

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 checked="" type="checkbox"/> 其他（电话会议） <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	2024年2月27日，申万宏源策略会参与单位： 申万宏源、循远资本、浙江国信投资 2024年2月29日电话会议：东北证券、东方基金 2024年3月1日华西证券策略会 华西证券、广发证券、方知资本
时间、地点	1、申万宏源策略会：上海锦江汤臣洲际酒店 2024年2月27日 9:00-13:00 2、电话会议：公司会议室（上海浦东新区川大路518号） 2024年2月29日 9:30-10:30 3、华西证券策略会：成都市武侯区盛美利亚酒店 2024年3月1日 15:00-17:00
上市公司接待人员姓名	董事会秘书徐延茂
投资者关系活动主要内容介绍	1、公司基本情况介绍 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。 2023年前三季度公司实现营业总收入12.4156亿元，与上年基本持平，归属于上市公司股东的净利润为1.29亿元，较上年同期增长44.30%。4季度经营情况总体稳定，公司产品呈现出健康改善特性，虽是家电制造企业，但依托独特的服务属性和健康升级属性，导致受地产链的影响不大。

2、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，开能集团品牌产品占比约 50%，ODM 约 50%。

客户类型包括行业客户、经销商及终端，如住宅、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。

3、公司国内的销售模式？

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。22 年底全国有 500 多个经销商或合作伙伴，23 年底增加量较多。

4、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,公司也在积极布局谋划出海战略。

5、公司未来的营销投入规划?

国内小水市场规模约为 320 亿,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,从而带动大水系列产品的 c 端销售规模。

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,今年年底增加较多。

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、展望 Q4 国内外情况

净水机是很清晰的一个行业,开能是一家很稳健的公司。公司未来将会加大渠道建设和经销商门店开发、提升市占。现在净水产品国内的渗透率在 20%左右,未来随着经济发展、人们的健康意识提升,渗透率一定会有所提升。另外,目前国内净水产品渗透率主要以小水机器为主,随着人们健康意识的提升以及对净水产品的认识的加深,家装全屋净水机也是未来

	<p>趋势，那么公司在全屋净水机方面的优势就会更为突出，同时也会带动市占率的提升。</p> <p>8、目前原能集团发展情况如何？</p> <p>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 36.52%，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，围绕细胞产业，形成了 3 块业务板块，（1）医药产业园区：张江药物核心地段三大园区 80 亩地，8 万平，出租情况非常好；（2）细胞产业孵化：细胞类轻医美（基元美业）、细胞制剂制备（原天生物）、细胞存储（细胞库公司）、动物房模式（莱森原）等；（3）细胞产业投资包括，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），这两家公司原能集团的投资比例分别为 22%和 10%，聘请专业团队在运营，目前原启的抗肿瘤药物临床实验也在进行阶段。我们也一直很关注原能的发展，支持他的成长。</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	2024 年 3 月 1 日