

证券代码：002615

证券简称：哈尔斯

债券代码：128073

债券简称：哈尔转债

浙江哈尔斯真空器皿股份有限公司
投资者关系活动记录表

编号：2020-05-20

投资者关系 活动类别	<input type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input checked="" type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 路演活动 <input type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 其他
参与单位名称及 人员姓名	公司投资者
时 间	2020年5月20日下午
上市公司接待 人员姓名	郭峻峰、孙大建、吴汝来、彭敏、刘溪等
接待地点	http://www.yuediaoyan.com、“哈尔斯投资者关系”小程序
投资者关系活动 主要内容介绍	<p>1、公司未来在资本市场上有什么计划吗？</p> <p>答：您好！公司将充分借力资本市场平台，巩固主营业务带来的内生增长空间，此外，公司也将积极利用资本市场平台探索外延式发展契机，持续寻找与公司高度协同、能够带来总体效率提升、优质产业标的，扩展公司业务领域、获取发展外部资源、积极为公司业务发展注入新动力。后续如发生上述相关事项，我们也将根据法规要求及时履行信息披露义务，请您持续关注公司后续公告，谢谢。</p> <p>2、请问公司发行可转换公司债券募集的资金主要用途是什</p>

么？

答：年产 800 万只 SIGG 高端杯生产线建设项目和偿还银行贷款。

3、去年经营现金流净额同比翻了一番，是什么业务带来现金流的增长？未来是否有可持续性？

答：2019 年公司经营活动现金流量净额为 10,511.64 万元，同比增长 99.57%，与本年度净利润存在差异的原因主要系销售商品收到的现金，收到的税费返还增加及公司非付现成本计提资产减值准备、固定资产折旧增加所致。

4、19 年营业收入同比变化不大，但净利润却同比大幅下滑，请问是公司哪块成本费用出了问题？

答：2019 年公司实现营业收入 17.94 亿元，同比下降 0.03%。营业收入持平，净利润下降主要原因系公司销售毛利率下降；电商渠道为实行全网策略，加大力度拓展线上业务，致销售费用同比增加；为提升产品竞争力、企业综合竞争力等，公司加大了研发投入和信息化建设投入致研发费用、管理费用增加；发行可转换公司债券致财务费用增加。

5、跟瑞幸的合作怎么说？

答：您好！截止目前公司与瑞幸尚未就有关产品开发、销售等方面的事宜取得实质性进展，亦未就相关合作事宜签署或达成任何实质性的协议或其他安排，即双方尚未建立实质性的业务往来，谢谢！

6、请问公司董事长增持公司股份是出于什么考虑？

答：您好，基于对公司未来发展、未来业绩以及公司管理团队的信心，并对公司股票长期投资价值的认同，坚定全体员工及投资者对公司的信心，控股股东、实际控制人吕强先生向公司及境内主要全资、控股子公司全体正式员工发出倡议。谢谢！

7、并购 SIGG 后与公司业务协同效应主要体现在哪些方面。

答：您好！公司收购瑞士 SIGG 公司后，充分利用瑞士 SIGG

公司品牌及其渠道优势，加大了其在海外渠道、品牌方面的投入，积极开拓高端水具市场，同时 SIGG 的营销网络为公司自主其他品牌出海提供保障，助力提升公司品牌全球化发展进程。近几年瑞士 SIGG 公司的收入规模和销量也较收购前有了一定的增长。2016 年度、2017 年度、2018 年度和 2019 年度，瑞士 SIGG 公司分别实现营业收入 5,612.19 万元、9,172.89 万元、13,408.06 万元和 13,246.57 万元。总体上，瑞士 SIGG 公司的经营情况持续向好。谢谢关注！

8、贵公司在行业的核心竞争力是什么？

答：您好！公司在制造与技术、质量管理、国内国际营销网络优势、品牌等四大方面具有行业竞争优势，具体详见《2019 年年度报告》第三节之“三、核心竞争力分析”。谢谢！

9、国内市场同比下降，销售毛利率也在下降，请问是国内竞争的加剧？还是其他的什么原因？

答：您好，国内市场，2019 年电商全网策略实施，加大了对网络平台的费用投入，导致费用率提高；2019 年上半年，公司在大幅度调整产品结构，并在消化部分库存，导致毛利率降低，2019 年下半年销售实现了正增长；国内市场通过 2019 年的调整，市场结构和产品结构均取得一定的改善，为后期的发展，夯实了基础。感谢关注，谢谢！

10、关注哈尔斯三年了，请问公司如何回报长期投资者？

答：您好，公司一直以来经营稳健，公司高度重视对投资者的投资回报，制定了长期稳定的利润分配政策，公司近三年，2017-2019 年，公司现金分红金额占合并报表中归属于上市公司普通股股东的净利润比率分别为 74.75%、33.04%、59.57%，分红比例较高（2019 年分红实施请关注公司后续公告。）；同时公司也将努力改善生产经营业绩，保持稳定的分红派息政策回报投资者。谢谢关注！

11、公司是否有布局线上销售渠道？是否会考虑跟抖音等

平台合作？

答：您好！2020年，公司将加速品牌传播升级，渠道跨界融合，深化渠道建设，提升业务规模。有关具体内容详见《2019年年度报告》第四节之“九、公司未来发展的展望”。谢谢！

12、面对消费升级带来的机遇和挑战，公司将如何作出应对？

答：您好！公司将积极迎接挑战，把握消费升级带来的机遇。2020年，公司将继续围绕“产品研发枢纽、创新研发先锋”的定位，完善和优化平台化运作，为业务系统提供价值和服务支撑，提升公司产品开发设计能力，大力提升公司产品价值。结合市场需求，深入开展产品预研工作；积极推进跨部门并行开发的项目管理工作模式。以产品创新管理为核心，实施轻量、CMF、母婴、抗菌、流量IP等产品策略，重点打造自主品牌产品的精品，从而为消费者提供更高品质、更高颜值、更个性化的产品。谢谢！

13、19年金融资产投资损失严重，今年在投资上有什么打算？

答：您好！2019年投资收益-1,598.34万元，主要系应收款项融资保理手续费738.33万元由财务费用改列至投资收益、处置分类为公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债取得的投资收益为674.86万元，及按照权益法核算的长期股权投资收益出现亏损255.28万元所致，具体请查看年报第七部分--合并报表项目注释的第68点投资收益。2020年投资计划参见公告编号：2020-032，公司于2020年4月24日召开了第四届董事会第二十四次会议，审议通过了《关于2020年度开展金融衍生品交易业务的议案》。

14、公司在品牌宣传上未来有什么规划？

答：您好，公司将持续推动品牌升级，加大SIGG、SANTECO、NONOO等子品牌的国内布局。在保持传统媒介传播的基础上，积极持续推进户外新媒体、社交媒体、垂直媒体等新媒介渠道的推

	<p>广力度，并根据移动互联网发展趋势，统筹运用多种新兴传播途径，加强与消费者的互动沟通，不断提升品牌影响力，提升新时代主力消费人群对公司品牌的认知度、忠诚度和购买意愿。谢谢！</p> <p>15、目前公司研发投入情况能否介绍下？</p> <p>答：您好！2019年公司以市场为导向，持续加大对公司新产品、新材料、新技术研发投入，进一步拓展产品线，累计投入研发费用 6747.26 万元。2019 年新增专利 30 项，其中：发明专利 6 项，实用新型专利 17 项，外观专利 7 项。</p>
附件清单（如有）	无
日期	2020 年 5 月 20 日