

证券代码：002615

证券简称：哈尔斯

公告编号：2025-032

浙江哈尔斯真空器皿股份有限公司 2024 年年度报告摘要

一、重要提示

本年度报告摘要来自年度报告全文，为全面了解本公司的经营成果、财务状况及未来发展规划，投资者应当到证监会指定媒体仔细阅读年度报告全文。

所有董事均已出席了审议本报告的董事会会议。

非标准审计意见提示

☐适用 ☒不适用

董事会审议的报告期利润分配预案或公积金转增股本预案

☒适用 ☐不适用

是否以公积金转增股本

☐是 ☒否

公司经本次董事会审议通过的利润分配预案为：以实施利润分配方案时股权登记日的总股本扣除公司回购专用证券账户已回购股份后的股本总额为基数，向全体股东每 10 股派发现金红利 1.5 元（含税），送红股 0 股（含税），不以公积金转增股本。

董事会决议通过的本报告期优先股利润分配预案

☐适用 ☒不适用

二、公司基本情况

1、公司简介

股票简称	哈尔斯	股票代码	002615
股票上市交易所	深圳证券交易所		
变更前的股票简称（如有）	无		
联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表	
姓名	邵巧蓉	孔令璇	
办公地址	杭州市上城区高德置地广场 A3 幢 26 层	杭州市上城区高德置地广场 A3 幢 26 层	
传真	0571-86978623	0571-86978623	
电话	0571-86978641	0571-86978641	
电子信箱	shaoqiaorong@haers.com	konglingxuan@haers.com	

2、报告期主要业务或产品简介

1、公司主营业务

作为国内领先的杯壶制造与品牌运营商，公司在报告期内保持了主营业务的稳定发展，专注于不锈钢保温器皿的生

产与销售。公司产品线涵盖了多种保温杯、保温壶和焖烧罐，针对不同用户需求和场景进行了精心设计。近年来，公司在保温器皿功能方面，不断向智能技术靠近，开发了多款受市场欢迎的智能保温器皿；材质方面，完成了从不锈钢到钛的拓展；工艺方面，公司实现了内胆喷涂陶瓷漆、外表面纳米砂纹漆等技术的突破；功能方面，推出多款具有显温、糖分检测、心率测量、饮水记录、喝水提醒等智能化功能的产品，为用户带来全新的使用体验。除了真空保温产品，公司还积极延展到非真空品类，如铝杯、玻璃杯和 Tritan 杯等，满足市场的多样化需求。

2、公司主要品牌

①哈尔斯

品牌商标：



全球领先的中国杯壶专家

为顺应“快消化”的行业趋势，公司于 2022 年进行了品牌全新升级，打造消费品公司配套能力。哈尔斯品牌以“成为世界级杯壶品牌”为愿景，将“引领中国杯壶品牌价值”作为战略方向，致力成为“全球领先的中国杯壶专家”，为打造“精品国货”，用二十五年行业深耕积累的核心科技成就“好材质、好工艺、好品质、好颜值、好口碑”的五好杯壶，彰显“快乐、匠心、国民、专业、健康”的品牌个性。在此品牌战略指导下，哈尔斯获得了全球权威市场调研机构欧睿国际“连续两年全球杯壶销售额第一”¹的市场地位声明认证。哈尔斯产品也将更加注重轻便、健康、耐用、安全、颜值等消费者关键主张，让用户享受更加轻松健康的饮水体验。



②SIGG

品牌商标：



THE ART OF HYDRATION. EXCELLENCE SINCE 1908.

公司于 2016 年全资收购瑞士运动水杯品牌 SIGG。SIGG 于 1908 年创立于瑞士，是 100 多年来持之以恒地给消费者带来健康的饮水器皿并持续创新的品牌，以环保、耐用、瑞士精工的水壶系列产品享誉世界。1993 年，SIGG Original Swiss Bottle(经典水壶)获得了纽约现代艺术博物馆(MOMA)的最高认可，并被永久收藏。SIGG 倡导在运动领域可持续发

¹ 数据来源于欧睿信息咨询（上海）有限公司；以各大企业 2022 和 2023 年在全球范围内的杯壶出厂额（亿元）计；杯壶定义为各类密封型保温杯、玻璃杯、塑料杯、焖烧杯/罐和保温壶，不含马克杯等非密封型；于 2024 年 6 月完成调研。

