

公司代码：603579

转债代码：113606

公司简称：荣泰健康

转债简称：荣泰转债

上海荣泰健康科技股份有限公司

2020 年年度报告摘要

一 重要提示

- 1 本年度报告摘要来自年度报告全文，为全面了解本公司的经营成果、财务状况及未来发展规划，投资者应当到上海证券交易所网站等中国证监会指定媒体上仔细阅读年度报告全文。
- 2 本公司董事会、监事会及董事、监事、高级管理人员保证年度报告内容的真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担个别和连带的法律责任。
- 3 公司全体董事出席董事会会议。
- 4 中汇会计师事务所（特殊普通合伙）为本公司出具了标准无保留意见的审计报告。
- 5 经董事会审议的报告期利润分配预案或公积金转增股本预案

公司拟以实施利润分配方案时股权登记日的总股本（扣除股份回购专户中的股份数量）为基数，以未分配利润向全体股东每 10 股派发现金股利人民币 5.00 元（含税），不进行资本公积转增股本。剩余未分配利润结转以后年度。

二 公司基本情况

1 公司简介

公司股票简况				
股票种类	股票上市交易所	股票简称	股票代码	变更前股票简称
A股	上海证券交易所	荣泰健康	603579	-

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	应建森	彭丽
办公地址	上海市青浦区朱枫公路1226号	上海市青浦区朱枫公路1226号
电话	021-59833669	021-59833669
电子信箱	Public@rotai.com	Public@rotai.com

2 报告期公司主要业务简介

（一）公司从事的主要业务

1、公司的主要业务为按摩器具的设计、研发、生产、销售，以及打造按摩体验平台，提供共享按摩服务。作为国内主要的按摩器具产品与技术服务提供商之一，公司以“服务亿万人群众，走进千万家庭”为愿景，致力于为全球用户带来健康时尚的生活方式。

2、当前主要产品

按摩椅产品



双子座旗舰椅



大白按摩椅



瑜伽椅



星翌椅



魔方按摩椅



霄摇椅



摩舰椅



星舰椅



太空舱按摩椅



天语者按摩椅升级版



元气瑜伽椅



宠爱椅



摩云AI全身按摩椅



休闲按摩椅



小摩侠按摩椅蜘蛛侠版



小精灵

按摩小件



筋膜枪 (漫威联名)



