

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：2016-035

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	招商证券 吴昊先生 华源创融投资 赵丽芸女士
时间	2016年11月9日（星期三）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	监事会主席 潘卫东先生 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、公司基本情况介绍？ 答：公司是小家电出口龙头企业，公司产品80%左右出口欧美等发达国家，欧美各占40%左右，9%左右出口东南亚国家及其他地区，国内销售占比11%左右。未来公司会逐步扩大国内及其他国家地区市场的销售，致力于成为全球知名的、最具竞争力的小家电制造商之一。 公司的主要产品包括电热水壶、电热咖啡机、面包机、打蛋机、多士炉、搅拌机、果汁机、吸尘器、电烤箱、电熨斗、空气净化器、净水器等20多个大类产品，其中电热水壶、电

热咖啡壶、搅拌机、多士炉等产品出口量位居全国第一，咖啡机出口额占中国出口额的 30%以上。近年来，公司一直专注主业，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。

公司主要客户包括 JARDEN、APPLICA、PHILIPS、ELECTROLUX、HAMILTON BEACH、WALMART 和 CARREFOUR 等国际知名企业。目前，公司已与超过 1,000 家客户建立了业务关系，拥有覆盖全球的小家电销售渠道。

公司从过去传统的制造加工转为“研发+制造”的企业，掌握了产品的核心技术，所以公司在产品的定价上也有了更大的话语权。加上公司的标准化和自动化建设，以及加大产品的创新力度，近几年的毛利率和净利率都有较平稳的提升。

2、国内销售情况介绍？

答：公司 2015 年国内销售占比 10%左右，销售增速好于出口，今年继续保持稳步增长，但总体销售占比变化不大，仍有待提高。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 是海外中高端厨房电器品牌，预计今年可实现 8 千万元左右的销售；未来公司还将探索针对其他品类产品采用新的品牌新的方式进行运作，如咖啡机品牌 Barsetto 等。公司未来会通过拓宽产品线、渠道及切入专业品牌等来提升国内市场份额，未来三到五年国内销售规模占比目标争取达到 15%。

3、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，未来咖啡机品牌 Barsetto 采取商业推广的模式，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，先商用，后民用。

	4、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。 5、Morphy Richards 国内销售的毛利率达 50%以上，但是费用率 35%，怎么这么高？ 答：主要是 Morphy Richards 的销售规模还不大，还有待提高。 6、Morphy Richards 与 Barsetto 是否是同一个团队在运作？ 答：公司总部有专门的品牌管理部进行统筹，不同的品牌由不同的专业团队在运作。 7、公司今年业绩增长较快，利润增速高于收入增速主要原因？ 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； （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。 8、人民币贬值是否有利于公司出口？ 答：人民币贬值对公司出口有一定的积极影响，但影响不大，因为人民币贬值对国内所有小家电出口企业都有积极影
--	---

响，是平等的，而公司产品报价是滚动的，这些因素不一定存在可持续性。反之，过去人民币升值或者全球经济不景气时公司业绩也能保持稳定或者平稳的增长，主要还是依靠公司的规模优势和核心竞争力，对订单价格的修复能力。小家电在海外市场是准快消品，使用周期短，推陈出新快，市场需求受汇率波动的影响不大。

9、汇率波动对公司业绩的影响？公司有没有就汇率波动做一些套期保值业务？

答：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。

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。

10、公司与客户如何定价？是否会与客户签订锁定一年期价格的协议？

答：公司与主要客户开展业务是以框架合同（一般一年）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。

11、公司下半年销售是否会有圣诞节效应？

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7-10月。

12、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。

13、公司产品标准化及平台化建设介绍？

答：公司将产品配件进行平台及模块标准化生产，编制标准化零件库，促成部件标准化下的低成本运作。产品的标准化平台设计，可以为公共节省大量的模具费用、提升产品的设计效率、缩短开发工程师设计周期、节省生产换模时间、模具管理费用和物流配套成本，同时提升了生产系统的稳定性，从而有效降低了单位生产成本，使公司在满足了部分客户小订单、个性化的产品需求的同时保证了产品毛利率。

14、公司自动化建设投入是否有相关的政府补助？

答：有政府补助，但很少。

15、A、B、C三类产品的占比，及A、B、C三类产品对业绩贡献的占比？

答：不同品类的产品不一样，成熟的产品如电热水壶、电动类等A、B、C三类占比较为均衡；其他产品B类居多，A类也在不断扩大。

至于A、B、C三类产品对业绩贡献占比并没有明确的区分

	统计，A类高端产品毛利率较高，但不代表C类低端产品不赚钱，在公司标准化及平台化后，有些C类产品同样也有较高的毛利率。 16、近年来公司人工成本是否在不断上涨？ 答：前几年国内人工成本确实每年增长较快，预计今后会有所放缓。公司总体人工成本在上涨，但是单台人工成本是平稳甚至下降的。随着人工成本增长放缓，公司加快自动化、平台化建设，预计人工费用率会有所下降。 17、公司研发投入占营业收入比重？ 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。 18、公司本次非公开发行股票相关募投项目的建设期？ 答：2-3年。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。 19、公司生产的电动牙刷的定位？ 答：中高端。
附件清单（如有）	无
日期	2016年11月9日