展，与地球共呼吸；运动让我们更健康，我们让地球更健康。SIGG 联合世界顶级奢侈品品牌(LV、宾利等)、顶级体育赛事(ATP 网球赛事-温网、法网、劳力士大师赛等)开展联名合作，以瑞士百年品质、创新、可持续的水杯产品引领运动潮流。此外，SIGG 还与 Supreme、Stussy 等众多潮流品牌跨界合作，无论是都市时尚还是休闲运动场景，SIGG 都能成为日常生活中的最佳点缀。



3、公司主要业务模式

OEM 业务：公司深耕 OEM 业务领域，专注于海外市场拓展与深化，致力于成为全球知名品牌商的可靠合作伙伴。凭借在制造和技术研发方面的专业优势，公司为合作伙伴提供高品质的产品和服务，助力品牌商在全球市场中脱颖而出。公司与全球知名品牌商建立了紧密且稳固的合作关系，这种合作贯穿产品开发和创新的全链条。品牌商提供的前沿产品概念和设计理念，正逐渐成为引领市场潮流的关键。公司凭借专业的技术团队，将这些概念和理念精准转化为实际产品，确保每一件产品都能完美呈现品牌的精神与品质。这种从概念到成品的一站式服务，不仅大幅缩短了产品上市时间，还显著提升了市场响应速度和灵活性。未来，公司的 OEM 业务将朝着更加紧密的合作伙伴关系、更加创新的产品和服务以及更加广阔的市场前景迈进。公司将继续加大技术创新投入，优化服务流程，提升产品质量和服务水平。通过不断的技术创新和优化服务，公司有信心在激烈的市场竞争中占据有利地位，为合作伙伴创造更多价值，共同开创保温器皿消费时代。

品牌业务：公司以哈尔斯和 SIGG 两大品牌为核心，致力于为消费者提供卓越的产品和服务，满足其对品质生活的不懈追求。凭借深厚的制造底蕴，公司在产品的材料选择、工艺制作以及成品检验等各个环节，均严格遵循高标准和高要求，确保每一件产品都能达到甚至超越消费者的期望。同时，通过线上与线下渠道的深度融合与协同，公司能够广泛触达各类消费者群体，灵活应对市场变化，并快速响应消费者需求。这种全渠道布局使公司在国内及欧洲杯壶市场中占据重要份额，并持续巩固其市场地位。随着对国内和欧洲市场的进一步拓展，公司将继续深入分析市场趋势、消费者行为以及竞争对手动态，以此为基础制定精准的品牌发展策略。未来，公司将继续专注于产品与营销策略的创新，以适应不断变化的市场需求。通过持续的创新与优化，公司将致力于塑造一个更加强大且富有影响力的品牌形象，为消费者创造更多价值，引领杯壶行业高速发展。

4、公司主要业务驱动因素

（1）OEM 业务多元化，形成立体竞争力

近年来，全球杯壶市场呈现出稳健增长的态势。这一趋势的核心驱动力在于消费者对生活品质的追求以及对个性化定制需求的不断升级，这促使杯壶产品在设计创新和材料科技方面取得了显著进步。从区域分布来看，北美、欧洲和亚太地区是全球杯壶市场的主要消费区域。其中，北美市场凭借人均保有量的增加、消费频次的加快、使用场景的细分、户外运动的兴起以及社交属性的增强，保温器皿的市场需求尤为旺盛，增长趋势显著。与此同时，亚太地区凭借其庞大的人口基数和快速的经济增长，展现出巨大的市场潜力，成为全球杯壶市场增长的重要引擎之一。

在当前的市场格局中，头部品牌凭借其品牌影响力和资源优势，市场集中度不断提升，巩固了其在行业中的主导地位；与此同时，新兴品牌凭借创新的产品和灵活的市场策略迅速崛起，为整个行业注入了新的活力。这一现状为供给端企业带来了双重机遇与挑战：一方面，与头部品牌合作能够获得稳定的订单和资源支持，提升企业的制造水平和市场影响力；另一方面，新兴品牌的崛起也加剧了市场竞争，要求供给端企业不断提升自身的竞争力，以满足不同客户的需求。

在这样的市场环境下，公司凭借在制造、研发及供应链管理等方面的综合优势，成功构建了“客户粘性+新锐市场渗透”的立体竞争力。公司与头部客户建立了长期稳定的合作关系，合作年限均已超过 10 年。在与头部客户合作的过程中，公司不仅助力其开拓多元化市场，还加快了其在全球市场的战略布局。凭借卓越的产品质量和服务水平，公司已连续两年荣获头部客户颁发的“年度最佳供应商奖”等荣誉奖项。未来，公司将继续为头部客户的新产品研发与制造提供高标准的支持，进一步巩固双方的深度合作关系，实现互利共赢。