按摩垫



智能颈部按摩器大白系列



摩舒枕蜘蛛侠系列



腿足按摩器



健足纤腿按摩



摩足精灵



小摩登足部按摩器



颈部按摩器



颈部按摩器



专业筋膜按摩枪



筋膜按摩枪



腿膝足按摩器



眼部按摩器



眼部按摩器蜘蛛侠版



头皮按摩器



腰椎拉伸按摩器



颈椎拉伸按摩器



腰臀办公按摩坐垫



热敷按摩颈枕

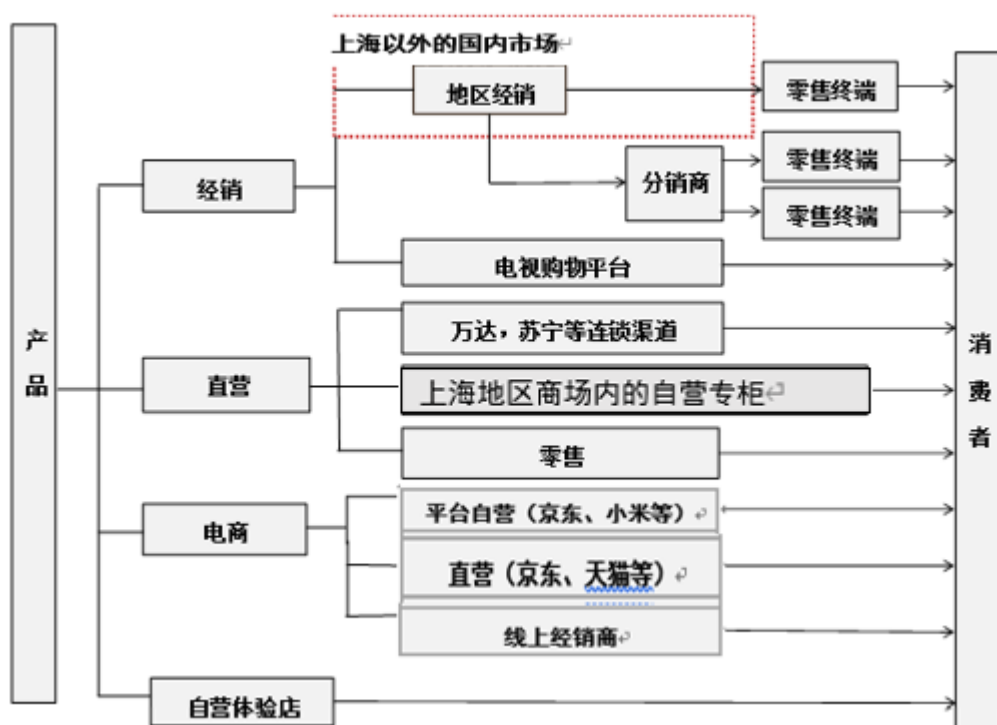
（二）公司经营模式

1、销售模式

公司针对国内外市场采取不同的经营模式。在国内市场以自有品牌经营为主，同时为个别企业提供 ODM 代工生产；国外市场主要以 ODM 的形式为世界各地品牌提供代工生产，并逐步通过电商渠道将自有品牌向国际市场推广。

（1）国内业务销售模式

公司国内业务分为经销、直营、电商、体验店、ODM 五种销售方式，构建了以经销、商场终端、连锁卖场、汽车 4S 店、电子商务、电视购物、体验店等销售模式相结合的立体营销渠道。

