

股票代码：603579

股票简称：荣泰健康

## 上海荣泰健康科技股份有限公司 机构调研纪要

一、时间：2019年2月19日

二、地点：上海市青浦区朱枫公路1226号

三、调研机构及人员：

序号	机构名称	人员姓名
1	红塔证券中资管	俞海海
2	太平养老	姚宏福
3	财通证券	沈瑞
4	国信证券	尹昇
5	琛晟资产	李倩雯
6	德邦证券	罗文琪
7	泰旻资产	王佳琦
8	德汇集团	徐旻愨
9	聚鸣投资	王广群
10	聚鸣投资	盛炜
11	浙商证券	马靖文
12	思隆投资	梁伟
13	新泉投资	李一鸣

序号	机构名称	人员姓名
14	中原证券	高世梁
15	华福证券	丁世艳
16	兴业证券	熊超
17	海通证券	朱默辰
18	农银汇理基金	徐文卉
19	广发证券	王朝宁
20	南方基金	郑诗韵
21	嘉实基金	朱子君
22	个人	张治民
23	招商证券	濮冬燕
24	华泰证券	王涛
25	长江资管	张聪

接待人员：应建森、耿元元

记录人：王冬

#### 四、会议内容

公司董事会秘书应建森先生、证券部经理耿元元女士就投资者关注的内容进行了交流，具体交流情况如下：

1、电商目前的竞争趋势如何，是否能反映行业整体态势？

荣泰在 2018 年的双十一销售额突破了 9500 万，排名全网第一，优势明显。从市场占有率角度来看，网上新增的销量主要集中在入

门级的按摩椅上，均价较低，这是符合消费者网购特点的。对于电商上快速增长的入门级按摩椅市场，公司会通过摩摩哒品牌来进行切入。市场上目前尚未出现比较有统治力的品牌，这给了摩摩哒的流量转化提供了良好的机会。

## 2、2019 年荣泰有哪些值得关注的变化？

荣泰在 2019 年有如下几点值得关注：

(1) 我们在上半年将会推出一款高端旗舰型产品，我们认为这款产品对于荣泰公司销售推动将有显著的积极效果。

(2) 摩摩哒在天猫上会做入门级按摩椅的大力推广。

(3) 在线下布局上做更多的探索和尝试。很多比较发达人均收入较高的区域都值得荣泰去深入门店布局。其他渠道，例如家居渠道、4S 店渠道，荣泰也会继续探索。

(4) 我们会继续在产品形象和市场推广方面进行探索，让代言人林志玲形象能够和荣泰按摩椅有更好结合，让消费者能够在想到消费升级的时候能够想到按摩椅。

## 3. 荣泰在 2018 年开店的情况如何，未来可以下沉的空白渠道还有多少？

新开门店和重开门店在 2018 全年年预计合计超过 200 家。2019 年的计划与 2018 年相同。渠道下沉空间很大，对比家居渠道 2000-3000 家，我们目前还没到这个数字。

## 4. 新出的旗舰产品以及入门款产品的定价将是怎样的？

考虑到成本、功能上的提高等因素，即将发布的高端旗舰产品的

定价要等新品发布时才能确定。摩摩哒品牌的入门级的按摩椅的价格定位在 5000 元到 1 万元左右。

#### 5、推出新品是否会带来显著的收入拉动效应？

新品对收入拉动作用明显，荣泰以往的销售优势大部分来自产品优势。公司凭借产品不断推陈出新，在外贸客户和国内消费者之间有良好的产品口碑。公司在 2018 年推出了星翌椅，也对销量提供了较大的推动。在电商平台，公司针对双十一推出的天猫精灵款按摩椅天语者，带来了双十一的销售高峰，使荣泰蝉联四年双十一品类销售冠军。

#### 6、目前畅销的产品价位在哪个区间？

对于公司而言，畅销的产品是 1-3 万之间的产品，在市场上产品竞争力很强，优势明显。

#### 7、未来摩摩哒的战略发展方向是什么？

摩摩哒共享按摩是荣泰首创的经营模式。设立的初衷是通过体验拉动消费者的购买欲望，是一种营销和消费者教育的尝试。荣泰利用中东、欧洲、东南亚等成熟区域商用按摩椅业态的雏形，结合中国物联网和无线支付的技术，开创共享按摩服务。目前看，在消费者培育上成果显著，在拉动行业销售上效果显著。

从经营的角度来看，共享按摩椅的竞争已经进入了优胜劣汰的阶段。我们从 2018 年就开始收缩铺设的速度，把战略的重点放在已有网点的调整和优化。

#### 8、共享按摩椅在 2018 的存量如何，2019 年的铺设计划是怎样

的，如果继续铺设的话，我们对毛利率是否有要求？海外共享按摩椅的铺设情况如何？

（1）共享按摩椅截至第三季度累计铺设了约 78000 台。全年的铺设情况会在年报中公布。整体铺设速度有所放缓。在 2019 年，铺设数量不是经营重点，我们会对网点选择更加严谨。

（2）海外方面，摩摩哒目前在台湾地区、土耳其和欧洲在做试点。整体情况较为理想，但规模较小。荣泰对于海外共享按摩市场更多是一种尝试，步子会迈得相对小一些。

9、2016 年第一批铺设的按摩椅的 3 年折旧会到期，这是否意味着摩摩哒会释放出一部分利润？

共享按摩椅的市场竞争中既有有利因素，也有不利因素，按摩椅折旧全部计提完成，但按摩椅本身仍能继续使用便属于有利因素之一；但同时我们也不能忽略不利因素，例如高频使用产生的维护成本、由于消费者新鲜感褪去而导致使用频率下降等。整体来看，折旧费用占扫码业务成本比例不大，在 2019 年由于按摩椅折旧到期会降低报表水平上的运营成本，但影响不大。

10、目前对韩国客户的销售形势怎样？

从市场表现上看，韩国整体市场的增速放缓，同时，Bodyfriend 在韩国当地的几个竞争对手市占率有所增加，给 Bodyfriend 去年的销售带来了一定冲击，向荣泰的采购订单也有所波动。不过经过调整现在已经恢复。荣泰在韩国市场上依然充分信任 Bodyfriend，相信它们能保持并扩大在当地市场的竞争优势，我们也会不断提升自己的

产品，为 Bodyfriend 提供强有力的产品优势支持。

11、荣泰在海外销售方面是否有拓展其他客户？

在海外市场上，美国市场是最大的一个外销市场，也是我们市场开拓工作的重点。贸易战有缓和迹象，但还有不确定性。美国的原有客户有增长，另外新客户的拓展上也取得一定进展。从市场空间和增速的角度来看，我们把美国市场放在第一位。

12、公司的渠道下沉的工作进展怎样？19 年会有新的动作么？

荣泰渠道下沉速度非常快，荣泰在 2019 年依然会保持着约 200 家的新开和重开门店数，并延续以前开店装修费用补贴的鼓励政策。此外我们与万达等多家购物中心签了大盘合同，会随着购物中心的新建，逐步下沉到四线、五线城市。