

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：2016-033

投资者关系活动类别	<input checked="" 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 type="checkbox"/> 其他（请文字说明其他活动内容）
参与单位名称及人员姓名	天风证券 蔡雯娟女士 汐泰投资 范桂锋先生 偕洋资产 周文生女士 翼虎投资 章晨宇先生
时间	2016年10月27日（星期四）下午2:00-3:30
地点	广东新宝电器股份有限公司总部
公司接待人员姓名	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、活动情况简介</p> <p>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。</p> <p style="text-align: center;">二、投资者互动环节主要交流内容</p> <p>1、电商团队人数？如何分工？</p> <p>答：目前公司电商团队大概有150人左右，主要按品牌划分，Morph Richards团队30人左右，Donlim团队100余人，还有其他品牌20人左右。</p> <p>2、公司电商团队扩充的出发点？</p> <p>答：为了顺应人们消费习惯的转变，公司目前在国内销售的产品主要是以线上销售渠道为主。</p> <p>3、公司电商团队主要负责哪些工作？</p> <p>答：参与品牌设计、品牌策划，负责产品销售及售后服务等。</p>

4、经销商团队都有哪些？

答：销售渠道主要是线上的为主，京东、天猫、一号店等；线下的有一些专业的渠道，如积分换购、礼品等，经销商主要是围绕这些渠道来扩展。

5、Morphy Richards 主要有哪些品类及国内代理销售情况？

答：主要有电热水壶、面包机、果汁机、咖啡机等，今年的爆款是随行杯，在微商渠道销售情况良好。

国内代理 Morphy Richards 的销售今年预计可以实现 8000 万元左右，增速较快，Morphy Richards 国内代理销售毛利率超过 50%，但费用也较高，净利率在 15%左右。Morphy Richards 的国内品牌代理，既可以拓宽公司国内销售的渠道，也可以为以后公司推广其他品牌积累运营管理经验。

6、Morphy Richards 国内销售代理是独家代理吗？

答：在国内是独家代理，公司目前与 Morphy Richards 在国内的合作方式主要是品牌代理授权方式，未来可能会采取合资或者其他方式进行合作。

7、吸尘器有没有计划推出自主品牌？

答：暂时没有这个计划，吸尘器目前主要以出口为主。

8、健康美容电器进展及未来规划？

答：健康美容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。健康美容电器是公司本次非公开发行股票募投项目之一，会成为公司未来业绩重要增长点之一。

9、健康美容电器未来毛利率预计？

答：健康美容电器刚刚启动，暂时还没有形成量，预计未

来毛利率会比厨房电器高。

10、健康美容电器有没有技术门槛？

答：公司会从外面引进专业的人才团队，确保新品类产品开发顺利实施。

11、公司开发的新品类产品实现多大销售才算达到公司预期？

答：公司有专门的新品项目部和成本管理部进行测算，只要有开发前景的产品公司都会去尝试。当销售达到 2 亿元以上的新品类，就会成立专门的分公司进行经营管理。

12、公司目前 ODM 客户订单稳定吗？

答：ODM 客户订单占比 70%以上，公司目前生产的产品基本都有参与研发设计，很多产品的知识产权都属于公司。

13、原材料价格下降和人民币贬值对公司影响？

答：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；原材料价格波动对公司产品的毛利率也有一定影响。但公司的订单周期较短，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。

14、公司有没有针对汇率波动做一些套期保值业务？

答：公司过去有与银行签订部分远期外汇合约来降低汇率波动风险，截至目前远期外汇合约已经全部履行完毕，暂时没有再做新的业务。

15、公司订单特点？

答：公司每个品类的单一订单量不是特别大，订单的特点是小批量，多品种，但每个品类的产销量较多，如电热水壶、咖啡机等产品每年产销量过千万台。

16、公司出口产品订单周期？

答：公司产品订单周期比较短，交货周期一般为 30~45

天，收款期一般 60 天以内，经营周期较短。

17、公司出口产品定价机制？

答：公司与主要客户开展业务是以框架合同为基础执行的，具体订单是动态的。一般情况下，公司每个季度更新所有产品的产品指导价；在经营情况变化而导致产品成本变化达到一定幅度时，公司将对产品指导价进行不定期调整。产品指导价变化后，公司销售部门对新客户、新订单执行新报价，并根据具体情况启动对原有订单的调价谈判。为提高公司成本转嫁能力，公司与客户签订合同主要以短期合同为主，实现产品的滚动报价。

18、公司订单饱满度情况是否可持续？

答：目前公司各项生产经营活动正常运行，每年的下半年是公司生产销售旺季，公司目前总体产能利用率基本饱和。公司争取明年整体销售规模内生增长 10%左右。

19、利润增速比收入增速快的主要原因？

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。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；

(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。

20、公司生产线自动化程度？

答：公司自动化目前主要运用在五金件、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。公司本次非公开发行股票方案中涉及到“自动化升级改造项目”,通过该项目的实施,公司自动化水平及生产效率将显著提高。

21、公司自主品牌战略？

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。

22、公司销售团队如何划分？

答：外销按销售区域划分,内销按品牌划分。

23、公司销售团队考核指标的业绩增长目标是多少？

答：和公司总体销售增长目标一致。

24、公司主要客户一般会有几个供应商？

答：一般有 2-3 家。

25、公司前五大客户销售占比变化情况？

答：公司前五大客户销售占比较稳定,变化不大。公司与超过 1,000 家客户建立了业务关系,长期合作的客户 400 多家,拥有覆盖全球的小家电销售渠道,市场分布较为均衡,对单一地区或单一客户销售不存在依赖性。

26、公司如何开发客户？是主动挖掘还是依靠品牌效

	<p>应？</p> <p>答：公司拥有覆盖全球的营销网络和经验丰富的营销团队，有针对性地研究分析全球各区域客户需求特征，细分消费需求，主动营销，深度挖掘现有客户市场潜力，积极争取订单。</p> <p>同时，公司作为小家电出口龙头企业，电热水壶、电热咖啡壶、搅拌机、多士炉等多个产品出口量位居全国第一，产品创新能力突出、产品线丰富、产业配套完善、质量管控严格、成本控制能力强等竞争优势为公司带来了良好的口碑和品牌效应，吸引更多新客户与公司合作。</p> <p>27、公司除了主业有没有其他外延收购计划？</p> <p>答：公司未来会继续专注主业，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、健康美容电器延伸，满足客商的一站式采购需求，实现销售规模横向增长。此外，还可能会向消费品市场拓展。</p> <p>公司将在综合考虑自身发展需求及外部环境条件的情况下，决定是否开展收购等事宜，目前正在探索中。</p> <p>28、公司对明年业绩的预测？</p> <p>答：要看整体市场情况, 公司争取整体销售规模内生增长10%左右，利润的增速超过收入的增速。</p> <p>29、公司未来业绩增长主要来源于哪些新品类？</p> <p>答：新品类未来预计会增长较快些，如家居护理电器、健康美容电器等，但原有品类如电热水壶、电热咖啡壶等厨房电器产品预计也会有较平稳的增长。</p>
附件清单（如有）	无
日期	2016年10月27日