

证券代码：002615

证券简称：哈尔斯

债券代码：128073

债券简称：哈尔转债

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：2021-001

投资者关系活动类别	<input type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input checked="" type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 路演活动 <input type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 其他
参与单位名称及人员姓名	公司投资者
时间	2021年5月24日 15:00-17:00
上市公司接待人员姓名	公司董事长吕强、独立董事俞伟峰、董事兼首席财务官吴汝来、董事会秘书彭敏、保荐代表人刘溪
接待地点	“哈尔斯投资者关系”小程序 (https://irlianmeng.com/console)
投资者关系活动主要内容介绍	<p>公司于2021年5月24日通过“哈尔斯投资者关系”小程序(https://irlianmeng.com/console)举办2020年度网上业绩说明会，与投资者进行了互动交流和沟通，就投资者关注的问题进行了回答。现将主要问题及答复整理如下：</p> <p>Q：不锈钢价格上涨，公司是否有制定相应的价格调控政策？</p> <p>A：您好！公司已制定相应的价格调控机制，主要通过合理安排采购计划、调整产品定价、减少生产环节报废返工等多方面措施降低不锈钢价格波动对公司经营产生的不利影响。</p> <p>Q：公司如何看待行业目前的竞争格局？在这种环境下公</p>

司如何提高所处的行业占有率？

A: 投资者，您好！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市场做大、规范行业发展，推动行业健康、可持续发展。谢谢！

Q: 杯壶行业比较分散，还不够集中，公司与其他公司相比，有何优势？

A: 投资者，您好！公司核心竞争优势：

1、制造与技术优势

公司通过研发积累和持续的技术改造形成了较强的产品制造的核心能力，具备行业先进的优势。主要包括：（1）超薄不锈钢焊接圆管水介质液压成形技术；（2）不锈钢旋薄拉伸成形技术；（3）激光自动化焊接技术；（4）三室连续式无尾真空钎焊技术；（5）产品表面智能抛光技术。

2、质量管理优势

公司已通过 IS09001 质量管理体系认证、IS014001 环境管理体系认证和 GB/T28001 职业健康安全管理体系认证。

3、国内国际营销网络优势

经过多年的渠道建设，公司具有较强的渠道优势。正在进行区域市场和销售服务的深度开发，营销策略将逐渐向为消费者提供更加全方位、一站式综合服务方向转变。公司完成对瑞士百年品牌 SIGG 收购后，获得其在海外强大的国际销售网络。

4、品牌优势

“哈尔斯”品牌产品在 2006 年-2008 年被评为“浙江名牌产品”、“浙江省著名商标”、“浙江出口名牌”，2010 年被认定为“驰名商标”。公司成功入选 2010 年上海世博会

特许产品制造商和零售商。公司的“哈尔斯”商标已在美国、俄罗斯、日本等 40 多个国家和地区完成了注册，奠定了品牌国际化发展的基础。2016 年，公司成功收购百年瑞士品牌 SIGG 水具公司，“SIGG”品牌是国际知名的高端水具品牌也是世界知名的专业运动户外水具品牌，它将进一步增强公司自主品牌整体优势。

Q：2021 年公司可否简单介绍下国际拓展业务的计划？

A：投资者，您好！公司将主要通过如下几个方面拓展海外业务：公司持续推进“大客户策略”，做精做透市场，提升为关键客户提供增值服务的能力，并推进营销数字化，以大数据为依托进行市场、客户、产品品项分析，制定更精准营销策略，同时利用 CRM 平台提升客户拓展管理；推进经营精细化，分析重点客户各利润指标和客户一起实现产品优化和迭代升级；推进服务专业化，从客户思维向用户思维转化，从产品设计到结构论证，实现更专业化直线对接；推进商业模式多元化，从传统电商扩展直播电商新兴营销渠道，CMF 为支撑开展个性化定制业务，从单品类服务逐步升级为全资源整合，打通长三角和珠三角供应链资源干道，为客户提供全方位增值服务。

Q：贵公司在线上引流方面做了哪些具体的工作，如今成效如何？

A：2021 年公司将在电商扩大直播和内容引流的力度，直播方面每个月有数十场的大中小主播合作的直播，并积极与头部主播洽谈年度合作；目前在抖音和快手内容运营上上升较快。谢谢！

Q：公司有考虑过如何提高品牌竞争力吗，打算在哪些方面入手？

A：投资者，您好！公司将以产品驱动为核心，建立“系列化+爆品”组合拳模式，以“智能化、婴童、高端玻璃杯”

为重点项目，进入电器渠道、潮玩渠道、婴童渠道，建立新销售增长体系。从线下渠道来看，大力发展、扶持客户，延续稳定市场政策，提振客户信心，增强整体合作意向；加大KA 渠道投入，重振家乐福、永辉等大型渠道，并以高端定位改善产品利润空间，成为渠道增长点。在线上渠道，公司将继续与主流直播平台进行合作，拓展更为广阔的传播营销渠道。同时积极开发社区团购、区域化社群、区域化新电商等新渠道；实施爆款策略，以成熟化爆款运作模式打造 3-4 款爆品，调整产品结构，补充婴童、智能化、高端玻璃杯新产品线；布局新 IP，提升品牌形象。在特渠礼品方面，以智能、高端玻璃杯等中高档位切入，错开低价竞争。