此外，公司凭借其卓越的制造能力和顶尖的研发能力，不断拓宽客户范围，并与之共同研发设计推出了明星产品，进一步增强了客户粘性，订单量稳健增长。在海外其他地区，公司已连续三年实现稳健增长。为了进一步巩固优势并挖掘更大潜力，公司聚焦重点海外地区市场，全力开展深度开拓工作，力求在这些高潜力市场中实现更大的突破与发展。

（2）品牌建设成果初显，经营质量逐步改善

国内杯壶市场也正经历着一场深刻的变革。随着消费者对情绪价值的追求，杯壶产品已不再仅仅是传统的耐用品，而是逐渐向快消品、时尚品、收藏品以及生活方式的象征转变。这一转变推动了杯壶行业向颜值化、爆品化、场景化、IP 化、智能化、健康化和个性化等方向发展，这些趋势不仅成为产品高溢价的重要因素，更拓宽了行业的市场边界，为杯壶行业带来了黄金机遇期。

在报告期内，公司以品牌驱动增长为战略核心，围绕持续创新与客户价值创造，全面优化自有品牌建设。公司自有品牌通过对产品的精心打磨，成功将品牌吸引力转变为品牌认知、产品功能与颜值的三重吸引。以产品为切入点，公司充分利用电商平台的强大流量优势，精准获取公域流量，为品牌注入新的活力，进一步提升品牌影响力。同时，公司逐步优化产品价格体系，提升产品价格带，推动品牌向中高端市场迈进。

欧洲是全球杯壶市场的重要销售区域之一，公司通过全资收购的瑞士百年品牌 SIGG，深度开拓欧洲市场。SIGG 凭借其在欧洲市场长期积累的卓越声誉，与多个高端品牌及知名运动赛事展开联名合作，进一步巩固并扩大了品牌影响力。同时，公司积极拓展线上渠道，通过亚马逊平台及品牌自营店铺的推广与销售，销售额持续保持双位数增长，展现了公司在欧洲市场的强劲发展势头和品牌运营能力。

（3）持续研发投入，工艺不断升级

公司高度重视研发领域的投入，致力于构建一个强大的技术团队和研发体系。公司组建了一支经验丰富的高水平研发团队，他们对技术创新和产品开发有着深刻的理解和独到的见解。为了支持研发活动，公司投资配备了先进的实验、分析和检测仪器设备，确保研发过程的精确高效。此外，公司通过自主创新和产学研合作，不断推动行业新品开发和工艺革新，形成了一系列具有核心自主知识产权的创新成果，这些成果不仅提升了公司的技术实力，也为产品创新和品质提升提供了坚实的基础。

公司积极响应产业深化与产学研融合的战略号召，坚持追求技术的持续领航地位。公司获得了浙江省博士后工作办公室的正式授权，设立了省级企业博士后工作站，这标志着公司在高端人才引进与培育方面迈出了坚实的一步，同时也

极大地拓宽了产学研深度融合的广阔道路。博士后工作站不仅是吸引顶尖科研人才的磁石，更是激发创新活力、加速科技成果转化的重要引擎，能够吸引到最具潜力和创新精神的青年才俊。同时，紧密围绕行业前沿与市场需求，精准定位研究课题，确保每一项研究都能精准对接技术瓶颈，推动技术创新与工艺革新的双重飞跃。在此基础上，公司将不断优化博士后工作站的管理机制，强化科研与生产的紧密结合，确保研究成果能够迅速转化为实际生产力，持续推动公司产品技术的改造升级，进而提升产品的核心竞争力与市场占有。通过这一系列举措，公司不仅将巩固并扩大在业界的领先地位，更将为实现高质量发展、推动行业进步贡献积极力量。

（4）海外引领，国内洞察，双轨驱动产品发展

在产品开发方面，公司精准洞察海外市场的特殊需求，精心打造了一系列兼具复合功能与异形设计的创新产品。这些产品不仅在功能上满足了海外客户对多样性和便捷性的追求，独特的设计也使其在市场上脱颖而出，更具吸引力。

在海外市场对环保理念日益重视的背景下，公司敏锐把握趋势，积极引入环保材料以及无铅无氟等新型材料，并运用先进工艺，精心打造了一系列创新性强、核心竞争力突出的组合性产品。这些产品不仅严格遵循国际环保标准，更彰显了公司在可持续发展领域的高度责任感与卓越前瞻性，有力地提升了公司在海外市场的综合竞争力与品牌美誉度。凭借持续的产品创新与工艺升级，公司能够精准满足客户对高品质、环保型产品的需求，为全球客户提供了更优质的产品选择。在报告期内，公司凭借卓越的产品设计与创新实力，荣获全球级“国际 CMF 设计奖”，这一荣誉不仅是对公司过往努力的肯定，也为公司的未来发展奠定了坚实基础。

