

屡上质量黑榜、转型进展缓慢……

争议声中

“好太太”输血给亏损子公司买地盖楼

1 子公司近两年净利润为负,母公司资助其盖楼

近日,智能晾晒龙头广东好太太科技股份有限公司(以下简称“好太太”)发布公告称,该公司根据控股子公司广东好好置业投资有限公司(以下简称“好好置业”)“好太太国际中心”项目建设及业务发展需要,同意为其贷款提供不超过17亿元的担保,占上市公司最近一期经审计净资产的74.03%。

这篇公告很快引起外界质疑和热议。尽管在2023年度及2024年第一季度,好太太交出了一份营收、净利双增的良好成绩单,但其近五年的归母净利润总额仅约14亿元,此举被指有“打肿脸充胖子”之嫌。不仅如此,好太太还面临一系列问题和争议,包括拓展智能产品品类已多年,仍高度依赖智能晾衣架单一产品;频频曝出产品不合格的消息等。就上述问题,新快报记者通过邮件方式采访好太太方面,但截至发稿时仍未收到回复。

新快报记者了解到,在当前的市场背景下,好太太涉足房地产业务,连续向子公司好好置业进行财务资助,大手笔买地盖楼,被市场诟病已久。2021年,好太太发布公告称,与好太太共同投资设立好好置业,并通过好好置业开发“创新发展中心”项目,以满足公司及好太太未来办公、产业研发等场所需求。2022年,好好置业以自有资金12.95亿元竞得广州市天河区金融城东地块的国有建设用地使用权。

财报显示,2019年至2023年,好太太的营业收入分别为12.60亿元、11.60亿元、

14.25亿元、13.82亿元、16.88亿元,净利润分别为2.79亿元、2.66亿元、3亿元、2.19亿元、3.27亿元。

另据新快报记者不完全统计,2021年以来,好太太连续发布公告,为好好置业提供投资及财务资助,总金额已超过39亿元。而被资助和担保的好好置业的财务状况并不算好,根据其2023年财报,好好置业近两年净利润为负,分别为-34.22万元、-121.39万元。

另外,截至报告期末,好太太的货币资金仅为3.81亿元。而国际中心项目投资预算约为13.65亿元,截至去年年底,该项目已

累计投入约6943万元,工程进度仅为5.09%。可以预见,好太太未来对该项目的建设仍需投入不小的费用。

在公司净利润规模整体偏小的情况下,好太太为何仍频繁对外担保和资助、拿地建总部?财经评论员郭施亮向新快报记者表示,公司斥巨资拿地建总部,本身是一把双刃剑,利用得好可以更好提升公司品牌形象,但不利之处是加剧公司的资金链压力。建总部成本不便宜,在房地产下行周期中,巨额投资需要谨慎,需要考虑公司财务实力与现金流水平,是否可以支持巨额开支压力。

2 拓品类发展缓慢,高度依赖智能晾衣架产品

据公开信息,好太太成立于1999年,2017年登陆A股上市。公司最初从事生产晾衣架业务,近些年伴随着智能家居市场兴起,公司开始布局智能家居赛道,目前产品与服务涵盖全屋织物智能护理、智能看护、智能光感等领域。智能家居产品成为好太太近年来的营收主力。截至2023年底,好太太智能家居产品营收占比超过八成,传统晾衣架的营收占比则从2017年的九成多下降到不足两成。

实际上,靠卖晾衣架起家的好太太,早

在2010年便向智能家居方向转型,着手研究智能安防和智能晾晒技术。2018年,好太太进军智能锁赛道,包括研发“科徕尼”旗下AI智能锁及多产品智联系统等项目,3年后又提出“全屋智能家居”发展战略。

郭施亮指出,晾衣架产品本身技术含量不是特别高,容易吸引更多的竞争者参与,包括部分巨头公司,市场份额优势未必可以持续牢固。对公司而言,通过智能锁业务开发出营收增长的“另一条腿”是可以考虑的,过度依赖某一产品,不利于公司长期健康发展。

不过,好太太目前仍高度依赖智能晾衣架产品,未在财报中披露具体智能锁业务的营收贡献。在5月的业绩说明会上,好太太方面坦言:“公司智能家居系列产品目前主要以智能晾晒产品为主,智能锁尚处于成长阶段。”

与此同时,好太太透露存在依赖单一客户的情况。2023年,公司前五名客户销售额约为8.58亿元,占年度销售总额51.34%;报告期内向单个客户的销售比例超过总额的50%,前五名客户中或存在严重依赖于少数客户的情形。

3 多次登上质量黑榜,“轻研发重销售”趋势加剧

新快报记者注意到,即使其专注的智能晾衣架领域,好太太近年也曾因产品质量问题多次被“点名”。今年4月,江苏省消费者权益保护委员会发布智能晾衣架产品比较试验分析报告。在不合格产品中,标称广东好太太科技股份有限公司生产的“好太太”牌电动晾衣架,过载项目不合格。

这并非好太太第一次上“黑榜”。2023年3月17日,上海市市场监督管理局发布的产品抽检结果显示,标称商标为“HOTATA好太太”的一款“智能晾衣机”不合格,其标称生产企业为“广东好太太科技股份有限公司”,不合格项目为“标志和说明”。

还有许多消费问题充斥投诉及社交平台。有消费者在投诉平台表示,去年12月底购买好太太晾衣架,实际使用1个月后升降功能便无法使用,后来师傅上门检查确定主

板和遥控器出现问题。该消费者直言:“作为晾衣架著名品牌,产品质量堪忧。”

值得一提的是,尽管好太太在年报中一再声称“持续保持研发大力度投入,为消费者提供优质产品与服务”“公司高度重视对创新研发的投入,通过需求管理、技术创新、产品开发的体系来持续强化产品力”,但其近年来“轻研发重销售”的趋势愈加明显。

过去三年,好太太的销售费用一路走高,分别为2.03亿元、2.58亿元、3.43亿元,涨幅分别为11.98%、26.96%、33%;研发费用则长期在0.5亿元之间徘徊。以2023年为例,其研发费用约为0.53亿元,不足销售费用的六分之一。从人员学历架构来看,好太太的研发团队并不算出众。2023年的研发人员共计143人,其中硕士研究生只有6名,本科

有106人,专科有29人,高中及以下有2人。

好太太在年报中坦言,智能家居行业产品品类繁多,不同产品、不同类型厂家众多,其中小微企业占比高,行业整体发展水平参差不齐,不排除存在以次充好、冒牌销售等扰乱市场秩序的恶性竞争现象,这将对行业及公司成长造成负面影响。另外,伴随着具有一定生产规模、较高设计水平和较强营销实力的智能家居泛产品生产企业的出现,该公司将面临激烈的竞争环境,从而对公司的生产经营与利润水平造成一定的不利影响。



扫码了解更多
“家·生活”资讯