通达创智(厦门)股份有限公司首次公开发行股票招股意向书摘要

(上接C6版)

报告期内，发行人销售商品、提供劳务收到的现金与营业收入的比例分别为102.94%、95.05%、101.61%和95.75%，发行人销售回款良好。报告期内，公司经营活动产生的现金流量净额与净利润的比例为139.73%、96.07%、120.53%和128.19%，公司利润质量整体较好。

(2)投资活动现金流量分析

报告期内，公司投资活动现金流量净额分别为-4,034.30万元、-5,204.53万元、-10,518.35万元和-8,925.46万元，公司投资活动产生的现金流量主要系购建固定资产和无形资产等支出。

2019年，公司投资活动产生的现金流量净额为-4,034.30万元，主要原因系购建固定资产、无形资产等长期资产支付4,299.79万元。

2020年，公司投资活动产生的现金流量净额为-5,204.53万元，主要原因系购建固定资产、无形资产等长期资产支付5,193.50万元。

2021年度，公司投资活动产生的现金流量净额为-10,518.35万元，主要原因系购建固定资产、无形资产等长期资产支付10,634.05万元。

2022年1-6月，公司投资活动产生的现金流量净额为-8,925.46万元，主要原因系购建固定资产、无形资产等长期资产支付8,965.02万元。

(3)筹资活动现金流量分析

报告期内，公司的筹资活动现金流量净额分别为1,671.94万元、-505.14万元、-5,664.55万元和540.52万元。

2019年，公司的筹资活动现金流量净额为1,671.94万元，主要原因系收到投资款4,300.00万元及偿还银行借款净额2,500.00万元。

2020年，公司的筹资活动现金流量净额为-505.14万元，主要原因系偿还银行借款500.00万元。

2021年，公司的筹资活动现金流量净额为-5,664.55万元，主要原因系当年度公司根据其利润分配政策支付普通股股东股利5,040.00万元。

2022年1-6月，公司的筹资活动现金流量净额为540.52万元，主要系收到银行借款净额593.77万元。

5、财务状况及盈利能力趋势分析

报告期内，公司资产负债率分别为33.33%、30.25%、30.43%和29.17%，总体呈小幅下降趋势，说明公司资产运营效率较高、偿债能力较强。公司流动资产以货币资金、应收账款和存货为主。其中应收账款账龄均在1年以内，发生坏账的可能性较低，各期经营活动产生的现金流量与净利润基本匹配，流动资产总体变现能力较强。

公司非流动资产主要为固定资产、在建工程及无形资产，以房屋建筑物、土地及机器设备为主，符合生产型企业的特点。本次募集资金投资项目建成后，预计固定资产比重将有较大提升。长期资产的增加一方面有利于公司扩大公司经营规模，提高盈利能力，另一方面，公司可通过资产抵押、融资租赁等形式拓宽融资渠道，优化资本结构。

报告期内，公司负债规模分别为20,276.92万元、21,470.08万元、25,063.99万元和26,819.38万元，公司负债规模随着业务增长同步扩大，其中以应付票据、应付账款为主。随着公司经营规模的不断扩大，公司积极推动股权融资渠道，为业务的可持续增长提供资本保障。

报告期内，公司扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润分别为6,498.26万元、8,172.54万元、12,241.79万元和7,504.77万元，盈利能力逐年增长。公司将借助本次公开发行股票并上市的契机，拓宽融资渠道，获取经营扩张所需资金。随着募投项目陆续产生效益，公司业务规模将逐渐扩大，产品结构将得到进一步优化、技术研发能力将得到进一步提升，进而可有效提高公司产品市场占有率，最终增强公司的持续盈利能力和整体竞争力。

(六)股利分配政策

1、发行前的股利分配政策

根据公司现行有效的公司章程，公司利润分配政策如下：

公司实行持续、稳定的利润分配政策，重视对投资者的合理投资回报并兼顾公司的可持续发展；

公司利润分配可以采用现金、股份、现金与股份相结合或者法律许可的其他方式；在有条件的情况下，公司可以进行中期现金分红。

2、发行人报告期内的股利分配情况

(1)2019年11月20日，创智有限股东现代家居决定，同意将公司截至2019年10月31日止累计未分配利润中的人民币3,099.23万元转增为公司注册资本。

(2)2021年5月21日，公司召开2020年度股东大会，审议通过了《关于公司2020年度利润分配方案的议案》，向全体股东每10股派发现金股利6.00元(含税)，合计派发现金股利5,040.00万元。

