

## 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：2026-016

投资者关系活动类别	<input 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 checked="" type="checkbox"/> 分析师会议 <input checked="" 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	共27名投资者参与交流，具体名单详见附件
时间	2026年4月25日10:00-11:00
地点	公司三楼会议室
上市公司接待人员姓名	董事长、总经理：石正兵 财务总监：聂琴 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	<p>2026年4月25日，公司通过进门财经平台以电话和网络方式召开2025年年度报告及2026年第一季度报告业绩交流会。本次业绩说明会的主要内容、交流问题及相关回复如下：</p> <p>一、2026年第一季度报告情况简介</p> <p>1、核心财务数据：</p> <p>报告期内，实现营业收入2.91亿元，同比增长8.39%；归母净利润1,094.84万元，同比下降43.68%；归母扣非后净利润1,252.18万元，同比下降30.72%；剔除汇兑损益和股份支付影响后，归母扣非净利润实现1,736万元，同比下降9.20%。</p> <p>2、业务板块收入拆分</p> <p>（1）高性能防护：3,621.55万元，同比增长50%，占总体营收的12%；</p> <p>（2）健康家居生活：2.45亿元，同比增长7%，占总体营收的84%；</p>

(3) 户外及应急装备：734.88万元，同比下降48%，占总体营收的3%。

### 3、利润影响因素

报告期内主要利润影响因素包括公司推出针对新引进高端人才与核心业务骨干的股权激励计划，导致股权激励摊销费用增加145万元，同比上升91.94%；公司正处于B端业务战略投入期，在B端营销团队组建、市场开拓投入以及研发投入等均有较大增长，其中研发费用同比上升32.61%；报告期内美元汇率下跌也导致汇兑损失有所增加等。

除上述变动影响因素外，本报告期为加强校企长期战略合作与人才培育力度，增加了暨南大学、华南理工大学等捐赠。

### 4、经营亮点

(1) 外销与新兴渠道爆发：亚马逊渠道收入同比增长40%，成为海外增长核心引擎；微信视频号收入同比增长200%以上，战略新兴渠道快速起量；

(2) 第二曲线高增：高性能安防产品收入同比增长130%以上，验证了新品市场接受度，正成为收入增长的新驱动力；

(3) 毛利率提升：在SKU精简的背景下，毛利率逆势提升1.83个百分点，表明公司聚焦高附加值产品的策略已见成效。

## 二、问题交流环节

Q1：纳米流体材料在安防领域的商业化进度如何？2026年安防布料及成品的目标收入规模及客户结构是怎样的？

答：公司纳米流体材料已完成实验室—中试—量产闭环，目前处于优化迭代阶段，2025年起进入B端验证与小批量供货，已形成“NFP处理液—防护基材—终端产品”全链条供应能力。

商业化节奏上，2026年为安防业务验证与放量前夜，Q2起相关订单逐步交付，2027年为B端业绩放量元年。2026年安防全业务线（含NFP处理液、面料、成品）目标收入过亿元，以B端面料销售为主、C端民用防护成品快速起量；核心客户涵盖安防集团、头部户外品牌面料商、工业防护企业及海外民用防护品牌。

Q2：2026年各季度经营趋势如何？公司提到“一季度增长较慢，二季度及以后逐季改善”，具体原因是什么？影响Q1的因素是季节性、费用前置还是客户验证周期？

答：Q1业绩增长相对平缓，主要受费用前置与B端客户验证

周期双重因素影响：一是高校公益捐赠、B端市场前期开拓等相关费用集中在一季度确认，对短期利润形成一定影响；二是纳米流体材料、疏水涂层材料等新产品，面向汽车面漆、机器人防护等B端客户的验证流程较长，订单收入确认有所滞后。

Q2及后续经营持续改善，主要得益于三大核心驱动：首先，随着B端客户验证完成，相关订单逐步落地交付，高附加值业务收入占比持续提升，带动公司整体盈利能力增强；其次，亚马逊、微信视频号等优势渠道保持高速增长，为业绩提供有力支撑；最后，公司持续推进SKU精简策略，聚焦高附加值产品，高性能安防等毛利新品销售占比不断提升，进一步优化经营业绩。

