

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：2025-011

投资者关系活动类别	<input checked="" type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 路演活动 <input type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 其他（ <u>电话会议</u> ）
参与单位名称及人员姓名	国海证券：林昕宇 博时基金：钟天皓 中邮证券：赵洋 东方财富证券：郁瞭 个人投资者：9位
时间	2025年12月5日、2025年12月8日
地点	公司三楼会议室
上市公司接待人员姓名	副总经理、董事会秘书：杨亮 证券事务代表：韩露露
投资者关系活动主要内容介绍	一、调研参观 参观公司实验室、产品展厅、选品中心。 二、公司基本情况介绍 三、问答环节 Q1：公司未来资源整合的方向在哪些方面？ 答：公司未来将围绕渠道与供应链体系两大维度，强化生产与销售全链路。渠道层面：深耕现有跨境渠道，整合行业内成熟的优质品牌及渠道资源，形成协同互补的跨境销售网络，提升海外市场渗透率。供应链层面：聚焦B端新业务领域，打通上下游供应链，向上稳固核心原材料供应，向下优化生产交付流程，构建新领域供应链闭环，为新业务规模化拓展奠定基础。 Q2：公司B端客户开发的模式如何？ 答：采用场景导向+技术赋能的模式，首先，精准锁定目标应

用场景，依托场景匹配对应B端客户的供应链，再通过自有材料技术赋能，最终切入并融入客户的供应链体系，实现B端业务的稳定落地。

Q3：公司在B端市场，哪个技术领域最先落地？

答：现阶段，公司在B端市场的安全防护、柔性连接领域进度较为领先。在安全防护领域，公司具备“核心基材+终端成品”的全链条产品供给能力：不仅可对外销售防刺割手套、防刺割服等终端成品，还能提供防刺割布、纳米剪切流体材料等核心基材；在柔性连接领域，可实现吸盘材料、功能粘胶材料的市场化销售。其中，核心基材类产品凭借技术壁垒与下游应用场景的广泛性，具备更大的市场拓展潜力与营收增长空间。

Q4：开发B端市场，公司是否担心管理的边界能力？

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端业务的组织能力升级，旨在锤炼一支富有战斗力的营销团队。具体措施包括：对内进行现有团队的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，同时，加快对B端市场供应链资源的整合。

Q5：公司将如何实现C端市场的增长？

公司将通过产品、运营、技术的协同发力，并以品牌力为核心纽带稳步实现C端市场增长。一方面聚焦核心品类，以品牌定位为导向加大研发投入，打造兼具技术壁垒与品牌溢价的核心单品，同时优化成本结构，构建差异化产品竞争力；另一方面深化C端精细化运营，严控获客与供应链成本、提升用户复购率以实现提质增效；同时合理运用AI及算法等技术手段，降低综合成本，为C端业务增长提供高效支撑。

Q6：公司未来在跨境渠道的增长空间如何？

公司跨境渠道具备较大的增长潜力，将通过多维度举措拓展。在稳固家居品类现有增长的基础上，加大安全防护、户外装备等新品类在亚马逊平台的销售力度；并同步布局TikTok等新兴跨境渠道；同时，整合成熟跨境市场资源，借力其平台、渠道、品牌及团队优势，快速夯实并提升公司跨境业务综合能力。

Q7：公司的品类较多，市场策略如何？

	<p>针对多品类业务模式，公司将采取聚焦核心、差异化竞争的市场策略：优先锚定自研的高壁垒差异化核心品类，加大对安防、户外等新领域的资源投入，同时坚守技术竞争路线，不参与同质化竞争，以此筑牢产品竞争力与品牌护城河。</p> <p>Q8：公司利润率有下滑，将通过哪些措施解决？</p> <p>公司将从收入结构优化与运营效率提升两方面发力：一方面重点拓展高毛利的B端及海外市场，扩大其业务占比以优化整体收入结构；另一方面提升传统C端业务运营效率，借助AI算法优化获客与营销成本，降低低效SKU轻量化库存等方面，全方位夯实盈利根基。</p>
关于本次活动是否涉及应披露重大信息的说明	本次活动不涉及未公开披露的重大信息。
附件清单（如有）	无
日期	2025年12月08日