

广东好太太科技集团股份有限公司

接待投资者调研的记录

会议时间：2025年4月27日

调研方式：线上交流

参与机构：申万宏源证券、信达证券、长江证券、天风证券、财通证券、东北证券、东财证券、方正证券、光大证券、国海证券、国金证券、国联证券、国泰海通证券、国投证券、国信证券、华福证券、民生证券、山西证券、万联证券、银河证券、招商证券、浙商证券、中泰证券、中信建投证券、中信证券、中邮证券、宝盈基金、博时基金、东吴基金、富国基金、国联基金、国泰基金、恒越基金、金鹰基金、深圳前海云溪基金、天弘基金、天治基金、同泰基金、西部利得基金、信达澳亚基金、兴银基金、远信基金、长安基金、敦和资产、光大永明资产、国华兴益保险资产、国泰君安资产、鸿盛资产、平安资产、上海万纳资产、耶诺资产、长城财务资产、度势投资、混沌投资、宁波盛世知已投资、华能贵诚信托、平安理财等（注：以上排名不分先后）

出席人员：董事会秘书李翔

记录人员：赵洁

一、公司业绩介绍

2024年度，公司实现营业收入15.57亿元，归母净利润2.48亿元，扣非归母净利润2.44亿元。其中，一季度营业收入2.92亿元，二季度营业收入4.20亿元，三季度营业收入3.56亿元，四季度4.88亿元。2025年第一季度，公司实现营业收入2.59亿元，归母净利润3347.78万元，扣非归母净利润3164.84万元。

2024年度，公司紧扣既定发展战略与经营目标，加速推进产品迭代创新，稳步推进渠道焕新升级，全面赋能经销商，线上线下渠道协调发展，为公司整体业绩稳定奠定了坚实基础。尽管本年度公司面临行业竞争加剧、住宅市场低迷、宏观因素等多重挑战，公司经营团队迅速反应，积极调整策略，深入推动降本增效措施落地，经营效率得到有效提升，整体运营保持稳健，各项业务根基稳固，

为未来回升积蓄力量。

从渠道来看，公司坚持布局全渠道销售模式，线上线下协同发展，强化营销资源整合。线下渠道继续深耕传统经销商渠道，持续推进“开疆焕新”行动，分城分区精准招商，通过高管帮扶、多轮培训等方式赋能终端零售，提升助力头部市场破局；通过赋能培训、内容运营支持、投流支持，将线上流量牵引到线下，持续推动经销商完成抖音流量转化，推动经营业绩增长；通过积极布局下沉市场覆盖更多空白城市，合理管控零售费用，提升渠道运营质量，巩固线下渠道领先优势。线上渠道，全域布局提升竞争力。公司持续巩固传统电商渠道，稳居行业头部；同时加快突破抖音等新平台，紧握碎片化流量，通过精准的用户洞察、科学打造货品矩阵、场景化内容生产和全链路服务闭环，实现多点布局和交叉引流；合理管控费用预算，通过内部能力提升，提升整体推广效率。通过不断深化全渠道营销管理，持续提升渠道管理效率。工程渠道的发展符合公司期望，工程渠道始终坚持与优质客户谋求战略合作，不断巩固和拓展优质地产客户，发展国企、央企客户，深化与规模家装公司、学校等客户的合作。

从产品来看，公司通过优化产品结构，加大对智能家居产品的推广与销售，智能家居产品的生产量和销售量稳步提升。公司将继续紧贴用户需求，合理规划产品结构。智能锁的产品销售符合公司结合行业发展的预期。

在盈利能力方面，报告期内大宗原材料的价格略有提升但相对稳定，公司在供应端、产品设计端、品牌端的优势逐步呈现，毛利率和净利率保持合理水平。公司将继续通过供应商优化、集中议价及采购保护等措施来合理地维持原材料价格，同时研发端通过技术革新，系统化、智能化提高效率，以及向上游进行渗透等措施，来保持毛利率的稳定。

二、投资者提问与回答

问题 1：行业竞争情况及价格趋势

回答：去年行业竞争格局加剧，公司产品均价承压，但发展空间巨大，公司也将继续主动应对，保持优势。目前，行业仍处于增长期，头部企业凭借技术和品牌等优势领跑，其他品牌通过差异化竞争抢占市场份额。未来，智能晾衣机的智能化、健康化、美观化仍然是核心竞争方向。公司在技术研发、产品创新、生产制造、质量管控、品牌建设、销售渠道、用户服务等多个关键领域多年积累的

经验展现出显著的竞争优势，为未来市场拓展打下坚实基础。

问题 2：公司未来利润恢复的空间

回答：公司能维持相对稳定的毛利率，得益于前期的战略规划，目前公司已实现部分核心元器件的自产自供，后续将继续提高自产元器件的比例，寻求产业链条上的突破；同时公司也将合理把控费用，采取多种措施来提升经营效率。基于公司在生产制造端的持续投入，生产效率及管理效率得到有效提高，相信随着销售规模的提升，公司利润水平将得到修复。

问题 3：国补政策对公司的影响

回答：目前国补对公司的影响主要体现在线上渠道。国补政策对公司业绩增长是一个重要影响因素，公司将密切关注国家及地方国补政策动向，规范且充分利用政策资源；同时做好资金规划，努力提升公司现金流使用效率。

问题 4：公司今年新品推出节奏和计划

回答：公司将秉承每年对产品进行迭代的原则，根据消费者实际需求并结合当下经济环境情况，制定新品推出计划，来满足消费者的需求。预计将常态化推出新品，在关键消费节点增加新品推出，以满足消费者对美好生活的追求。

问题 5：公司在各个渠道平台费用投放节奏，是否会在抖音渠道重点拓展

回答：目前来看，抖音平台的增速较快。公司希望费用投放与利润能达到平衡状态，根据各平台的政策，动态调整费用投放节奏，合理投放资源，保持各平台发展相对均衡。