Q3：传统业务国内国外线上线下具体成长策略及驱动因素？

答：公司传统业务（家居收纳、垂直壁挂等）采取国内线上稳增长、海外线上线下全面发力的发展策略，具体如下：

国内线上：稳固天猫、京东平台收纳赛道龙头地位，持续精简SKU，聚焦高毛利爆款产品，提升转化与复购；同时大力布局微信视频号等内容电商渠道，实现渠道快速增量（Q1视频号收入同比增长200%以上）。

海外线上：以亚马逊为核心增长引擎（Q1收入同比增长40%），一方面依托传统家居产品稳步扩张，提升市场占有率与品牌排名；另一方面重点推广安防、户外等高附加值新品，同步拓展欧美、日韩、东南亚区域站点，积极布局TikTok等新兴内容电商渠道，拓宽海外增长空间。

传统业务核心驱动因素为：产品结构持续向高毛利升级、渠道结构不断优化（线上及海外业务占比提升）、供应链运营效率稳步提高，三大因素共同推动传统业务稳健发展。

Q4：股权激励计划要求2026年新兴业务收入不低于2.1亿元，请问这2.1亿元目标在各产品线之间的具体拆分是怎样的？目前在手订单或框架协议对该目标的覆盖率达到了多少？

答：公司2026年新兴业务2.1亿元收入目标，主要涵盖安全防护、户外装备、柔性连接（功能粘胶）、生物保鲜及其他先进功能材料。

结构上以安全防护为核心，其中安全防护（NFP处理液+安防面料+成品）收入目标过亿元，占比最高；户外装备、柔性连接（功能粘胶）等为重要补充。目前安防相关业务预计从二季度起

	<p>逐步进入交付节点，将有力支撑全年新兴业务目标的实现。</p> <p><b>Q5：2026年跨境业务的收入增长指引是多少？相关的营销和本地化运营投入预计将如何影响其净利率水平？</b></p> <p>答：公司2026年跨境业务收入将继续保持高速增长，亚马逊平台依旧是跨境业务核心增长引擎。</p> <p>在营销及本地化运营投入方面，2026年公司将持续加大TikTok等内容电商、海外社交媒体的布局与投入，通过内容种草高效带动跨境业务转化，打通内容与货架电商的协同增长链路。同时，相关投入将精准聚焦高转化站点与高毛利新品，虽短期会有一定资源投入，但随着业务规模效应逐步显现、产品结构持续优化，跨境业务净利率将呈现逐步改善态势，整体盈利质量稳步提升。</p> <p><b>Q6：Q1毛利率同比提升的主要原因，能否分产品或分渠道拆分收入和毛利率情况，并对后续几个季度毛利率趋势做展望？</b></p> <p>公司Q1毛利率为56.24%，同比提升1.83个百分点，主要得益于产品结构优化、SKU精简以及高毛利新品占比提升。</p> <p>从产品结构看：高性能防护占收入12%、健康家居生活占84%、户外及应急装备占3%；</p> <p>毛利率排序为：高性能防护&gt;健康家居生活&gt;户外及应急装备。</p> <p>从渠道结构看：国内线上占57%、国内线下占6%、国外线上占29%、国外线下占8%；</p> <p>毛利率排序为：国外线上&gt;国内线上&gt;国内线下&gt;国外线下。</p> <p>展望后续季度：随着安防等高毛利新品占比持续提升、SKU精简成效进一步体现、规模效应逐步释放、高毛利B端材料收入占比提高，公司毛利率有望保持稳中有升的趋势。</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>见附件</p>
<p><b>日期</b></p>	<p>2026年4月25日</p>

附件：参会名单（排名不分先后）

序号	机构名称	参会人员
1	创金合信基金	张小郭
2	东北证券	周建伟
3	感叹号投资	谭永平
4	亘曦私募	王海亮
5	国海证券	林昕宇
6	国海证券	孙馨竹
7	国联民生	徐皓亮
8	国联民生	童苇航
9	国投证券	刘夏凡
10	国投证券	刘阳东
11	弘康人寿保险	孟阳
12	交银施罗德	沈楠
13	金鹰基金	汪达
14	金元顺安基金	侯斌
15	民生证券	杜龙文
16	浦银安盛基金	尹新悦
17	青骊投资	吴洋
18	上海伊诺尔实业集团	白福浓
19	上银基金	张靖怡
20	申万轻工	张海涛
21	太平养老保险	赵宇
22	天风证券	孙海洋
23	新华基金	蔡春红
24	烜鼎私募	李啸骏
25	阳光资产	李曦辰
26	粤开证券	王娟
27	长城财富保险	胡纪元