

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 10 月 22 日

调研方式：线上交流

参与机构：长江证券、东方财富证券、方正证券、广发证券、国金证券、国海证券、国信证券、国投证券、国联民生证券、华创证券、华福证券、天风证券、信达证券、银河证券、浙商证券、中泰证券、中信建投证券、博远基金、北京禧悦私募基金、创金合信基金、东方基金、广东正圆私募基金、工银瑞信基金、光大保德信基金、国联基金、国泰基金、海富通基金、合远基金、红土创新基金、弘毅远方、湖南源乘私募基金、华泰保兴基金、华泰柏瑞基金、华商基金、嘉实基金、金鹰基金、凯联投资基金、平安基金、泉果基金、上海睿胜私募基金、上海孝庸私募基金、天弘基金、万家基金、鑫元基金、西部利得基金、长江资管、东证融汇证券资管、高盛国际资管、华夏久盈资管、青榕资管、上海景林资管、上海万纳资管、上海沃胜资管、中信证券资管、招商证券资管、第一北京投资、度势投资、广州瑞民投资、海辰投资、健顺投资、上海煜德投资、浙江益恒投资、磐行资本、睿郡资产、信泰人寿保险等。（注：以上排名不分先后）

出席人员：董事会秘书李翔

记录人员：朱三妹

一、公司业绩介绍

2025 年第三季度，公司实现营业收入 3.82 亿元，同比增长 7.27%；归属于上市公司股东的净利润 0.57 亿元，同比增长 21.67%；归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润 0.57 亿元，同比增长 21.84%。2025 年前三季度，公司实现营业收入 10.59 亿元；归属于上市公司股东的净利润 1.43 亿元；归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润 1.39 亿元。

在外部环境持续偏冷、消费市场尚未回暖的背景下，公司紧扣主业，以技术迭代对冲需求收缩，用渠道结构优化提升动销效率，以效率提升摊薄成本，在逆风里稳住经营基本盘，公司单季实现增长，显示出一定的边际改善，表明前期调整措施正逐步见效。

从渠道来看，公司坚持构建全渠道销售模式，深度融合线上线下资源，以数字化赋能推动业务高质量增长。线上渠道在巩固传统电商优势的基础上，积极布局抖音等新兴内容电商平台，聚焦新品类孵化，通过直播、短视频等内容营销持续提升用户与品牌影响力，上半年电商收入稳定，稳居行业线上第一；线下渠道同步发力，围绕“开疆焕新”“零售标杆城市打造”及直营模式转型，精准招商强化区域覆盖，深化与家电渠道、新零售平台及京东万商等新渠道布局，全面推进门店管理标准化，提升终端零售运营质量，已初见成效。公司正加速推进线上线下融合，借助社交媒体与移动应用构建全域客户互动与数据闭环，以大数据驱动精准营销与个性化服务，持续提升品牌社区运营能力，打造深度互动、场景化、智能化的消费体验，不断提升客户满意度与品牌忠诚度。

从产品来看，公司聚焦智能家居赛道，通过优化产品结构，加大对智能家居产品的推广与销售，智能家居产品销售占比超 85%，竞争力凸显。围绕“用户场景—行为—痛点”链条，公司把多功能集成、品类延伸与组合套系化做成系统化打法，覆盖从入门到旗舰的全价格带，并反向牵引技术迭代；同时持续抬高研发强度，搭建“用户反馈—数据沉淀—产品企划”的闭环机制，依托大数据洞察推动多项核心技术突破，进一步夯实行业领跑地位。

在盈利能力方面，大宗原材料价格整体平稳，公司依托完善、稳定的供应链体系，持续通过集中采购、议价统筹等手段，确保成本端可控。同时，公司坚持以技术革新为引领，不断优化产品结构与生产效率，推动销售毛利率和净利润率稳步修复。未来，公司将继续深化供应链协同，强化成本管理，并通过技术创新持续带动盈利能力的提升。

二、投资者提问与回答问题

问题 1：公司三季度毛利环比增长，背后核心驱动是什么？

回答：三季度毛利环比改善，主要源于行业价格竞争趋缓：上半年需求偏弱叠加政策价格锚点，市场短时承压，公司适度调整售价以保障份额；随着阶段性外部因素消退、同业价格逐步回归理性，公司凭借稳定的规模与成本摊销优势，实现毛利温和修复。

问题 2：线下增量空间如何？

回答：未来线下增量空间主要来自两方面：一是智能类产品渗透率提升，随着消

费者对该品类认知的加深、经济水平提高，智能类产品占比会上升，传统手摇产品有望逐步让渡空间，带来持续换新需求。另一方面，晾晒形态正向隐形、嵌入、集成等多元方向演进，产品迭代将为用户创造新的更新契机。

问题 3:公司线下零售转型解决了哪些核心问题？

回答：公司线下零售转型以样板店为切口，用差异化场景陈列与沉浸式体验把线上低价冲击转化为“看得见、摸得着”的品质溢价；通过社群蓄水、直播引流将周边潜在人群精准邀约进店，再以现场深度体验叠加限时权益把有限客流转化为当场成交。经销商感受到门店客流稳步增长、订单接连转化，更加坚信公司长期投入的决心，主动追加资源，携手把线下人流不足、线上低价截流的痛点扭转为高质量、可持续的销售增长。

问题 4：线上竞争格局及后续展望？

回答：今年前三季度，行业线上大盘略有波动，第三季度呈现回暖迹象。公司线上业务保持稳健增长，市场份额稳步提升，头部集中趋势愈发明显。下一阶段，公司将继续巩固领先优势，并视市场变化灵活调整，确保中长期稳健发展。

问题 5：在产品功能研发、稳定性上，公司具有哪些优势？

回答：公司依托“研究一代、储备一代、开发一代”三级研发体系及集成产品开发机制，将电机等自有核心技术快速迭代落地，形成持续且可验证的产品性能优势；全生命周期质量评价体系叠加公开反馈机制，使产品维修率低于行业均值，使用寿命与质保期限位居前列，构筑品质护城河；线上全平台覆盖与线下分层分级专卖店协同，售后服务全国联保服务，确保消费者获得技术领先、质量可靠、服务无忧的综合价值。