

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：2026-002

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 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	进门财经线上参会的机构与个人，具体名单详见附件
时间	2026年2月26日
地点	线上
上市公司接待人员姓名	浙江哈尔斯真空器皿股份有限公司： 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 小黄鸭德盈控股国际有限公司： 创始人、董事会主席：许夏林先生 执行董事及首席投资官：吕行远先生 投资者关系总监：王锴女士
投资者关系活动主要内容介绍	<p>1、问题：请介绍一下哈尔斯与小黄鸭德盈本次成立合资公司，目前的股权结构和治理结构如何安排？ 回复：合资公司由哈尔斯控股，小黄鸭参股，目前双方拟定的股权比例基本是6:4。双方共同参与公司治理在具体经营层面，包括合资公司的开拓和发展，双方股东会依托各自的产业优势积极推进，并且会遴选和聘请专业化团队在合资公司层面做深入运营。双方股东会在各自产业链背景下提供资源倾斜——哈尔斯在供应链端、渠道端，小黄鸭在产品策划、IP设计、IP矩阵、品牌宣发以及线上、线下渠道等都会提供支持。</p> <p>2、问题：这种深度合作模式在小黄鸭历史上比较少见。小黄鸭为什么选择杯壶赛道，为什么选择哈尔斯？ 回复：B. Duck作为中国原创IP今年20周年。小黄鸭在品类拓展中深刻感受到，保温杯已经从一个功能品变成潮流搭配品。企业的第二条增长曲线需要好的合作伙伴，哈尔斯是全球最大的杯壶供应链企业，双方将充分结合中国发展及海外市场发展趋势。从消费者习惯和营销角度，小黄鸭最近在海外TikTok等平台做AI</p>

营销，半年左右播放量已超过 10 亿，每周增长 5-9 万粉丝。哈尔斯与小黄鸭的新品类一定会通过不同渠道触达国内外消费者，让更多消费者接触到最好的杯壶产品。这是强强联手，非常有期待和想象空间的画面。

3、问题：哈尔斯对合资公司会提供哪些资源支持？与哈尔斯内生品牌发展是什么关系？

回复：1) 公司从 2021 年开始就明确提出“品牌+智造”双轮驱动战略。本次合作，公司能够提供的资源包括：第一，强大的供应链能力，无论是规模、品质交付还是快反能力，公司在杯壶行业具有领先性；第二，全渠道资源线上线下都可以共享共用；第三，多品类作为功能资源库，让产品创新和市场反应更加快捷；第四，场景化设计能力，公司的产品、设计团队超过上百人，平均年龄 20 多岁，已经具备把杯壶商品做成快消品的能力，可以和小黄鸭团队一起把杯壶品类做的更深更透。

2) 本次合作公司定位为一次战略性的价值重构和增长的引擎，不是简单的产品联名或营销活动。具体体现在四个方面：一是市场与竞争层面，构建非对称优势，在保温杯品类中体现文化认同与美学新消费需求；二是品牌与用户层面，重塑品牌人格，建立深度情感链接，注入文化内涵、艺术格调和潮流基因；三是产品创新体系层面，倒逼自身能力升级，打造标杆性商品，牵动品牌扩张和全线升级；四是渠道和商业模式方面，与小黄鸭联手做品牌化零售，拓宽增长路径。

4、问题：小黄鸭对合资公司会提供哪些资源支持？

回复：目前 B. Duck 已有超过 6 万个产品。对合资公司而言，小黄鸭将从设计端、品牌营销端、海外市场、自媒体引流以及线下活动等方面提供全面支持。一是小黄鸭目前有近 2000 家加盟店、电商快闪店、乐园店，会全方位从国内到海外提供营销支持。二是小黄鸭内部已搭建专门的商品计划团队，快速帮助合资公司从设计到数据到营销全面赋能。三是作为重要战略合作方，小黄鸭会开放线下全球 180 家文旅资源搭建销售场景。今年超过 570 家授权商中，与哈尔斯合作的产品都会放在门店主要位置大力推广。线上销售渠道、黄果树的漂流景区等定点景点零售渠道都会开放，并围绕产品做特别定制化的做法。四是本次合作不光是产品形态设计，也包括资源渠道特别是销售风险方面的共担。IP 端资源也不局限于 B. Duck 本身，而是德盈集团整个 IP 矩阵，包括 20 种的原创角色、IP 家族、收购的 IP，都会以低成本的授权来与哈尔斯共同开发。

