

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

时间：2022年10月28日

调研方式：电话会议

参与机构及人员：国盛证券、汇安基金、华泰证券、银河证券、德邦基金、真龙资本、平安资管、鹏扬基金、远信投资、招商证券、呈瑞投资、拓璞基金、海通证券、耀之资管、深积资管、赛伯乐资管、鸿竹资管、天玑投资、原始森林投资、富国基金、国联资管、速硕投资、静水资管、高毅资管、中天汇富基金、申万宏源证券、南方基金、格林基金、中邮证券、东吴证券、海富通基金、财通基金、信达证券、华创证券、山西证券、深积资管、高盛资管、融通基金、华泰资管、首创证券、华安证券、中泰证券、伯兄资管、IGWT Investment、太平基金

出席嘉宾：好太太董事会秘书李翔

记录人：赵洁、朱三妹

一、2022年前三季度基本情况介绍

2022年前三季度，公司实现营业收入10.08亿元，同比增长6.31%；净利润1.72亿，同比下滑21.11%；扣非净利润1.76亿，同比下滑4.21%。三季度营收3.85亿元，同比增长4.25%。

面对经济下行的压力以及各地疫情反复等多重因素的影响，公司主动应对，对公司产品结构和销售渠道模式进行调整，搭建立体销售渠道，持续深化零售改革，持之以恒地做好营销、品牌、产品、技术、质量等全方位建设，营业收入持续增长。

按渠道划分，线上电商渠道保持稳定增长，线上渠道占比持续提升；线下渠道略有下滑，但公司自二季度启动品牌焕新和加大门店帮扶补贴，希望随着经济大形势的好转，线下渠道实现更好的业务成果；工程业务虽受房地产市场整体调控影响，但公司调整得当，严格筛选合作客户，目前公司工程业务稳定，发展符合公司预期。

按产品划分，公司通过对产品结构调整，智能化产品占比快速提升，公司将紧贴用户需求，合理规划产品结构。

2022年是公司新五年战略计划的开局之年，公司未来将围绕全屋织物智能护理、智能看护、智能健康生活和智能光感四大业务板块进行开拓。目前公司已经形成了实体渠道、电商渠道、工程渠道、家装渠道等多元营销网络，是智能家居行业销售网络覆盖广泛、渠道资源丰富、渠道管理规范等方面领先的企业。

二、投资者答疑

问题 1、公司晾晒方面的主要竞争对手有哪些，公司有哪些优势？

回答：目前没有明显的全渠道竞争对手。凭借公司深耕主业，从领先的研发能力、强大的品牌影响力、全国多元的营销渠道、先进的智能制造与品质控制，保障了公司在行业的地位。

问题 2、公司工程业务情况如何？

回答：公司明确以优质、稳定、风险性低的企业为核心，已与大部分头部房开商展开合作，根据不同开发商类型采取不同的合作模式。此外，公司也与装修公司、设计公司以及物业公司达成合作，积极发展国企、央企等优质客户，拓宽晾晒产品在学校，酒店以及养老院等场景的使用。在夯实规模的基础上，持续优化客户结构，降低合作风险。

问题 3、公司省运营平台的推进进度如何？

回答：公司省级运营平台模式的改革符合公司预期，部分区域已相对成熟，效果明显。后续公司会持续进行复盘，提炼出优势经验推广至其他区域，也将对省级运营平台做进一步精细化管理，持续提升其运营效率。

问题 4、智能门锁产品情况及行业竞争？

回答：公司自 2018 年推出智能锁产品以来，通过对产品及其上下游的不断探索、改革及创新，现已具备研发、生产、销售以及服务的完整体系。2021 年进行品牌切换后，智能锁可以直接使用好太太原有渠道和服务体系等资源，能够有效并快速扩展智能锁产品销售渠道，完善产品售后服务，加快智能锁的推广。

问题 5、公司未来智能家居产品的规划和布局如何？

回答：公司将以“夯实晾晒主业，突破技术壁垒，入局新兴赛道”为纲领，以晾衣机和智能锁作为两大核心战略品类，聚焦全屋织物智能护理、智能看护、智能光感、智能健康生活四大业务模块，采取智能单品或套装、全屋智能服务两大模式，结合消费者需求，不断优化产品布局，全面进军智能家居领域。

问题 6、利润率下滑，消费情况不乐观，公司如何调整方向？

回答：虽然大宗原材料已有下降趋势，但仍处于较高水平，公司一直没有通过涨价来转嫁成本压力，而是通过研发前端进行技术革新，供应链寻源优化、集中议价采购、套期保值等方式来控制成本。同时公司在各渠道端持续发力，线下渠道开启品牌焕新和门店帮扶计划，随着疫情防控得当，消费需求得以释放，期待取得良好效果。在工程渠道，公司严格筛选合作客户，部分合作客户采取先款后货的交货方式，降低相应风险。线上渠道，积极开拓新兴媒体平台，目前已取得一定效果。