

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

序号	人员姓名	机构名称
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

序号	人员姓名	机构名称
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	王子澈	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，对毛利率会有一些影响；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。