3、上市后的股利分配政策

(1)利润分配原则：

公司应实行持续、稳定的利润分配政策，公司的利润分配应重视投资者的合理投资回报并兼顾公司当年的实际经营情况和可持续发展。

(2)利润分配形式：

公司可以采用现金分红、股票股利、现金分红与股票股利相结合或者其他法律、法规允许的方式分配利润。在利润分配方式中，现金分红优先于股票股利。具备现金分红条件的，应当采用现金分红进行利润分配。采用股票股利进行利润分配的，应当具有公司成长性、每股净资产的摊薄等真实合理因素。

(3)利润分配的条件及比例：

①在公司当年盈利及累计未分配利润为正数且能够保证公司能够持续经营和长期发展的前提下，如公司无重大资金支出安排，公司应当优先采取现金分红方式分配利润，且公司每年以现金分红方式分配的利润不低于当年实现的可分配利润的百分之十。公司最近三年以现金分红方式累计分配的利润不少于最近三年实现的年均可分配利润的百分之三十。具体每个年度的分红比例由董事会根据公司年度盈利状况和未来资金使用计划提出预案。公司可以根据盈利状况进行中期现金分红。

重大资金支出指需提交股东大会审议的对外投资、购买或出售重大资产等事项。

②公司经营状况良好，且董事会认为公司每股收益、股票价格与公司股本规模、股本结构不匹配时，公司可以在满足上述现金分红比例的前提下，采取发放股票股利的方式分配利润。公司在确定以股票方式分配利润的具体金额时，应当充分考虑以股票方式分配利润后的总股本是否与公司目前的经营规模、盈利增长速度相适应，并考虑对未来债权融资成本的影响，以确保利润分配方案符合全体股东的整体利益和长远利益。

③公司董事会应当综合考虑所处行业特点、发展阶段、自身经营模式、盈利水平是否有重大资金支出安排等因素，区分下列情形，并按照公司章程规定的程序，提出差异化的现金分红政策：

a.公司发展阶段属成熟期且无重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到百分之八十；

b.公司发展阶段属成熟期且有重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到百分之四十；

c.公司发展阶段属成长期且有重大资金支出安排的或者公司发展阶段不易区分但有重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到百分之二十。

(4)利润分配应当履行的审议程序

①利润分配预案应经公司董事会、监事会分别审议通过方能提交股东大会审议。董事会在审议利润分配预案时，须经全体董事过半数表决同意，且经公司二分之一以上独立董事表决同意。监事会在审议利润分配预案时，须经全体监事过半数以上表决同意。

②股东大会在审议利润分配方案时，须经出席股东大会的股东(包括股东代理人)所持表决权的过半数通过。如股东大会审议发放股票股利或以公积金转增股本的方案，须经出席股东大会的股东(包括股东代理人)所持表决权的三分之二以上通过。股东大会在表决时，应向股东提供网络投票方式。

③公司股东大会对利润分配方案作出决议后，公司董事会须在股东大会召开后二个月内完成股利派发事项。

(5)公司拟进行利润分配时，应按照以下决策程序和机制对利润分配方案进行研究论证：

①定期报告公布前，公司董事会应在充分考虑公司持续经营能力、保证生产经营及发展所需资金和重视对投资者的合理投资回报的前提下，研究论证利润分配的预案，独立董事应在制定现金分红预案时发表明确意见。

②独立董事可以征集中小股东的意见，提出分红提案，并直接提交董事会审议。

③公司董事会制定具体的利润分配预案时，应遵守法律、法规和本章程规定的利润分配政策；利润分配预案中应当对留存的当年未分配利润的使用计划安排或原则进行说明，独立董事应当就利润分配预案的合理性发表独立意见。

④公司董事会审议并在定期报告中公告利润分配预案，提交股东大会批准；公司董事会未作出现金利润分配预案的，应当征询独立董事和外部监事的意见，并在定期报告中披露原因，独立董事应当对此发表独立意见。

⑤监事会、监事会和股东大会在有关决策和论证过程中应当充分考虑独立董事、外部监事和公众投资者的意见。

(6)利润分配政策调整程序

①公司如因外部经营环境或者自身经营状况发生较大变化而需要调整利润分配政策，调整后的利润分配政策不得违反中国证监会和深圳证券交易所的有关规定。

“外部经营环境或者自身经营状况的较大变化”是指以下情形之一：

a.国家制定的法律法规及行业政策发生重大变化，非因公司自身原因导致公司经营亏损；

b.出现地震、台风、水灾、战争等不能预见、不能避免并不能克服的不可抗力因素，对公司生产经营造成重大不利影响导致公司经营亏损；

c.公司法定公积金弥补以前年度亏损后，公司当年实现净利润仍不足以弥补以前年度亏损；

d.中国证监会和深圳证券交易所规定的其他事项。

②公司董事会在利润分配政策的调整过程中，应当充分考虑独立董事、监事会和公众投资者的意见。董事会在审议调整利润分配政策时，须经全体董事过半数表决同意，且经公司二分之一以上独立董事表决同意；监事会在审议利润分配政策调整时，须经全体监事过半数以上表决同意。

