

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：2016-030

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	国泰君安 曾婵 韩依凡 信达澳银基金 王辉良 朱莉娜 光大保德信基金 唐钰蔚 交银康联人寿 李华钦 慧利资产管理 刘树祥 信诚人寿 万力 中金蓝海资管 蒋永翔 盈峰资本 刘东渐 泽辉资产 刘琼 中加基金 赵军华 七曜投资 谭琦 安信证券 王晗畅
时间	2016年10月18日（星期二）上午10:00-12:00
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 监事会主席 潘卫东先生 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、公司近年来变化情况介绍。 答：公司目前生产的产品基本都有参与研发设计，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，很多产品的知识产权都属于公司，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都在逐步提升。同时，创新产品销售比重增加也带来了产品盈利能力的提升，创新产品今年预计有 8-9 亿元的销售规模。

近年来，公司还加快了平台化和自动化建设，减少了人工投入，同时效率也有较大提升。

近年来，公司的多个产品如电热水壶、电热咖啡壶、搅拌机、多士炉等出口量位居全国第一。此外，公司在巩固既有厨房电器等优势品类的基础上，向家居护理电器、婴儿电器、健康美容电器等产品线延伸，通过增加新品类，实现销售规模的横向增长，公司争取今年全年销售收入规模增长 10%。

2、公司目前自主品牌销售占比？主要是在国内市场销售？

答：11%左右。主要是在国内市场销售，海外也有，但是目前占比很少。

3、国内销售的净利率水平？

答：高于出口。

4、国内销售产品品类主要有哪些？

答：主要有面包机、咖啡机、打蛋机、烤箱、多士炉等，其中面包机、打蛋机、多士炉销量全网排名第一，但是目前销售规模不大，还有待提高。为此，公司也引进了一些其他品牌，实行多品牌战略。

5、多品牌战略详细介绍。

答：公司目前自有品牌是 Donlim，Donlim 定位是大众化、性价比高的产品，目前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，Morphy Richards 是海外高端厨房电器品牌，销售渠道主要是电商和微商。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，预计未来三年会推出 3-5 个新的专业品牌。公司未来三到五年国内销售规模占比目标争取达到 15%。

6、公司自主品牌团队是外聘的还是自有团队？

答：外聘的和自有的融合，公司总部设有专门的品牌管理部进行统筹，公司总裁是品牌总负责人，不同的品牌由不同的专业团队在运作。

7、Barsetto 品牌运作情况？

答：Barsetto 是公司在意大利注册的一个自有品牌，主要销售咖啡机和咖啡胶囊，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，还销售耗材，因此也会采用租赁模式，经营咖啡机耗材市场。

8、公司从 OEM 到 ODM 转变之后净利率的变化？

答：严格来说没办法量化，过去公司的净利率是 3%左右，现在净利率可以达到 5%-6%左右，除了从 OEM 到 ODM 转变原因，与外部的竞争环境、人工成本等因素也有关系。总体来说，ODM 的净利率是高于 OEM 的。

9、公司上半年净利润增长较快原因？是否受人民币汇率波动影响？

答：公司利润增速较快主要是因为公司销售规模的增长及产品盈利能力增强，毛利率有了较大提升，具体原因如下：

（1）创新产品销售比重不断提升，增强了产品盈利能力；（2）加强产品平台化和自动化建设，生产效率得以持续提升；（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、C 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, 同时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, 实现整体规模的稳定增长; (4) 近年来公司新增了家居护理电器、婴儿电器、健康美容电器等多个品类的产品, 通过新品类的拓展, 实现销售规模横向增长。

至于人民币汇率波动影响, 就单一汇率因素来讲, 人民币贬值短期内会增加公司的汇兑收益, 对公司的业绩有一定的积极影响; 但是公司与客户签订的合同是动态的, 产品报价是滚动的, 这些因素不一定存在可持续性, 长期来看, 公司业绩最重要的支撑是依靠自身竞争力的提高。

10、未来毛利率及净利率上升空间?