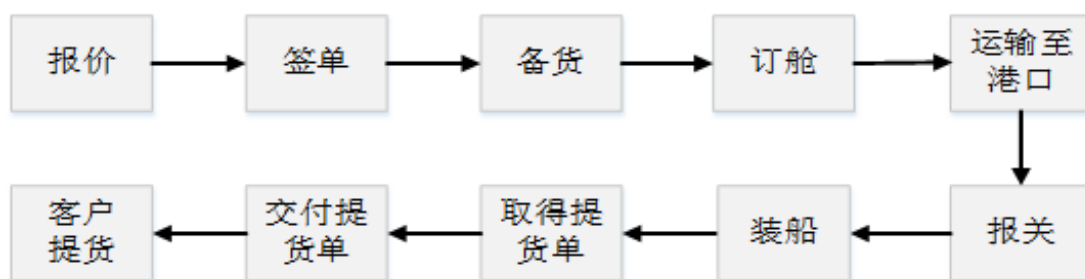


（2）出口业务销售模式

公司在自主研发出新产品后，公司会向国外品牌经营商推荐试样，再根据境外市场反馈对产品进行改进、完善，最后将产品批量生产，售往当地市场。

公司外销均为直接销售，即公司直接为境外客户提供代工生产，境外客户购买产品后自行确定产品品牌、销售渠道和销售价格，出口业务无经销模式。

公司产品出口业务主要流程如下：

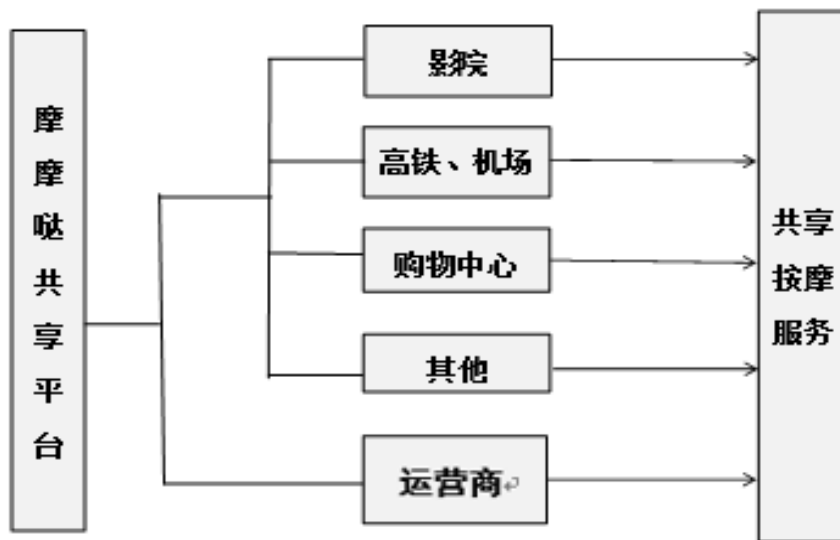


公司出口业务以 FOB 方式为主，在收到客户预付款项或信用证后，根据客户需求组织生产，完工后进行报关、装船。公司在商品出库并报关取得报关单后确认外销收入。

2、共享服务模式

公司自 2016 年乘共享之风，强势进军共享按摩服务市场，其创立的“摩摩哒”共享按摩品牌已相继进驻了全国 32 个省、2164 个县市的知名商超、头部影院及重要交通枢纽等人流密集场所，成为共享按摩服务中的龙头，也进一步提升了“荣泰”“摩摩哒”双品牌在消费者中的知名度，并实现了“体验按摩”到“按摩器材入户”的销售转化。

随着公司在共享按摩服务市场的深耕，“摩摩哒”用户数量已突破 1 亿人次，相应的大数据运营平台亦逐步成熟，奠定了公司共享按摩业务轻资产化、技术输出化的转型基础。公司自营按摩椅转让至优质运营商合作运营，网点经营效率稳步提升，管理成本有效下降，同时也增加了公司的技术服务创收，实现了多方共赢的局面。



3、生产模式

在生产管理上，公司全部采用订单生产模式，具体流程为：销售部门确认客户订单，录入 ERP 系统并下发至制造中心生管部，由制造中心生管部编制生产任务单，排定生产计划，并下达物料需求计划（采购申请单、委外申请单）。资材部收到生管部物料需求计划后采购物料，经品管部检验合格后入物流部原材料库，各制造部门依据 K/3 生产任务单安排领料、生产，产成品完工验证合格后，流入物流部成品库。

4、采购模式

公司主要依据客户产品订单数量，结合所需的安全库存来进行原材料采购。操作上，由生管部门下达采购计划，资材部负责选择供应商及采购。公司采购原材料主要包括电器类部件、电子类部件、缝制类部件、塑料类部件和五金类部件等。对于主要原材料，公司选定 2-3 家合作供应商，以避免因突发的原材料短缺而造成生产经营中断。对于数量较多的原材料，公司以成本优先的原则，就近选择合格供应商。

（三）公司所处行业情况说明

1、公司所处的行业

根据中国证监会《上市公司行业分类指引》（2012 年修订），本公司所处行业属于专用设备制造业（C35）。

按摩器具行业属于市场化程度较高的行业，各企业面向国内外市场自主经营，政府职能部门进行产业宏观调控，行业协会进行自律规范管理。行业主管部门中国轻工业联合会、中国医药保健品进出口商会等，具体如下：

中国轻工业联合会通过组织制定按摩器具领域国家或行业标准对行业健康持续发展进行规范管理，由其下辖全国家用电器标准化技术委员会负责制定本行业的产品国家标准。

中国医药保健品出口商会是商务部下属的六大进出口商会之一，主要职能是对会员企业的外经贸活动进行协调指导，提供咨询服务。

由于本行业出口比例较高，故行业引导和服务职能主要由中国医药保健品出口商会承担。商会专门下设了按摩器具分会，其主要职责包括全行业生产经营活动数据的统计、分析，行业重大问题的调查研究及政策建议，企业与政府的沟通协调等。