③利润分配政策调整应分别经董事会和监事会审议通过后方能提交股东大会审议。公司应以股东权益保护为出发点，在股东大会提案中详细论证和说明原因。股东大会在审议利润分配政策调整时，须经出席会议的股东所持表决权的三分之二以上表决同意。

(7)利润分配政策的披露

公司应当在年度报告中详细披露现金分红政策的制定及执行情况，并对下列事项进行专项说明：

①是否符合公司章程的规定或者股东大会决议的要求；

②分红标准和比例是否明确和清晰；

③相关的决策程序和机制是否完备；

④独立董事是否履职尽责并发挥了应有的作用；

⑤中小股东是否有充分表达意见和诉求的机会，中小股东的合法权益是否得到了充分保护等。

对现金分红政策进行调整或变更的，还应对调整或变更的条件及程序是否合规和透明进行详细说明。

(8)股东回报规划的制订周期和调整机制

①公司应以三年为一个周期，制定股东回报规划。公司应当在总结之前三年股东回报规划执行情况的基础上，充分考虑公司所面临各项因素，以及股东(特别是中小股东)、独立董事和监事意见，确定是否需对公司利润分配政策及未来三年的股东回报规划予以调整。

②如遇战争、自然灾害等不可抗力，或者公司外部经营环境发生重大变化并对公司生产经营造成重大影响，或公司自身经营状况发生较大变化，或现行的具体股东回报规划影响公司的可持续经营，确有必要对股东回报规划进行调整的，公司可以根据本条确定的利润分配基本原则，重新制订股东回报规划。

4、本次发行完成前滚存的分配安排和已履行的决策程序

根据2021年第一次临时股东大会决议，公司首次公开发行股票并在深圳证券交易所上市前滚存的未分配利润在公司首次公开发行股票并在深圳证券交易所上市后由新老股东共同享有。

(七)发行人控股子公司或纳入发行人合并会计报表的其他企业的基本情况

截至本招股意向书摘要签署日，发行人拥有4家全资子(孙)公司创智健康、创智石狮、创智新加坡和创智马来西亚。

1、创智健康

公司名称	厦门市创智健康用品有限公司
成立日期	2019年6月27日
法定代表人	王亚华
注册资本	3,000万元
实收资本	3,000万元
统一社会信用代码	91350205MA33034 6Q
注册地址及主要生产经营地	厦门市海沧区东孚街道鼎山中路89号4号厂房四楼东侧
股东构成	发行人持100%股权
主营业务	主要从事电动牙刷、冲牙器等口腔护理产品的研发、生产和销售
经营范围	一般项目:家用电器制造;塑料制品制造;技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广。(除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动)

创智健康最近一年及一期主要财务数据如下表：

单位:万元

项目	2022.6.30/2022年1-6月	2021.12.31/2021年度
总资产	4,865.12	3,313.43
净资产	2,392.09	2,406.74
净利润	-14.65	166.08

注:以上财务数据经大华会计师事务所审计

2、创智石狮

公司名称	通达创智(石狮)有限公司
成立日期	2021年3月1日
法定代表人	王亚华
注册资本	5,000万元
实收资本	5,000万元
统一社会信用代码	91350581MA8RHMN993
注册地址及主要生产经营地	福建省泉州市石狮市蚶江镇蚶江村港口大道2606号
股东构成	发行人持100%股权
主营业务	家居生活产品的研发、生产及销售
经营范围	一般项目:塑料制品制造;家具制造;卫生洁具制造;日用杂品制造;家居用品制造;玩具制造;体育用品制造;塑料包装箱及容器制造;家具零配件生产;橡胶制品制造(除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动)许可项目:食品用塑料包装容器工具制品生产;货物进出口;技术进出口;进出口代理(依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动，具体经营项目以相关部门批准文件或许可证件为准)

创智石狮最近一年及一期主要财务数据如下表：

单位:万元

项目	2022.6.30/2022年1-6月	2021.12.31/2021年度
总资产	10,437.38	2,487.59
净资产	4,958.47	2,382.47
净利润	-14.00	-27.53

