

广东好太太科技集团股份有限公司 2021 年三季度报业绩交流会纪要

时间：2021 年 10 月 28 日下午 3：00—4：00

调研方式：电话会议

参与机构及人员：中国银河、东吴证券、申万宏源、首创证券、天风证券、华安证券、华泰证券、国元证券、国泰君安等。

出席嘉宾：好太太董秘李翔

记录人：赵洁

一、2021 年三季度经营情况介绍

2021 年前三季度，公司实现营业收入 9.48 亿元，同比增长 36.76%，对比 2019 年前三季度的 8.586 亿元，增长 10.06%；净利润 2.184 亿元，同比增长 44.17%，对比 2019 年增长 24.09%；扣非净利润 1.838 亿元，同比增长 43.82%，对比 2019 年增长 23.03%。单季度统计，三季度单季度营业收入 3.69 亿元，同比增长 15.37%，对比 2019 年第三季度，增长 30.85%。公司业绩的增长延续了自 2020 年下半年疫情复苏以及公司对于渠道改革的趋势，公司通过主动应对，对销售渠道的模式进行调整，对公司的产品结构进行调整，通过搭建立体的销售渠道，持续深化零售的改革，经营情况明显得到改善。

二、渠道及品类经营情况介绍

按渠道划分：传统线下经销商渠道、线上电商渠道、以及工程业务渠道。目前线上和线下销售额比较接近。工程业务由于受今年整个房地产市场整体调控影响，占比不高，目前营业收入水平符合公司的预期。总体来看，由于线下经销商渠道的焕发活力，以及线上的电商渠道的高速增长，目前公司业绩取得较好的增长。

按品类划分：由于疫情的反复，以及渠道变革，还有品牌切换等因素影响，公司目前的晾晒的产品占营收的绝大部分。智能晾衣机的销售已经占到了晾晒产品销售的 70%以上。另外，虽然去年年底起原材料涨价，对公司一季度、二季度的毛利率产生影响，但是公司从去年开始就对公司的研发端及供应链进行了调整，经过了磨合，已经产生成效，毛利率在 Q3 有所回升，公司有信心保持毛利率的平稳。

三、投资者答疑

1、省级运营平台渠道未来效果预期？

答：省级运营平台的模式目前还处于探索发展的阶段，线下销售模式还未大规模切换成省级运营平台的模式。截止目前，公司已经设立省级运营平台的区域虽不多但公司业绩已经有明显增长，公司对于这个省级运营平台产生的效果较为满意。后续会持续进行复盘，提炼出省级运营平台优势经验推广到其他的区域。

2、是否会有提价计划？如何看待后续利润率尤其是净利润的判断和走势？

答：公司一直以来都是以做品牌为导向，对于提价的行为非常审慎。目前来看，原材料的成本上涨公司可以控制并无提价计划。作为细分行业龙头企业，要给整个行业的发展做出表率。现阶段公司还能够掌控毛利率将维持现有水平。

3、工程渠道未来拓展预期？

答：对于工程渠公司产品是一个可选消费，而且是渗透率很低的一个市场状况。由于房地产整体的市场调控，发展速度相对较慢，只要需求在，以公司产品在其他渠道的领先的优势，后续将会转化成为公司业绩。所以对于工程市场来说的话，只要跟着大环境，然后做好服务以及产品质量，整体将符合预期。

4、对与好莱客共同成立的好好置业的战略规划是什么？

答：公司设立好好置业并非去做房地产，商业地产，而是在做未来的三到五年的战略规划。三到五年后，公司现有的办公楼以及研发中心，人才需求以及展示的一些场所还有欠缺，所以公司在广州市内各个商务区寻找合适的地块去补充我们的办公场所，吸引人才的场所。

5、关于竞品方面，目前行业的竞格局大概是什么样的？

答：公司在智能晾晒细分赛道里面三个渠道均属领先地位。线下渠道需要花大量时间和精力去维护，凭借服务和产品质量保证份额；线上渠道基于天猫和京东这两个大的电商平台优势维持增速，后续随着电商平台的成本原来越高，公司也会加大推广，确保期初目标；房开商基于公司品牌知名度及服务 and 产品质量等综合考量，会优先选择签单。好太太作为行业的领军的企业承担了更多的责任，未来也会尝试着做更多新功能，新技术，使得消费者对于智能晾晒、智能安防、智能家居会有一些新理念。

6、研发方面持续投入，主要是在已有产品上的升级还是说有新的产品？

答：公司已经有储备产品，正式推出市场会根据公司的略进行规划。未来研发投入会继续保持，除了自研之外，不排除对外并购的方式进行快速扩张。