2、行业主要法律法规及政策

《“十四五”规划和 2035 年远景目标》提出，全面推进健康中国建设。把保障人民健康放在优先发展的战略位置，坚持预防为主的方针，深入实施健康中国行动，完善国民健康促进政策，织牢国家公共卫生防护网，为人民提供全方位全周期健康服务。完善全民健身公共服务体系。加快发展健康产业。实施积极应对人口老龄化国家战略。推动养老事业和养老产业协同发展，健全基本养老服务体系，发展普惠型养老服务和互助性养老，支持家庭承担养老功能，培育养老新业态，构建居家社区机构相协调、医养康养相结合的养老服务体系，健全养老服务综合监管制度。

《“健康中国 2030”规划纲要》提出，把健康摆在优先发展的战略地位，立足国情，将促进健康的理念融入公共政策制定实施的全过程，加快形成有利于健康的生活方式、生态环境和经济

社会发展模式，实现健康与经济社会良性协调发展。

《智慧健康养老产业发展行动计划（2017-2020年）》提出，丰富智能健康养老服务产品供给，针对家庭、社区、机构等不同应用环境，发展健康管理类可穿戴设备、便携式健康监测设备、自助式健康检测设备、智能养老监护设备、家庭服务机器人等，满足多样化、个性化健康养老需求。

《关于促进分享经济发展的指导性意见》提出，鼓励和引导分享经济企业开展有效有序竞争，切实加强对分享经济领域平台企业垄断行为的监管与防范，维护消费者利益和社会公共利益，营造新旧业态、各类市场主体公平竞争的环境。严禁以违法手段开展竞争，严厉打击扰乱正常的生产经营秩序的行为。

针对共享按摩椅市场持续稳定发展，而相应的商用按摩椅国家标准尚未出台的市场痛点，中国医药保健品进出口商会带领荣泰健康等行业龙头企业组织编制完成《商用按摩椅通用技术规范》《商用按摩椅安全要求》《商用按摩椅移动支付要求》三项团体标准。三项团体标准进一步规范了市场，避免了因标准缺失而引起市场秩序的混乱，维护了行业及消费者的利益。此三项标准内容可操作性强，在已有家用按摩椅国标的基础上提高了商用保健按摩椅技术、安全指标和耐久性技术要求，同时提升了产品的质量稳定性、安全性和可靠性，主要技术指标达到国内一流。

3、行业发展概况

（1）基本概念

按摩器具是指将中医的经络按摩医术与现代高科技手段融为一体，研发出的能模拟人手按摩的机器，让人能轻松、方便地享受舒适按摩，起到减轻疲劳和保健强身等效果。

目前，按摩器具主要分为两大类：以功能全面、性能优越为诉求的全功能按摩椅和功能相对单一、但便携、灵活的按摩小电器产品。

（2）行业发展历程

现代按摩器具行业起源于上世纪六十年代的日本。在当时技术创新背景下，为满足人们对舒缓肌体压力的需求，日本企业研制出第一台全自动按摩椅。受限于当时的技术水平，早期按摩器具主要是功能单一的仅能实现放松僵硬肩背的按摩椅，客户体验与人工按摩相差较大，市场整体发展较为缓慢。

上世纪八十年代，随着新材料和电子技术的不断进步，按摩器具的舒适度得到了大幅提高，按摩椅开始逐步进入家庭。在此背景下，部分知名传统电器制造厂商也开始涉足按摩器具行业，包括松下（Panasonic）和大东（THRIVE）等。随着生产厂商的增加，按摩器具的产品种类也逐渐丰富。除传统按摩椅外，生产厂商根据消费者的差异化需求，开始推出部分功能相对单一，但更