Q：公司 2020 年各类新产品开发状况，能否介绍一下？

A：投资者，您好！2020 年新品开发情况：2020 年，公司累计实现新产品开展释放 135 款，其中：OEM 业务累计释放 81 款，OBM 业务累计释放 31 款，ODM 业务累计释放 23 款。谢谢。

Q：未来三年公司的发展规划和业务目标是什么？

A：您好！根据公司 2020 年限制性股票激励计划制定的业绩考核目标，公司未来三年的业绩目标为：定比 2019 年，2021 年净利润增长率不低于 145%，2022 年净利润增长率不低于 220%，2023 年净利润增长率不低于 316%。

Q：公司产品质量不错，但是销量差强人意，在网上，实体店上看不到公司的产品，请问公司的销售布局战略是什么？

A：投资者，您好！

品牌端：公司全面开启品牌升级战略，以包装升级、终端升级、品类推进为切入点，以轻量品类为核心，以线下商超为沟通展示面，打造更年轻、更鲜明的品牌形象，带动品牌附加值和渠道营销力。积极推进跨界联合，大力推进哈尔

斯品牌与华为智选产品系列，与华为合作开发智能保温杯，进一步提升公司在智能杯领域的竞争力，有助于提高公司在智能杯细分市场的份额。

渠道端：为适应新经济发展趋势，公司及子公司及时抓住社交电商、在线直播的营销风口机会，积极在新兴渠道持续发力，拓展更为广阔的营销传播渠道。

从线下渠道来看，大力发展、扶持客户，延续稳定市场政策，提振客户信心，增强整体合作意向；加大 KA 渠道投入，重振家乐福、永辉等大型渠道，并以高端定位改善产品利润空间，成为渠道增长点。

Q：智能饮水器具产品市场目前前景如何，公司如何把握住机会？

A：智能饮水器具产品市场广阔。公司积极推进跨界联合，大力推进哈尔斯品牌与华为智选产品系列，与华为合作开发智能保温杯，进一步提升公司在智能杯领域的竞争力，提高公司在智能杯细分市场的份额。

Q：SIGG 高端杯生产线建设项目目前进展情况如何？

A：您好！截至 2021 年 3 月 31 日，公司累计使用募集资金 9,232.01 万元，完成项目进度 24.15%。

Q：请问公司募集资金投资项目未达预期效益的风险如何？

A：您好！2020 年，因疫情影响，公司放缓了对“年产 800 万只 SIGG 高端杯生产线建设项目”的投资进度。为更好地保障项目质量，合理推进项目建设进度，提高募集资金使用效益，公司已根据募投项目实际情况及发展规划，将该项目建设完成期延长至 2022 年 12 月 31 日。

Q：请问目前公司现金流状况是否良好？负债率在什么水平？

A：2020 年公司经营活动现金流量净额为 28,912.96 万元，

同比增长 175.06%，经营性净现金流为 2011 年上市以来最好的一年。截止 2020 年 12 月 31 日，公司资产负债率为 61.45%。

Q: 针对兴起的直播带货，贵司有投入或计划么？

A: 您好！针对直播带货，公司有投入，建立了主播及 MSN 资源池，与头部主播及直播机构有合作计划。

Q: 公司去年主要做了些什么工作来应对行业大环境的不利变化？

A: 您好！2020 年，疫情对公司所处行业造成较大影响。公司在做好疫情防控的同时，以公司战略规划驱动业务发展，推行降本增效、推进大客户战略、拓展新兴市场、丰富产品品类、拓展新兴渠道如网红直播带货等措施，努力降低疫情影响。同时深练企业内功，努力完善人才体系、信息化数据体系、财务基础体系以及其他内部治理体系建设，为公司保持长期稳定发展夯实基础。具体内容详见公司《2020 年年度报告》的“第四节 经营情况讨论与分析”。

Q: 预计 2021 年度公司整体的效益的趋势是什么，利润增长点在那个版块？

A: 您好！2021 年公司整体效益趋势向好，已经在 2021 年一季度有所体现。相对于 2020 年，OEM、ODM、OBM 等板块都存在利润增长的机会。

Q: 未来是否会缩减线下实体开店数量并提高网络销售比重？

A: 投资者，您好！实体销售和线上销售的对比关系并非因为价格和效率，更多是因为场景和消费决策模式的不同，所以未来我们不会缩减线下实体店数量，而是调整结构和运营模式：大型商超通过产品结构调整做出效益、扩展新型零售渠道以接触更多年轻群体。线上销售我们今年将持续发力，通过爆品机制、内容电商、直播，不断扩大在线电商的销售。谢谢。

	<p>Q：请问一下，咱们公司现在有没有其他方面的投资意向？</p> <p>A：您好！公司将充分借力资本市场平台，巩固主营业务带来的内生增长空间。此外，公司也将积极利用资本市场平台探索外延式发展契机，持续寻找与公司高度协同、产业优质的投资并购标的，扩展公司业务领域、获取外部发展资源，积极为公司业务发展注入新动力，不断提升公司规模和综合竞争力。</p> <p>Q：目前海外销售情况如何，SIGG 国际化发展将会在哪些区域进行？</p> <p>A：您好！公司海外业务销售状况良好。目前，SIGG 品牌重点拓展亚太市场。</p> <p>Q：请问公司今年的投资者关系管理维护工作规划与安排？</p> <p>A：投资者，您好！公司将积极维护投资者关系，具体措施包括接待调研机构、及时回复投资者问答、定期拜访重要股东以及开展机构路演活动等。谢谢！</p>
附件清单（如有）	无
日期	2021 年 5 月 24 日