

作为两家上市家居企业的掌舵人,沈汉标近来压力不小。上半年,好莱客由盈转亏,归母净利润亏损超3400万元;好太太虽未亏损,但受地产后周期与消费疲软拖累,智能晾衣机等核心产品增速放缓,利润空间承压。

主业走弱的情况下,沈汉标频繁成立新的科技公司,试图切入智能家居、机器人等赛道。但好莱客、好太太与蜂助手合资设立的合觅科技,成立一年多便已亏损超570万元,短期难成业绩支撑。更棘手的是,智能家居供给端的竞争已经白热化。作为跨界后来者,这两家企业的研发投入逐年下滑,在技术、品牌与生态整合上均不占优,转型能否突围仍充满变数。

■新快报记者 梁茹欣

好莱客由盈转亏 好太太低基数增长 “AI+机器人”新故事能撑住吗?

两家企业的研发投入逐年下滑,转型能否突围仍存变数

■好莱客近三期中报显示,其经营活动净现金流已连续三年为负。图片源自其半年报

1 夫妇掌舵两家上市公司,一家“失血”,另一家“承压”

沈汉标、王妙玉夫妇在业内颇有知名度。1999年,他们在广州创办“好太太”品牌,主营晾衣架业务;2002年,又凭借晾衣架业务积累的初始资本,创立“好莱客”品牌,将业务延伸至家居产业链。好莱客于2015年率先登陆A股,好太太则于两年后跟进上市,这对夫妇因此成为两家上市家居企业的掌舵人。

近日,好莱客举行2026年半年度业绩说明会。董事长兼总经理沈汉标在会上表示,上半年,房地产市场处于深度调整周期,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。

不过,他给出相对积极的判断,认为定

制家居行业存在一定季节性,下半年景气程度一般好于上半年;今年以来部分城市房地产成交出现回暖迹象,将有可能为定制家居业务带来一定订单增量,因此下半年行业景气程度可能出现环比改善。

与这一乐观预期形成鲜明对比的是,沈汉标实际掌控的两大家居上市企业业绩表现并不理想。好莱客今年上半年实现营业收入5.98亿元,同比下滑27.99%;归母净利润亏损3433.83万元,同比下降239.45%;扣非归母净利润亏损4234.68万元,降幅高达404.54%。

若将时间维度拉长,好莱客业绩的持续下滑趋势更为清晰。2024年至2026年近

三期半年报显示,该公司营收同比分别下降5.06%、10.09%、27.99%,降幅逐期扩大;归母净利润同样大幅缩水,同比降幅分别为46.9%、45.12%、239.45%。此外,经营活动净现金流已连续三年为负,分别为-5155万元、-1.29亿元、-5906万元。

好太太上半年主营收入7.53亿元,同比上升11.21%;归母净利润1.02亿元,同比上升18.64%。虽未亏损,但这一数据是建立在低增长基数之上,2025年上半年该公司营收仅为6.77亿元,比2024年上半年下滑5%;同期归母净利润仅为0.86亿元,比2024年上半年大幅下滑39.97%,是近五年的利润低点。

一周资讯

需连带清偿超3亿元 箭牌家居实控人股份被冻结

9月8日,箭牌家居发布公告披露公司实际控制人之一谢岳荣涉及股份冻结事项的仲裁最新进展。公告显示,此前因房地产项目担保引发的合同纠纷已由北京仲裁委员会作出终局裁决,谢岳荣需连带清偿超3亿元,其名下约1.35亿股股份已被冻结。

涉嫌信息披露 违法违规 康欣新材 被证监会立案

9月5日,康欣新材发布公告称,收到中国证监会出具的《立案告知书》。因该公司定期报告涉嫌信息披露违法违规,中国证监会决定对该公司立案。

根据山东证监局此前出具的《警示函》,该公司2016年至2021年存在虚增营业收入、利润总额的情形,导致相关定期报告财务数据披露不准确。

(梁茹欣 据公开信息整理)

2 主业承压倒逼转型,掌舵人频繁成立公司布局新赛道

在市场周期下,家居企业曾经的主业优势不再,面临着营收和毛利率齐齐下滑的窘境。上半年,好莱客的整体衣柜业务营收为3.99亿元,同比下滑29.6%;毛利率为30.77%,同比减少5.62个百分点。橱柜业务营收为1.28亿元,同比下滑22.18%;毛利率仅为14.43%,同比减少7.84个百分点。木门业务的营收降幅更大,规模进一步收缩至2145.79万元,同比下降34.53%,毛利率也仅有15.13%。