便携、更灵活的小型按摩器具产品，如足部按摩器等。这段时期，日本厂商在挖掘国内市场的同时，也开始向海外周边区域寻求扩张。现代按摩器具开始通过区域贸易进入我国和以“亚洲四小龙”为代表的深受中国传统养生保健文化影响的其他东亚及东南亚国家和地区。

九十年代起，随着居民消费水平的不断提升，按摩椅进入家庭的步伐加快，各类按摩小电器品种进一步丰富，逐步延伸出足部、腿部、腰部、背部、头部等细分按摩器具市场。在全球一体化的背景下，全球按摩器具市场规模迅速发展，逐步从日本、东亚和东南亚市场走向了北美、欧洲等地区，但欧美市场主要以按摩小电器产品为主，按摩椅主要消费人群仍然位于日本、韩国、新加坡、香港、马来西亚等东亚、东南亚地区。该时期按摩器具的生产制造以日本、台湾等东亚和东南亚地区为主。

进入二十一世纪，按摩器具市场进一步发展。随着互联网应用的全面普及，居民对于电脑产品的使用率越来越高。长时间使用电脑进行办公或娱乐，导致出现肩酸等身体不适症状的人群逐渐增多。在此背景下，按摩保健产品的需求群体不再仅限于中老年消费者，按摩器具的消费群体进一步年轻化，整体市场需求迅速扩大。目前，全球已形成北美、欧洲、东亚和东南亚几个主要消费区域。在按摩器具生产领域，伴随着中国作为世界制造中心的崛起，台湾地区的按摩器具生产已基本完成转移，日本厂商也逐步退出了按摩小电器、中低端按摩椅等单价较低产品的生产领域，专注于高性能多功能按摩椅等按摩产品的研发与生产。目前，我国已逐步成为全球按摩器具研发与制造中心。

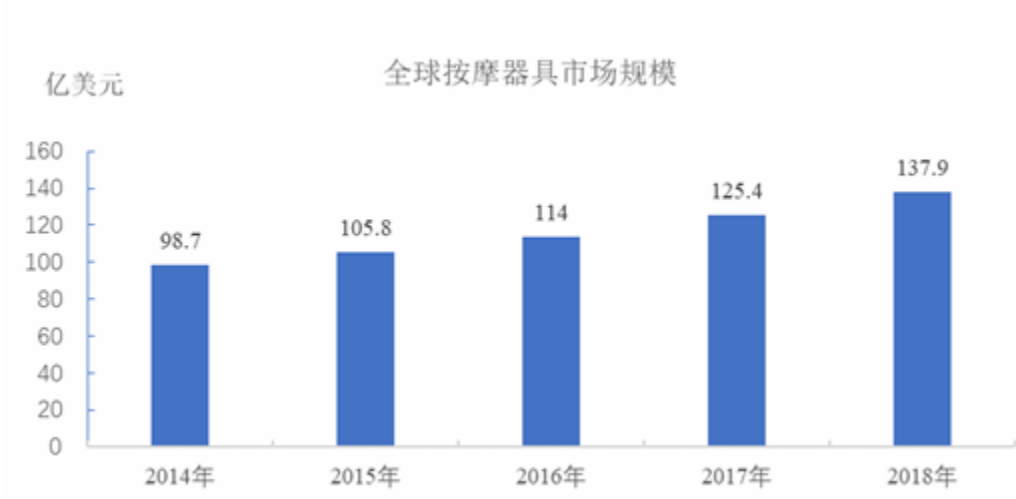
据中国医保商会统计，2020年我国按摩器具(HS9019101000)出口总额43.49亿美元，同比增长42.59%，增速同比提高26.19个百分点，出口数量同比增长31.71%，出口价格同比增长36.29%，全行业出口实现了量价齐升的良好态势，并均创历史新高。纵观全年，2020年第一季度，受全球疫情蔓延影响国际需求和跨国投资大幅下降，经济面临前所未有的挑战，按摩保健器具产品作为非刚性需求产品，国际贸易受阻明显，一直以来我出口增长强劲势头有所遏制。但从第二季度起，随着国内疫情防控形势持续向好，复工复产、复商复市加快推进，部分市场逐步疫情防控良好，尤其是受疫情居家的影响，全球“宅经济”快速发展，出口形势止跌回稳后继续反弹向好，全年出口额逐步呈现出迅速增长的强劲态势。作为世界按摩保健器具制造和出口大国，2020年我国共出口200个国家和地区，基本覆盖全球，尤其美国、德国、韩国、日本和英国对我国按摩保健器具呈现出强有力的需求增势，市场供不应求。

