

证券代码：002705

证券简称：新宝股份

广东新宝电器股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2016-021

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 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 checked="" type="checkbox"/> 其他 <u>2016年半年报业绩说明会（电话会议）</u>
参与单位名称及人员姓名	国泰君安、广发证券、华富基金、七曜投资、慧利资产等 65方接入电话会议
时间	2016年8月19日（星期五）下午 15:00-15:40
地点	广东新宝电器股份有限公司总部三楼会议室（电话会议）
公司接待人员姓名	董事、常务副总裁、董事会秘书兼财务总监 杨芳欣先生 证券事务代表 陈景山先生 证券事务专员 邝海兰女士
投资者关系活动主要内容介绍	<p style="text-align: center;">一、公司 2016 年上半年经营情况介绍</p> <p>2016 年上半年, 公司实现营业收入 30.17 亿元, 较 2015 年同期增长 5.00%; 公司营业成本 24.03 亿元, 较 2015 年同期下降 0.04%, 实现利润总额 1.87 亿元, 较 2015 年同期增长 44.77%; 实现归属于上市公司股东的净利润 1.42 亿元, 较 2015 年同期增长 41.03%。上述指标变动的主要原因有:</p> <p style="padding-left: 2em;">(1) 创新产品销售比重不断提升, 增强了产品盈利能力;</p> <p style="padding-left: 2em;">(2) 加强产品平台化和自动化建设, 生产效率得以持续提升的同时, 减少了用工数量;</p> <p style="padding-left: 2em;">(3) 针对不同群体的客户对产品进行分级管理, 对生产单位进行 A、B 厂设置, 不同档次的产品使用对应的生产线, 效率有了较大改善。在巩固高端产品市场的同时, 不断扩大中低端产品的市场占有率, 提升全方位的竞争力;</p>

(4) 近年来公司新增了家居护理电器、健康美容电器等品类的产品，实现业务的横向拓展。

从现在到三季度的情况来看，公司有信心实现业绩全年增长 20%-50% 的目标。

二、互动环节主要交流内容

1、公司目前品牌运作情况？

答：公司目前自主品牌 Donlim 在国内销售的主要是烘焙类电器产品，如面包机、烤箱、多士炉、打蛋机等，现阶段公司也在代理一些海外品牌的国内销售，如高端品牌摩飞 MORPHY RICHARDS；未来公司还将探索针对其他品类产品采用新的品牌进行运作，如咖啡机品牌 Barsetto，另外，在净水设备、个人护理电器等品类都有可能推出新的专业品牌。

2、公司其他品类中的直发器为什么收入增长这么多？

答：直发器今年上半年实现销售收入 1.5 亿元，实际上是去年 11、12 月才接的单，开发周期较短，一般公司做不了，但是公司有坚实的研发+制造基础，可以满足客户的需求，甚至最高一个月生产了 120 万台。也算是健康美容电器项目的试水，还比较顺利。

3、能否介绍一下摩飞 MORPHY RICHARDS 和 Barsetto 的经营状况？

答：Barsetto 还处在孵化阶段，量还比较小，摩飞 MORPHY RICHARDS 去年销售收入 3000-4000 万元左右，今年预计应该可以实现 9000 万-10,000 万元收入，增长比较平稳。

4、国内销售增长较快，可否拆分一下东菱及其他品牌的占比？东菱增速如何？

答：国内销售增长较快的是摩飞 MORPHY RICHARDS，大概增长 70-80%，内销除了 MORPHY RICHARDS 基本都是东菱。

5、摩飞 MORPHY RICHARDS 的毛利率水平？

答：摩飞 MORPHY RICHARDS 的毛利率超过 50%，但费用也

较高，净利率在 15%左右。

6、上半年出口增速较慢，是出口市场的原因还是公司订单选择的原因？

答：出口第一季度增长两位数（11%），第二季度稍微放缓。去年旺季从 6 月份开始，今年旺季迟了 2 个月，应该第三季度会补回来，公司争取全年销售收入规模增长 10%左右。

