

证券代码： 300272

证券简称：开能健康

开能健康科技集团股份有限公司投资者关系活动记录表

投资者关系活动类别	<input type="checkbox"/> 特定对象调研； <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input checked="" type="checkbox"/> 现场交流 <input type="checkbox"/> 其他（ <u>电话交流</u> ） <input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 路演活动
参与单位名称及人员姓名	信达证券
时间、地点	2023年10月9日(周二) 下午 14:00-15:00
上市公司接待人员姓名	董事会秘书徐延茂 证券事务代表陆董英
投资者关系活动主要内容介绍	<p style="text-align: center;">一、公司介绍及交流</p> <p style="text-align: center;">1、公司基本情况介绍</p> <p>公司成立 2001 年，主要产品为全屋净水机、全屋软水机、RO 机等产品，面对人居健康用水群体，包括住宅、学校、医院、商业等场景。</p> <p>上半年，公司实现营业收入 7.96 亿元较上年同期增长 6.55%，归母净利润约为 5,378 万元，较上年同期增加 72.45%，主要由于上年同期受外界客观因素影响，国内销售进度滞后且生产成本及运输成本等均高于正常水平，本期无此影响，同时，由于本期美元汇率显著高于去年同期，公司采用美元结算的境外订单毛利增长以及公司境外收入占比较高，账面结存较高金额的美元资产，受益于美元汇率的持续增长，导致本期产生汇兑收益约 1,184 万元，因此本期扣非后归母净利润约为 5,103 万元，较上年同期增加 85.51%。</p> <p style="text-align: center;">2、公司国内的销售模式？</p>

公司在国内的销售模式分为直销和经销。

直销模式采取“DSR”即门到门服务理念，为客户提供全面服务方案。2022年直销营收0.7亿元，占总收入4%，直销模式主要销售自主品牌“开能”牌整机设备，以中国一线城市的中高端消费的家庭用户为目标客户，目前销售区域主要集中于上海、南京、北京，未来随着公司C端业务不断发展，此种模式有望复制至其他城市。相比较于传统经销模式由经销商、品牌商、卖场自行负责提供服务，在直销模式下，公司直接提供售前售中售后服务，为用户提供全方位水处理产品解决方案和全生命周期服务，公司更直接接触达用户，更全面了解用户需求及优化用户体验。

经销模式采取扁平化经销商管理，以“千城千商”为目标，发展直面终端用户的、富有经验的经销商，由经销商负责提供服务，公司提供产品、安装及售后等系统性培训，以县级以上城市的中端消费家庭用户为目标客户。目前全国有500多个经销商或合作伙伴。

3、公司产品在海外市场的优势是什么，销售情况如何？

海外市场广阔，公司净水器产品的国产化替代空间显著。与国内市场不同，欧美市场在净水器方面已经养成消费习惯，净水器成为一种刚需商品。作为全球最大的净水机市场，欧美净水机品牌众多，技术、价格、服务方面存在激烈竞争，欧美品牌占据主导地位。而国产品牌份额虽不高，但对比外国品牌有显著的性价比优势。以北美市场为例，近几年由于疫情原因消费者收入下滑，但净水机对当地消费者属于刚需产品，开能的净水机因其性价比优势，近几年北美市场收入反而大幅提升。近三年北美子公司的平均毛利率为42.39%，高于报告期内集团的整体毛利率。

目前公司水处理产品已进入全球100多个国家与地区，合作伙伴覆盖全球。截至2022年底，公司已发展7家境外

子公司。公司主要产品及核心部件均通过了美国 NSF、德国 TÜV、欧盟 CE、RoHS 等多项国际权威安全及环保认证：2001 年公司成为 WQA 美国水质协会会员单位；2018 年核心部件复合材料压力容器获得 KTW 认证，取得进入德国市场的通行证；2019 年取得欧盟 CE 认证，2020 年获得 NSF International 实验室颁发的测试通过报告，助力软水机整机进入英国市场。

2022 年，公司产品在海外市场的销售收入达 10.72 亿元，同比增长 14.23%，占全年总收入的 65%。目前公司在海外已经与多家长期合作的重要客户达成贴牌生产协议或销售框架协议，有望继续发挥协同效应，支持海外市场份额的不断提升。

4、公司的产品品牌有哪些，产品类型有哪些，适用哪些客户类型？

公司水处理产品领域，主要包括全屋净水机（中央净水机）、全屋软水机（中央软水机）、商用净化饮水机、RO 膜反渗透净水机、多路控制阀（家用控制阀）、复合材料压力容器。

直销模式以“开能”牌整机设备为主，同时提供 DSR 售后服务，提高用户粘性。国内经销品牌以“奔泰”牌产品为主，国外经销品牌主要为“Canature”牌和“Hydrotech”牌，在北美知名卖场销售的品牌主要包括“Hydrotech”牌、“NOVO”牌和“Rainfresh”牌。ODM/OEM 模式在国内与欧美均有。

客户类型包括住宅、学校、医院、商业等，公司的产品先后在北京奥运会、上海世博会、上海世界游泳锦标赛以及今年杭州亚运会（马术场馆）等国家重点项目中被使用，同时也是中国人民解放军总医院（301 医院）、上海人民广场、上海浦东滨江大道驿站上海知名大型游乐园直饮水系统设备提供商。

5、公司未来的营销投入规划？

公司希望三年内销翻一番，国内小水市场规模很大，公司希望通过小水市场发力、转债募投的线下投入，使公司在小水的品牌知名度在规模上有所体现。

营销方面，公司现在有高铁等地的广告投入，也会扶持经销商做大做强，去年年底经销商和合作伙伴数量 500 家左右，今年年底预计 600 家出头。

制造方面，秉承原有思路，制造是公司的根基，会在智能制造、数据化等方面进一步精细化。

6、公司的核心竞争力在哪里？

公司全屋净水产品的核心在与复合压力容器、控制阀和整机制造，公司的主要竞争力首先体现在公司为国内最早进入全屋净水领域的企业，公司的产品及技术达国际领先水平，且具有较强的国产化替代能力；其次，公司产品具有完整的产业链，其除活性炭、KDF 铜锌合金、树脂等用于过滤的材料为外购外，其他零部件从原材料开始均为自制，产品的各部件自制率在 95%以上；其三，丰富的产品结构与产品销售模式、销售渠道（包括 ODM、经销、DSR 直销等）以及海外销售子公司等多种途径相结合。

7、目前原能集团发展情况如何？

原能集团是由公司在 2014 年全资设立，核心业务是细胞存储，随着业务的不断发展，所需的资金也不断增加，早期也在不断融资发展，目前公司持股比例在 23%，其涉及的业务领域也越来越完善和清晰了，原能集团是控股型公司，旗下分别为细胞存储深低温装备研发制造（原能生物）、免疫肿瘤细胞药物研发（原启生物）、细胞类轻医美（基元美业、原天生物）、细胞存储（细胞库公司）、物业园区（张江药物核心地段三大园区 80 亩地，8 万平，出租率 90%以上）。相关公司的资本

	<p>市场发展方向已经很清楚，也正在请专业团队在运营。我们也一直很关注原能的发展，支持他的成长。</p> <p>二、园区、车间、展厅参观</p> <p>欢迎各位投资人能够到公司来考察交流，这样对于公司的产品、理念会更加理解。感谢各位投资人。</p>
附件清单(如有)	
日期	2023 年 10 月 9 日