4、行业未来发展趋势

经过几十年的发展，按摩器具行业初步呈现出如下发展趋势：

（1）全球按摩器具市场规模持续增长

近年来，随着人民生活水平的不断提高，全球按摩器具市场持续增长。2015年，全球按摩器具市场规模首次超过100亿美元，2017年按摩器具市场规模超过125亿美元，到2018年市场规模一直维持增长趋势，全球市场规模空间较大。



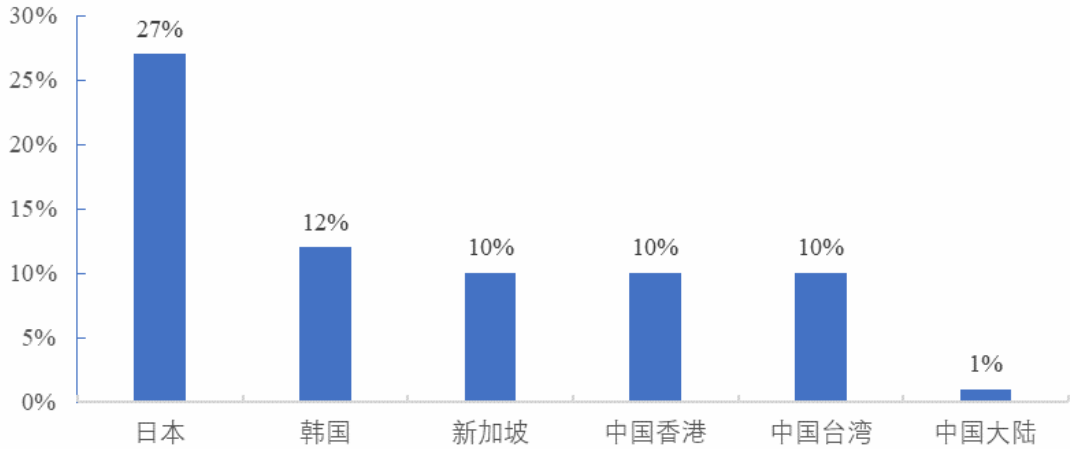
注：数据来源于财富证券研究报告《按摩椅市场空间大，静待行业发展拐点》

（2）国内市场需求旺盛，市场渗透率有望提升

国内人口老龄化趋势不断加强，提升了我国按摩器具的市场需求。按照联合国的标准，一个国家65岁以上的老年人口占比超过7%，则视为进入老龄化社会。2011年，我国65岁以上的人口占比为9.12%，已进入老龄化社会。目前，我国人口老龄化进程逐渐加速，2019年我国65岁以上人口占比已达12.57%。按摩器具作为老龄化时代具备代表性的消费产品，将迎来需求的爆发式增长。

同时，我国按摩产品的渗透率仍较低。以按摩椅为例，现阶段我国已成为按摩椅最大的生产基地，但按摩椅的渗透率不及其他地区，中国香港和中国台湾地区按摩椅渗透率各为10%，而中国大陆地区按摩椅市场渗透率约为1%，与其他地区相比具有一定的差距。但随着我国人口老龄化进程加速和大众消费观的改变，按摩产品的渗透率将不断上升。

