

证券代码：002615

证券简称：哈尔斯

浙江哈尔斯真空器皿股份有限公司

投资者关系活动记录表

编号：2019-04-

29

投资者关系活动类别	<input type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 分析师会议 <input checked="" type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 路演活动 <input type="checkbox"/> 其他
参与单位名称及人员姓名	公司投资者
时 间	2019年4月29日下午
上市公司接待人员姓名	郭峻峰、吕丽珍、孙大建、吴汝来、彭敏等
接待地点	http://www.yuediaoyan.com、“哈尔斯投资者关系”小程序
投资者关系活动主要内容介绍	<p>1、祝福哈尔斯越来越好！ 答：感谢您的祝福，公司将努力以优异的业绩回报投资者！</p> <p>2、公司未来2-3年的营销目标？ 答：公司总体经营指标：营业收入保持年均20%以上的增长。</p> <p>3、目前，公司在传统保温杯市场的份额？ 答：保温杯市场份额分布比较分散，公司2018年销售额名列前茅，出口市场份额排名第一。</p> <p>4、对于目前国内市场的竞争情况，公司有什么看法？ 答：目前，国内自主品牌多而散，各品牌的市场占比都较小。有竞争，才有进步。公司充分正视目前的国内市场竞争情况，将不断增强自身的各项综合能力，推动差异化竞争，进一步提升公司的市场份额。同时，公司希望与同行一起把“蛋糕”做大、规范</p>

	<p>行业发展，推动行业的健康、可持续发展。</p> <p>5、请问定价策略如何规划？</p> <p>答：OBM自有品牌按市场定价方式为主，OEM定价采取成本加成定价方式为主。</p> <p>6、公司国内市场的战略和目标以及接下来电商业务的规划？</p> <p>答：国内市场近三年目标：年均复合增长30%以上。</p> <p>哈尔斯品牌的提升是公司未来一段时间最主要的目标，需要从品牌、产品、渠道、市场全方位系统化改善，已经制订改进计划。</p> <p>国内市场战略：（1）对线上线下渠道销售网络进行梳理优化，对不同业务、不同品牌定位的渠道实施统一管控、分段管理，形成一体化的全渠道营销体系。（2）线下渠道：积极探索新的销售模式，加强零售终端的开发，通过通路设计和建设，建立自己的销售网络。继续在传统、现代、特渠、新零售等渠道进一步探索和拓展。</p> <p>电商业务规划：加强与现有电商平台的合作，并逐步开拓与国内主流电商平台、垂直电商平台、社交化电商平台的合作。</p> <p>7、请介绍一下公司目前的销售渠道和营销团队情况。</p> <p>答：国内市场方面，对线上线下渠道销售网络进行梳理优化，对不同业务、不同品牌定位的渠道实施统一管控、分段管理，形成一体化的全渠道营销体系。积极探索新的销售模式，加强零售终端的开发，通过通路设计和建设，建立自己的销售网络；线上渠道方面，加强与现有电商平台的合作，逐步开拓与国内主流电商平台、垂直电商平台、社交化电商平台的合作。线下渠道方面，继续在传统、现代、特渠、新零售等线下渠道进一步探索和拓展。</p> <p>8、今年公司销售费用预计有多少，预计拓展多少家国内经销商？</p> <p>答：2019年，公司将扩大自主品牌宣传，加大市场投入，销售费用同比将有所增长。2019年，公司将在2018年的基础上，进行渠道布局，不断开拓新的经销商。</p> <p>9、公司产品似乎在二三线城市相对购卖使用率高一些，一线和超一线城市的普及度差一点，扩大一线城市消费者群体，公司有什么营销策略？</p> <p>答：公司将根据一线和超一线城市消费群体的消费需求、产品审美与诉求等，进行产品布局，增强公司产品在一线和超一线城市的有效投放。</p> <p>10、请问京东和淘宝上面 SIGG SWITZERLAND 旗舰店是公司授权经营的吗？差评可有点多呀，公司有什么改善措施？</p> <p>答：SIGG品牌在天猫上只有SIGG希格家居旗舰店和哈尔斯</p>
--	--

SIGG 专卖店两家店铺；另外淘宝集市店不需要授权，只要卖方证明产品为正品即可。如海外代购、线下经销商拿货证据等。公司后续将进一步加强电商团队的服务质量与水平，提高消费者的消费体验。

11、未来有收购海外品牌的计划吗？

答：公司一直有国际化布局的计划，2016 年公司完成了瑞士 SIGG 的收购。哈尔斯通过本次收购加强国际化战略，做大做强做精主业、加快拓展高端水具市场，发展为国际知名的高端水具制造商，促进公司主营业务的战略性发展。后续公司的国际化布局需要根据市场情况以及公司的业务情况、经营情况、市值情况等综合评估后择机开展。