注:以上财务数据经大华会计师事务所审计

3、创智新加坡

公司名称	TONGDA SMART TECH (SINGAPORE) PTE. LTD.
成立日期	2022年6月14日
已发行股本	70万美元
注册地址及主要生产经营地	30 CECIL STREET #19-08 PRUDENTIAL TOWER SINGAPORE (049712)
股东构成	发行人持100%股权
主营业务	尚未开展实际生产经营

创智新加坡成立于2022年6月14日，无最近一年主要财务数据，最近一期主要财务数据如下表：

单位:万元

项目	2022.6.30/2022年1-6月
总资产	-
净资产	-
净利润	-

注:以上财务数据经大华会计师事务所审计

4、创智马来西亚

公司名称	TONGDA SMART TECH (MALAYSIA) SDN. BHD.
成立日期	2022年6月30日
已发行股本	300万令吉
注册地址及主要生产经营地	D-8-3A, Menara SuezCap 1, KL Gateway, 59200 Kuala Lumpur, Wilayah Persekutuan
股东构成	创智新加坡持100%股权
主营业务	尚未开展实际生产经营

创智马来西亚成立于2022年6月30日，无最近一年主要财务数据，最近一期主要财务数据如下表：

单位:万元

项目	2022.6.30/2022年1-6月
总资产	-
净资产	-
净利润	-

注:以上财务数据经大华会计师事务所审计

第四节 募集资金运用

一、本次募集资金运用计划及概况

发行人本次拟向社会公众公开发行人民币普通股(A股)不超过2,800万股，占发行后总股本不低于25%。本次发行所募集的资金扣除发行费用后，将全部用于公司主营业务相关的项目，按照轻重缓急顺序安排实施，具体使用计划如下：

单位:万元

序号	项目名称	总投资额	拟投入募集资金	建设期(月)
1	通达6#厂房(智能制造生产基地建设项目)	30,794.03	20,801.34	27
2	通达创智石狮智能制造基地建设项目	28,584.66	26,400.00	27
3	研发中心和自动化中心建设项目	6,699.51	6,699.51	28
4	补充流动资金	8,500.00	8,500.00	-
合计		74,578.21	62,400.85	-

若本次发行实际募集资金不能满足上述项目的资金需求，不足部分由公司以银行贷款或其他途径自筹解决，若本次发行实际募集资金超过预计募集资金金额的，公司将严格按照募集资金管理的相关规定使用。本次募集资金到位之前，公司根据项目进度以自筹资金先行投入的，将在募集资金到位后予以置换。

二、募集资金投资项目发展前景的分析

(一)市场容量及行业发展趋势

消费品行业在全球经济中占据重要地位，伴随社会精细化分工的高度发展，产业专业化程度不断提高，其生产制造环节已从品牌商中脱离，独立发展成为消费品行业中的基石产业。其中，国际知名品牌商为与生产制造产业有效衔接，要求相关企业可同步组织和协同优化产品开发、精密模具设计开发、工艺布局、智能制造、品质和成本控制、交付、社会责任等各环节。同时，经多年发展，消费品生产制造产业正向更高附加值的模式转型升级，围绕品牌商的核心诉求，提供产品设计服务，构建新的业务格局。

1、工艺和制程整合为行业实现一站式供应能力的重要途径

体育户外、家居生活、健康护理等领域消费品品类丰富，其结构设计和材料应用具有复杂性、多样性和特殊性，且相关产品性能需达到耐磨级、耐腐蚀级、防水级、食品级等，因此，需将复杂的工艺及制程工序进行叠加整合才可进行完整的体育户外、家居生活、健康护理等领域消费品的生产制造。因此在下游客户一站式采购需求愈发强烈的背景下，行业企业只有通过不断叠加自身工艺技术，提高工艺复杂程度，延伸和拓展制程工序，形成一体化工艺方案，成为关键零部件集成和成品供应商，助力客户缩短供应链，进而不断加强与下游客户的合作粘性，扩大了行业的规模效益。

2、推进智能制造是行业转型升级发展的必然要求

随着全球经济一体化发展和世界制造业向中国转移，中国已成为全球的制造基地、“世界工厂”，伴随着智能制造已成为国家推进制造强国的主攻方向，拉动了我国消费品制造业从人员密集型的传统制造向智能制造方向升级。行业凭借不断积累的经验技术，逐渐采用将自动化、信息化技术与生产相结合的生产方式，通过增加机器人、自动化工具以及信息系统等全方位应用，使工厂在柔性、敏捷、智能的制造环境中运行，提高生产灵活性，缩短生产周期，提高生产效率，并且能够快速响应不同客户的定制化需求，同时提升企业管理水平，加强企业核心竞争力。