按摩椅市场渗透率



注：数据来源于财富证券研究报告《按摩椅市场空间大，静待行业发展拐点》

此外，我国社会经济各方面正处于快速发展时期。在此背景下，快节奏、高压力的生活使得人们饱受颈椎、腰椎及血液循环不畅等慢性病的困扰，亚健康人数不断增加。按摩产品的出现能方便且有针对性地对身体不适地方进行调节放松，亚健康群体规模的增长为按摩椅产品带来广阔的市场空间。随着经济发展和人民生活水平的提高，人们的消费能力及健康消费意识都随之提升，国内按摩产品的市场普及率将呈现持续上升趋势。

(3) 按摩器具产品的技术性不断增强

随着市场竞争的加剧，制造商需要持续进行研发投入，通过新材料和新技术的应用和加工工艺的改善等，不断开发出安全性高、使用更便捷和按摩体验更好的按摩椅产品，以及更为便捷、时尚、具有特色的按摩小电器，从而不断丰富产品线，提升产品技术含量和使用体验，摆脱同质竞争的局面。同时，智能家居、个人健康云管理、大健康数据分析及人工智能交互等创新科技概念的不断涌现，也为行业发展不断提供新的研发热点，推动着行业技术进步。

3 公司主要会计数据和财务指标

3.1 近 3 年的主要会计数据和财务指标

单位：元 币种：人民币

	2020年	2019年	本年比上年 增减(%)	2018年
总资产	2,950,273,548.05	2,461,373,036.61	19.86	2,166,814,091.46
营业收入	2,020,516,424.11	2,313,911,804.43	-12.68	2,295,648,224.52
归属于上市公司股东的净利润	193,001,094.31	295,589,240.20	-34.71	249,210,278.88
归属于上市公司股东的	154,604,149.29	246,939,675.87	-37.39	257,148,110.94

司股东的扣除非经常性损益的净利润				
归属于上市公司股东的净资产	1,659,416,997.40	1,628,991,717.25	1.87	1,489,679,528.56
经营活动产生的现金流量净额	275,594,380.01	446,466,294.73	-38.27	261,352,954.72
基本每股收益(元/股)	1.42	2.13	-33.33	1.78
稀释每股收益(元/股)	1.41	2.13	-33.80	1.78
加权平均净资产收益率(%)	12.09	18.9	减少6.81个百分点	17.60

3.2 报告期分季度的主要会计数据

单位：元币种：人民币

	第一季度 (1-3月份)	第二季度 (4-6月份)	第三季度 (7-9月份)	第四季度 (10-12月份)
营业收入	326,233,469.82	552,570,550.52	527,360,432.19	614,351,971.58
归属于上市公司股东的净利润	29,605,974.36	69,481,289.12	58,923,453.33	34,990,377.50
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润	22,153,274.23	63,317,515.15	48,784,294.41	20,349,065.50
经营活动产生的现金流量净额	-227,682,868.54	149,078,697.36	143,869,041.34	210,329,509.85

季度数据与已披露定期报告数据差异说明

适用 不适用

4 股本及股东情况

4.1 普通股股东和表决权恢复的优先股股东数量及前10名股东持股情况表

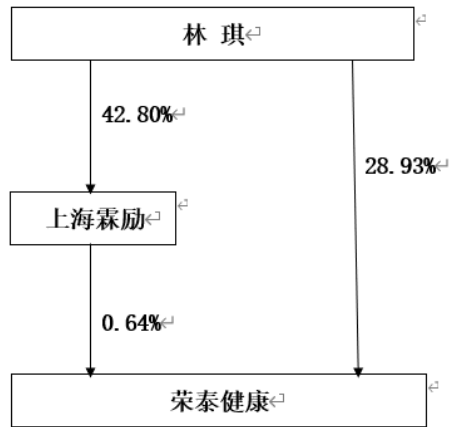
单位：股

截止报告期末普通股股东总数(户)	9,404					
年度报告披露日前上一月末的普通股股东总数(户)	9,321					
截止报告期末表决权恢复的优先股股东总数(户)						
年度报告披露日前上一月末表决权恢复的优先股股东总数(户)						
前10名股东持股情况						
股东名称	报告期内增	期末持股数	比例	持有有	质押或冻结情况	股东

