股票代码：603579 股票简称：荣泰健康

上海荣泰健康科技股份有限公司

机构调研纪要

一、时间：2017年7月6日9:30

二、地点：上海市青浦区朱枫公路1226号

三、调研机构及人员：

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 序号 | 机构名称 | 人员姓名 |
| 1 | 景林资产 | 王雄、王喻 |

接待人员：应建森

记录人：蒋蓓蓓

四、会议内容

公司董秘应建森先生就公司基本情况及投资者关注的内容进行了交流，具体交流情况如下：

（一）投资者互动提问环节：

1、怎么看待淘宝上售卖的较低价及仿冒品牌的按摩椅情况？

淘宝相对而言没有天猫监管的那么严格，所以可能会有刷单现象。但是这些低价模仿的产品相对于正品肯定在外观、体验的舒适度及功能方面肯定是比不了的。

2、目前中高端按摩椅有没有专利？

有，比如“L型导轨”本公司就申请了专利，但市场上也有模仿的。

3、中国这个行业一开始都是做代工的吗？

荣泰从开始创建就立足于品牌的建设，从1997年进入行业以来，是业内第一家聘请代言人、在央视大规模做广告的公司。目前在广告投放方面，打法采用组合拳的方式，例如在黄浦江边播放投影、在京沪高铁上打广告、电视植入等方式

4、是什么让荣泰在行业内脱颖而出？

公司每年把不低于5%的经费投入研发，常年累月的研发投入也带来了丰厚回报。国内销售来看，经销商是主流，因此我们的销售渠道也完善。从韩国客户BODY FRIEND选中荣泰作为合作伙伴来看，公司的产品品质、稳定性、供货及售后服务等方面都是被得到认可的。对于消费者而言，公司的产品在外观、功能、服务等方面也是有优势的。

5、韩国客户成功的过程？

2012年前韩国市场和现在的中国市场差不多，消费习惯以中低端为主，后来他们组建了有全球眼光的团队。2012年与荣泰结识，2013年在与其他公司产品的比较及在韩国的试销过程中，荣泰的产品脱颖而出。我们的这家韩国客户在韩国深耕多年，并成功的将消费者向中高端引导。他们投入较大支出在广告和营销上，并通过电视购物（在韩国电视购物较有影响力），聘请代言人等方式让消费者接受按摩椅，同时也开创了39期分期付款的方式打通了支付通道。而且韩国整体生活品质、消费水平较高。Bodyfriend在韩国中高端市场占有率达到75%，处于领先地位，荣泰供货占其按摩椅采购量的85%。

6、韩国市场接下来的增长空间？

在维持现有增长的基础上，积极开拓以美国为代表的国际市场。

7、公司研发团队有多少人?

研发团队将近150人左右。

8、公司按摩椅在韩国的零售价？

约为人民币2.5万元左右。

9、共享按摩椅的铺设情况？

从2016年3月开始铺设，截止一季度末累计铺设了15000台。

10、目前来看摩摩哒使用的人数、铺设的速度如何？

符合预期。

11、共享按摩椅最大的成本是什么？

进店场地成本是占比最大的成本。