

股票代码：002615

股票简称：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：2022-002

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（请文字说明其他活动内容）
参与单位名称及人员姓名	线上参与公司哈尔斯 2022 年半年度网上业绩说明会的投资者
时间	2022 年 09 月 08 日（星期四）上午 09:30-11:30
地点	“哈尔斯投资者关系”微信小程序
上市公司接待人员姓名	董事长：吕强先生 董事、总裁：吴子富先生 董事、首席财务官：吴汝来先生 董事会秘书：邵巧蓉女士 独立董事：蔡海静女士
投资者关系活动主要内容介绍	1、问：公司是如何规划智能水杯发展的？ 答：尊敬的投资者：您好！公司 2016 年正式进军智能饮水器具产品市场，2017 年公司通过自主研发技术，试制出了第一款智能水杯。2021 年，公司又将智能杯的应用材质由不锈钢拓展到钛；同时，在原有的水温显示、喝水提醒等功能的基础上，新增了糖分检测的功能。公司以“产品、品牌、品质、渠道”四位一体的属性为基础，积极拓展智能领域的异业合作，并于 2020 年推出首款华为智选哈尔斯智能水杯旋盖款。将来公司将继续深耕智能杯领域，为消费者提供更健康、更安全、更智能

的水具产品。同时也将积极拓展与互联网头部企业生态战略合作，实现公司从五金产品向智能化生态产品的全面升级，引领杯壶行业高质量发展。感谢您的关注！

2、问：公司怎么看待高端钛杯的发展前景？

答：尊敬的投资者：您好！基于消费端需求的变化，健康、品质将在未来成为一种产业进化和消费升级的趋势。保温杯等杯壶产品已不再只是一个简单的容器，它在智能饮水、健康养生、社交娱乐、个性表达等方面的功能属性越来越强，产品日趋智能化、轻量化、个性化，产品设计也愈加精美、时尚。随着经济发展、收入增长，消费需求的提升，人们对于健康、养生、户外运动越来越重视，对杯壶产品的需求将不断提升，并将进入高频消费时代。公司于 2021 年顺势推出哈尔斯旗下高端品牌 SANTECO “钛一生水”智能钛杯，使用的材料是钛金属，这是一种拿来造卫星的稀有金属。这款智能健康钛杯，除了航天级的材质航天级的工艺外，内置的智能模块还集成了光谱分析、超声波传感、NTC 感温、蓝牙通讯等技术，实现糖分测量、饮水量统计、水温测量、互联互通等智能功能，实现了技术和产品的极致融合。公司后续又推出了“星运钛杯”、“爱斯少年儿童钛杯”、“经典商务钛杯”等系列产品，公司将以钛系列产品作为起步，打造健康与高端产品新赛道。感谢您的关注！

3、问：请问净利润取得高速增长的原因

答：尊敬的投资者，您好！上半年公司净利润取得高速增长的原因为：1、公司保持海外销售业务稳步增长，经营管理水平及议价能力提升使得毛利率增加；2、受人民币兑美元汇率贬值影响，汇兑收益增加；3、整体费用

管控有效；具体原因详见公司于 2022 年 8 月 30 日在指定信息披露媒体巨潮资讯网（www.cninfo.com.cn）披露的《2022 年半年度报告》。感谢您的关注！

4、问：疫情是否对公司上半年经营生产造成影响，采取了哪些应对措施？

答：尊敬的投资者：您好！上半年疫情对公司的生产组织、物流海运等方面都产生了一定的影响。疫情期间，公司严格执行政府的各项疫情防控政策要求，积极配合并落实疫情防控工作，同时在符合疫情管控要求的前提下，安排员工坚守岗位，保障公司正常生产经营，将疫情对公司生产经营的影响降到最低。感谢您的关注！

5、问：公司持续性的高研发，研发投入处于同行业什么水平，未来研发重点聚焦哪些领域？

答：尊敬的投资者，您好！ 公司拥有省级企业技术中心、省级高新技术企业研发中心、省级企业研究院等多个创新平台，组建了经验丰富的高水平研发团队，公司积累的轻量旋薄技术、智能化数字饮水技术、光谱分析技术、卡路里控糖技术、紫外杀菌技术、二向流代替电解技术、CMF 表面装饰工艺等，一直引领着杯壶行业在“健康+消费+X”赛道上高质量发展。2022 年上半年，公司及控股子公司专利申请受理累计 57 项（其中：发明专利 5 项、实用新型专利 40 项、外观专利 12 项），专利授权累计 64 项（其中：发明专利 1 项、实用新型专利 34 项、外观专利 29 项，另有 3 项发明专利进入实审阶段），其他详细见上半年报告的 P17 页的核心竞争力制造与技术描述。公司未来将切实加强市场洞察，快速响应、快速推新、快速迭代，建立更加市场化

