

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：2018年8月20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	上海上市公司协会	史美健
2	上海上市公司协会	钱宇辰
3	上海上市公司协会	杜梦
4	爱建证券	顾燕
5	长城证券	韩文荣
6	广发证券	钊耀琦
7	联储证券	陈琳
8	湘财证券	胡文龙
9	华宝证券	虞伟
10	中投证券	吴震华
11	西部证券	苏勋
12	招商证券	吴鹏
13	中投证券	赵鑫
14	光大证券	詹曲波
15	邮储银行	刘萍
16	中信证券	高辰飞
17	中信建投	朱旭东
18	华鑫证券	严理颐
19	方正证券	刘栋锴
20	国信证券	邬晓芳

序号	机构名称	人员姓名
21	中泰证券	孙小文
22	华创证券	赵金胜
23	经纬聚商	杨 凡

接待人员：林琪、应建森

记录人：王冬

四、会议内容

为积极相应并参与上海上市公司协会举办的“投资 参与 共建——投资者走进上市公司”系列活动，公司于 2018 年 8 月 20 日在青浦朱家角厂区接待了由上海上市公司协会副秘书长史美健先生带领的投资者调研队伍，公司总经理林琪先生、董事会秘书应建森先生出席了会议，并就投资者关注的内容进行了交流，具体交流情况如下：

（一）公司总经理林琪先生做简要发言

针对行业及公司发展，总经理林琪认为，荣泰健康自建立之初，便是以生产按摩椅为主的制造型企业，近年来，荣泰抓住了国内外的机会，实现了高速发展，这里面既有行业的机遇，也离不开荣泰人自身的努力。在渠道的发展上，公司从传统的制造，到零售、电子商务，再到现在的共享按摩业务，围绕着按摩椅，荣泰逐步实现了多渠道、多业务模式的发展格局。按摩椅是一个相对小众的市场，占有率低，市场发展空间大。基于这样的市场前景，荣泰未来的战略仍会集中于以按摩椅为主的按摩器具领域，其他领域的业务基本不会涉及。荣泰认准了这个市场，想要扎根于此，专注于按摩器具领域的成长。

（二）上海上市公司协会副秘书长史美健先生进行简要发言

史秘书长表示，来荣泰健康考察正值股市低迷，但市场波动并不代表公司不好。荣泰健康自上市以来，各方面的表现都很优秀。一个公司如果要健康持续地发展，把单一产品做到极致非常关键，如果上市公司在上市后偏离了主业，募集资金投入了过多的领域，难免会效果欠佳，尤其是海外并购方面，之前的不少上市公司也留下了教训。史秘书长对荣泰健康在产品方面的专注度以及研发方面的投入给予了充分的认可与肯定，并指出，投资者通过本次走进上市公司活动，与公司高管进行面对面沟通，有助于提升投资者对荣泰健康品牌的了解，进而对公司建

立投资信心。

（三）公司董事会秘书应建森先生对荣泰健康进行介绍

（1）关于公司渠道

内贸方面，荣泰的门店引进了一些场景式营销的理念，并通过电商平台，建立了线上线下相结合的销售渠道，同时为国内一些知名家居品牌进行代工。国内线下渠道以经销商为主，直营主要集中在上海、广州及浙江部分地区；线上渠道全部由公司直营。

出口方面以 ODM 为主，荣泰提供制造和研发，客户提供品牌与渠道，双方的合作是建立在平等协商的基础之上。

（2）关于公司财务数据

2018 年上半年，归属于上市公司股东净利润为 1.41 亿元，同比增长 27.03%；总营业收入为 12.36 亿元，同比增长 50.41%；经营活动现金流量为 1.34 亿元，同比增长 21.33%；

（3）关于公司产能

2017 年下半年，公司的募投项目之一——南浔厂区开始投产，到 2018 年 1 月份，南浔厂区一期已达设计产能，能够为公司增加 10-15 万台/年的按摩椅产能，二期目前也已动工，南浔厂区将有效突破产能的瓶颈，能使公司更好地迎接新的发展机遇。

（4）关于公司研发

公司每年在研发方面的投入不低于 5%，公司在 2018 年上半年的研发投入为 0.58 亿元，同比增长 51.28%。从 2017 年下半年开始，公司的研发投入有进一步增加，一方面是随着营业规模的扩大，公司有了更大的投入实力，另一方面也是因为市场的竞争愈发激烈。

（5）关于共享按摩

摩摩哒共享按摩椅自 2016 年 3 月铺出第一台以来，到 2018 年 6 月 30 日，共计铺设了 72787 台共享按摩椅。在影院渠道，摩摩哒与国内的大型院线基本上都签订了战略合作协议，拥有明显优势，在商场、高铁、机场等渠道处于群雄并起的局势，竞争较为激烈。

