

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：2016-024

投资者关系活动类别	☒ 特定对象调研 ☐ 分析师会议 ☐ 媒体采访 ☐ 业绩说明会 ☐ 新闻发布会 ☐ 路演活动 ☐ 现场参观 ☐ 其他（请文字说明其他活动内容）
参与单位名称及人员姓名	华泰证券 王鹤岱先生 博时基金 王晓冬先生 中国平安 高瑛先生 红筹投资 彭昭昱先生
时间	2016年9月5日（星期一）上午 10:30-12:00
地点	广东新宝电器股份有限公司总部
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	一、活动情况简介 公司相关人员与到访机构人员就公司竞争优势、目前的生产经营情况和行业环境进行了交流，并参观了公司产品展厅。 二、投资者互动环节主要交流内容 1、Donlim 及 Morphy Richards 的推广及销售情况？ 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、打蛋机、多士炉等，主要通过电商、电视购物、礼品等方式进行销售及推广。Morphy Richards 品牌国内代理销售渠道主要是电商和微商等线上销售渠道。Donlim 主要销售大众化、性价比高的产品，而 Morphy Richards 是英国知名品牌，所以定位和推广方式会与传统有所不同。Morphy Richards 今年在微商渠道销售取得了较好的业绩，一些爆款如随行杯的销售情况良好。

Morphy Richards 去年销售收入 3000-4000 万元左右，今年预计应该可以实现 8000 万-10,000 万元收入，增长比较平稳，内销除了 Morphy Richards 基本都是东菱。公司计划拓宽产品品类及调整产品结构，预计未来还会有增长。此外，未来国内销售部分产品会以其他专业品牌切入，如咖啡机品牌 Barsetto 等。

2、咖啡机品牌 Barsetto 情况介绍？如何推广？

答：Barsetto 是公司在海外注册的咖啡专业品牌，主要销售咖啡机和咖啡胶囊，公司有专门的团队在运作，相关产品在海外已上市，定位是全球市场。国内推广计划先商用，后民用，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，也会采用租赁模式，经营咖啡机耗材市场，因此会涉及到三方，除了公司以外，还有租赁机器的租赁方及负责日常维护服务的服务商或者经销商。

3、Barsetto 的咖啡机都是公司自己生产吗？

答：Barsetto 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。户外用的机器公司暂时不生产，其他机器由公司生产。

4、与星巴克等咖啡店相比, 竞争优势在哪里？

答：Barsetto 是意大利专业咖啡品牌，耗材都来自于意大利进口，公司在意大利聘请了专业的咖啡师进行调试口味，在口感、性价比方面会有优势。

5、公司销售收入中代工及自有品牌的占比？

答：代工占比 89%左右。但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，毛利率和净利率

近年来在逐步提升，过去净利率只有 3%左右，现在净利率可以达到 5%-6%左右。除了现有品牌 Donlim 及 Morphy Richards，未来国内销售部分产品会以其他专业品牌切入，未来三到五年国内销售规模占比目标争取达到 15%。

6、公司未来品牌规划？

答：公司目前自主品牌是 Donlim，主要是在国内通过线上渠道销售烘焙类电器产品，如面包机、烤箱、打蛋机、多士炉等。现阶段公司也在代理海外品牌 Morphy Richards 的国内销售，目前公司在国内市场与 Morphy Richards 的合作方式主要是品牌代理授权方式，未来可能会以合资或者其他方式进行合作。同时，公司注册了新的咖啡机自主品牌 Barsetto，主要销售咖啡机和咖啡胶囊，相关产品在海外已上市，未来定位在全球市场销售。公司未来还会继续探索针对其他品类产品采用新的专业品牌新的方式进行运作，预计未来 3 年会推出 3-5 个新的专业品牌，或者更多。

7、公司如何把握客户需求？

答：公司每年会派大量销售人员及研发人员参加国内外各大展会，同时会订阅最新的知名第三方报告来了解市场需求。此外，公司拥有覆盖全球的营销网络和经验丰富的营销团队，与飞利浦、松下、西门子、伊莱克斯等国际品牌商建立了长期战略合作伙伴关系，结合全球各知名品牌商需求进行综合分析，进而引导客户、反哺市场。近年来，公司加快产品配件标准化和自动化建设，从组织架构上对生产单位进行 A、B 厂设计，标准化与差异化并存，从而满足高、中、低档客户的差异化需求。

8、微商是否有专业团队在运作？

答：有。微商是公司新增的一个销售渠道，目前主要销售公司代理的 Morphy Richards 的产品及其他一些从国外引进的符合国内市场需求的创新产品，销售情况良好，费用率较低，

同时可以增加这些产品的曝光度，但目前规模较小。公司高度重视微商渠道对销售带来的机遇，未来会加大人力和物力的投入，做好微商渠道的拓展工作。

9、公司健康美容电器项目介绍？

答：健康美容电器相关产品主要包括电动牙刷、直发器、洗脸仪及其他健康美容电器等产品，市场定位是全球市场，目前主要以出口为主，与国外的品牌进行合作，同时正在探索以新的专业品牌新的方式进行运作。直发器、电动牙刷在今年会推出，其他健康美容电器产品也在进行相关的技术储备。

10、公司员工 2 万余人, 具体情况介绍？

答：公司有 180 多条生产线，总装员工大概 11000 人，配件供应环节员工大概 8000 人，开发技术人员大概 2000 人。近几年公司生产销售规模不断扩大，但总体员工人数变化不大，得益于自动化改造，大概每年可以节省 800 人左右。

11、未来整体增速预计及目标净利率？

答：公司争取今年全年销售收入规模增长 10%左右，目标净利率实现 6%左右。

12、公司的货币资金接近 10 亿元，具体情况说明？

答：截至 2016 年 6 月 30 日，公司的货币资金 9.7 亿元，其中暂未使用的募集资金有 2 亿余元，票据、信用证保证金等受限制的资金有 2 亿余元，其余的是流动资金。

13、公司本次非公开发行股票募投项目介绍？

答：公司本次非公开发行围绕公司主营业务展开，募集资金金额将用于以下项目：自动化升级改造项目、智能家居电器项目、健康美容电器项目和高端家用电动类厨房电器项目。本次募集资金投资项目具有良好的市场发展前景和经济效益，能够优化公司产品结构，提升公司盈利水平，并进一步增强公司的核心竞争力和抵御风险的能力，实现公司长期可持续发展，维护股东的长远利益。

	14、智能家居电器项目有哪些技术储备？ 答：公司与伊莱克斯、Blueair、小米等知名企业建立了广泛合作关系，在物联智能面包机、智能烤箱等厨房家电和清新机、空气净化器、净水器等家居电器产品上都有相关的技术储备，未来将着力于更人性化、智能化的设计升级，如滤芯更换自动提醒功能、手机远程操控功能、喜好记忆功能等。
附件清单（如有）	无
日期	2016 年 9 月 5 日