

广州好莱客创意家居股份有限公司

接待投资者调研的记录

会议时间：2026年4月30日 11:00

会议人员：银河证券、长江证券、中金公司、申万宏源、浙商证券、方正证券、信达证券、天风证券、华福证券、个人投资者。

出席人员：好莱客董事会秘书詹程浩

记录人员：庄淇

一、业绩介绍

2025年度及2026年第一季度，房地产市场步入深度调整周期，定制家居行业同步进入存量主导、价格内卷、加速洗牌的关键阶段。2025年度，公司实现营业收入16.65亿元，同比减少12.80%，2026年第一季度公司营收2.77亿元，同比减少29.03%。面对尚未复苏的经济态势与复杂多变的市场环境，公司持续推进品牌升级、全渠道布局、产品升级、降本增效、品质提升等多重措施，全力以赴迎接激烈的市场竞争和行业变革。

在AI智能家居方面，公司通过子公司合觅科技，持续打造智能家居物联网平台。2025年3月，公司与好太太、蜂助手一起，三家上市公司合资设立合觅科技；12月，合觅科技首家生态体验店入驻广州汉银广场。2026年1月，合觅科技全屋智能全系列新品于好莱客经销商峰会首次公开亮相，首次公开发布产品包括了智能网关、智能控制、智能照明、智能安防等智能家居核心内容，形成了较为丰富的产品矩阵；3月，合觅科技AI智能家居亮相2026广州定制家居展。公司已启动内部招募计划，将于2026年对一批好莱客线下门店进行智能化升级，在现有门店基础上深度融入合觅AI智能家居，通过真实场景给终端用户提供产品体验。未来，公司将全力以赴，持续支持AI智能家居板块的发展，通过AI赋能公司定制家居业务，实现“高端定制+AI智能家居”的产品定位。

二、投资者答疑

问题1：如何应对行业竞争？

回答：首先是财务安全性，公司的资产负债率、在手现金等指标均处于比较

安全的区间,好莱客在行业下行周期中虽承受一定的压力,但是有信心穿越周期。其次是差异化定位,公司未来的重点方向将是差异化竞争,第一个方面是坚持打造“原态”IP,以“健康环保”理念为核心构建品牌差异化基因,通过全场景曝光强化竹板净醛差异化优势,稳固环保选材标杆地位;第二个方面是智能家居,合觅产品将计划在好莱客现有门店层面进一步推广,将有助于门店引流、推动产品高端化,并形成相比其他定制家居厂商的差异化竞争优势。公司以“高端定制+AI 智能家居”为我们坚持了二十多年的“大师”标准插上双翼,为品质用户,定制高端智能家。

问题 2: 整装 2025 年度情况如何? 今年整体的经营目标?

回答: 整装 2025 年度营收较上一年度基本持平。公司今年会进一步深化与头部装企合作,以及快速推进艺术整装的网点拓展和单值提升。

问题 3: 请问公司毛利率下滑主要原因?

回答: 从年报中披露的细分数据可以看出,若仅观察门店业务,其毛利率相对平稳;整体毛利率出现下降,主要是因为毛利率较低的大宗业务规模提升,系收入结构变化所致。

问题 4: 在 2026 年,公司在门店数量方面有何规划? 提升效率的主要抓手和推进措施有哪些?

回答: 2025 年度公司门店数量保持净增长,公司始终坚持门店开拓工作。关于现有门店的经营效率,公司主要通过以下几个方面进行提升:一是持续推动样板门店建设;二是对部分过时或使用频率较低的 SKU 进行调整、提升运营效率。此外,在门店管理方面,公司此前已选取部分标杆门店,对其进行培训赋能,提升经营效率,希望后续能在此基础上形成较为完善的标准化模板,并向全国其他门店推广。

问题 5: 大宗业务的规模未来是否会增加?

回答: 公司在大宗业务上一直将风险控制放在重要位置。公司的大宗业务定

位主要是面向国企、央企以及较为优质的民营企业。从结构趋势上看，公司的直营大宗业务规模将会进行控制，同时赋能经销商，积极开拓经销工程业务。总体而言，大宗业务会继续推进，公司会在此过程中注意把控风险。