

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 checked="" 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	2025年5月27日 东北证券（庄嘉骏、黄松炎、龚梦园） 2025年5月28日 国盛证券（徐程颖）
时间	2025年5月27日 14:00-15:30 2025年5月28日 14:00-15:00
地点	2025年5月27日 公司展厅、会议室 2025年5月28日 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

<p>投资者关系活动主要内容介绍</p>	<p>（一）公司概况介绍环节</p> <p>现场调研人员通过参观公司展厅，了解公司发展历程、业务布局及产品。</p> <p>（二）现场调研及线上交流的主要问题及公司回复内容概要</p> <p>问题1：公司是否自制原材料 LED 灯珠？</p> <p>答：LED 灯珠的生产属于产业链上游环节，公司主要是做照明应用，属于产业链下游。公司不生产 LED 灯珠，均为外部采购。</p> <p>问题2：公司的产能布局是怎样的？</p> <p>答：公司目前有福建漳州长泰和泰国北柳府两大制造基地。2024 年公司产能分布仍以中国工厂为主，占比超 8 成。与此同时，泰国基地的产能规模有序扩充。2024 年泰国工厂出货额突破 10 亿元人民币。生产的产品品类也逐步增加，涵括照明、IoT、家电三大品类。当前，泰国基地当前正在加速扩充产能，以满足美国订单的交付需求。</p> <p>问题3：公司 2024 年海外销售规模、按区域如何拆分占比结构？</p> <p>答：公司产品售达全球 50 余个国家和地区，北美、欧洲、日本以及东南亚、中国市场都是较为重要的收入来源。2024 年度，公司实现境外收入 60.73 亿元。按区域拆分，北美地区约占 50%，欧洲地区略超 20%，亚洲地区（含中国）近 25%。</p> <p>问题4：公司一直以来是以北美、欧洲等发达国家和地区的市场为主发展至今的吗？</p> <p>答：公司创立初期，主要以发展中国家和地区为主要目标市场。随着公司实力逐步增强，且 2016 年从智能照明切入物联网领域后。公司主动做了市场策略调整，确立以北美、欧洲、日本等发达国家和地区为主的策略。公司目前主要的大客户集中在上述国家及地区。</p> <p>问题5：公司家电的产品有哪些？</p> <p>答：家电品类经过几年的孵化，在市场、客户开拓方面均有所斩获，2024 年度，家电品类实现营业收入 5.48 亿元，同比增长 13.22%。家电品类主要包括空气净化器、灯扇、浴室扇等产品，这类产品主要以 ODM 业务模式为主。</p>
----------------------	--

问题6：公司物联网的产品有哪些？

答：公司物联网的产品包括物联网智能硬件和软硬件结合的物联网解决方案。智能硬件产品包括智能照明、控制器、传感器、监控类、智能小家电等品类，主要是代工模式；软硬件结合的物联网解决方案主要通过自有品牌推广。

问题7：从公司的角度看，照明业务还有哪些新的增长点？

答：照明行业的增长未来主要围绕智能照明、健康照明、循环经济等趋势，各家公司都在积极探索结合应用场景的光环境解决方案，涌现出许多细分赛道。

问题8：公司后续有什么重大资本开支计划？

答：公司后续主要的资本开支计划将是有序建设泰国基地，包括厂房和生活配套设施。待泰国基地建设完成后，公司的海外交付能力将会大幅度提升。基于此，公司在近期审议披露了将部分募投项目节余募集资金用于泰国募投项目的事项，将“智能制造基地建设项目”节余募集资金用于尚未完工的募投项目“泰国智能制造基地建设项目”，合理配置资金。公司将结合实际业务需求和资源利用效率，合理安排泰国基地的建设进度。

问题9：近日中美日内瓦经贸会谈联合声明发布后，目前公司出口至美国的产品关税税率是多少？

答：根据5月12日发布的中美日内瓦经贸会谈联合声明，双方达成关税共识，美方自2025年5月12日后对华加征关税降低至10%，加上此前以芬太尼问题为由加征的20%，最终加征关税水平为30%，以LED光源为例，其基础关税为2%，目前从中国出口至美国的关税税率为32%。公司出口至美国的产品包括LED光源、LED灯具、物联网硬件产品、小家电产品等。从中国出口至美国的产品关税在32%至67%之间。公司与客户签订的销售合同以FOB价格为主，关税由客户承担。基于当前国际贸易形势的变化，公司通过转产泰国以满足美国市场需求为目标，利用已有的泰国制造基地，加速扩充产能，提升抗风险能力。公司将密切关注政策、环境的变化情况，积极与客户

沟通，及时调整应对策略。

问题10：近日中美日内瓦经贸会谈联合声明发布后，客户下订单的情况如何？

答：5月12日中美日内瓦经贸会谈联合声明发布以来，客户恢复了原先4月份暂停在中国生产的订单，并要求在90天的缓冲期内加速从中国出货，当前正在加紧供应中。

问题11：公司代工业务的客户结构是怎么样的？

答：公司ODM业务的客户主要有品牌商和渠道商两类。来自大客户的营收占比相对较高，2024年年报中所披露的前五名客户占比44.06%，数字可供参考，2025年基本延续这个结构。

问题12：泰国基地的产能是通过什么方式增加的？

答：目前泰国基地使用租赁的厂房，增加产能主要通过增加产线、优化产线分布、提升生产效率等方式；同时公司在泰国北柳府购买了土地，泰国自购土地的建设项目正在加速进行中，其中，募投项目泰国智能制造基地项目预计将在2026年5月达到预定可使用状态。该项目投产后，泰国基地的产能将进一步提升。

问题13：泰国工厂目前的生产成本和中国比如何？

答：综合比较，当前泰国基地的生产成本会更高一些，主要受当地采购的物料、生产人员效率、物流费用以及厂房租金等生产要素成本等因素的影响。后续，公司将通过加速海外供应链建设、提升智能制造水平、精细化管理等措施，提升泰国基地的生产效率和经营效益。

问题14：美国关税不确定性加大，欧洲及其他非美国的市场是否能弥补贸易摩擦带来的消极影响？

答：当前全球贸易形势已发生剧烈变化，为了防范来自单一市场的政策风险，对非美国市场加快布局是行业的共识，竞争是不可避免的。美国市场是个“统一大市场”，客户集中度高，规模效应好。欧洲市场相对分散，日本市场相对稳定。但相较于美国市场而言，无论是规模总量还是增速，都不具备可比性，美国市场仍然十分重要。因此公司短期的策略目标是保证顺利转产泰国，保障对现有美国客户订

	<p>单的高质量交付；以稳为主，着重提升经营质量。同时，进行全方位的业务升级、管理升级，提升综合能力，以备后续拓展更多的优质业务机会。</p> <p>问题15：公司对 2025 年全年业绩有何展望？</p> <p>答：当前国际贸易形势剧烈变化，公司将以“稳份额、保利润”为目标，全力提升经营质量。公司将继续坚持“品牌代工双主业，国内国外双循环”的策略，积极拓展海外市场，同时持续以自有品牌大力拓展国内市场。</p>
附件清单（如有）	无
本表填写日期	2025 年 5 月 29 日