3、积极与客户开展协同开发深层次合作，实现价值链优化

近年来，居民日益增长的消费需求推动了消费品更新换代加速，进一步缩短了消费品的使用周期，对终端消费品的研发创新提出更高要求。尤其是在IDM/ODM模式下的行业企业需以客户产业链融合为基础，充分整合和利用已有的技术、信息等资源，在产品的设计、开发、工艺等技术方面与客户进行紧密合作，形成互相依赖、紧密合作、共同发展的技术合作关系。同时，行业企业将凭借同步研发设计优势，进一步提升行业服务价值，增强与下游全球领先跨国公司的合作粘性，实现产品价值增值。

(二)主要竞争对手

公司主要产品包括体育户外、家居生活、健康护理等消费品，产品品类丰富，主要客户为迪卡依、宜家、Wagner、YETI等。国内不存在与公司产品和客户结构相同的公司，目前国内市场上与公司部分产品相近的企业情况如下：

序号	企业名称	简介
1	茶花现代家居用品股份有限公司(股票代码:603615)	成立于1997年，位于福建省福州市，注册资本为24,182万元。主营业务为日用塑料制品为主的家居用品的研发、生产和销售，销售终端集中在大卖场和地方超市，与沃尔玛、家乐福、大润发、华润万家、永辉、人人乐等连锁性超市建立了长期合作关系。2020年营业收入为68,989.24万元，2021年营业收入为78,872.78万元。2022年1-6月营业收入为32,678.67万元。
2	金富科技股份有限公司(股票代码:003018)	成立于2001年，位于广东省东莞市，注册资本为26,000万元，主营业务为塑料防盗瓶盖等塑料包装用品的研发、生产和销售，产品应用于瓶装水、桶装水、瓶装饮料等领域，主要客户为华润怡宝、景田、可口可乐等。2020年营业收入为51,436.19万元，2021年营业收入为65,938.83万元。2022年1-6月营业收入为35,972.45万元。
3	青岛英派斯健康科技股份有限公司(股票代码:002899)	成立于2004年，位于山东省青岛市，注册资本为12,000万元，专注于全品类、多系列健身器材开发制造及销售、品牌化运营，自主品牌IMPULSE进入欧洲、亚太、加拿大等市场，也通过OEM/ODM模式为PRECOR、BH等国际健身器材品牌代工。2020年营业收入为86,798.40万元，2021年营业收入为86,439.47万元。2022年1-6月营业收入为37,705.85万元。
4	宁波家联科技股份有限公司	成立于2009年，位于浙江省宁波市，注册资本为12,000万元，主营业务为塑料餐具、塑料家具用品及生物全降解制品的研发、生产与销售，主要客户包括Amazon(亚马逊)、IKEA(宜家)、Walmart(沃尔玛)、KFC(肯德基)、Starbucks(星巴克)、Sams Club(山姆会员店)等。2020年营业收入为102,627.20万元，2021年营业收入为123,435.48万元。2022年1-6月营业收入为99,506.79万元。
5	青岛三柏硕健康科技股份有限公司	成立于2004年，位于山东省青岛市，注册资本为18,283.1935万元，主营业务为休闲运动和健身器材系列产品研发、设计、生产和销售，拥有Skywalker、Techplus等自主品牌，也通过ODM/OEM模式为迪卡依、爱康等国际知名企业生产休闲运动和健身器材产品，2020年营业收入为95,130.68万元。2021年营业收入为120,691.24万元，2022年1-6月营业收入为40,386.77万元。
6	浙江开创电气股份有限公司	成立于2015年，位于浙江省金华市，注册资本6,000万元，主营业务为手持式电动工具整机及核心零部件的研发、生产、销售，主要客户包括美国Harbor Freight Tools、德国博士(BOSCH)、美国史丹利百得(Stanley Black&Decker)、法国安达屋(Groupe Adeo)等。2020年营业收入为68,260.92万元，2021年营业收入为80,564.44万元。
7	东莞群福塑胶制品有限公司	成立于1998年，位于广东省东莞市，注册资本为1,700万港元，主营业务为塑胶制品，主要产品有塑胶鞋、运动鞋鞋材、溜冰鞋鞋材、运动器材、塑胶玩具、塑胶模具，主要客户为迪卡依。
8	佛山市顺德区容声塑胶有限公司	成立于1991年，位于广东省佛山市，注册资本为1,582.74万美金，主营业务为塑料制品、塑胶材料(不含废旧塑料)、模具的批发零售及进出口业务。
9	意达电子实业有限公司	成立于1989年，位于中国香港，旗下子公司东莞意达电子有限公司，成立于2011年，位于广东省东莞市，注册资本1,000万港币，主营业务为园林设备及配件、喷漆设备及配件、电子制品的生产和销售，主要客户为Wagner。
10	鸿利达塑胶制品有限公司	成立于2006年，位于中国香港，主营业务为多物料、液体硅橡胶、叠层模、薄/厚壁模、高效能多腔型精密模及嵌件模具，以及多物料转盘控制系统、液体硅橡胶冷流道系统、适合工程研究用的快速模具，并提供一步法注拉吹解决方案，主要客户包括YETI。

