

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：2026 年 8 月 18 日

调研方式：电话交流

参与机构：国金证券、信达证券、东财证券、方正证券、光大证券、国海证券、国联民生证券、国泰海通证券、国投证券、国信证券、华福证券、华西证券、首创证券、天风证券、万联证券、银河证券、长江证券、浙商证券、中信建投证券、中信证券、创金合信基金、富国基金、工银瑞信基金、金元顺安基金、平安基金、上海见合私募基金、天治基金、银河基金、华夏久盈资产、南京璟恒投资、上海荷和投资、深圳猎投资本、永安国富资产、中国人寿养老保险、中银资产。（注：以上排名不分先后）

出席人员：董事会秘书李翔

记录人员：证券事务专员赵洁

一、公司业绩介绍

2026 年上半年，公司实现营业收入 7.527 亿元，同比增长 11.21%；归母净利润 1.022 亿元，同比增长 18.64%；扣非归母净利润 0.903 亿元，同比增长 10.12%。其中第一季度，公司实现营业收入 3.150 亿元，同比增长 21.68%；归母净利润 0.406 亿元，同比增长 21.37%；扣非归母净利润 0.372 亿元，同比增长 20.76%。第二季度，公司实现营业收入 4.377 亿元，同比增长 4.72%；归母净利润 0.616 亿元，同比增长 16.90%；扣非归母净利润 0.521 亿元，同比增长 3.44%。

公司坚定既定发展战略与经营目标，聚焦技术创新与产品升级，积极推进自动化制造和数字化转型，深耕质量建设构建品质优势，强化品牌营销赋能终端零售，搭建多元立体全渠道销售网络，构建高效服务售后体系等多项措施，经营效率得到有效提升，整体运营保持稳健，各项业务根基稳固，为未来回升积蓄力量。

渠道端：公司坚持全渠道销售模式，线上线下协同发展，整合营销资源。线

下渠道加快渠道零售转型，全面激活线下终端活力。分城分区精准招商，通过高管帮扶、业务数字化、王牌店长集训等方式赋能终端零售抢占市场，助力公司实现市场破局。线上渠道持续深耕主流电商平台，加快突破新平台，优化店铺精细化运营、精准流量投放、推高卖高，稳固提升现有市场份额。

产品端：公司秉持创新驱动发展战略，注重研发投入与技术创新，不断夯实并增强核心产品力。公司聚焦用户场景、行为路径、痛点研究，根据功能集成化、品类拓展以及产品组合策略，分渠道打造多款旗舰产品，构建渠道多元化产品矩阵，实现主流价格段核心货品的区隔，牵引技术创新。公司加大了对创新类研发的投入，建立了以用户需求为中心的反馈体系，并通过大数据强化了产品企划能力。公司实现了多项关键技术领域的突破，保持了产品的市场竞争力。智能家居产品的销售额稳步提升。公司将继续紧贴用户需求，合理规划产品结构。

盈利能力：大宗原材料的价格相对稳定，公司在采购端、产品端、制造端、研发端的优势逐步呈现，毛利率和净利率保持合理水平。公司将继续通过价格监测机制、多元化采购、战略库存管理、集中采购议价、供应商协同、精益生产、产品创新等措施来合理地维持原材料价格，来保持毛利率的稳定。

二、投资者提问与回答

问题 1：上半年毛利率修复的驱动因素

回复：毛利率受销售规模提升、核心零部件自供比例提升等正向因素拉动；也因公司自动化产线改造、科学化排产、原材料锁价等内部经营效率提高得以改善；同时受大宗原材料成本波动影响，但通过成本管控与价格策略可实现稳定预期。

问题 2：电商平台经营现状与价格战

回复：线上流量费用持续抬升是行业共性，公司始终坚持多平台均衡发展，销售费用投放处于合理预期。公司实施多品牌差异化布局，灵活应对行业价格战争，通过差异化运营策略来实现利润优化。

问题 3：线下渠道调改门店现状及后续展望

回复：调改门店初期增速显著但后续逐步回归稳定水平，目前经营状态良好，表现符合公司预期。后续线下渠道布局不再单纯追求数量，而是转向销售额和运营质量。

问题 4：线上、线下产品结构以及后续迭代方向

回复：公司产品紧跟消费者需求，加强品类研发。同时会根据行业竞争格局进行动态调整。行业在向超薄化演进，我们也在持续创新，推动产品高端功能下放中低端机型，迎合消费者多元化需求。

问题 5：如何看待行业渗透率与竞争格局

回复：行业目前渗透率偏低，仍具备广阔发展空间。目前受消费者选择影响处于存量博弈阶段。公司凭借全渠道布局、多品牌产品矩阵、核心零部件自研自产等优势，在存量竞争中稳定了市场份额与利润。

问题 6：子公司定位及规划

回复：各子公司承担不同品牌、不同渠道运营功能，其分工不同。未来，会根据公司战略进行合理调整。