5、问题：如何看待 3-5 年后杯壶行业的市场空间和行业量级？

回复：2022-2026 年行业预测年复合增长率 11.5%，但 2024 年底实际复合增长率已突破 15%，2025 年预计延续这一高增长态势，行业景气度持续攀升。消费属性正在发生根本性重构，保温杯正

从功能性耐用品转变为时尚配饰，“一人多杯”成为普遍现象，特别是 Z 世代消费者已养成按场景细分购买的习惯，覆盖居家、商务、车载、办公、户外运动等多元场景。与此同时，杯壶产品的礼品属性日益凸显，通过品类创新和 IP 联名合作，目标客群和消费场景不断扩容，市场边界持续拓宽。更值得关注的是，钛杯的加入为行业注入新材质，其增速达保温杯的 2-3 倍，且客单价更高，且并未侵蚀不锈钢杯市场，而是叠加新需求、推动行业向高端化升级。综合来看，杯壶行业已完成从“耐用品”向“快消品属性+耐用品品质”的转型，兼具成长性与趣味性，中长期市场空间广阔，依然是非常值得关注的优质赛道。

6、问题：合资公司今明两年的业务节奏和目标如何？产品迭代速度和渠道推广节奏怎样？

回复：1) 合资公司刚刚设立，整体业务节奏强调“行动快、落地扎实”。预计 3 月份启动实质性工作，上半年抓住关键节点陆续推动品类上市，其中第一批产品计划于第二季度前期正式面世；具体迭代节奏待首批产品上市后再向市场做详细解答，届时产品体验将更具象化。2) 关于今明两年的具体目标，后续待合适时机将公开披露，但可以明确的是，股东双方对增长均有较高期待。3) 产品策略方面，第一阶段将以杯壶及周边配件为核心品类，定位不止于功能品，而是先以杯壶为切入点，打造“潮流单品”，后续将充分借助小黄鸭成熟的商品企划团队和运营团队，拓展更丰富的潮流单品与 IP 深耕。

7、问题：哈尔斯股权激励目标计划如何实现？目前订单和成本优化节奏怎样？

回复：股权激励是经营层以达成目标为前提承接的，兼具激励与考核属性。收入目标基于稳健增长的基数，结合海外增速、客户预期及品牌综合规划设定；利润及净利润率层面略低于 24 年数据，已充分结合各个层面的影响做了困难预期；泰国产能爬坡顺利开展，泰国成本的下降将会迎来比较好的局面；包括小黄鸭在内的外延式发展会进一步对利润进行加成。

8、问题：合资公司产品定位如何？定价怎么设计？

回复：合资公司产品定价将在经营团队完成产品开发后最终确定。依托小黄鸭成熟的 IP 加持，产品矩阵将进一步丰富，与潮流结合的定价会相对积极乐观，向上突破。。

9、问题：能否结合数据分析小黄鸭目前的流量、影响力数据和终端零售数据？

回复：公司已与 570 余家优质被授权商合作开发超 5 万个 SKU，覆盖食品餐饮、3C、潮玩、家居等多个品类，合作伙伴包括海底捞、周大福等头部企业，2024 年 IP 周边产品终端零售额约 7 亿美元，位列全球顶级授权商第 46 位。公司自 2024 年起加速布局 IP 文旅新业态，2025 年与贵州黄果树旅游区签署十年合作协议，