(三)报告期内公司主营业务产品产能情况分析

报告期内，公司主要产品的产量及销量情况如下：

单位:万件

产品类别	项目	2022年1-6月	2021年度	2020年度	2019年度
体育户外	产量	1,307.13	2,588.36	1,816.08	1,633.19
	销量	1,338.29	2,449.69	1,784.76	1,640.30
	产销率	102.38%	94.64%	98.28%	100.44%
家居生活	产量	1,686.65	2,503.08	1,931.40	1,846.25
	销量	1,726.17	2,436.94	1,871.77	1,783.57
	产销率	102.34%	97.36%	96.91%	96.60%
健康护理	产量	137.55	275.72	190.55	71.92
	销量	122.80	270.11	184.87	66.64
	产销率	89.27%	97.96%	97.02%	92.66%

公司具有丰富的制程工艺，根据订单进行生产，不同类别或者不同型号的产品在材料、形状、大小和生产流程上存在一定的差异，所耗用的生产时间、所需生产流程和所使用的生产设备均不尽相同，因此，无法准确按照可生产的最终产品数量预估公司产能情况。但注塑是公司主要产品生产的核心工序，注塑机的数量、理论使用情况一定程度上决定了公司的产能，对注塑机正常使用的能力工时和实际耗用工时的比较，能一定程度上体现公司的产能利用率，具体情况比较如下：

项目	2022年1-6月	2021年度	2020年度	2019年度
能力工时(小时)	418,500.00	774,000.00	688,500.00	567,000.00
实际工时(小时)	400,727.28	806,321.34	647,796.32	524,028.63
产能利用率	95.75%	104.18%	94.09%	92.42%

注:注塑机考虑设备检修调试、维护、更换模具、送检、待料等时间，能力工时按年平均运行250天，每天运行20小时计算，具体计算公式为:能力工时=注塑设备当年度平均加权数*年运行天数*每天运行时间*90%，其中，设备自达产状态的月份起计入能力工时，90%为设备稼动率，综合考虑设备运转期间的维护、保养以及工序之间的检测、修正、传递、准备等因素。

报告期内，公司产能利用率整体处于较高水平。

(四)项目投产后新增产能情况

本次募集资金投资项目主要根据公司未来发展规划，新增体育户外、家居生活用品和健康护理等产品产能。其中，“通达6#厂房(智能制造生产基地建设项目)”投产后，预计新增体育户外用品880万套、健康护理产品230万套、家用电动工具40万套；“通达创智石狮智能制造基地建设项目”投产后，预计新增室内家居用品4,000万套、家用电动工具90万套。

(五)新增产能消化措施

1、不断增强产品工艺和性能，深入挖掘现有客户需求

目前，公司已与迪卡依、宜家、Wagner、YETI等全球性客户建立了紧密的合作关系，其不断增长的全球市场需求决定了庞大的上游供应规模。目前公司业务占上述大客户采购量的比重仍有较大增长空间，未来公司将深入挖掘现有客户需求，凭借在模具制造及注塑产品领域建立的领先技术水平、先进的自动化及生产工艺、优质的产品性能；同时紧跟“互联网+”、IOT等新一代信息技术与产业融合发展趋势，通过工艺优化着力推进现有产品的升级迭代，加大开发智能家居、智能户外等产品品类，从而提高公司产品认可度，不断加强与现有客户的合作力度，增强客户粘性，将可进一步提升公司在大客户中的业务份额和订单量，进而提升公司产品的市场需求，为此次产能消化提供坚实的保障。

2、持续开发新客户，扩大产品应用空间，积极抢占新增市场

未来公司将依据市场技术和客户需求变化，沿着体育休闲、智能家居、健康医疗等方向对现有主营业务进行产业升级，强化市场赛道竞争力。近两年公司在迪卡依、宜家、Wagner、YETI四大客户的基础上，逐步开拓了云顶信息、宝洁、美的、MERCADONA、Helen等新客户，后续合作力度和供货潜力市场可观。未来，公司将持续加大力度开发相关业务领域的全球行业领先企业客户，从而有效消化本次项目新增的产品产能。

