

证券代码：605365

证券简称：立达信

## 立达信物联网科技股份有限公司

## 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	浙商证券研究所（芦家宁、李羽佳）、中金公司（李晶昕、张沁仪、褚君）、中国银河证券（刘立思）、国信证券（邹会阳）、西南证券股份有限公司（方建钊）、国泰海通（蔡雯娟、曲世强）、东方证券（周振）、 <b>FULLERTON FUND MANAGEMENT COMPANY</b> （刘宏）、海富通基金管理有限公司（赵晨凯）、浦银理财有限责任公司（赵经通）、太平洋证券（金桐羽）、中银三星人寿保险有限公司（林相洁）
时间	2025年4月22日 15:30-16:30
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	<b>调研交流的主要问题及公司回复概要</b> <b>问题1：</b> 据行业数据显示，我国照明出口在2024年度和2025年第一季度的表现是量价齐跌的；但公司的照明业务逆势增长。请问公司在这一方面能够跑赢行业的原因？我们采用了哪些方式来应对行业的下行？ 答：在市场需求偏弱的情况下，仍然存在结构性的市场机会。公司2024年的业绩能够跑赢行业平均水平，一方面得益于持续的客户开拓，取得一定进展；另一方面是来自于专业灯具等品类的增长。 至于在产品价格方面，公司与行业的趋势一致的，通用照明产品

也出现了“量增价跌”的局面。

公司始终坚持以客户为中心的理念，持续提升产品竞争力和服务水平，提升客户满意度，与客户建立可持续的合作关系；同时，将结合不同市场、不同客户的特点，持续优化产品结构，更好地匹配客户的需求。

**问题2：请介绍一下公司 2024 年、2025 年第一季度的营业收入按地区划分的情况是怎样的？**

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，境内收入 6.56 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%。2025 年第一季度的收入分布结构与 2024 年度的情况相似，没有明显变化。

**问题3：近期美国“对等关税”政策对公司有何影响？公司采取什么应对措施？**

答：美国“对等关税”对中国的税率持续大幅提高，不断变化，多数美国客户对政策的变化持观望态度，暂停了一部分订单在中国生产，并且期望公司尽快将订单转移至泰国生产。公司已快速做出加速转产泰国的决策，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，预计到 6 月份完成泰国基地第一阶段扩产计划。

除了交付端的布局调整，公司还将持续拓展欧盟、英国、东盟国家以及国内市场业务，调整市场策略，丰富客户资源。此外，公司将坚定投入研发创新，持续增强产品竞争力，提升市场议价能力。同时，继续强化内部管理，通过数字化转型，推动精细化管理，强化成本费用控制，增强抵御风险能力。关税对市场秩序的扰动和冲击，短期的阵痛不可避免。公司将密切关注政策的变化积极应变。

**问题4：目前在泰国的产能转移进度、订单状况以及后续的产能转移的规划？**

答：公司早在 2021 年就开始布局泰国基地，2024 年泰国基地出货量已经超过 10 亿元。“对等关税”出台后，公司快速启动了“转泰专项”，目前已有第一批设备转移并安装调试完成，预计 6 月能完成第一阶段产能提升计划。

**问题5：公司转移到泰国生产的订单与在中国生产的成本有何差异？**

答：目前泰国基地还在产能爬坡期，综合比较，当前泰国的生产成本更高一些，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6：关注到公司自有品牌业务营收达到了 9.12 亿元，公司的自有品牌是如何规划布局的？**

答：2024 年度公司自有品牌业务实现收入 9.12 亿元，包含了跨境电商的收入。总体来看，受市场弱需求的影响，2024 年国内品牌的业绩没有提升。公司坚持“品牌代工双主业，国内外双循环”的策略，在国内市场以自有品牌业务为主。立达信品牌同时布局 To B/To C 业务；立达信 To B 聚焦教育领域，定位健康校园产品与方案引领品牌，主要提供教育照明产品、校园健康光环境解决方案、健康校园相关产品和解决方案；立达信 To C 承袭教育专用护眼技术，将护眼照明产品推广至家居环境，定位儿童护眼灯第一品牌；立达信“一灯一世界”，则聚焦于高端原创灯具，定位高端灯具品牌，传递东方美学和文化传承。海外品牌还是以跨境电商为主要方式。

**问题7：2024 年度，汇兑收益贡献了利润增量，公司是如何管控汇率带来业绩波动的？**

答：公司海外业务主要以美元等外币结算，汇率波动对公司业绩具有一定程度的影响。公司以远期结汇和即期结汇相结合的方式管控汇率波动带来的风险。当前阶段采取即期结汇较多，同时开展套期保值业务，平滑汇率波动带来的风险。公司将继续加强对汇率的研究分

	<p>析，密切关注国际市场环境的变化，适时调整交易策略，降低汇率波动带来的影响。</p> <p><b>问题8：2025年第一季度毛利率下降的原因是什么？</b></p> <p>答：主要与当季出货的产品结构有关。当季有一部分产品的毛利率较低且数量占比较高，导致第一季度整体毛利率下降。</p> <p><b>问题9：公司对2025年度的业绩预期是怎样的？</b></p> <p>答：由于当前国际贸易形势的剧烈变化，我们调低了原有的预期，以稳为主，着力提升经营质量，以“稳份额、保利润”为目标。短期内，先确保泰国基地的交付质量和交期；同时从销售、研发、供应链以及内部运营管理等方面继续全方位提升能力；特别是强化成本费用控制，以抵御外部风险的冲击。</p>
附件清单（如有）	无
本表填写日期	2025年4月23日