

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：2026-003

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 checked="" 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 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	投资者网上提问
时 间	2026 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 2025 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 董事会秘书：陈雪峰 财务总监：张芸彬 独立董事：沈哲
投资者关系活动主要内容介绍	<p style="text-align: center;">一、请介绍公司的基本情况</p> <p>通达创智（厦门）股份有限公司是一家致力于研发、生产和销售体育户外、家居生活、健康护理等行业消费品的国家级高新技术企业。公司自 2016 年成立以来，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，推进“塑料+五金”双制程联合发展，对“小批量、多品种”或大批量产品均能够实现高品质、快速稳定交付，为客户提供契合 ESG 理念的“一站式综合技术解决方案服务”。公司已在海内外建成厦门、石狮、马来西亚三大生产基地，通过 JDM、ODM 等业务模式与迪卡侬、宜家、Wagner、YETI 等全球领先跨国企业客户建立了长期、稳定的战略合作关系。公司以技术创新作为</p>

企业发展的核心驱动力，成立了厦门市市级企业技术中心，公司实验中心已通过 CNAS（国家级）认证，公司已取得 277 多项国家授权专利（含发明专利 10 项）。公司产品对标国际质量标准，现已获得几十个国家或地区的数十项权威认证，当前公司产品远销欧洲、北美、亚洲、大洋洲等三、四十个国家和地区。通达创智自 2023 年 3 月登陆 A 股市场并在深圳证券交易所主板上市以来，严格遵守法律法规及监管规则，加强公司治理和规范运作，企业经营业务稳健发展，构建积极、稳定的分红政策，积极回报广大投资者。近年来，公司先后荣获：厦门市工业和信息化局“科技领先产品奖”、2017 年厦门市创新型试点企业、2018 年厦门市企业技术中心、2021 年厦门市科学技术进步奖三等奖、2021 年厦门市海沧区工贸行业安全生产标准化示范单位、2022 年厦门市市级工业设计中心企业名单、2022 年厦门市重点工业企业名单、2022 年厦门市重点产业龙头骨干民营企业、福建省质量文化促进会重质量守信誉单位、纳税大户、2025 年“上证鹰·金质量”科技创新奖等诸多企业荣誉。

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、水瓶、发泡菜板、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、AI 玩伴等。

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、近年来，公司的分红情况如何？

2023 年度利润分配：公司于 2024 年 4 月发布 2023 年年度权益分派实施公告，每 10 股派发现金红利 8 元，派发现金红利总额 91,094,080.00 元（含税）。

2024 年度利润分配：（1）公司于 2024 年 11 月发布 2024 年中期权益分派实施公告，每 10 股派发现金红利 6.5 元，派发现金红利总额 74,013,940.00 元（含税）；（2）公司于 2025 年 4 月发布 2024 年度权益分派实施公告，每 10 股派发现金红利 1.5 元，派发现金红利总额 17,126,190.00 元（含税）。2024 年度，公司累计派发现金红利总额为 91,140,130.00（含税）。

2025 年度利润分配：（1）公司于 2025 年 12 月发布 2025 年中期权益分派实施公告，每 10 股派发现金红利 6 元，派发现金红利总额 68,302,166.40 元（含税）；（2）公司于 2026 年 4 月发布 2025 年度权益分派实施公告，每 10 股派发现金红利 1.5 元，派发现金红利总额 17,075,541.60（含税）。2025 年度累计派发现金红利总额为 85,377,708.00（含税）。

四、请介绍一下公司的客户群体情况。

公司与迪卡侬、宜家、Wagner、YETI、Helen of Troy 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。

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。

五、请介绍公司所处行业的竞争情况，还有公司的行业地位情况。

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。

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）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。

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。

六、通达创智的核心竞争力，体现在哪几方面？

公司的核心竞争力，主要体现在以下几方面：

1、客户资源优势

公司已与迪卡侬、宜家、Wagner、YETI、Helen of Troy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。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。公司不断开拓海内外优质新客户，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。

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。公司已组建一支深谙行业技术发展和应用，涵盖产品设计、精密模具设计研发、工艺工程、品质工程等多方面的专业技术人才团队，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”。公司技术研发能力不断提升，并持续获得技术创新成果。截至目前，公司及各级子公司拥有知识产权包括：专利权**277**项（其中，发明专利**10**项，实用新型专利**253**项，外观设计专利**14**项），软件著作权**15**项。公司已掌握精密注塑模具设计和加工、注塑成型、挤吹及注拉吹成型等核心技术，为公司保持长期竞争优势提供了技术支撑。公司一级全资子公司创智石狮子**2024**年获得国家级高新技术企业和省级专精特新中小企业证书。

3、多工艺、多制程整合优势

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，因此所涉及的生产工艺复杂、制程工序繁多。为此，公司致力于将工艺和制程体系不断完善和扩充，凭借在体育户外、家居生活、健康护理等消费品制造积累的丰富经验，已成功掌握并成功应用了气辅注塑、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精度工艺生产。同时，公司还根据客户和业务发展需求，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。在智能制造中的“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