（四）投资者问答

1、目前国内按摩椅销量的增长已高于国外，那未来荣泰在发展方向上是会保持两方持平的状况，还是会把重心放到国内？

国内是我们一直看好的市场，国外市场也会根据实际情况有所侧重，例如韩国市场主

要做好维护，美国市场则是重点开发；我们中国市场和美国市场的发展潜力是最大的，现在中美贸易战打响之后，虽然按摩椅不在两千亿的征税品类里面，但可能还是会受到些影响。我们相信中美贸易冲突会得到妥善处理，对未来充满信心。

2、目前公司在海外以 ODM 为主，没有自主品牌，未来公司是否会由代加工转为自主品牌，走出国门？

荣泰确实有走出去的想法，我们未来可能会在欧洲成立分公司，欧洲是一个相对而言比较空白的市场，按摩器械的进口量较大，但按摩椅的进口量比较小。目前亚马逊等网络渠道我们有在进行初步沟通，尝试荣泰品牌走出国门的可能性。

3、我国按摩椅的渗透率相对较低，随着渗透率的提高，公司有多大把握利润和收入会随着渗透率的提高而显著提高？

国内的数据采集比较困难，根据我们自己的现有数据和我们对市场的了解，国内市场的渗透率远没有达到 1%，按摩椅渗透率最高的是日本，接下来是台湾、香港、新加坡、韩国。荣泰算是国内第一批从事按摩椅行业的品牌，经过 20 年的市场培养，大家对荣泰这个品牌也有了一定程度的认可；我们公司上市也是一个契机，让荣泰这个品牌和按摩椅这个产品走到了消费者的面前。最重要的还是共享按摩椅对渗透率提高所作出的贡献。共享按摩椅之前以投币的形式存在，我们一直把它作为一个赚钱的小生意，而非一个事业。物联网技术及微支付技术的普及与按摩椅的结合是水到渠成的。我们便成立了子公司上海稍息，来全面铺设共享按摩椅，经过两年的努力，有了现在的成果。目前使用的用户已达 3000 多万。荣泰公司成立至今，共计卖出 120 多万台按摩椅，相当于进入了 120 万户家庭，按每个家庭四人计算，也不过影响了近 500 万人，但铺设共享按摩椅两年，已经影响了 3000 多万人。在荣泰铺设共享按摩椅之后，行业认为这是个机会，便跟进了这个领域，进入了许多制造企业与互联网企业。这样带来的影响是加剧了竞争，好处是市场上远远不止 3000 多万人使用过按摩椅，而这些人都是购买按摩椅的潜在用户。通过共享按摩椅能够使人们对按摩椅的需求激发出来。因此，我们对国内市场未来的渗透率是有信心的，至于能不能保持与市场同步增长，还是要看整个公司的努力。我们提出的愿景是“服务亿万用户，走进千万家庭”，“服务亿万用户”是先行，有了亿万用户的消费，才能进入千万家庭。这个目标我们希望能未来八年内达成。

4、对于汇率问题，公司是怎么考虑的？

荣泰健康在 5 年来销售收入快速增长，外汇收汇也越来越大，公司在外汇管理方面也是处于不断学习和成长的过程之中，在经历了 2015、2016 年的美元上涨以及 2017 年的美元下跌之后，也体现出我们对汇率风险控制需要进一步加强。在认真学习了外汇套期保值的制度之后，公司也重新调整了自己的经营理念，未来我们将会把更多精力投入在生产经营中，努力降低汇率波动给经营成果带来的影响。目前公司的外汇策略是根据汇率的走势，对外汇头寸的 30%-70% 进行套期保值。另一方面则是要提高对宏观经济的判断能力，尽可能使套期保值的比率与汇率走势一致。相比之下，更重要的还是严格执行套期保值制度来控制风险，降低汇率波动对正常经营带来的扰动。

5、研发主要投入在哪些方面，是否能进行细化？

研发投入所涉及的部门和内容主要包括如下几个：产品部负责设计新品和立项；技术部负责产品实现，主要是外观、结构方面；研究所负责电路的整体提升以及按摩机芯升级；此外，荣泰还设立了一个子公司，负责物联网项目、所有 APP 开发，以及其他专业技术的对接与应用。

6、下一代产品与这一代的产品相比，会有怎样的变化？

我们还是会专注于按摩椅的舒适度，荣泰现在与中医药大学、同济大学等科研机构合作，注重于提高按摩椅的舒适度及按摩效果，只有给用户带来真正的价值，公司才会有价值。

7、摩摩哒的共享按摩椅未来是否会国际化，将其推向国际市场？

共享按摩椅由于海外支付方式的原因，公司没有大力在做，但摩摩哒目前已经与三四个国家开始了合作，摩摩哒肯定是会走出国门的。