

公司代码：603848

公司简称：好太太

广东好太太科技集团股份有限公司
2020 年半年度报告摘要

一 重要提示

- 1 本半年度报告摘要来自半年度报告全文，为全面了解本公司的经营成果、财务状况及未来发展规划，投资者应当到上海证券交易所网站等中国证监会指定媒体上仔细阅读半年度报告全文。
- 2 本公司董事会、监事会及董事、监事、高级管理人员保证半年度报告内容的真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担个别和连带的法律责任。
- 3 公司全体董事出席董事会会议。
- 4 本半年度报告未经审计。
- 5 经董事会审议的报告期利润分配预案或公积金转增股本预案
2020年半年度不进行利润分配或资本公积转增股本。

二 公司基本情况

2.1 公司简介

公司股票简况				
股票种类	股票上市交易所	股票简称	股票代码	变更前股票简称
A股	上海证券交易所	好太太	603848	无

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	李翔	崔海英
电话	020-61960999	020-61960999
办公地址	广州市番禺区化龙镇石化路21号	广州市番禺区化龙镇石化路21号
电子信箱	IR@hotata.com	IR@hotata.com

2.2 公司主要财务数据

单位：元 币种：人民币

	本报告期末	上年度末	本报告期末比上年度末增减(%)
总资产	1,800,680,613.59	1,942,329,638.97	-7.29
归属于上市公司股东的净资产	1,445,741,250.58	1,465,796,194.30	-1.37
	本报告期 (1-6月)	上年同期	本报告期比上年同期增减(%)
经营活动产生的现	-142,209,262.92	19,372,321.68	-834.08

现金流量净额			
营业收入	373,181,862.53	576,539,594.09	-35.27
归属于上市公司股东的净利润	80,173,201.50	112,244,336.17	-28.57
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	65,115,087.67	95,580,730.59	-31.87
加权平均净资产收益率(%)	5.32	8.36	减少3.04个百分点
基本每股收益(元/股)	0.20	0.28	-28.57
稀释每股收益(元/股)	0.20	0.28	-28.57

2.3 前十名股东持股情况表

单位：股

截止报告期末股东总数(户)				10,202		
截止报告期末表决权恢复的优先股股东总数(户)				0		
前10名股东持股情况						
股东名称	股东性质	持股比例(%)	持股数量	持有有限售条件的股份数量	质押或冻结的股份数量	
沈汉标	境内自然人	54.21	217,395,000	217,395,000	无	
王妙玉	境内自然人	28.05	112,500,000	112,500,000	无	
侯鹏德	境内自然人	5.61	22,500,000	0	无	
广州市智享家投资合伙企业(有限合伙)	其他	1.90	7,605,000	0	无	
中国农业银行股份有限公司—宝盈转型动力灵活配置混合型证券投资基金	其他	0.35	1,394,783	0	未知	
杨纲	境内自然人	0.31	1,226,200	0	未知	
香港中央结算有限公司	其他	0.20	782,568	0	未知	
黄鸿泰	境内自然人	0.18	722,530	0	未知	
黄鸿明	境内自然人	0.18	714,600	0	未知	
黄惜	境内自然人	0.16	624,314	0	未知	

上述股东关联关系或一致行动的说明	沈汉标与王妙玉为夫妻关系，是公司共同控制人，系一致行动人，除此以外，未知上述股东之间是否存在关联关系或一致行动情况。
表决权恢复的优先股股东及持股数量的说明	无

2.4 截止报告期末的优先股股东总数、前十名优先股股东情况表

适用 不适用

2.5 控股股东或实际控制人变更情况

适用 不适用

2.6 未到期及逾期未兑付公司债情况

适用 不适用

三 经营情况讨论与分析

3.1 经营情况的讨论与分析

2020年初，新冠疫情袭来，对整个家居行业带来巨大的冲击。在此大背景下，公司一方面积极抗疫确保零感染，一方面高效复工复产，并积极向疫情严重地区伸出援手，履行企业的社会责任。二季度以来，家居消费逐渐回暖，但受到国内外疫情持续影响、国际不稳定因素导致的经济大环境不确定性增加、消费流量碎片化、行业跨界竞争加剧等方面的影响，外部经营环境与以往相比挑战更大。本公司坚持贯彻既定的发展战略，继续深化内部转型变革，实现经营成果如下：