12、公司旗下产品不少，但是目前好像没有做得名气比较响的系列，公司后续有什么计划？继续多线发展还是集中起来做某一两个品牌？

答：公司品牌策略正在梳理，将重新确认重点。公司还是会坚持多线发展，国内市场先做好 Haers 品牌，同时梳理 SIGG 品牌；形成主流和高端两个系列；在特殊垂直场景下，也可能用专用品牌，比如专注于轻智能的好时品牌；Santeco 品牌国内还未正式推出，但已经分别进入日本、韩国和新加坡市场。

13、请问贵公司哈尔斯旗下总共有几个品牌？都是哪些品牌？

答：目前，公司主推的是哈尔斯（HAERS）、SIGG、NONOO、SANTECO、好时等品牌。

14、相比较膳魔师、tiger 等同类产品，生产工艺等技术相差不大，但是哈尔斯品牌知名度差很多，公司在这方面有什么改进计划吗？

答：品牌知名度的形成需要经过长期的品牌积淀，哈尔斯致力于成就百年企业、打造民族品牌。哈尔斯品牌的提升是公司未来一段时间最主要的目标，公司将从品牌、产品、渠道、市场等方面进行全方位、系统化的改善。

15、公司在保温杯外形设计上可以多花点心思，现在年轻人这么养生，外观做得时尚点可以提高在年轻人当中的知名度。

答：感谢您提的宝贵建议，公司将进一步加强产品外观设计能力，提高产品外观的时尚度、潮流性等。

16、除了保温杯，公司在其他材质的杯体像玻璃杯有什么规划？

答：公司产品材质除不锈钢外，还有玻璃、Tritan 等，已有

相关产品在售。

17、公司产品出口海外吗？中美贸易摩擦会给海外业务造成影响吗？

答：公司有出口业务，不锈钢保温杯产品未在征税清单中，中美贸易摩擦未对公司海外业务造成影响。

18、公司可转债进展情况？

答：本次公开发行可转换公司债券的申请于 2019 年 3 月 12 日获得证监会发行审核委员会通过，公司将持续跟进项目进展。

19、近期大股东会有减持计划吗？

答：目前暂无相关计划。如有相关计划，公司将根据相关法规履行信息披露义务。

20、公司 2018 年年度报告显示，2018 年公司归属于上市公司股东的净利润为 9936.76 万元，比上年同期下滑 9.5%，什么原因？

答：营业收入增长的主要原因系海外大客户订单持续稳定增长，培育新客户订单快速增长。净利润下降主要原因系销售渠道和架构调整导致销售费用及管理费用增加，国内销售不达预期，子公司经营情况不达预期。

21、新产品推出后，营销费用的大致变化？

答：新产品推出后，公司会根据营销策略陆续投入营销费用，一般前期营销费用占收入比会较大，后期随着销售量的增长费用占收入比会下降。

22、制造业减税降费，能否增厚公司利润？

答：减税降费的影响与实际业务情况、上下游结算价格等多方面因素有关，总体来说 2019 年减税政策能一定程度降低公司的税收负担。

23、公司现在产能跟得上订单吗，后续是否有进一步扩产计划？

答：随着公司销售规模的逐年扩张，公司主要产品的产能利用率和产销率一直维持在较高水平。公司供应链采取内部挖潜与部分外协相结合的形式。目前，临安基地已有一条自动化生产线进入调试阶段，运行稳定后将进行产线复制；公司通过内部产线优化、建设自动化生产线等方式提升自身产能，同时也将根据订单业务情况，对外输出订单及管理，保障公司的业务规模的提升。本次公司筹划公开发行可转换公司债券的主要募投项目为“年产 800 万只 SIGG 高端杯生产线建设项目”，公司希望通过实施该项目扩充公司主要产品产能，扩大公司高端杯的生产能力提升公司生产技术水平，提高公司在高端饮水器具领域的市场占

	<p>有率。</p> <p>24、请问公司下一步有没有自建仓储物流的打算？这样可以有效提升物流服务的效率，提高消费者体验。</p> <p>答：未来，公司将进一步采用自动化设备、自动仓储技术、信息化系统等，建设自动化立体仓库，提升公司仓储效率和准确度实现工业升级。</p> <p>25、李建辉之前主要负责哪个板块，辞职会不会影响公司相关工作的正常运作？</p> <p>答：李建辉之前主要负责 OBM 系统业务，其辞职不会影响公司相关工作的正常运作，具体业务负责人仍稳定在岗，且 OBM 系统现由总裁直管。</p>
附件清单（如有）	无
日期	2019年4月29日