在国内市场，公司凭借敏锐的市场洞察力，精准捕捉国内消费者对杯壶产品需求的细微变化。依托深厚的品牌影响力和广泛的渠道布局，公司精心打造了一系列能够精准契合消费者情绪价值的产品。这些产品不仅满足了消费者对品质和功能的基本需求，更在设计、材质和用户体验上进行了深度优化，充分体现了对消费者情感需求的关注和尊重。

同时，公司紧跟时代潮流，致力于健康化和智能化产品的研发与创新，不断推动产品迭代升级。在智能水杯领域，公司充分发挥“五金智造+智能互联+健康生活+高科技+高品质”的独特优势，进一步融合前沿新材料技术，成功研发出“智能钛杯”。这款产品集轻质、高强度、生物相容性等钛材质的天然优势与智能科技功能于一身，完美契合了当下高端消费群体对健康、品质和科技的极致追求。凭借其卓越的材料和创新的智能功能，“智能钛杯”有望在高端钛杯市场中脱颖而出，占据重要地位，为消费者带来全新的智能生活体验，引领行业发展的新潮流。

（5）继续有序推进变革项目，推动公司走上系统成长

在当今复杂多变的商业环境中，公司始终将变革视为推动发展的核心动力。报告期内，公司坚定不移地推进了一系列变革项目，通过优化内部组织的关键环节，积极应对市场的不确定性，从而在激烈的竞争中把握并创造发展机遇。为此，公司成立了专门的变革委员会，负责统筹规划和监督实施各项变革项目。变革委员会由公司高层领导亲自挂帅，成员包括各部门负责人和资深专家，确保变革项目能够从战略高度进行规划和推进。

其中供应链珠峰项目涵盖订单交付（OTD）、制造执行系统（MES）和精益生产等多个方面。通过优化订单交付流程，公司成功缩短了产品交付周期，显著提升了客户满意度。MES 系统的引入，实现了生产过程的全面数字化管理，极大地增强了生产的透明度与可控性。与此同时，公司全面推行精益生产理念，通过精准减少浪费和优化流程，实现了生产效率和产品质量的大幅提升。在智能制造领域，公司更是不遗余力地推进产线的自动化改造和工艺集成，进一步优化了生产流程。这些措施不仅提高了生产的灵活性和效率，还增强了供应链的韧性，为公司的稳定发展提供了坚实保障。

通过这一系列变革项目的持续推进，公司在不确定的经营环境中成功把握并创造了发展机遇。报告期内，公司实现了营业收入和利润的双增长，市场竞争力显著提升。未来，公司将继续深化变革，持续优化内部管理，不断提升核心竞争力，为实现可持续发展奠定坚实基础。

3、主要会计数据和财务指标

（1）近三年主要会计数据和财务指标

公司是否需追溯调整或重述以前年度会计数据

☐是 ☒否

单位：元

	2024 年末	2023 年末	本年末比上年末增减	2022 年末
总资产	3,376,414,657.30	2,788,517,302.70	21.08%	2,352,635,528.63
归属于上市公司股东的净资产	1,720,679,007.72	1,467,825,342.64	17.23%	1,396,543,097.13
	2024 年	2023 年	本年比上年增减	2022 年
营业收入	3,331,522,170.62	2,407,120,446.72	38.40%	2,427,898,611.02
归属于上市公司股东的净利润	286,544,933.32	249,782,380.50	14.72%	205,906,580.15
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	280,464,727.61	215,734,076.87	30.00%	198,738,226.92
经营活动产生的现金流量净额	462,832,846.15	242,663,020.57	90.73%	346,979,048.92
基本每股收益（元/股）	0.63	0.54	16.67%	0.50
稀释每股收益（元/股）	0.63	0.54	16.67%	0.50
加权平均净资产收益率	18.10%	17.61%	增加 0.49 个百分点	19.21%

(2) 分季度主要会计数据

单位：元

	第一季度	第二季度	第三季度	第四季度
营业收入	574,779,502.43	817,981,422.39	974,628,313.08	964,132,932.72
归属于上市公司股东的净利润	31,479,632.06	97,182,177.91	96,270,693.42	61,612,429.93
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	31,398,025.40	94,571,182.89	93,727,925.03	60,767,594.29
经营活动产生的现金流量净额	74,718,537.10	66,103,809.57	105,061,511.71	216,948,987.77

