股票代码：603579 股票简称：荣泰健康

转债代码：113606 转债简称：荣泰转债

上海荣泰健康科技股份有限公司

2023年年报业绩交流会会议纪要

**一、时间：2024年4月16日上午9点半，2024年4月16日下午15点**

**二、调研方式：电话会议**

**三、调研机构及人员：**

| 序号 | 人员姓名 | 机构名称 |
| --- | --- | --- |
| 1 | 刘子立 | 成都万象华成投资管理有限公司 |
| 2 | 杨骏骋 | 嘉实基金 |
| 3 | 何伟 | 光证资管 |
| 5 | 王予澈 | 星石投资 |
| 6 | 潘思成 | 中金资管 |
| 7 | 邱思佳 | 兴证资管 |
| 8 | 潘李剑 | 金鹰基金 |
| 9 | 毛振强 | 西部利得基金 |
| 10 | 陈琨 | 平安资管 |
| 11 | 朱施乐 | 长安基金 |
| 12 | 张海涛 | 慎知资产 |
| 13 | 赵梓峰 | 途灵资产 |
| 14 | 范鹏程 | 国联基金 |
| 15 | 杨一 | 红土创新基金 |
| 16 | 姚轩杰 | 方正富邦基金 |
| 17 | 赵雯晰 | 中加基金 |
| 18 | 李杨 | 华安基金 |
| 19 | 朱清乐 | 西部利得基金 |
| 20 | 陆迪 | 创金合信基金 |
| 21 | 姚一鸣 | 融通基金 |
| 22 | 孙照炜 | 东方自营 |
| 23 | 柴程森 | 长城基金 |
| 24 | 陆凯琳 | 永赢基金 |
| 25 | 胡晓彤 | 天弘基金 |
| 26 | 胡玥琪 | 兆天投资 |
| 27 | 常 宁 | 乐心 |
| 28 | 王昕妍 | 永赢基金 |
| 29 | 周 实 | 万家基金 |
| 30 | 肖 洁 | 长安基金 |
| 31 | 唐靓 | 浙商资管 |
| 32 | 赵新裕 | 太平资产 |
| 33 | 实习生 | 青骊投资 |
| 34 | 范杨 | 国君资管 |
| 35 | 余吉双 | 鹏华基金 |
| 36 | 赵昕蒙 | 兴业基金 |
| 37 | 汪洋 | 慈阳投资 |
| 38 | 郭陈杰 | 安信基金 |
| 39 | 袁绮蔓 | 华夏基金 |
| 40 | 刘慧萍 | 同犇投资 |
| 41 | 刘科岑 | 九泰基金 |
| 42 | 梁剑 | 泰信基金 |
| 43 | 蒋纯文 | 上银基金 |
| 44 | 王雅轩 | 鑫元基金 |
| 45 | 张歌 | 天治基金 |
| 46 | 张岩松 | 中银证券 |
| 47 | 钱程 | 博道基金 |
| 48 | 蔡亦桐 | 中金资管 |
| 49 | 李阳 | 海通证券 |
| 50 | 张明 | 安信基金 |
| 51 | 李萌 | 华泰保兴基金 |
| 52 | 邓永康 | 浙商自营 |
| 53 | 孙驰 | 睿扬投资 |
| 54 | 林晓凤 | 光大保德信基金 |
| 55 | 孙珊 | 国联证券 |
| 56 | 王晗畅 | 安信资管 |
| 57 | 臧怡 | 中意资产 |
| 58 | 彭双宇 | 国融基金 |
| 59 | 赵雯 | 财通证券资管 |
| 60 | 陈梦 | 首创证券 |
| 61 | 赵哲 | 东北证券 |
| 62 | 韩冬伟 | 国华兴益 |
| 63 | 谢泽林 | 嘉实基金 |
| 64 | 萧戈言 | 华安基金 |
| 65 | 黄万青 | 大成 |
| 66 | 陈亮 | 长江证券 |
| 67 | 崔甜甜 | 国联证券 |
| 68 | 管泉森 | 国联证券 |
| 69 | 蔡雯娟 | 国泰君安 |
| 70 | 李汉颖 | 国泰君安 |
| 71 | 王凯 | 中国国际金融股份有限公司 |
| 72 | 孙远慧 | 万家基金管理有限公司 |
| 73 | 吴谦 | 财通基金 |
| 74 | 范慧华 | 广东正圆私募基金管理有限公司 |
| 75 | 吴相贤 | 上海通怡投资管理有限公司 |
| 76 | 李付玲 | 上海域秀资产管理有限公司 |
| 77 | 王雅轩 | 鑫元基金管理有限公司 |
| 78 | 白永平 | 南通天合投资管理有限公司 |
| 79 | 尤宣竣 | 广东远桥私募基金管理有限公司 |
| 80 | 王予澈 | 星石投资 |
| 81 | 杨孟哲 | 中欧瑞博投资 |
| 82 | 何智超 | 野村证券资管 |
| 83 | 游彤煦 | 汇华理财有限公司 |
| 84 | 陈富坤 | 宏利基金 |
| 85 | 王伟达 | 中信证券 |
|  |  |  |

