

股票代码：603579
转债代码：113606

股票简称：荣泰健康
转债简称：荣泰转债

上海荣泰健康科技股份有限公司 2024年三季度业绩交流会会议纪要

一、时间：2024年10月30日

二、调研方式：电话会议

三、调研机构及人员：

序号	机构名称	人员姓名
1	北京益安资本管理有限公司	葛运智
2	方正富邦基金管理有限公司	姚轩杰
3	国海富兰克林基金管理有限公司	张登科
4	成都万象华成投资管理有限公司	刘子立
5	恒安标准人寿保险有限公司	李元玮
6	国投泰康信托有限公司	王之鑫
7	西部利得基金管理有限公司	朱清乐
8	北京腾辉盛华私募基金管理有限公司	蒋海
9	农银理财有限责任公司	张晓东
10	上海远策投资管理中心（有限合伙）	郭迅
11	长江证券（上海）资产管理有限公司	叶颂涛
12	前海开源基金	曲羿铭
13	上海域秀资产管理有限公司	李付玲
14	鑫元基金管理有限公司	王雅轩
15	健顺投资	何荣珩
16	国金资管	刘莉雅
17	北大方正人寿	陈发
18	国泰君安	蔡雯娟
19	国泰君安	李汉颖
20	西南证券	方建钊
21	开源证券	陈怡仲
22	国信证券	王兆康
23	国投证券	余昆
24	中金公司	卢璐
25	中邮证券	杨维维
26	广发证券	袁雨辰
27	国信证券	邹会阳
28	民生证券	蔡润泽

序号	机构名称	人员姓名
29	东方证券	周振
30	太平洋证券	金桐羽
31	华福证券	宋雨桐
32	华西证券	潘仕彬
33	申万宏源	许乔昱
34	中泰证券	吴嘉敏
35	国泰君安	李汉颖
36	中金公司	张沁仪
37	民生证券	王刚
38	广发证券	杨奉武
39	天风证券	汤昕
40	浙商证券	张云添
41	方正证券	薛涵
42	中泰证券	姚玮
43	天风证券	于雪娇
44	开源证券	陈尧
45	海通证券	李阳
46	国金证券	蔡润泽
47	华西证券	李琳
48	长江证券	陈亮
49	方正证券	吴慧迪
50	招商证券	彭子豪
51		
52		

接待人员：董秘张波先生

记录人员：证代彭丽

四、会议内容

首先，董秘张波先生介绍了2024年三季度经营情况。

公司1-9月实现营业收入11.64亿元，较上年同期下降10.30%；实现归属于上市公司股东的净利润1.43亿元，较上年同期增长6.08%；实现归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润1.27亿元，较上年同期增长5.54%。

国内外市场第三季度挑战加剧，Q3国内外表现都相对疲软，毛利率在30%左右，趋势和二季度基本一致，利润端有所下滑。

公司目前内外销均承压，国内线上调整产品结构后销量未有显著增长。客观上信心仍很足，按摩椅产业链集中在中国，全球市场份额渗透率低，相信随经济和消费信心复苏会恢复增长。

五、交流环节

董事会秘书张波先生就投资者关注的内容进行了交流，交流的主要情况如下：

1、三季度国内外收入具体比例？大致增速？

答：三季度，国内外市场均面临一定的挑战。Q3 海外收入占比超过 60%。

韩国地区收入约占总收入 30%，占比有所下降，但仍是我们的重要市场；美国市场受到主要客户经营调整以及去年同期高基数的影响，同比出现了显著下滑，约占总收入 14%，这也是美国市场收入近几年首次落后于韩国以外的其他市场；欧洲及其他海外市场的占比有所上升，约占总收入 15%，欧洲展现出良好的增长势头；东南亚市场与去年同期基本持平，而俄罗斯和中东地区则保持稳步增长。

国内市场方面，三季度下滑幅度相对较大，线上销售弱于线下，主要还是摩摩哒品牌下滑，线上收入同比下滑达到两位数。内销线上线下比例基本 1:1，变化不大。

面对压力和挑战，公司正积极采取措施，优化市场布局，加强产品创新，调整产品结构，以期在未来的发展中实现更好的业绩表现。

2、按摩椅以旧换新执行效果？是否可拉动四季度内销？

答：自 9 月份起，各地开始陆续实行以旧换新国补政策，虽然按摩椅行业目前尚属小众，不包含在八大类家电产品之中，且公司未加入家电行业协会，各地区政策亦存在差异，但我们依然看到了这一活动的积极成效。在上海地区，我们的线下专卖店按摩椅品类享受国补政策，近期销售显著提升。目前，这一政策已经在全国近半数的省份得到推广。10 月份的销售数据显示，无论是同比还是环比都实现了增长，尤其是在有国补政策的省份，销售表现更为亮眼。这充分说明了以旧换新政策对销售的积极推动作用。

线上销售因跨地区问题面临一些挑战，部分友商因所属区域而享受到更高的补贴，对公司线上有一定影响。目前线下的销售效果相对优于线上，也证明了我们线下渠道的强大生命力和市场潜力。希望随着以旧换新政策的深入实施及线上线下政策统一，加之消费者对高品质生活的追求，这一活动能有效拉动内销，为公司带来一定的市场增长。