的研发体系，开启“产品力”提升工程，聚焦摸索和加速产品标准化推进工作，坚定推进有市场潜力的智能化、健康化、轻量化、定制化、颜值化的产品研发方向，全力开发具有爆品潜质的大单品。

6、问：从 yeti 财报看，二季度末存货水平处于高位，会对公司下半年的 oem 订单影响多大？

答：尊敬的投资者：您好！随着国外客户库存的消化，后续市场还会呈良性态势发展。感谢您的关注！

7、问：各位领导上午好，我是安信证券纺织服装行业分析师陆偲聪，恭喜公司上半年取得优异的业绩表现，请允许我就公司发展情况提几个问题： 1. 公司目前生产处于满负荷状态，在产能扩张上公司未来有哪些安排？ 2. 公司目前的出口订单情况如何？海外需求的旺盛预计可以持续到什么时候？ 3. 能否分享国内自主品牌品牌重塑计划的一些细节？ 感谢各位领导！

答：尊敬的投资者：您好！随着公司募投项目、泰国基地建成以及对工艺技术提升，产线智能化、数字化改造，公司产能将进一步提升和释放。公司今年上半年整体外贸业务在团队和大环境的影响下表现良好，但进入三季度以来消费品类的外贸业务受到国外库存高，物价上涨等因素的影响，预计外贸业务总体增速会受到一定影响。而随着国外库存的消耗，以及人民币汇率贬值，预计几个月后需求会逐步恢复。公司已启动品牌定位工作，系统梳理各个品牌的内涵、定位、客群、视觉呈现与营销打法，关注细分市场的产品设计与市场推广，利用更加精准和细分的数字化媒介，更加高效地触达用户，提升品牌形象。感谢您的关注！

8、问：santeco 产品主要通过什么渠道销售？礼品渠道吗？

答：尊敬的投资者：您好！目前公司的 Santeco 产品销售渠道线上线下均有布局，礼品渠道是线下的其中一个渠道布局。感谢您的关注！

9、问：自主品牌方面，公司认为销售重心在线下还是线上？

答：尊敬的投资者：您好！公司自主品牌公司坚持线上线下多个渠道全面发展，持续推动线上渠道变革，巩固和扩大变革成果，进一步提升电商直营能力；扩大社交电商平台的影响力，提升规模和品牌力；提高与线上分销商的合作效率和资源投入，创新推广模式，持续提升线上的销售规模和市占率。持续提升在线下卖场、国内经销渠道、战略客户及其他零售商的服务水平和效率，力争成为多重渠道的战略供应商；持续开拓三四级市场，加快在三四级市场的渗透。感谢您的关注！

10、问：自主设计品牌业务在营收微薄的情况下，还在下降，公司在打造自主品牌业务上面临哪些阻碍，如何加强应对？

答：尊敬的投资者：您好！公司自主品牌发展面临各种压力，但在双循环以及国货当自强的大背景下公司将以崭新的视角，坚定不移地做强做优自主品牌。公司将持续以消费者需求为导向，不断推进产品创新战略与爆品战略，进一步发挥公司杯壶领域多品牌多品类的竞争优势，抓住消费升级机遇，推动细分品类发展，打造自有品牌差异化定位和发展布局。同时借助互联网和数

字化工程，深度挖掘细分人群和不同场景下的用户需求，持续为用户提供更优的产品解决方案，满足多元的消费者需求，提供贴心、全方位的消费者体验。感谢您的关注！

11、问：国内业务收入下降是出于什么原因？对于国内外需求作何判断？

答：尊敬的投资者：您好！国内销售收入略有下降的主要原因系上半年疫情尤其是华东疫情对消费意愿及物流运输造成较大影响所致。随着疫情对经济的影响逐步减弱，整体市场会呈良性态势发展。感谢您的关注！

12、问：请问公司如何加强哈尔斯品牌效应？

答：尊敬的投资者：您好！经过几十年的发展，公司旗下已拥有哈尔斯（HAERS）、希格（SIGG）、SANTECO、NONOO 四大品牌，每个品牌有其专注的细分市场。公司已启动品牌定位工作，系统梳理各个品牌的内涵、定位、客群、视觉呈现与营销打法，关注细分市场的产品设计与市场推广，在互联网时代的大背景下，将依托智能产品建立用户数据中心，构建企业数据分析能力，精确触达目标消费者，并通过私域流量池的运营精准数据洞察，为消费者提供更好的服务体验。细分目标群体，整合跨界、直播、内容等营销媒体矩阵，提升品牌多触点主动传播和沟通的能力，多维度触达年轻消费群体，强化用户渗透，做真正的、有活力的国民品牌。感谢您的关注！

13、问：公司可转债后续会不会强赎？

答：尊敬的投资者：您好！若公司股票在未来触发

	“哈尔转债”的有条件赎回条款，公司董事会将针对是否履行有条件赎回条款做出决议并对外公告。感谢您的关注！
附件清单（如有）	无
日期	2022年09月08日