7、毛利率提升较高，尤其是国际市场毛利率达到历史高点，您能不能拆分一下有多少是汇率变化，有多少是效率提升的影响？整体上我们公司的毛利率和净利率还是上升趋势吗？

答：我们的价格参考汇率变化进行浮动定价，因此很难拆分。严格来说，汇率变动对公司 2016 年上半年业绩的影响并不明显，毛利率提升主要还是依靠内在生产的效率的提升。公司区别于过去传统的产品制造商在于掌握了产品的核心技术，是一个研发+制造的企业，所以公司在产品的定价上也有了更大的话语权，加上公司的自动化，毛利率和净利率增长应该可持续发展的。

8、创新产品的规模和增速是怎样的？

答：创新产品规模去年实现 8 亿元左右，今年争取做到 10 亿元，目前增长符合预期，大概增长 15%左右。公司对创新产品有两个定义：1. 人无我有，因为公司是研发+制造企业，产品推陈出新速度快；2. 毛利率在 20%以上。

9、创新产品主要是针对外销还是内销？主要是哪些产品品类？过去几年公司内销毛利率波动较大，公司觉得未来内销毛利率会发展到什么样的水平？

答：创新产品过去主要是针对外销的，内销今年也有推出创新产品，比如随行杯等爆款，未来还有冷咖啡机等；内销毛利率波动跟竞争有关，但是整体趋势是向上提升的，随着“机器+耗材”模式的推进，未来咖啡耗材的毛利率可能在 60%以上，

随着中高端品牌切入，内销市场毛利率整体会上升。

10、公司的公允价值变动收益、投资净收益还有营业外收入金额比较大，波动也比较大，能否解释一下？未来情况如何？

答：第一，公司去年做了美元的远期外汇合约，去年由于汇率波动影响，获得了较高的投资收益，尚未交割的部分也产生了较大的公允价值变动收益，今年由于人民币贬值较多，去年尚未交割的部分交割之后产生了投资损失；第二，公司购买的银行理财产品收益率也在下降，受这两个因素影响，今年整体投资收益下降。

营业外收入波动主要是政府补助的变化，今年增加主要是能源节约，及自动化升级改造、创新方面的补助。政府补助贡献的利润相对自动化改造效率提升贡献的利润比较小。

11、能不能介绍一下自有咖啡机品牌 Barsetto 的定位和发展计划？

答：自有咖啡机品牌 Barsetto 主要销售咖啡机和咖啡胶囊，计划先商用，后民用，未来计划先进驻国内各大城市的办公楼、写字楼及大商场、机场等，采取商业推广的模式，形成品牌之后再转为民用。目前还在孵化阶段，形成收入预计是明年初。Barsetto 采取的是“机器+耗材”模式，除了销售咖啡机，还销售耗材，因此也会采用租赁模式，经营咖啡机耗材市场。机器主要有以下四种类型：1、户外用：机场、大型商场等；2、准商用：面包店、咖啡店；3、全自动咖啡机；4、胶囊咖啡机。后期线下推销主要和经销商合作，因为还需要大量的线下维护和服务来提升客户体验。

12、健康美容电器项目启动了吗？未来是否会在国内销售？

答：健康美容电器项目已经启动，定位是全球市场，目前主要以出口为主，与国外的品牌进行合作，同时正在探索以新

	<p>的专业品牌新的方式进行运作。</p> <p>13、今年订单后移这种情况发生过吗？</p> <p>答：过去也有，公司旺季启动最早是6月份，最晚8月份，可能受经济周期和厂商库存策略的影响，去年有点去库存的意思，影响延伸到今年上半年，但是今年三季度到11月份的订单已经见到，增速超过上半年。</p> <p>14、小家电是否存在产品销量不大，没法达到规模效应的问题？</p> <p>答：公司接的国外订单是有选择性的，如果客人订单批量不大，有些品类会放弃不做，所选择的产品品类一般有较大的市场需求，如果批量不大，但在国内有比较大的规模，也会去做。制造方面，我们是专业化的工厂，某些产品一两条生产线也可以去做，比如小米净水器每月只有2-3万台的产量，也能发展得很好，实现较好的盈利，最终实现公司整体规模和利润的增长。</p>
附件清单（如有）	无
日期	2016年8月19日