在业绩说明会上,针对公司整体毛利率下降6.21个百分点,投资者提出质疑。好莱客方面解释,主要原因是2026年上半年家居终端零售市场仍处于筑底阶段,主营业务订单下降,单位固定成本难以摊薄;同时,毛利率较低的大宗业务占比提升,导致

整体毛利率下降。

主业承压倒逼出转型决心,沈汉标试图通过投资、转型等手段布局AI、智能等高景气赛道。在资本端,其参投的保伦股份在沪主板IPO申请近日已获上交所受理,后者主营“声、光、电、视、讯”系统,旗下“itc”品牌是国内专业视听领域知名品牌。

产业端布局更为关键。2025年3月,好莱客、好太太、蜂助手三家上市公司共同出资成立合觅科技,聚焦智能家居物联网平台建设,沈汉标担任该公司董事长兼总经理。这一布局看似理想且路径明确:好莱客拥有全屋定制产品和全渠道业态,蜂助手具备数字商品资源和物联网技术,好太太则拥有智能家居硬件矩阵及供应链能

力。三方合力,有望打通从产品到平台、从硬件到服务的智能家居生态。为补足底层通信技术能力,同年7月,好莱客以公开摘牌方式成功受让技象科技股权,加快产品的研发落地及升级迭代。

今年4月,好莱客再次通过全资子公司莱觅科技与自变量机器人合资成立广东智觅量变机器人有限公司。该公司专注于服务消费机器人的制造和销售,以及特殊作业机器人制造领域,主营业务围绕智能机器人产品的研发、生产和市场推广展开。

在市场解读看来,沈汉标正试图切换战略叙事,即以“AI智能家居”为核心,让好莱客和好太太在地产周期承压之际获得新的想象空间。

3 转型未见成效,上半年AI智能家居销售额不足13万元

不过,从目前数据看,这场转型尚未显现成效,反而使相关业务进一步陷入亏损。

好莱客方面表示,经过一年多的培育,合觅科技已形成较为完善的产品矩阵,包括智能网关、智能控制、智能照明、智能安防等智能家居核心内容,相关产品已于近期正式对外推广销售。

然而,合觅科技去年净亏损222.9万元,今年上半年进一步扩大至350.89万元。该公司的半年报显示,由合觅科技主要贡献的AI智能家居产品销售额仅12.57万元。对此,该公司解释称,相关产品于今年第三季度才正式对外推广,报告期内尚未形成常态化销售。

令市场质疑的是,好莱客、好太太虽以“智能家居”为战略定位,但研发费用均呈

下滑趋势。好莱客的研发费用已从2022年的1.41亿元降至2025年的0.85亿元;今年上半年为3392.56万元,同比下滑21.44%。好太太的研发费用从2023年的5310.06万元降至2025年的4770.68万元。同期,其销售费用从3.43亿元增至3.83亿元;其中,2025年销售费用占营收比重超两成,创下近年峰值。

一边是智能家居业务收入微薄、亏损扩大,另一边是研发投入收缩、销售费用高企。这种“重营销、轻研发”的投入结构,使市场对其智能家居战略的含金量与可持续性产生更多疑问。

值得注意的是,智能家居在需求端虽被普遍视为广阔蓝海,但在供给端早已是竞争

白热化的红海,赛道中挤满了互联网大厂、传统家电巨头等。相比之下,无论是好莱客的定制家居基因,还是好太太在晾晒细分领域的优势,在跨界融合时都面临技术积累不足、生态整合力偏弱等明显短板。

从这两家企业选择门锁、照明等品类切入智能家居,亦可窥见一斑,这类产品多属刚需或高频、技术门槛相对可控的“人口级”设备,能较快完成市场教育和用户习惯培养,但正因如此,更容易陷入同质化竞争,难以与竞争对手形成显著差异并构建长期壁垒。尤其是当下智能家居的较量早已从单品走向生态,其能否真正补齐技术与生态短板,在巨头环伺的红海中走出一条差异化路径,仍有待检验。



扫码了解更多
“极智家”资讯