	<p>打造全球首个 B. Duck 主题漂流乐园，并在深圳、曼谷、吉隆坡等地落地 B. Duck 城市乐园，目前全球授权及自主运营的 IP 城市乐园项目超 180 家。截至 2026 年 1 月末，B. Duck 家族全球粉丝超 3000 万，全网短视频累计播放量突破 11.47 亿次。</p> <p>10、问题：如何将小黄鸭已有的用户资产转化为与哈尔斯合作的互通用户资产？乐园零售产品客户转化率如何？</p> <p>回复：用户资产转化从两大形态推进：一是将可控制或运营权限的 IP 统一注入合资公司，以杯壶为起点向配件品类延伸，打造潮流单品及生活方式产品；二是通过渠道露出、线下植入及线上零售等方式，激活现有资产及在建资产。具体落地方面，自建品牌门店年度计划将全渠道植入相应产品；全球 180 家城市乐园项目通过特色产品等形式推动杯壶销售转化；自有女装业务探索与杯壶品类搭配；经营项目部门全面开放渠道端转化；在黄果树瀑布漂流乐园(年客流近 800 万人次)项目中，将在乐园入口门店设置定制化杯壶产品。转化率方面，乐园客流转转化相对高于线下品牌门店平均水平。</p> <p>11、问题：2025 年运营模式逐渐跑通成熟，团队布局和改革历程是怎样的？</p> <p>回复：2025 年随着运营模式逐渐跑通成熟，团队在战略转型过程中完成了一系列关键布局与深化改革。首先，品牌战略实现重要转向——从依赖明星代言人的传统路径，升级为打造品牌自有 IP 矩阵，通过将 IP 内容与产品特性深度绑定，不仅显著提升了转化效率，更实现了品牌投入技术效益的直接量化，整体打法更加精准可控。其次，组织架构进行全面梳理与重构，将分散的自有品牌业务统一整合，成立品牌与产品策略中心，实现品牌规划、产品企划等关键职能的集中化管理；渠道策略同步聚焦高端渠道深耕与电商线上开拓，推动线上业务实现显著增长。最后，团队层面大规模引进年轻化、专业化人才，强化内部竞争机制，使团队结构较以往更加年轻、专业，整体士气高涨，战略转型任务的承接与执行效率得到明显提升。</p>
附件清单（如有）	参会单位名称
日期	2026 年 2 月 26 日

附件：

序号	公司
1	信达证券研发中心
2	元兹投资
3	华商基金
4	东方基金
5	华泰柏瑞
6	申万宏源证券股份有限公司
7	申万菱信
8	国金证券股份有限公司
9	融通基金
10	浙商证券股份有限公司
11	长城财富资产
12	深圳市前海夷吾资产管理有限公司
13	华鑫证券有限责任公司
14	敦和资产管理有限公司
15	长江证券
16	天风证券
17	北京京管泰富基金管理有限责任公司
18	青骊投资管理(上海)有限公司
19	中信建投证券
20	博道基金管理有限公司
21	安信基金
22	北京源乐晟资产管理有限公司
23	上海亘曦私募基金管理有限公司
24	前海人寿
25	国泰君安证券股份有限公司
26	华泰资产
27	深圳金泊投资管理有限公司
28	前海联合
29	泰康资产
30	红土创新基金管理有限公司
31	中金基金管理有限公司
32	工银瑞信
33	中国信达战客四部
34	国信证券股份有限公司
35	北京景星资产管理有限公司
36	广发证券
37	建信养老金管理公司
38	易方达
39	中邮基金

40	西部证券股份有限公司（自营）
41	平安养老
42	深圳越晋投资
43	南方基金
44	大成基金
45	平安银行股份有限公司
46	富国基金管理有限公司
47	浙江民营企业联合投资股份有限公司
48	东海基金
49	涌贝资产
50	西部利得基金管理有限公司
51	国泰海通证券股份有限公司
52	国海证券
53	德邦基金