答: 随着创新产品销售增长及新自有品牌建设的推进, 以及自动化改造, 毛利率和净利率增长应该可持续的, 但短期内不会有大幅度的变化。

11、创新产品的定义?

答: 公司对创新产品定义有两个方面条件: 1. 人无我有, 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, 有些产品的毛利率能达到 40%以上。

12、创新产品未来销售份额预计?

答: 预计能达到 30%左右。

13、Donlim 和 Morphy Richards 的毛利率分别是多少?

答: Donlim 的毛利率 35%左右, Morphy Richards 的毛利率超过 50%。

14、公司在国内市场与 Morphy Richards 的合作方式?

答: 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, 未来可能会采取其他方式进行合作。

15、公司未来看好哪些产品线?

答: 未来家居护理电器、高端家用电动类厨房电器、个人

护理电器等会成为公司业绩重要增长点，但原有品类如电热水壶、电热咖啡壶等产品也有较平稳的增长。公司在巩固既有厨房电器等优势品类的基础上，通过增加新品类，实现销售规模的横向增长，争取整体销售规模每年内生增长 10%左右。

16、个人护理电器进展及未来规划？

答：个人护理电器相关产品主要包括电动牙刷、直发器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。项目刚刚启动，直发器、电动牙刷在今年已经推出，其他健康美容电器产品也在进行相关的技术储备。

17、未来个人护理电器国内销售也是采用电商渠道？

答：主要是电商及专业渠道。

18、家居护理电器销售情况？

答：家居护理电器目前以外销为主，主要包括吸尘器、电熨斗、空气净化器、净水器等产品，今年销售规模 7-8 亿元左右。家居护理电器产品未来会成为公司业绩重要增长点之一。

19、公司预计未来业绩的增长是内销贡献大还是出口贡献大？

答：公司未来三到五年国内销售份额目标是 15%，但国内销售的总体规模还很小，贡献不大，仍有待提高。

20、公司电商团队有多少人？

答：目前人数大概 150 人左右。

21、公司是否有自己的互联网销售平台？

答：暂时还没有。

22、自主品牌未来是否会采用线下渠道销售？

答：暂时没有计划采用线下渠道销售，主要还是线上渠道为主，专业品牌还会采用专业渠道。

23、公司生产线自动化程度及对公司影响？

答：公司目前自动化主要运用在五金件、塑胶件等配件的生产及检测、包装等环节，公司未来会继续加大生产线自动化投入，逐步延伸到总装。

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，公司大概每年可以节省 800 人左右。公司生产线自动化，不仅使公司人工费用率降低，生产效率得到显著提高，同时还提高了公司产品品质稳定性和品质标准，有效减少劣质成本和人力成本。

24、公司近年来研发投入不断增加，未来是否会继续提升？

答：研发投入会随产品销售规模增长而增长，近几年公司的研发投入占营业收入的比重维持在 3% 左右，强大的研发设计能力可以保障公司每年不断推出符合市场需求的创新产品，预计未来会继续加大研发投入，以提高产品的核心竞争力。

25、公司主要客户的销售占比每年是否会提高？

答：总体会逐步提高，会增加新品类产品的采购。公司是“研发+制造”企业，产品推陈出新速度快，能够满足客商的一站式采购需求。

26、公司未来继续深耕市场有哪些准备？

答：公司未来仍然会专注主业，会在巩固既有厨房电器等优势品类的基础上，向家居护理电器、婴儿电器、健康美容电器延伸，满足客商的一站式采购需求；同时不断加大创新力度，在发挥自有优势的同时，继续挖掘新的业务增长点和其他适合公司长远发展的业务。

27、公司下半年销售是否有圣诞节效应？

答：公司产品主要出口欧美等国家地区，欧美的主要节日相对集中在下半年，公司生产销售旺季也主要集中在下半年。加上去年部分厂商去库存策略影响，订单后移，下半年增速会超过上半年。

	28、公司对明年业绩的展望？ 答：争取整体销售规模内生增长 10%左右，利润的增速应该会超过收入的增速。
附件清单（如有）	无
日期	2016 年 10 月 18 日