

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：2016-034

<b>投资者关系活动类别</b>	<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）
<b>参与单位名称及人员姓名</b>	华泰证券            张立聪先生    王鹤岱先生 农银汇理基金    顾旭俊先生    徐文卉女士 西南证券            龚梦泓女士 领丰资本            陈 晓女士 鹏华基金            黄奕松先生
<b>时间</b>	2016年11月8日（星期二）上午10:30-12:00
<b>地点</b>	广东新宝电器股份有限公司总部
<b>公司接待人员姓名</b>	董事、总裁        曾展晖先生 证券事务代表    陈景山先生 证券事务专员    邝海兰女士
<b>投资者关系活动主要内容介绍</b>	<p><b>一、活动情况简介</b></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><b>二、投资者互动环节主要交流内容</b></p> <p>1、公司产品年产量大概多少？</p> <p>答：8000万台左右，90%左右外销，内销占比10%左右。</p> <p>2、三季报收入增速较高，利润增速高于收入增速：除了产品结构优化，内销比重上升，汇率波动的贡献有多大？</p> <p>答：三季度收入增速好于上半年，其中一个原因是受经济周期和厂商库存策略的影响，订单后移情况影响延伸到今年上</p>

半年，公司今年全年收入预计增长 10%左右，公司对 2016 年全年的盈利预测是增长 30%-60%。利润增速高于收入增速主要原因在于：创新产品比重增长带来产品毛利率提升，以及公司自动化及平台化建设带来效率的改善。这种利润增速超过收入增速的趋势预计还会继续保持一段时间。

今年汇率波动对公司业绩的影响不大，去年还有远期外汇收益，今年暂时没有做了。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。但是公司订单周期较短（一般 2-3 个月，交货周期一般 30-45 天，回款周期 60 天以内），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。

### **3、创新产品定义是什么？具体指的哪些品类？**

答：公司对创新产品定义有两个方面条件：1. 技术创新，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。基本每大类的产品每年都会推出创新产品，既有新的品类，也有原来品类的创新型号。创新产品目前主要以 ODM 为主。

### **4、公司的净利率、毛利率提升是否能够延续？**

答：预计能够保持稳定增长，但短期内不会有大幅度的变化。

### **5、公司本次非公开发行股票项目进度？**

答：公司 2016 年非公开发行股票申请已于 2016 年 10 月 19 日获得中国证监会核准通过，但尚未收到中国证监会的书面核准文件。

### **6、相关募投项目是否已经开始投入建设？**

答：募投项目中目前智能家居电器项目暂未开始；自动化升级改造项目公司一直有投入，高端家用电动类厨房电器项目是家用电动类厨房电器项目的延伸，已经开始投入；健康美容项目已经启动，相关产品主要包括电动牙刷类、美容仪器类、

个人健康（准医疗）类产品，直发器、电动牙刷今年已经推出，其他健康美容电器产品也在进行相关的技术储备，市场定位是全球市场，目前主要以出口为主。

**7、公司内销拓展，预计未来内销收入比重会到多少？**

答：公司内销占比不大，总体销售占比仍有待提高，未来三到五年国内销售规模占比目标争取达到 15%。由于西式小家电的特性和国内消费者的消费习性等原因，目前西式小家电在国内重复购买率低，整个国内市场销售规模不大。

**8、内销有哪些优势品类？**

答：自有品牌 Donlim 定位是大众化、性价比高的产品，面包机、烤箱、多士炉、打蛋机销售较好；代理品牌 Morphy Richards 是主打中高端产品，果汁机、电水壶等销售较好。

**9、国内销售的主要渠道？**

答：目前国内销售主要通过电商、电视购物、礼品等线上渠道及专业渠道进行销售及推广，公司高度重视电商及微商渠道及新媒体对销售带来的机遇，未来会加大人力和物力的投入，做好电商、微商渠道及专业渠道的拓展工作。

**10、公司有没有就原材料价格波动做一些套期保值业务？**

答：没有。今年原材料供求及价格走势波动不大，且公司的订单周期较短，原材料价格波动对成本的影响不大。

**11、公司有没有就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 2016 年 7 月底，之前签订的远期外汇合约已经全部履行完毕。目前人民币贬值对公司相对有利，暂时没有再做远期外汇业务。

**12、明年大股东是否有减持计划？**

答：公司控股股东广东东菱凯琴集团有限公司所持公司股份锁定期限是自公司股票上市之日起三十六个月，且已承诺在

锁定期满后两年内无减持意向。第二大股东东菱电器集团有限公司所持公司股份锁定期限是自公司股票上市之日起三十六个月，且已承诺：所持公司股票在锁定期满后两年内减持的，每年减持数量不超过其持有的公司股份的 20%，同时低于公司总股本的 5%；其拟减持公司股票的，将提前三个交易日通知公司并予以公告。

### 13、公司未来收入增长点是依靠新品类还是新客户？

答：都有。主要还是依靠品类增长，新品类未来预计会增长较多，如家居护理电器、健康美容电器等，未来会成为公司业绩重要增长点。同时，新品类也会带来新客户。由于公司产品线丰富，能够满足客商的一站式采购需求，现有客户也会将一些原来没有让公司做的品类转给公司生产。

### 14、公司前五大客户销售占比？

答：公司第一大客户占比约 10%，前五大客户占比不到 40%，客户比较多元。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。

### 15、公司的供货方式是跟随客户要求还是公司推荐？

答：主动推荐的更多一点，包销方式的产品毛利率也会更高。

### 16、公司每年的新品命中率多高？

答：研发 200 余个新品，最终做出来的样品有 40 多种，推出市场且比较成功的有 30 个左右。

### 17、跟其他竞争对手比，公司的核心优势在什么地方？

答：除了技术创新和质量保证外，公司的一个优势在于效率，例如今年的新品直发刷，从研发到产出，第三个月就有上百万台的销量，今年直发刷的销量达 700 多万台，是今年增长

	的最迅速的品类。此外，公司具有较强的规模优势，产品线丰富，能够满足客商的一站式采购需求。
附件清单（如有）	无
日期	2016年11月8日