1. 商业模式创新引领垂直零售变革

公司2019年末提出创新商业模式的举措，通过数字化系统驱动全价值链卓越运营，重塑智造、营销、服务三大核心流程，强化零售转型、实现统仓统配、升级服务体验。

报告期内，公司以高效垂直管理为导向，从渠道结构和服务升级两方面，推进零售管理转型。一方面，大力推进渠道全面扁平，取代层层加价的批发模式，推动经销商的角色由传统的批发商向零售商发展转型，实现“总部—零售商—用户”三位一体的渠道结构。同时，重新梳理产品价格体系，导入全新的门店管理和激励制度，进一步下沉至县级、乡级市场全面铺设渠道网络。另一方面，同步推进服务标准化升级，打通物流配送、售后服务等平台，建立起四大分仓辐射全国，

并依托大数据分析，与消费者建立更紧密的链接，精准把握用户需求。

2. 品牌赋能多品类集成推进

2020年初，“好太太”商标在智能家居类别（含智能锁、智能面板等产品）获准注册，享有商标专用权，“好太太”将在所有智能家居品类应用同一品牌，助力消费者快速识别。报告期内，好太太智能锁、开关面板一经推出便首次亮相2020年建博会，获得市场的高度认可，招商、品牌宣传、营销实施等方面均有裨益。

3. 全渠道获客体系持续发力

疫情爆发加快推动了多元化、全链路立体渠道的建设，报告期内，公司进一步夯实多渠道零售体系，触达更庞大的用户群体，拥抱更广阔的蓝海市场。

品牌焕新紧贴时代：新冠疫情爆发以来，市场对健康、绿色的家居产品需求不断增加。公司集中力量将大健康理念融入产品研发、品类扩充等环节，全新升级“消毒杀菌”功能晾衣机、抑菌款智能锁及毛巾护理机等单品，为消费者构建更健康、更安心的居家环境，进一步打造公司健康IP。

直播引流成效明显：公司紧跟时代步伐，以直播、短视频、KOL推广为切入点，输出好太太品牌、产品、生活理念、核心技术解读等优质内容。报告期内，公司短视频矩阵快速发育，明星直播、店铺自播等全网铺开；其中，总观看人数超500万的大型直播场次达10场。6月10号，好太太智能晾衣机进驻刘涛直播间，单次直播超580万人在线观看。

细分市场继续深挖：在流量入口不断前置的背景下，公司与房地产商积极达成战略合作，以拎包入住为入口触达新收楼客户。报告期内，公司新增6家战略性地产客户，与10家异业公司达成全国性合作。

四、智能家居产品稳健发展

基于行业的演变路径，好太太已从一家晾晒细分领域龙头企业逐渐发展成智能家居行业的领军企业，致力于贴近市场与用户需求，更好地为消费者打造舒适、智能、便捷的家。

报告期内，公司以数字化平台、产品开发和技術积累为重点，多管齐下赋能智能家居推进：

1) 公司基于自身核心优势的智能家居入口级产品——智能晾衣机与智能锁，结合大数据业务管理，建设智控物联APP平台，融合所有智能单品，应用同一信息化系统，最大化压缩前端人员系统适应时间和培训成本。并与阿里、小米等智能家居强生态方达成合作，实现云对接，通过智能音箱、APP控制等方式，完成智能产品与多系统的互联互通。

2) 公司快速向全屋智能产品体系延伸, APP 平台根据用户实际生活场景需求, 目前已形成覆盖智能晾晒、智能照明、智能安防、智能影音、智能环境等领域的多场景联动方案, 预计下半年将有更多新套系面世。

3) 公司重视技术积累, 报告期内, 新申请专利 164 项, 同比增长 60%。其中发明专利 69 项, 实用新型 66 项, 外观 29 项。发明专利占比显著提升, 专利质量大幅度提升。

五、降本增效稳步推进

报告期内, 公司持续推进生产智造升级, 探索高效的精益化管理方式, 加快布局生产自动化。采购方面, 公司建立大宗原材料价格走势监控机制, 借助套期保值等方式, 对冲原材料价格波动风险。费用控制方面, 公司统一审核各项非生产性费用, 严控不必要的支出, 降低整体运营成本。

持续深入信息化建设, 从无到有搭建了新模式零售报单体系与仓配、售后服务系统, 包括总仓与分仓的链接、调度, 以及分仓快递业务的对接、售后安装及服务; 进一步优化各部门业务分工, 也为下一阶段采购、生产、物流、仓储的智能化管理夯实基础。

3.2 与上一会计期间相比, 会计政策、会计估计和核算方法发生变化的情况、原因及其影响

适用 不适用

3.3 报告期内发生重大会计差错更正需追溯重述的情况、更正金额、原因及其影响。

适用 不适用