3、深化技术研发能力，为产品市场竞争提供技术保障

公司始终以技术领先作为市场拓展的基础，持续加大产品核心技术和新产品的研发投入，紧跟行业技术发展趋势和大客户产品需求标准，注重产品的升级改进，从而提升市场认可度。未来，公司将在多年来积累的大量研发经验基础上，通过持续的技术优化和新技术、新工艺的开发不断提高自身研发实力；此外，公司将进一步深化与各高校和行业机构的产学研合作研发，加快实现关键技术突破，从而确保核心技术优势，为产品市场竞争提供充足的技术保障。

第五节 风险因素

一、市场风险

(一)宏观经济变化风险

宏观经济发展具有一定的周期性特征，公司主要产品涵盖体育户外、家居生活、健康护理等领域，产品销往法国、美国、德国等三十余个国家和地区，与全球经济发展水平以及消费者购买力息息相关。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。但随着经济增长周期的推进，国内外经济增长速度总体有所放缓，或将直接影响消费者对终端产品的消费意愿和能力，从而对公司未来经营业务产生一定影响。

(二)市场竞争加剧风险

公司主要产品为体育户外、家居生活、健康护理等消费品，随着国民生活水平的提高和健康生活的理念逐步深入人心，在国家相关产业政策的大力推动下，行业发展和消费升级市场空间进一步扩大，近年来行业新产品、新工艺和新技术不断涌现，吸引了新的企业进入，行业竞争也随之加剧。因此，如果公司无法为客户持续提供高品质、低综合成本、稳定可靠的“产品设计+智能制造”方案，将可能面临竞争力下降，市场份额缩减的风险。

(三)市场开拓风险

公司主要从事体育户外、家居生活、健康护理等消费品的研发、生产和销售，在OEM、JDM和ODM模式下，已与迪卡依、宜家、Wagner、YETI等全球领先跨国企业建立长期稳定的战略合作关系。目前公司正在积极开发产品品类和拓展客户群体，提高公司的市场占有率。但若未来公司开发产品品类和拓展客户群体未能达到预期，可能会对公司的经营业绩产生不利影响。

二、经营风险

(一)客户相对集中的风险

报告期内，公司与迪卡依、宜家、Wagner、YETI等国际知名企业建立了长期、稳定的合作关系。上述客户对供应商的认证较为严格，需要进行长时间的供应商考评，也倾向于与合格供应商保持合作关系的稳定。报告期内，本公司向终端客户迪卡依、宜家、Wagner、YETI的合计销售额占当期营业收入的比重分别为96.51%、91.75%、92.23%和92.86%，如果上述客户经营出现严重不利变化，可能会对公司的生产销售造成不利影响。

(二)人力成本上涨的风险

人力成本是公司产品成本的重要构成。随着我国经济的快速发展，国民收入水平逐年增加，劳动力价格逐年提高，公司劳动成本将逐年上升，从而面临营业成本及费用逐年增加的局面，如果公司收入规模增长速度放缓，公司未来利润水平存在下降的风险。公司需要通过加大技术研发投入，提高公司产品的核心竞争力，提高产品议价能力，同时，不断扩大生产规模，提高公司生产自动化程度等方式来稳定产品性能及降低生产成本，以消除人力成本上涨带来的不利影响。

(三)产品、技术创新风险

公司以产品设计、精密模具设计开发、多工艺多制程整合及智能制造为核心，从事体育户外、家居生活、健康护理等消费品的研发、生产和销售。体育户外、家居生活、健康护理等行业市场空间巨大，行业发展和消费升级持续推动公司产品迭代升级，如果公司无法在产品材料开发、工艺设计、模具制造、制程创新、工业和结构设计、自动化应用、信息化融合等方面继续保持先进性，公司可能面临现有客户订单减少，或难以拓展新的优质客户，继而引发公司收入规模和竞争力下降的风险。

(四)原材料价格波动风险

报告期内，公司直接材料占主营业务成本的比例分别为78.65%、76.95%、78.73%和79.18%，原材料占比较高，公司生产所需的原材料主要为塑料米、橡塑制品、五金件、包材、马达等。公司已和主要供应商建立了良好稳定的合作关系，同时通过加强成本管理和提高生产效率来降低成本。公司所需的原材料价格会随着市场供需情况和政策变化产生一定波动，未来若由于市场或政策变动导致原材料价格发生波动，可能会导致公司营业成本随之波动，从而对公司的盈利水平产生影响。

(五)研发、技术人才流失风险

公司在材料应用开发、工艺设计、模具研制、制程创新、工业和结构设计、自动化应用、信息化融合等方面需要大量的研发、技术人才，截至2022年6月末，公司共有研发人员175名，占公司员工人数的10.99%。公司采取了良好的人才引入制度和比较完善的激励机制等多种方式以更好的吸引和留住人才，但是如果核心技术人员发生流失，公司生产经营的进一步发展可能受到不利影响。

