

证券代码：603848

证券简称：好太太

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：2024年10月29日

调研方式：电话调研

参与机构：东吴证券、东兴证券、方正证券、国海证券、国金证券、国联证券、国盛证券、国信证券、海通证券、华安证券、华创证券、华福证券、华西证券、开源证券、山西证券、申万宏源证券、天风证券、西部证券、兴业证券、银河证券、长江证券、浙商证券、中泰证券、中信建投证券、中信证券、中邮证券、明河投资、中金公司等（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年前三季度，公司实现营业收入10.689亿元；归属于上市公司股东的净利润1.904亿元；归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润1.896亿元。2024年第三季度，公司实现营业收入3.564亿元；归属于上市公司股东的净利润4688.555万元；归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润4689.780万元。

前三季度经济形势严峻，消费信心不足，实体经济经营压力超出预期，公司收入和利润受到冲击。公司将持续保持战略定力、主动作为，以营销和产品为驱动力，以执行和管理为抓手，聚焦主营业务核心，抓住政策机遇。

渠道端：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，线上渠道销售收入和销售数量占比仍高于线下渠道。公司将持续推进销售网络深耕细作，深化管理全链路、精准、高效的立体渠道体系。线下渠道，继续深耕传统经销商渠道，通过赋能终端零售提升助力头部市场破局，通过积极布局

下沉市场覆盖更多空白城市，提升渠道运营质量，巩固线下渠道领先优势。线上渠道，稳定传统电商渠道市场占有率，同时加快突破抖音等新平台，一方面增加客户黏性，信息即时交互，另一方面塑造品牌年轻化形象。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、学校等的合作。

产品端：智能类产品的销售占比超过 85%。公司将持续对产品进行升级换代，满足消费者需求，智能类产品销售额占比达到公司预期。公司将继续紧贴用户需求，合理规划产品结构。后续公司将加大智能锁产品的推广力度，充分使用晾衣机渠道助力智能锁的拓展。

盈利能力：2024 年第三季度大宗原材料的价格有上涨的趋势，公司在供应端、产品设计端、品牌端的优势能够保持公司毛利润水平和净利润水平的稳定。公司将继续通过供应商寻源优化、集中议价及采购等措施来合理地维持原材料价格，同时通过技术革新，向上游进行渗透等措施，来保持毛利率水平符合公司预期。

二、投资者提问与回答

问题 1：关于“以旧换新”活动的推进与反馈？

回答：“以旧换新”活动目前推进情况因线上、线下渠道及地区补贴政策差异而有所不同。晾晒行业线上渠道进展较快，主要得益于政府沟通便利及平台支持。然而平台与政府补贴系统对接情况不一，天猫和京东已享受补贴，抖音和拼多多尚未拉通。线下渠道补贴标准和条件各异，公司正尝试打通内部链条，赋能线下门店。

问题 2：公司今年在产品策略上还有哪些新动向？

回答：衣物护理是研发的核心方向。公司致力于满足真实需求，避免伪需求，新品将依据消费者需求和市场反馈及时进行调整。

问题 3：公司四季度的费用投放计划，以及利润率展望？

回答：前三季度的费用比例处于可控范围内，符合公司预期。四季度将按照实时情况进行管控，力争全年维持稳定的利润率。

问题 4：公司研发费用投放的方向？

回答：公司研发费用主要集中于晾晒产品和智能锁产品功能上的升级与研发。努力使消费者获得物美价廉、体验感好的产品。

问题 5：随着房地产市场的回暖，公司线下渠道有何变化及规划？

回答：虽然近期房地产利好政策频出，但仍需长期观察影响，智能家居市场受房地产影响有滞后性。公司今年在线下渠道投入大量费用，通过新零售模式赋能经销商，有助于为线下渠道引流及提升效能。