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，董事会秘书张波先生对公司2023年年度报告的主要内容进行简要汇报：

2023年，在全球经济增长动能不足和消费需求疲软的宏观经济环境下，按摩器具行业需求放缓，行业竞争加剧。面对诸多不利因素，公司采取了一系列措施来应对挑战。

**积极调整产品结构**：针对不同国家、不同市场和不同渠道的特点，公司通过产品创新、产品定制等差异化手段来优化产品组合，满足不同市场的需求和变化。

**强化降本增效：**通过降本增效提升内部管理效率。为了实现精益管理，公司采取优化供应链管理、提高生产效率、销售费用的精准投放、减少不必要开支等一系列措施来保证成本降低和运营效率的提高。

同时受益于汇率及大宗原材料价格回落等因素，报告期内公司营业收入虽同比有所下降，但盈利能力和利润率得到较大改善。

报告期内，公司实现营业收入18.55亿元，较上年同期下降7.47%；实现归属于上市公司股东的净利润2.03亿元，较上年同期增长23.43%；实现归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润1.86亿元，较上年同期增长47.78%。

收入连续两年下滑，2023年是上市以来新低；其中Q1-Q3持续下滑，Q4单季度同比增长。归母净利润2.03亿元，较上年同期增长23.43%，主要是毛利率改善大；原材料价格回落；内部降本增效；汇率、及产品结构调整都有贡献。

**2024Q1：**收入预计增长个位数，业绩同比高增长；首先，主要是去年同期低基数，然后还是延续23年Q4情况，订单、成本控制、毛利率等趋势较好。

（1） 一季度收入低预期：主要是韩国1-2月订单少，目前看正在好转；美国区域预计+30%，综合来看外贸与以往基本持平。国内表现较好，预计双位数增长；线下好于线上。

（2） 业绩超预期：美国/欧洲市场盈利能力强，增长更好。受益汇率影响。代言费用等有减少，有利于提升利润。国内一季度线下表现较好，部分产品盈利能力强，对利润贡献大。

**2024全年规划：**计划营收增长20%，期望利润同步实现增长，甚至表现更好。虽然一季度收入低预期，但期待全年“双二十”增长，年中6月-7月会看得更清晰，届时目标可能会调整。

**分红：**过往几年分红较好，上市以来累计现金分红7亿多，加回购已超过10亿，未来基本延续好的分红趋势。

**五、交流环节**

**1、收入端各板块拆分的展望？**

答：23年8月下旬各板块开始回暖，Q4海外有较大增长（尤其韩国）。

24年Q1各市场表现不一，总体出口数据好，其中最大客户韩国由于订单排期等影响在一季度稍微下滑；表现最好为美国市场，23年Q3好转到现在趋势向好。

今年海外市场有所调整，三大区域变成四大区域，东南亚和欧洲市场分开做。

24年Q1，国内预计双位数增长；外贸与以往基本持平，整体收入离预期有差距。

**2、23年海外各区域分别占比结构、表现？**

答：23年海外表现与往年类似，外贸整体占总营收比55%。韩国有所下滑，占外贸收入比约53%-54%，美国占比25%-26%，其他区域19%-20%。

Q1美国市场表现好，韩国稍弱，东南亚与欧洲等较新兴市场有待发力。

**3、23年使毛利率改善的因素及分别的贡献？**

答：毛利率整体+4pct：

海外毛利率+6pct：（1）原材料价格下行贡献2个多点，大宗原材料价格下行，供应商调整等；

（2）汇率2-3个点；

（3）韩国收入占比有所下降，毛利率略低。

国内+0.5pct，单品类均价下滑，但公司调整产品结构；整体毛利提升。

**4、23年Q4毛利率环比略微下滑的原因？**

答：1）年底经销商返利政策对于收入确认有影响；2）大促时间集中在11月、12月，对毛利率会有一定影响；3）韩国Q4表现最好，收入占比提升。

**5、降本增效的空间展望？**

答：一季度及全年目标在原材料、供应链成本、加工费等上有上升空间，有机会改善0.5-1个点。

**6、24年Q1业绩增速拆分分析？**

答：1）产品毛利率较高的区域增长更好；2）受汇率影响，一季度收益约几百万；3）代言费用等同期有减少，有利于提升利润；4）国内一季度线下表现较好，部分产品盈利能力强，对利润贡献大。