(六)贸易摩擦风险

报告期内，公司主营业务境外销售收入分别为44,927.98万元、52,908.82万元、73,693.08万元和45,123.94万元，占主营业务收入的比例分别为77.38%、76.80%、78.29%和81.36%，公司产品主要出口客户位于法国、美国、德国等三十余个国家和地区。其中，公司出口美国产品的销售收入分别为8,980.84万元、11,732.93万元、14,034.05万元和8,570.42万元，占公司主营业务收入的比例分别为15.47%、17.03%、14.91%和15.45%。

随着国际贸易摩擦争端近年来不断加剧，美国自2018年7月起已先后对我国合计约2,500亿美元的商品加征关税，加征关税清单包括了公司出口到美国的部分家用电动工具产品和户外休闲产品。报告期，公司上述涉税产品出口到美国情况如下：

单位:万元

项目	2022年1-6月		2021年度		2020年度		2019年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
户外休闲注	677.18	1.22%	591.78	0.63%	-	-	1,533.44	2.64%
家用电动工具	1,094.31	1.97%	5,216.97	5.54%	7,756.23	11.26%	5,436.62	9.37%
合计	1,771.49	3.19%	5,808.74	6.17%	7,756.23	11.26%	6,970.06	12.01%

注:自2020年1月起，户外休闲产品不再加征关税，2021年9月起被再次加征关税。

报告期内，公司上述涉税产品出口到美国的收入分别为6,970.06万元、7,756.23万元、5,808.74万元和1,771.49万元，占主营业务收入的比例分别为12.01%、11.26%、6.17%和3.19%。尽管加征关税所导致的客户采购成本报告期内主要由客户承担，若未来中美贸易摩擦进一步加剧，美国政府继续扩大加征关税的商品范围或提高加征关税税率，可能导致公司来自美国的销售收入下降，对公司经营业绩可能会造成不利影响。此外，如果未来其他进口国家及地区贸易政策发生变化，也可能对公司的业务开拓和盈利能力增长造成不利影响。

(七)新冠疫情对公司生产经营造成负面影响的风险

2020年1月，我国爆发新冠疫情，2020年3月起，随着疫情在国内得到控制，国内疫情对公司的影响已经逐步消除，但疫情开始全球蔓延。一方面，我国境外输入性病例有所增加，若疫情出现进一步反复或加剧，可能对公司采购、生产和销售产生一定的不利影响；另一方面，公司产品主要出口客户位于法国、美国、德国等三十余个国家和地区，国外疫情的持续可能会影响公司客户产品在全球市场的销售情况，进而影响公司产品的销售，对公司的经营业绩和财务状况产生不利影响。

(八)出口运力紧张的风险

由于新冠疫情蔓延影响，欧美及东南亚大部分行业受到严重影响甚至停摆。2020年末以来，一方面由于疫情影响，境外港口劳动力短缺，码头作业效率下降，导致到港集装箱大量滞留，无法按时回流，集装箱短缺；另一方面外贸订单迅速增长推动中国境内出口船舶运力紧张，但国际航运公司普遍认为当前市场行情是受疫情影响产生的短期特殊行情，无法长期持续，因此投资扩张运力的意愿不足，进一步推动了短期船舶运力紧张的形势。在上述背景下，虽然公司、客户与船运公司积极协调，但是公司部分海外销售被迫推迟，滞留港口。如果出口运力紧张的情况没有得到缓解，且公司和客户无法获得足够的运力，公司海外销售将受到不利影响。

三、内控风险

(一)实际控制人控制的风险

本次发行前，公司实际控制人为王亚扬、王亚榆、王亚华、王亚南，实际控制人通过现代家居和通达投资控制发行人90%股份。虽然公司已根据相关法律法规的规定，建立了较为完善的法人治理结构和内部控制制度，但仍不能排除实际控制人对公司的重大决策产生影响，形成有利于实际控制人利益的决策和行为。

(二)管理风险

随着公司上市以及募投项目的投入实施，公司经营规模将进一步扩大，相应人员也将会快速扩充，将导致公司组织架构、管理体系更加复杂。经营决策和风险控制的难度增加，对公司市场开拓、生产管理以及人员管理均提出了更高的要求。虽然公司在经营过程中，已经积累了较为丰富的经营管理经验，形成了科学的决策机制和有效的内部控制，并建立了完善的管理体系，通过了ISO9001、ISO13485等体系认证，如果