(全称)	减	量	(%)	限售条件的股份数量	股份状态	数量	性质
林琪	0	40,500,400	28.93	0	无	0	境内自然人
林光荣	0	25,700,000	18.36	0	无	0	境内自然人
林珏	0	10,000,000	7.14	0	无	0	境内自然人
上海眺嘉企业管理咨询合伙企业(有限合伙)	-881,936	4,998,064	3.57	0	无	0	其他
中国光大银行股份有限公司-兴全商业模式优选混合型证券投资基金(LOF)	3,802,350	3,802,350	2.72	0	未知		未知
上海荣泰健康科技股份有限公司回购专用证券账户	0	3,630,263	2.59	0	无	0	其他
上海嘉昱资产管理有限公司-嘉昱兴丰16号私募证券投资基金	2,300,000	2,300,000	1.64	0	未知		未知
上海霖励企业管理中心(有限合伙)	-2,899,874	2,100,126	1.50	0	无	0	其他
成都火星资产管理中心(有限合伙)-璞玉浑金私募基金	1,539,683	1,539,683	1.10	0	未知		未知
成都火星资产管理中心(有限合伙)-蝶恋花私募基金	1,191,528	1,191,528	0.85	0	未知		未知
上述股东关联关系或一致行动的说明	上述股东中，林琪、林光荣、林珏为一致行动人。除此之外，公司未知其他股东之间是否存在关联关系或一致行动人关系。						
表决权恢复的优先股股东及持股数量的说明	不适用						

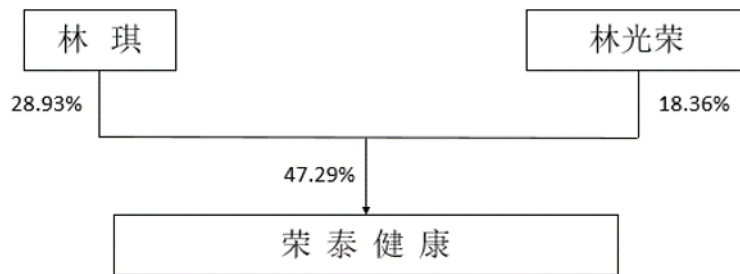
4.2 公司与控股股东之间的产权及控制关系的方框图

√适用 □不适用



4.3 公司与实际控制人之间的产权及控制关系的方框图

适用 不适用



4.4 报告期末公司优先股股东总数及前 10 名股东情况

适用 不适用

5 公司债券情况

适用 不适用

三 经营情况讨论与分析

1 报告期内主要经营情况

报告期内，公司实现合并营业收入 2,020,516,424.11 元，比上年同期下降 12.68%，实现利润总额 198,171,585.37 元，比上年同期下降 39.54%，属于母公司净利润 193,001,094.31 元，比上年同期下降 34.71%，实现归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润 154,604,149.29 元，比上年同期下降 37.39%。

2 导致暂停上市的原因

适用 不适用

3 面临终止上市的情况和原因

适用 不适用

4 公司对会计政策、会计估计变更原因及影响的分析说明

适用 不适用

详见第十一节“财务报告”-五“重要会计政策及会计估计”-44“重要会计政策和会计估计的变更”。

5 公司对重大会计差错更正原因及影响的分析说明

适用 不适用

6 与上年度财务报告相比，对财务报表合并范围发生变化的，公司应当作出具体说明。

适用 不适用

本公司 2020 年度纳入合并范围的子公司共 20 家，详见附注七“在其他主体中的权益”。与上年度相比，本公司本年度合并范围无注销和转让子公司。