**7、24年大额资本开支的规划？分红会继续提升吗？**

答：过往几年分红较好，累计7亿多，加回购超过10亿，未来会基本延续分红趋势。未来几年资本开支：（1）可转债25年底要完工投产，资本支出较大；（2）应对可能发生的贸易制裁，同时有助于海外市场的开拓，在泰国建厂，有一定土地和建设成本支出，约1亿；（3）进行供应链建设，自制上游零部件，投入约几千万。

**8、产能分布情况，海外发展是否是长期行动？**

答：国内产能在上海和湖州南浔两大生产基地。近两年产能有过剩，有压力。国外加大投入和细分，发展扩大市场、降低产能压力。按摩椅产品在关税上未受影响，但仍需发展海外市场为贸易制裁作准备，泰国生产基地布局。欧洲市场开发难但提升空间大，明年考虑在欧洲国家建设一个仓储基地，便于开拓市场同时寻找自有品牌突破口。

**9、24年收入端全年规划？**

答：计划营收增长20+，期望利润同步实现增长，甚至表现更好。一季度表现较弱，韩国是主因，目前看正在好转；期待全年“双二十”增长，年中6月-7月会看得更清晰，届时视市场情况再决定是否调整整体目标。

**10、收购兼并计划的进展？去年海外各区域利润分布？**

答：疫情刚开始时公司提出寻找新的增长曲线，以规避经营风险。现在还是希望公司有新的增长点，分摊风险，增加盈利能力。公司已将其作为战略目标，目前尚未有具体行动。海外收入占比达55%左右，ODM为主，费用较低，海外贡献较大利润。近两年韩国利润率水平略低，美国和欧洲市场毛利率和产品结构较好，东南亚区域竞争相对激烈，贡献中等。

**11、23年内销市场分渠道增速、24年各渠道预期？韩国客户订单目前情况？**

答：23年内销主要受子品牌摩摩哒影响，有一定下滑，主品牌表现较好，线上略好于线下。

24年Q1受春节影响内贸好于外贸，线下好于线上。计划内贸线下增长更高，线上渠道计划抖音平台有较大增长，目标约50%以上增长。

外贸方面，韩国市场预计五月份进一步好转。

**12、韩国产品消费趋势？**

答：由于经济下滑和消费调整影响，韩国市场前三季度疲软、但第四季度明显好转。今年计划再上市两款利润较好的按摩椅，期待能为客户带来增量，贡献更多利润。

**13、24年Q1经销商库存水平、出货延续性如何？**

答：春节和政策影响有补库存，由于降低经销商运营风险需要、现在物流运输发达，内贸整体库存水平较低，大约维持在两三周左右的库存。

**14、24年抖音平台展望、盈利能力？**

答：抖音平台增长很快，在电商占比已近3成，但利润水平弱于传统电商，摩摩哒抖音有亏损，平台整体微盈。抖音的消费群体大、易冲动消费，是比较有效的推广途径，有机会降低成本，盈利能力追赶京东、天猫。

**15、韩国市场有触底回升的趋势吗？海外策略侧重的区域？**

答：公司与韩国客户过去多年共同成长，同时希望国内和海外其他市场能持续增长，从而降低韩国市场的比例和大客户依赖的风险。

海外策略方面，韩国消费者对品类认知较强，期待韩国市场触底反弹，还是有较大的提升空间；美国消费能力较高，会加大投入，希望占比有较大提升；东南亚与欧洲市场将进行细分，东南亚竞争相对激烈，欧洲市场受俄罗斯客户启发有机会发展。整体更希望国内市场销售规模扩大，占比有所提升。

**16、24年全年20%的营收目标，内部对于这个目标是否有具体的拆解？**

答： 海外基本维系占比55%，今年目标还是维持这样的占比。

国内：国内线上线下也有所差别，目标线下增长超20%。京东天猫这两年增长疲软，要求不到20%，抖音去年有很大的增长，这个平台在各个板块中的增速目标还是最高的。

海外：韩国争取扭转趋势，实现10%的增长；美国和欧洲市场目标要求更高，盈利能力更好；东南亚市场按摩椅的消费者认知基础好，希望市场占比提升。