，尚待启动装修，但已做好注塑车间的产能规划及组装车间的产能设计。

**Q3: 请介绍公司一季度的订单恢复情况。**

**【回复】**

2024 年第一季度，公司主要客户订单有所增加，其中体育用品品类订单增加所贡献销售收入增加幅度较大，户外休闲品类、家用电动工具品类、室内家居用品（五金）品类、健康护理品类订单增加所贡献的销售收入亦有增加。

**Q4: 马来西亚产能对应的订单情况怎么样？**

**【回复】**

马来西亚工厂承接的是已量产项目订单，目前销售市场以及生产供应，皆保持稳定。目前马来西亚的产能，已经完成量产爬坡，能够匹配客户的订单需求。

**Q5: 公司健康护理业务，2023 年下半年有加速增长，请问主要原因是什么？后续在健康护理业务板块的客户开拓计划是什么？**

**【回复】**

公司健康护理板块 2023 年下品类的半年加速增长，主要原因在于公司健康护理品类的主要客户之一，于 2023 年销售渠道得到恢复，库存迅速清理完毕，2023 年第四季度开始向公司追加订单，并且随着该客户销售市场打开，业务加速增长。

后续，公司将持续拓展健康护理品类的优质新客户。

**Q6: 五金业务在财务报表分类中是计入哪个项目，2023 年五金业务量有多少？中长期预期能达到什么体量？**

**【回复】**

五金业务在财务报告分类中属于通达创智（石狮）有限公司，2023 年五金产品线开始投产，10 月份开始小批量出货。

从中长期看，预计五金产品线将为公司逐渐带来新的业务增长空间。

**Q7: 过去，公司毛利率一直保持较好，请问公司未来毛利率预期？**

**【回复】**

公司将通过持续重视自动化投入、数字化管理等方式，实现降本增效，并同时努力开源增收，争取未来毛利率水平，在上一年度基础上有所提升。

**Q8: 公司商业模式类型包括 JDM、ODM、OEM 等分类，请问 2023 年这几种商业模式毛利率的差异？**

**【回复】**

公司商业模式，目前以 JDM、ODM 为主，OEM 占比相对较低。

ODM（原始设计制造商），代表自主研发设计，毛利率相对最高；JDM（联合设计制造），由公司与客户联合设计开发，毛利率稍低于 ODM；OEM（原始设备制造商），即传统的代工（生产），

	<p>毛利率最低。</p> <p><b>Q9: 请问公司的成本控制，后期在生产端是否存在精细化提升空间？</b></p> <p><b>【回复】</b></p> <p>目前公司生产端正在加强信息化和数字化管理，同时公司财务部门日常也在强化精细化成本分析，服务生产管理。未来，公司在成本控制精细化方面仍有提升空间。</p>
关于本次活动是否涉及应披露重大信息的说明	<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>
附件清单（如有）	未提供资料
日期	2024 年 4 月 25 日