

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：2016-038

| | |
|----------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 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 | 中信证券国际 周文英女士 台新证券投资 高依暄女士 复华证券投资 简嘉仪女士 行健资产管理 陈嘉燕女士 |
| 时间 | 2016年11月21日（星期一） |
| 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、总裁 曾展晖先生 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 | <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 style="text-align: center;">1、公司基本情况介绍？</p> <p>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。</p> <p>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、</p> |

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、公司同行主要有哪些上市公司？

答：公司外销市场上主要的同行包括闽灿坤、德豪润达等小家电生产企业；国内市场上的主要同行包括美的集团、九阳股份和苏泊尔等。

3、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耗材，相关产品在海外已上市，国内市场正在布局，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如健康美容电器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。

4、Morphy Richards 国内代理销售情况介绍？

答：Morphy Richards 国内代理销售渠道主要是电商和微商等线上渠道，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。国内代理 Morphy Richards 今年预计可以实现 8000 万元左右收入，增长比较平稳。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。

5、咖啡机品牌 Barsetto 情况介绍？

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。

6、多品牌公司怎么进行管理？

答：公司总部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、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；同时公司也在代理一些海外品牌的国内销售，如高端厨房电器品牌 MORPHY RICHARDS 等，未来也会继续挖掘新的渠道和业务增长点。

8、未来国内销售规划？

答：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%。

9、未来内销渠道扩展？是否打算加大电视广告投入？

答：主要还是以线上渠道为主，专业品牌还会采用专业渠道，如茶渠道、咖啡渠道等，暂时没有加大电视广告投入的计划。

10、未来公司控股股东广东东菱凯琴集团有限公司是否有资产注入上市公司的计划？

答：公司控股股东广东东菱凯琴集团有限公司主要从事股权投资及相关管理业务，目前投资的项目除了本公司，主要有金融资产投资项目、融资租赁公司项目、智能停车设备公司项目、医疗健康管理项目等，短期内应该没有这个计划，公司仍然专注小家电这个主业。

11、公司产品标准平台化建设介绍？

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。

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 人左右的员工投入，可以提升 8%-10%左右的效率。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、近年国内人力成本不断上涨，公司未来是否考虑在海外转移设厂？

答：前几年国内人力成本确实每年增长较快，预计今后会有所放缓。随着人力成本增长放缓，公司加快自动化、平台化建设，预计费用率会有所下降。公司会继续采取多种措施严格管控费用端，暂无在海外转移设厂的计划。

14、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。但是市场是充分竞争的，而公司订单周期较短，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。

15、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。

16、公司出口产品如何定价？

答：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。

17、未来公司的定位？

答：公司未来会不仅仅局限于制造，可能会转向“生产销

| | |
|-----------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | <p>售+技术服务”以及消费品市场：一是个人护理、健康管理（准医疗）方面；二是 Barsetto 品牌咖啡机“机器+耗材”模式延伸出来的日常维护服务及耗材销售。</p> <p>18、公司非公开发行股票项目的进度？</p> <p>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。</p> <p>19、本次非公开发行股票中的智能家居电器项目情况介绍？</p> <p>答：本项目内容包括智能家居电器产品如物联智能面包机、智能烤箱等厨房家电、空气净化器、净水器等家居电器产品平台建设及工艺设计的升级等。</p> <p>智能家居是家电行业未来发展的主流方向，公司目前在智能厨房家电、家居电器产品的研发、设计、制造方面取得了一定成果。公司物联智能面包机、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，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，以适应市场发展，满足客户个性化需求。</p> |
| 附件清单（如有） | 无 |
| 日期 | 2016 年 11 月 21 日 |