公司客户大多为全球领先跨国企业，其产品为全球化销售，对公司产品品质有着严格要求，公司产品需符合包括安规、环保、质量等内容在内的全球各国不同类型的标准和体系。为此，公司倡导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，通过了多个体系认证；同时为保障全制程量测系统的可靠性，公司成立了实验中心，同步建立了 ISO/IEC17025:2017，并通过了 CNAS（国家认可委员会）审核与认可。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，公司已获得了全球数十个国家或地区的相关认证。公司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布局，前瞻性启

动海外生产基地建设规划，布局海外工厂，经系统化市场调研与综合评估，择址马来西亚作为国际化发展首站，建立健全公司海外业务运营体系。马来西亚工厂自 2023 年末投产后，生产经营稳健发展。随着订单需求的持续增加，公司进一步加强产能扩建。公司马来西亚工厂的持续发展，具备战略价值：一方面，公司马来西亚工厂有效抵御美国对华关税政策风险，为提升美国市场产品销售收入提供有力支撑；另一方面，作为公司国际化发展战略的重要支点，公司马来西亚工厂成功运营将持续释放辐射效应，驱动全球业务版图持续拓展。

七、面对目前行业内较为激烈的市场竞争态势，公司在今年的市场开拓方面（例如渠道下沉、新客户拓展或海外市场布局），主要有哪些侧重点或新的规划思路？

公司的市场开拓规划，侧重以下方面：

1、提升原有客户份额：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；在 ODM 合作建设不断加深的背景下，持续挖掘潜在业务机会、进一步增强客户粘性、深化与合作内容，并稳步提升在现有客户体系中的业务份额。

2、在三大产品领域内拓展新品类：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。

3、拓展国际、国内知名品牌新客户：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。

八、请介绍公司未来发展规划，以及公司相关 AI 产品进度。

公司未来将坚持以“智造成就美好生活”为发展愿景，以“自主、创新、高效、融合、绿色、共赢”为经营理念，以向产业价值链高端延伸并打造具有标杆示范性的“灯塔工厂”为发展方向。公司秉承同心多元化战略，致力于为客户提供品质优异、高速响应、全球交付的服务，成为客户信赖的可持续发展的战略合作伙伴。公司将持续重视科技投入和研发能力建设，以技术创新作为公司发展的核心驱动力，不断提升创新能力及研发水平；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，进一步拓展国际、国内符合公司客户画像的潜在新优质客户群体，并积极与客户进行跨制程、跨产品线的扩展合作；并同时基于国际化发展战略布局，进一步重视海外生产基地建设，建立健全公司海外业务运营体系。公司将通过持续提升核心竞争力，聚焦体育休闲、家居生活、健康护理三大主营业务，逐步发展成为一家全球领先的消费品整体解决方案供应商。

公司重视市场消费需求及发展趋势，通过提升产品技术驱动经营业务拓展，并发掘前沿尖端技术在产品业务中的应用潜力。结合人工智能、AI 大数据等前沿技术对消费市场发展带来的新变化，公司在 AI 玩具等产品方面进行了相应的研发投入，目前已自主研发出多模态 AI 玩具，公司与客户共研的基于射频识别角色无感切换的 AI 智能玩具于 2026 年 1 月实现小批量出货。随着公司产品竞争力的不断提升，未来有望为业务发展注入新动力。

九、请介绍：公司 AI 玩具业务进度，海外基地情况与关税应对措施，经营成果验证，以及股东结构与持仓变化情况。

公司重视市场消费需求及发展趋势，通过提升产品技术驱动经营业务拓展，并发掘前沿尖端技术在产品业务中的应用潜力。结合人工智能、AI 大数据等前沿技术对消费市场发展带来的新变化，公司在 AI 玩具等产品方面进行了相应的研发投入，目前已自主研发出多模态 AI 玩具，公司与客户共研的基于射频识别角色无感切换的 AI 智能玩具于 2026 年 1 月实现小批量出货。随着公司产品竞争力的不断提升，未来有望为业务发展注入新动力。

近年来，东南亚成为中国企业海外建厂的热点区域。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.。公司马来西亚生产基于 2023 年末投产出货，2024 年马来西亚工厂稳步发展。2025 年 8 月 4 日，公司 2025 年第二次临时股东会审议通过了《关于使用部分募投项目节余资金投入马来西亚制造基地扩建项目的议案》，使用募集资金 6,000.00 万元兑换成等值外币对创智马来西亚增资以实施马来西亚制造基地扩建项目。公司马来西亚工厂的持续发展，有效降低美国对华关税政策风险，为公司吸引更多美线客户、提升在美国市场产品销售收入提供了有力保障。

公司经营管理层，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，积极构建“产品设计+智能制造”体系，公司生产经营工作稳健开展。公司全员开拓创新，求真务实，克服困难，忠诚勤勉地履行职责，公司近年来经营保持良好发展，并通过稳健的经营业绩及较好的投资者回报，取得了广大投资者的认可和支持。

最新的前十大股东情况，详见公司 2026 年 4 月 29 日披露于巨潮资讯网的《2026 年一季度报告》中的“二、股东信息”。

<p>关于本次活动是否涉及应披露重大信息的说明</p>	<p>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。</p>
<p>附件清单（如有）</p>	<p>未提供资料</p>
<p>日期</p>	<p>2026年5月15日</p>