

广东太力科技集团股份有限公司

投资者关系活动记录表

编号：2025-003

投资者关系活动类别	<input checked="" type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 路演活动 <input checked="" type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 其他（电话会议）
参与单位名称及人员姓名	一、2025年7月23日 国投证券轻工：罗乾生；华夏基金：林瑶 二、2025年7月24日 申万宏源证券：张海涛；银华基金：陈思远；平安基金：叶芊、区少萍；宝盈基金：曾凌娜；建信养老保险：官忠涛；华能信托：孙宇；大华信安：骆林；创金合信基金：陆迪 三、2025年7月25日 招商资管：蔡靖；宝盈基金：李巍宇；信达澳亚：李博；长江证券：米雁翔
时间	2025年07月23日-2025年07月25日
地点	公司会议室
上市公司接待人员姓名	董事长、总经理：石正兵；财务总监：王竑；董事会秘书：聂琴；投融资总监：沈瀚；证券事务代表：韩露露
投资者关系活动主要内容介绍	Q1：公司在材料创新和应用场景开发方面更擅长哪方面？ 答：公司核心是通过洞察用户需求开发应用场景，以材料创新实现并解决用户痛点；同时，材料创新过程中亦在挖掘更多应用场景，形成双向驱动。 Q2：公司在组织能力上是如何打通从应用场景到材料创新的整个链条？ 答：公司深植工程师文化，研发团队主导从场景需求破解到产品落地货架的全流程，而非止步实验室。市场、产品、生产等

部门紧密协同，形成“研发牵引、多部门联动”机制，确保技术创新精准对接用户需求，加速技术到商业化的转化。

Q3：近2-3年，公司人员结构上会有哪些变化？

答：结合公司当前的发展布局，公司未来2-3年将重点加大研发人员与B端市场开拓服务团队投入：前者强化技术攻坚与场景落地能力，后者深化客户需求响应与市场拓展效能，双维度夯实增长根基。

Q4：公司未来3-5年会有哪些方向性突破？

答：公司在真空封装、柔性连接、生物保鲜、户外装备及安全防护五大领域，持续拓展应用场景以精准响应客户需求，同时将加大研发投入，强化技术支撑与场景落地能力。

Q5：公司从最初压缩袋业务，逐步发展为如今的多材料技术平台，这一转型突破是如何实现？

答：公司从创立之初就重视创新，瞄准优势领域后便深耕不辍；与此同时，持续重视人才梯队建设与组织能力打磨，通过构建高效协同的组织体系，将创新基因与专业执行力深度融合，以此构筑起公司的核心竞争力。

Q6：公司的成本优势源于哪里？

答：公司经多年实验测试，在材料性能、工艺创新、生产自动化及管理信息化等领域持续投入，由此形成“研发-生产-管理”闭环协同的高效管理机制，在成本控制、质量稳定性及创新响应上构建起竞争优势，实现综合成本最优。

Q7：公司的产品存在季节性差异吗，四个季度会有波动吗？

公司部分产品存在一定季节性特征，例如真空收纳袋的需求高峰集中在换季时期，户外帐篷的销售旺季则主要出现在春秋季节。不过，公司依托几大材料平台构建丰富的产品线，从整体运营来看，各季度的业绩表现保持平稳，未呈现明显的季节性波动。这一均衡态势得益于不同品类产品在需求周期上的互补性，有效对冲了单一产品的季节性影响，保障了公司经营的稳定性。

Q8：公司在C端发展态势较好的情况下，大力开拓B端市场，转型基于什么考虑？

公司的商业模式取决于战略定位。自创立以来，便将创新贯穿整个发展过程，不仅体现在产品迭代上，更延伸至渠道建设、组织能力升级等多个维度。当前，公司在业务布局上采取“双轨

	并行”策略：在持续深耕C端市场、巩固品牌优势的基础上，大力开拓B端市场，通过新增赛道进一步释放增长潜力。长远来看，公司的核心定位是打造纳米材料技术平台，依托技术创新的底层支撑，实现多场景、多领域的业务拓展与价值延伸。
关于本次活动是否涉及应披露重大信息的说明	本次活动不涉及未公开披露的重大信息。
附件清单（如有）	无
日期	2025年07月23日-2025年07月25日