3、内销以旧换新效果明显吗？

答：过往四季度相对是旺季，叠加国庆节+双十一，总体来看，内销市场的以旧换新效果是明显的，但由于按摩椅品类的线上线下价格差异较大，现阶段线下的景气程度因国补政策而优于线上，也有效地吸引了消费者到店体验和购买，提升了线下市场的活力。

4、经销商库存情况如何？品类库存周期？

答：公司和经销商库存都很少。现在物流便捷，部分产品依靠工厂代发，经销商库存整体较低，除偏僻省份地区外，库存周期一般在2周左右。

5、目前，公司海外获取订单的方式？

答：目前，公司海外市场主要通过参加国际展会来拓展和深化与全球客户的关系。例如，今年9月份，公司受邀参加了“德国柏林国际消费电子产品及家用电器展”（简称：IFA），这不仅能为我们培养新的潜在客户，也进一步巩固了与老客户的关系。为了持续推动公司的国际化进程，我们致力于吸引和培育那些具有高潜力、年出货量达几千万以上的重要客户，以实现更广阔的市场拓展和业务增长。

6、公司在东南亚主要客户？主要消费国家？

答：东南亚按摩椅市场拥有坚实的客户基础，得益于该地区良好的按摩椅消费习惯。我们的主要客户群体分布在越南、泰国、马来西亚等国家和地区，这些国家在按摩椅消费上表现较为活跃。我们在这些国家均有客户，以代工生产为主。目前在东南亚市场我们处于追随者的位置，公司正积极布局，不断提升品牌影响力和市场占有率，以期在未来成为行业领导者。

7、美国现在终端消费趋势如何？公司产品定位？公司核心客户有哪些？

答：消费降级席卷全球，今年美国市场高端产品线相对有点疲软。过往公司美国市场高端产品占比近 70%，公司高端产品在美国有较强的市场竞争力。在美国主要有四大核心客户，大客户销售额过亿元，小客户群体也稳定在 3-4 千万的规模，形成了广泛且均衡的市场分布。今年最大的客户出现了销售下滑，拉低了美国地区整体占比。海外 ODM 认证及打样周期较长，中端产品线的开发进度有待加速，公司依然看好美国市场的潜力，并将继续以高端产品为主导，同时逐步补充中低端产品，以完善我们的产品结构。

8、公司出口美国是否有被征税？公司有无应对措施？

答：按摩椅属于健康医疗品类，目前没有关税。即便未来面临征税的可能性，我们预计税率也将保持在最低比例。为了应对潜在的市场变化，公司已在泰国购置土地并建立了生产基地，将有效帮助公司灵活应对任何贸易政策的变化。

9、公司泰国工厂进度如何？

答：公司位于泰国的工厂建设项目进展顺利，土地平整等早期工作已基本完成。目前正在与专业的基建公司联系，准备启动后续的建设工程。公司的战略规划不仅仅是为了应对潜在的关税问题，更是为了深化在东南亚市场的布局，提升公司的在东南亚市场份额。泰国工厂的建立将使我们能够更高效地服务东南亚地区的客户，同时增强我们的供应链弹性。

10、公司韩国客户的订单价格走势？

答：公司韩国客户订单价格走势总体上保持稳定，变化不大。今年原计划推出一款较低价位的产品以吸引更多订单，应对消费疲软。但这款产品没有如期上市而影响了终端销售计划，造成韩国市场目前销量同比下滑。韩国产品价格基本保持稳定，但销量方面略显疲弱。

11、代工小米按摩椅收入？

答：现在总体销量规模相对较小，几千万的水平，但这是我们与小米品牌

的合作纽带。期待在未来的合作中，能够继续扩大销量，提升市场份额，从而为公司的整体业绩带来更加显著的贡献。

12、公司未来分红是否持续进行？可转债转股价格是否下调？

答：公司一直以来都非常重视股东的回报，今年半年度也实施了10送3的现金分红政策。未来，只要公司经营状况没有出现严重恶化，我们将继续执行现有的分红政策，确保股东能够持续分享公司的经营成果。

至于可转债转股价格，目前与公司股价存在一定差距。我们会密切关注未来两年可转债期限内的股价走势，并根据市场情况做出相应的调整。我们的目标是确保可转债投资者的利益，同时平衡公司的长期发展战略。请投资者保持关注，我们将根据相关法律法规及时披露相关信息。

13、公司年初计划是否有变化？明年展望？

答：公司计划在动态调整中保持灵活应对市场变化。去年四季度业绩相对高点，今年四季度的业绩压力较大。目前，海外市场部分订单已基本确定，许多客户的订单环比有所改善，这是积极的信号。但全年目标确实存在挑战。对于四季度，我们的目标是确保收入不出现大幅下滑，这样我们才能保障整体的利润水平。如果收入下降明显，利润无疑将受到影响。我们将采取相应措施，以确保公司能够在不稳定的市场环境中保持稳健的发展态势。