

证券代码：002899

证券简称：英派斯

青岛英派斯健康科技股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2021-002

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（请文字说明其他活动内容）
参与单位名称及人员姓名	东莞证券研究所： 公司行业部副经理，魏红梅； 公司行业部研究员，谭欣欣
时间	2021年7月15日9:00-11:30
地点	公司会议室
上市公司接待人员姓名	董事会秘书/副总经理张瑞女士、证券事务代表陈媛女士
投资者关系活动主要内容介绍	<p>调研人员首先参观了公司，随后与公司代表进行了交流，交流的主要内容如下：</p> <p>1、问：2020年疫情对公司经营的影响？贵公司家用产品占比仍较小，未来有什么发展举措？</p> <p>答：整体上讲，疫情对公司影响分两方面，既有积极影响，也有消极影响。积极影响方面，疫情的爆发和扩散使得人们更加注重运动习惯和健康体质的养成，进一步激活更多潜在的健身器材产品需求，特别是居家健身产品需求。目前国内健身人数在稳步增长，人们普遍认为通过各种健身训练会提升自身机体抵抗力，甚至有部分人逐渐将健身作为一种生活习惯，也就</p>

是说疫情反而促进形成了一个更好的市场环境，这是积极影响。消极影响方面，由于疫情影响，国内外商用健身俱乐部市场受到冲击，众多健身俱乐部关闭或延期开业。但从行业发展趋势来判断，公司认为还是机会大于挑战。

公司目前已在家用产品方面做了很多储备工作。近几年，随着国内健身理念逐步深入人心，家用市场需求在快速增长。在此背景下，公司近两年也开始加大在家用产品方面的投入，包括加强家用产品的研发生产、销售渠道搭建等。公司早在几年前便已开拓了电商销售渠道，目前已经在淘宝、天猫、京东等开设旗舰店，后续公司还将进一步开拓新的线上推广方式，以期快速实现提高产品知名度的经营规划。产品研发方面，公司更加强调家用产品的智能化、外观度和性价比等，以满足消费者对健身互动、商品颜值以及“网络比价”等综合性消费需求，目前公司已经开发出了几款代表性产品。

2、问：我国老龄化现象日益明显，公司是否有针对中老年人开发健身器材？

答：中老年人市场会是一个很大的市场。考虑到中老年人的身体状况以及机体安全保护等方面的特殊需求，公司专门开发了 RE-LIFE 系列产品。该系列产品主要采取液压调节阻力，去除了传统健身器材阻力来源主要依靠配重铁的问题，阻力大小随使用者输出的力量改变，结合使用者身体状况和康复目标进行运动功能选择，很好实现了轻便化及安全保护的功能要求。

3、问：公司国内国外市场销售占比情况如何？

答：2020 年公司国内销售额占比 25.90%，国外销售额占比 74.10%，从目前的销售结构看，国际销售居多。从国际市场区域划分来看，北美、欧洲、亚太分列前三大海外市场。北美、欧洲基本可以归为成熟市场，虽然新增需求相对弱一些，但产品需求存量基数较大，每年更新器械的需求相对比较稳定。亚

太等市场可以归为新兴市场，健身行业发展仍处于前中期，产品需求基数较小，但增长速率会更快一些。虽然公司目前国内销售额占比较小，但是随着我国城镇化进程的推进、居民收入水平的持续增长以及居民健身意识的不断提升，将为我国健身器材消费市场的未来增长提供充足的消费动能，未来我国健身器材行业仍有较大的发展空间和市场潜力，公司也会不断加大国内市场的开拓力度。

4、问：公司净利润连续几年有较大幅度下滑的原因？公司有什么措施扭转利润下滑的局面？

答：近几年利润下滑的主要原因有：第一方面是研发投入较大。这几年，公司在技术路线升级上做了大量准备工作，包括产品研发体系建立，智能化产品开发，都涉及大量研发资金投入。第二方面，是由于生产成本压力在增大，特别是原材料价格涨幅较大。

公司将从以下几个方面着手，来增强盈利能力：一方面随着国内家用市场的快速扩容以及由其孕育的巨大商机，迫切要求公司尽快调整以抓住国内消费升级带来的红利。此前公司已加大家用产品的研发销售力度，并进一步建设完善家用产品销售渠道。其次是加快青岛英派斯体育产业园的建设。公司将通过新建智能化、现代化工厂车间，实现工业化、信息化、智能化的有机结合及技术的深度革新，形成更强的订单承接能力以及更高的质量管控水平，不断开发生产出更加科学、高效、安全的高附加值创新型健身器材，同时降低生产成本。三是持续优化人才队伍建设，增强企业决策执行力，为公司快速发展注入活力，增强企业竞争力。

5、问：公司是否打算扩大国内外宣传？通过何种方式来提升自主品牌的影响力？

答：公司十分重视品牌宣传与推广，积累了丰富的品牌运营经验。针对健身产品使用特殊性，公司一方面通过普通媒介，

如综合型网站、纸媒、自媒体以及终端网点，在普通人群中宣传、植入企业形象，培养潜在的健身器材消费群体；同时公司亦通过专业型媒介，如赛事传播、事件营销、行业内展会，在消费群体中宣传、植入品牌及产品专业形象。公司通过多种宣传组合的方式进行品牌精准推广和宣传，扩大品牌阵地声量，增加品牌知名度，全方位塑造公司品牌形象。此外，针对2020年疫情的特殊情况，公司积极探索新模式，重点开辟线上渠道，采取线上线下相结合的方式，成功入驻阿里巴巴国际站，在GOOGLE全球搜和FACE BOOK国际知名的网络平台进行宣传，便于境外客户可以随时全面了解公司及产品情况，在更大范围内吸引境外新客户、开发境外新市场，进一步带动产品销售。

6、问：原材料涨价对公司利润的影响？公司产品有调整价格的权利吗？

答：公司产品原材料主要包括钢材件、塑料件、电器件以及包装物等，其中又以钢材件为主。今年以来大宗商品涨幅很大，原材料上涨确实给公司成本管控带来一定压力，但公司也有一些应对措施，如公司会就部分原材料成本敏感型产品提前和客户约定调价机制，可以一定程度上规避原料价格波动风险。另外，针对出口产品，公司实时关注市场汇率，并与主要客户在销售合同中约定，当汇率出现一定幅度波动时会及时调整销售价格，以防范或降低因汇率波动而造成的损失。

7、问：公司研发情况如何？

答：技术的迭代发展和市场需求的多元化促使产品的更新周期越来越短，现代企业的核心竞争力是自主创新能力，产品的研发创新能力是公司长远发展，持续发展的不竭动力。当前市场产品需求越来越多元化，同时人工智能、大数据、互联网等新技术与健身器材、配套设备及使用场景的逐步融合，也成为行业发展的重要趋势。这对公司研发创新的综合能力提出了

	<p>更高的要求。公司会定期观察在销产品的销量变化趋势，研究预判老产品的更新迭代问题。同时针对新兴市场、细分市场，公司会主动做前期市场调研以获取需求信息。长期以来，公司准确把握市场需求和政策导向，持续加大研发投入、夯实研发力量，在研发创新中获得不断发展的源源动力。</p>
附件清单(如有)	无
日期	2021年7月15日