

股票代码：002615

股票简称：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：2024-006

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 type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input checked="" type="checkbox"/> 路演活动 <input type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 其他
参与单位名称	交银施罗德基金、平安资产、平安养老保险、富国基金、农银汇理基金、广发资管、招商基金、华宝基金、长信基金、摩根基金、农银汇理、博道基金、长城基金
时间	7月24日
地点	上海
上市公司参与人员	董事、总裁：吴子富先生 董事会秘书、投资与证券管理中心总经理：邵巧蓉女士
投资者关系活动主要内容介绍	<p>1、问题：公司半年度业绩预告较好的原因？ 回复：主要系海外终端市场需求旺盛，公司新产品、新客户订单带来整体业绩增长、公司品牌业务经营质量改善及经营效率不断提升。</p> <p>2、问题：OEM 业务客户订单需求增长较快是其终端销售量的原因还是公司对其的份额有所增加？ 回复：主要还是终端销量增长所致。国外保温杯品牌通过丰富产品色彩、发力 DTC 渠道以及加强在 Tik Tok 等社交媒体影响力等举措，进一步促使保温杯“时尚快消品”化。从目前情况来看，美国保温杯品类仍处于高速增长状态，公司也会持续关注海外市场发展情况，抓住机遇防范风险。</p> <p>3、问题：OEM 业务客户如何分配订单？ 回复：供应商评分机制是分配订单的关键因素；同时新品开发能力也是在激烈的市场竞争中获得订单的关键优势。</p> <p>4、问题：据悉公司主要客户的联名款产品比较受市场青睐，公司有生产吗？ 回复：有在进行生产。</p>

5、问题：异形产品会影响公司的产能吗？

回复：会，但是通常情况下相对应的单价也会提升。

6、问题：供应商之间的价格竞争激烈吗？

回复：价格竞争永远都是存在的，只是这个行业圈子不大，大家整体还是比较理性。我们能做到的是不断提升生产效率，改善工艺，使我们的成本具有竞争优势。

7、问题：产品在泰国工厂成本会增加吗？

回复：初期在泰国的生产成本可能会略高于国内，但随着当地产能的逐步提升、产业链的进一步整合以及员工技能的持续提高，预计生产成本将逐步降低，成本差距也将随之缩小。

8、问题：目前除了泰国的产能，近期公司还会有产能提升的空间吗？

回复：随着公司生产瓶颈工序产能的突破，整体产能将有一定的提升空间。这不仅会提高生产效率，还将为公司带来更大的市场竞争力和更多的业务机会。

9、问题：公司的各项费用率和同行业相比不占优势的主要原因是什么？

回复：公司和同行业公司从市场、客户、产品、产量等方面还是存在显著区别，如果抛开各种不可比因素大家其实没有显著差距。同时公司也一直致力于为全体股东创造长期价值，每年会规划并投入一定的预算致力于在供应链生态、技术研发、组织人力等方面进行持续的能力建设。这些投入虽然有时会影响短期利润，但这是实现可持续发展的关键。我们的目标不仅是追求短期的业绩提升，更是为了构建一个强大、稳健、具有长远竞争力的企业。

10、问题：公司对下半年业绩如何展望？

回复：公司目前订单饱满，下半年趋势良好。

11、问题：美国杯壶行业集中度高吗？

回复：随着消费市场的不断扩大，各品牌的广告投放集中度日益提高。在产品终端售价上升的同时，头部品牌在市场上的份额也在逐步增加并集中。

12、问题：保温杯未来被加征关税的可能性大吗？

回复：前期我们和客户以及顾问团队做了很多可能性的探讨，整体来说目前大家还是持谨慎乐观态度。不过公司会不断的降本增效，以抵抗这个不确定性因素。

13、问题：怎么看待行业未来的发展？公司未来3-5年的规划是什么？

	<p>回复：从出口数据看，近 5 年保温杯复合增长率在 10%左右，基本上超过部分热门的家居用品出口数据。就未来我们从国内看，根据艾瑞咨询出具的行业报告预测，国内杯壶市场 2022-2026 年五年间平均增幅 11.6%以上，高端杯壶产品市场年复合增长比率在 21.5%以上，说明这个行业在国内的增长空间也非常大。</p> <p>未来 3-5 年，公司还是会专注主业，在保持海外业务持续增长的同时，把品牌工作做扎实，成为公司新的业务增长力，做到真正的双轮驱动。</p> <p>14、问题：公司短期品牌业务是更加注重营收还是利润？ 回复：这个其实是一件事情的两面，公司品牌业务创利水平发挥一定程度上也和规模有关。在其发展初期确实面临一定的摊销成本，随着品牌业务规模的逐步扩大，公司计划通过优化成本结构和提高运营效率等方式来提升毛利率。同时，公司将重点加强 C 端渠道的建设，以实现品牌的做大做强，增强市场竞争力。</p> <p>15、问题：公司品牌业务的时间节奏是什么样的？ 回复：公司前期已经基本上完成了市场调研、品牌定位等工作，接下去重点就是渠道建设以及产品战略的落地，同时进一步夯实研发能力、供应能力，为销售提供有力的支撑。</p> <p>16、问题：海外品牌业务目前的发展态势如何？ 回复：尽管近年来欧洲面临能源费用、人工成本上升等各种宏观形势的影响，SIGG 品牌在当地依然展现出强劲的市场表现，营收增长率保持在双位数以上。</p> <p>17、问题：公司有发布过一个定增预案，目前整体什么进度？ 回复：目前“哈尔斯未来智创”建设项目已经开工。这个项目主要系现有永康主厂区面临搬迁，同时公司也需要提升智能制造能力。定增项目目前仍在预案阶段，其他工作尚未开展。</p> <p>18、公司前几年的分红政策如何？今年的分红政策有研究过吗？ 回复：这是需要董事会审议并决策的事项，董事会一般会依据政策并结合公司的发展状况确定分红政策。根据公告公司前几年的分红保持在 40%左右。</p>
附件清单(如有)	无
日期	2024 年 7 月 25 日