

## 广东太力科技集团股份有限公司

## 投资者关系活动记录表

编号：2025-004

投资者关系活动类别	<input checked="" type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 现场参观 <input checked="" type="checkbox"/> 其他（电话会议） <input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 路演活动
参与单位名称及人员姓名	申万宏源证券：屠亦婷；张海涛 长江证券：米雁翔 广发证券：曹倩雯；李悦瑜 国海证券：林昕宇；孙馨竹 华金证券：戴笋笋；李蕙 金鹰基金：汪达 平安基金：周金菲 上海颢升私募基金：孙志 银河基金：方伟 中航信托：戴佳敏 个人投资者：1位
时间	2025年08月29日
地点	公司会议室
上市公司接待人员姓名	董事长、总经理：石正兵；财务总监：王竑；董事会秘书：聂琴；证券事务代表：韩露露
投资者关系活动主要内容介绍	一、上半年经营情况介绍 1、核心业务介绍 公司是一家以纳米级材料科技驱动产业升级的集先进功能材料前沿开发、精密制造、全球化运营于一体的科技创新型企业；公司是以材料科学为支点的“产业赋能者”，为家居户外生活、产业企业客户、军警柔性防护三大场景赋能。 1) 家居户外生活——消费领域（品牌产品）：通过“太力家

居”“太力户外”等自有品牌，将科技转化为消费者可感知的卓越产品（如真空收纳袋、充气帐篷），建立品牌认知并反哺技术迭代。

2) 产业企业客户——工业领域（解决方案）：作为“工业味精”、“工业血液”，为物流、家电、消费电子、新能源等行业头部客户提供定制化材料解决方案（如工业压缩袋、功能压敏胶），驱动B端业务高速增长。

3) 军警柔性防护——特种领域（尖端防护）：基于剪切增稠流体等尖端材料，为军警、航空、应急救援等领域提供全球领先的柔性安全防护装备（如防刺服、防爆、防弹材料），打造新的价值高地。

## 2、经营成果与财务概要

报告期内，公司实现营业收入5.77亿元。较上年同期增长6.21%；实现归属于上市公司股东的净利润0.40亿元，较上年同期减少21.86%。虽受主动业务调整及加大投入影响，净利润短期承压，但收入结构发生积极变化：安全防护、户外装备、生物保鲜等新兴领域收入占比显著提高，共同构筑公司第二、第三增长曲线；B端业务爆发式增长，国内2B业务同比增长200%以上。

在现金流与研发投入方面，经营性现金流量净额为0.66亿元，现金流情况健康，为战略推进提供坚实基础；研发投入0.17亿元，同比增长16.24%，持续的高强度研发是公司科技属性的根本保障，也为未来增长蓄力。

## 3、未来展望

1) 深化B端战略，释放平台价值：全力推动材料技术在更多工业场景的应用，目标成为多个细分行业的“标配”材料解决方案提供商。

2) 打造明星产品，引领新增长曲线：重点资源投向安全防护、功能胶粘、户外装备等高附加值、高增长领域，加速将其培育为新的支柱业务。

3) 加速全球化布局：深化亚马逊等线上渠道，拓展海外线下大客户，并谋划“业务先行，工厂跟进”的海外制造布局，致力于打造真正的全球化企业。

4) 坚持技术创新，巩固核心壁垒：持续加大研发投入，尤其是在纳米流体、功能胶粘等前沿领域，保持技术代差优势。

## 二、问答环节

Q1：户外、安防、生物保鲜领域是公司重点发力的方向，相关领域切入的难点和策略？

答：公司长期致力于产品力、品牌力与组织力的系统构建和持续提升。目前，相关领域的核心技术产品已具备量产及商业化条件。公司正加速构建行业影响力与市场渗透力，重点推进B端业务的组织能力提升，旨在锤炼一支富有战斗力的营销团队。具体措施包括：对内进行现有团队资源深度整合与效能优化，对外则加大优质人才的引进与培养力度。

Q2：H1海外渠道增长亮眼，海外不同渠道的增速基于哪些方面？

答：公司销售渠道已打破线上线下的传统界限，实现高效融合。海外渠道的业绩增长，得益于公司创新品牌形象的有力驱动。面对全球化市场，公司坚信卓越的产品力与专业的销售团队是成功的关键。为此，我们正持续强化产品竞争力，并致力于打造一支高素质的专业销售团队，这些举措将有效支撑海外渠道的持续高速增长。

Q3：B端客户布局方面目前相对偏好的行业和赛道进展如何，研发成果的商业化后续进度展望如何？

答：市场对公司B端能力的高度认可，驱动我们加速向B端市场全面延伸与升级。我们将充分发挥材料技术优势，希望为物流、家电、消费电子、新能源等行业头部客户提供卓越的定制化材料解决方案。公司正积极布局以下几个核心领域：工业封装领域，真空封装技术在航天、家居、户外领域深耕的同时，将大力开拓大型平台、跨境电商及物流龙头企业；柔性连接领域，将从单一产品合作模式，逐步拓展至材料供应，并最终实现对客户供应商的深度赋能与价值共创；安全防护领域，基于纳米剪切增稠流体等尖端材料，我们将为军警、航空、应急救援等领域提供全球领先的柔性安全防护装备，致力于将此打造为公司未来发展的核心价值高地和新增长点。

Q4：C端产品后续发展预期、上升空间及新兴海外市场拓展计划是什么？

答：C端真空封装市场增长空间广阔，现有竞争者多聚焦于传

	<p>统产品，这为我们的创新化、差异化产品提供了巨大机遇。以民用真空封装袋为代表，我们不仅实现了压缩省空间的基础功能，更在结构、材料与功能上独树一帜——通过纳米抗菌防潮、环保织物等高端材料的应用，深度开发生活细分场景，并已延伸至医疗、康养、学校等专业领域。</p> <p>海外拓展依托线上线下联动的新营销团队建设，结合亚马逊等国际化平台，将创新产品推向全球，市场空间取决于用户需求解决能力及组织力打造进度。</p> <p>Q5：出海业务自主品牌的长期规划、品类渠道团队布局及人力考虑是什么？</p> <p>答：公司的品牌定位是通过技术帮助到更多的人，为有需要的用户提供帮助，希望让公司的产品进入全球每一个家庭，通过持续的产品创新为引擎，并积极拓展全球市场渠道。为此，公司专门设立海外发展品牌部门，深度洞察并尊重不同国家的文化特质，推动品牌的深度本地化运营，以更好地服务当地消费者，并加速整合全球优质资源。在海外市场布局中，公司聚焦于柔性连接、安全防护等需求旺盛且潜力巨大的领域，这些市场领域预计未来将达到千亿级别规模，为公司的国际化发展提供了广阔的空间。</p>
<p><b>关于本次活动是否涉及应披露重大信息的说明</b></p>	<p>本次活动不涉及未公开披露的重大信息。</p>
<p><b>附件清单（如有）</b></p>	<p>无</p>
<p><b>日期</b></p>	<p>2025年08月29日</p>