

证券代码：605365

证券简称：立达信

立达信物联科技股份有限公司

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 type="checkbox"/> 其他
形式	<input type="checkbox"/> 现场 <input checked="" type="checkbox"/> 线上 <input type="checkbox"/> 现场结合通讯
参与单位名称 及人员姓名	国信证券（王兆康）、农银汇理（仲恒）
时间	2024年4月26日
地点	线上会议
上市公司接待人员	副总经理/财务总监/董事会秘书 夏成亮 证券事务代表 陈宇飞
投资者关系活动主要内容介绍	<p>（一）调研交流的主要问题及公司回复概要</p> <p>问题1： 从公司 2023 年年报来看，公司的收入按产品类别划分发生了什么变化？</p> <p>答：公司主要业务分为照明和物联网两大板块，主要的产品和服务包括照明、控制与安防和家电三大硬件品类以及软硬件结合的物联网解决方案。2023 年度，按产品维度划分，照明产品的营收占主营业务收入的比例为 62.90%、物联网（IoT）业务占比 28.40%、家电占比 7.38%。其中，家电品类的营收占比较上年提升了 4.37 个百分点，主要因为家电品类经过几年的孵化和持续投入，在市场、客户开拓方面已有所斩获，研发、交付能力也有所提升，业务规模稳定增长。</p> <p>问题2： 公司主要产品有哪些，可否进一步细分？</p> <p>答：公司主要业务分为照明板块和物联网两大板块。照明板块的主要产品是 LED 光源和 LED 灯具，LED 灯具又包括家居灯具和专业</p>

灯具。公司物联网（IoT）业务的主要产品形态包括物联网硬件产品和软硬件结合的物联网解决方案。其中，物联网硬件产品包括智能照明、控制类、安防类产品以及智能家电产品，是以代工出口为主要业务模式。软硬件结合的物联网解决方案则聚焦智慧管理和智慧生活领域，以自有品牌进行推广。

问题3： 我们关注到公司 2023 年度在自有品牌的占比有所提升，公司自有品牌是如何布局的？

答：公司坚持“品牌代工双主业、国内国外双循环”策略。公司聚焦智慧管理和智慧生活领域，近年加大对自有品牌业务的投入，初步取得成效，近三年自有品牌的营收占比逐年提升。

自有品牌业务在国内市场主要以立达信品牌推广。其中，立达信品牌同时发展 2B 和 2C 业务，立达信 2B 聚焦教育领域，以教育照明产品为起点，逐步向智慧教室、智慧校园、智慧教育管理平台发展，产品和服务类型涵括了教育照明产品和物联网解决方案。立达信 2C 是以原创高端灯具为主，现在也延续了教育照明专用技术，开发推广家用护眼照明产品。在国外市场，仍是以代工业务为主；同时，聚焦智慧生活领域，主要通过跨境电商渠道，推广智慧生活解决方案和产品。

问题4： 公司 2023 年度毛利率同比上升的主要原因是什么？

答：毛利率提升的主要原因，一方面是公司一贯重视研发创新，着力提升产品竞争力，技术降本、产品结构调整等措施，对毛利率提升产生一定贡献；另一方面持续优化供应链，重点发挥供应链的业务协同作用。第三，扎实推进数字化变革特别是智能制造部分，促进制造效率提升。第四是汇率的影响。在以上几个因素的共同作用下，2023 年度的毛利率同比上升。

问题5： 如何看待照明行业发展趋势？是否会随着行业竞争和发展逐渐趋向集中化？

答：照明行业目前仍然较为分散，厂家众多，集中度较低。即使是照明行业头部企业，其绝对市场占有率也比较低。这主要是因为照

明市场的需求层次分化，大量中小企业也能找到匹配的市场需求，仍有生存空间。目前行业对低端产能的集体出清阶段并未来临。但随着消费市场的变化，以及大厂凭借技术创新、规模化制造、供应链协同优势以及品牌效应等，进一步获取市场结构性机会，行业将逐渐走向集中化。

问题6：公司在激烈的竞争中如何保持竞争优势？

答：在市场竞争中要保持优势，最终凭借的是市场需求的准确把握和公司对市场需求的满足的速度，考验的是公司对市场的反应能力和产品竞争力。公司坚持战略引领和创新赋能，将进一步深化全球战略布局，通过多渠道、多产品线布局，拓宽销售渠道；坚定投入研发创新，着力提升产品竞争力；扎实推进智能制造提质增效；加快数字化转型，全面提升企业运营效率。

问题7：根据公司 2023 年年报数据，前五名客户销售额 290,865.37 万元，占年度销售总额 43.54%，该占比较上年同期下降。前五大客户是否发生变化？是否对大客户有严重依赖？

答：由于整体客户结构发生变化，前五大客户的营收占比有所下降。公司前五大客户均是国际知名的品牌厂商和零售商，与上年同期相比前五大客户的名单未发生变化。公司代工业务一直坚持大客户策略，与上述客户形成长期稳定的合作关系，但不存在对单一大客户的重大依赖。公司也将通过更丰富的产品和服务持续拓展市场，满足客户需求，建立可持续发展的客户关系。

问题8：公司 2023 年度费用快速增长的主要原因是什么？后续的费用率如何展望？有什么措施？

答：2023 年度费用增速较快主要是公司加大对自有品牌的投入，相应的管理架构、销售团队扩大，品牌推广活动增加，导致管理费用和销售费用增长较快。

“品牌代工双主业，国内国外双循环”是公司的主策略，因此公司仍将继续发展品牌业务，但会根据市场趋势和实际经营情况，合理投放资源。

	<p>问题9： 公司未来的主要投资方向是什么？是泰国的产能扩产吗？未来的产能如何规划？</p> <p>答：公司未来的主要投资方向一方面是发展品牌业务，另一方面是在产能的扩充。对品牌业务的投入主要侧重在其市场推广、产品研发方面。产能扩产主要是泰国制造基地的建设；未来几年公司将根据实际经营情况，有序安排泰国扩产进度。</p> <p>问题10： 公司对 2024 年经营情况有何展望？</p> <p>答：2024 年公司提出“苦练内功，聚焦突破”的经营方针，因此 2024 年的重点在于提质增效，并不完全是追求营收规模的快速增长。</p> <p>尽管欧美通用照明去库存已接近尾声，但国际政治经济局势复杂，外部环境不确定性加大，有效需求不足，公司对市场持谨慎乐观的态度。公司将坚持既定的发展策略，在努力扩大出口业务的同时，加快国内市场的开拓。坚持投入研发创新，从产品和服务、渠道以及供应链等多方面共同发力，力求取得业绩增长。</p>
附件清单（如有）	无
本表填写日期	2024 年 4 月 28 日