上述财务指标或其加总数是否与公司已披露季度报告、半年度报告相关财务指标存在重大差异

☐是 ☒否

4、股本及股东情况

(1) 普通股股东和表决权恢复的优先股股东数量及前 10 名股东持股情况表

单位：股

报告期末普通股股东总数	32,886	年度报告披露日前一个月末普通股股东总数	30,994	报告期末表决权恢复的优先股股东总数	0	年度报告披露日前一个月末表决权恢复的优先股股东总数	0
前 10 名股东持股情况（不含通过转融通出借股份）							
股东名称	股东性质	持股比例	持股数量	持有有限售条件的股份数量	质押、标记或冻结情况		
					股份状态	数量	
吕强	境内自然人	37.81%	176,327,685	132,245,764	不适用		0
吕丽珍	境内自然人	4.46%	20,776,500	15,582,375	不适用		0
欧阳波	境内自然人	2.97%	13,843,800	10,382,850	不适用		0
浙江哈尔斯真空器皿股份有限公司—2024 年员工持股计划	其他	1.62%	7,560,000	0	不适用		0
吕懿	境内自然人	1.49%	6,925,500	0	不适用		0
吕丽妃	境内自然人	1.23%	5,751,000	0	不适用		0

龚文华	境内自然人	0.73%	3,412,682	0	不适用	0
张宁	境内自然人	0.41%	1,900,000	0	不适用	0
彭灿	境内自然人	0.40%	1,848,100	0	不适用	0
中国工商银行股份有限公司－大成中证 360 互联网+大数据 100 指数型证券投资基金	其他	0.33%	1,522,805	0	不适用	0
上述股东关联关系或一致行动的说明	公司控股股东（实际控制人）吕强与吕丽珍、欧阳波、吕丽妃、吕懿为一致行动人。未知上述一致行动人股东以外的股东之间是否存在关联关系以及是否属于《上市公司收购管理办法》中规定的一致行动人。					
参与融资融券业务股东情况说明（如有）	股东龚文华通过信用证券账户持有 3,412,682 股。					

持股 5%以上股东、前 10 名股东及前 10 名无限售流通股股东参与转融通业务出借股份情况

☐适用 ☒不适用

前 10 名股东及前 10 名无限售流通股股东因转融通出借/归还原因导致较上期发生变化

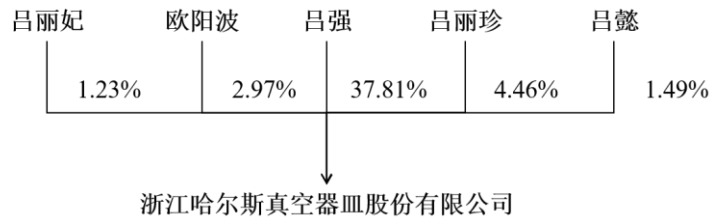
☐适用 ☒不适用

(2) 公司优先股股东总数及前 10 名优先股股东持股情况表

☐适用 ☒不适用

公司报告期无优先股股东持股情况。

(3) 以方框图形式披露公司与实际控制人之间的产权及控制关系



5、在年度报告批准报出日存续的债券情况

☐适用 ☒不适用

三、重要事项

公司 2023 年度向特定对象发行 A 股股票再融资事项

1、公司于 2023 年 12 月 29 日召开的第六届董事会第五次会议、第六届监事会第五次会议，审议通过《关于公司 2023 年度向特定对象发行 A 股股票方案的议案》《关于〈公司 2023 年度向特定对象发行 A 股股票预案〉的议案》等相关议案及文件，上述有关公司 2023 年度向特定对象发行 A 股股票事宜的议案亦经过公司 2024 年第二次临时股东大会审议通过。

2、2025 年 1 月 4 日，深圳证券交易所向公司下发了《关于受理浙江哈尔斯真空器皿股份有限公司向特定对象发行股票申请文件的通知》，深圳证券交易所对公司报送的向特定对象发行股票的申请文件进行了核对，决定予以受理。

3、公司于 2025 年 3 月 5 日召开的第六届董事会第十四次会议、第六届监事会第十三次会议，审议通过《关于公司 2023 年度向特定对象发行 A 股股票方案（修订稿）的议案》《关于〈公司 2023 年度向特定对象发行 A 股股票预案（修订稿）〉的议案》等相关议案及文件，上述有关公司修订调整 2023 年度向特定对象发行 A 股股票事宜的部分议案亦经过公司 2025 年第三次临时股东大会审议通过。