

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：2016-040

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	中欧基金 周 晶女士 信诚基金 韩益平先生 中信信托 孙 超先生 国鑫投资 张 海先生 华泰证券 王鹤岱先生 泰旻资产 汤明泽先生 广发资管 瞿诗明先生 长信基金 陆 旻女士 上海锦臻资产管理 张 义先生 广东温氏投资 黎 明先生 房志宇先生 朱文录先生
时间	2016 年 12 月 1-2 日
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 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。

公司产品品类丰富，能够满足客商的一站式采购需求。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、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、近两年公司毛利率增长较快原因分析。

答：主要原因如下：

1、不断提高的创新能力，创新产品销售比重增加带来产品盈利能力的提升；

2、加快产品平台化和自动化建设,减少了人工投入，同时效率也有了较大提升；

3、针对不同群体的客户，把产品分为高、中、低三个层次，对生产单位进行 A、B、C 厂设计，不同档次的产品使用不同的生产线,效率有了较大改善。

3、创新产品的定义？

答：公司对创新产品有两个定义：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。

4、创新产品主要集中在哪些品类？

答：基本每大类的产品每年都会推出创新产品，其中，电动类的产品比例稍高一些，公司咖啡机品牌 Barsetto 也即将会有创新产品推出。

5、公司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、微商等线上渠道及专业渠道进行销售及推广，咖啡机专业品牌 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。

6、公司自主品牌战略？

答：公司目前自有品牌主要是 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高端厨房电器品牌 Morphy Richards 的国内销售。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，未来三到五年品牌销售规模占比目标争取达到 15%。

7、多品牌公司怎么进行运作？

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。

8、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 的毛利率超过 50%，但费用也较高，净利率在 15%左右。

9、Morphy Richards 明年的目标？

答：目标争取实现销售规模增长 50%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，同时也是为以后公司推广其他品牌积累运营管理经验。

10、公司在国内市场与 Morphy Richards 的合作方式？模式是否可复制，会不会引入更多外部品牌？

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，未来可能会采取合资或者其他方式进行合作。

目前也有一些其他品牌意向与公司采取这种模式进行合作，但是公司品牌代理是有选择性的，首先该品牌与公司本身有合作，是公司的客户，同时会选择一些有特色的有一定知名度适合中国市场需求的品牌，目前暂时没有引入更多外部品牌的计划。

11、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，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。

12、公司销售团队人数？其中内销团队各品牌人数？

答：海外销售团队大概 400-500 人，国内销售团队大概 300

人左右，其中 Donlim 团队大概 200 人左右，Morphy Richards 和 Barsetto 团队大概各 30 人左右。

13、内销明年的增速预计？

答：预计会比外销外，目标争取销售规模增长 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在逐步提升。

14、公司从 OEM 到 ODM 转变如何契合客户需求？

答：公司每年会派大量销售人员及研发人员参加国内外各大展会；同时会订阅最新的知名第三方报告来了解市场需求；除此之外，公司拥有覆盖全球的营销网络和经验丰富的营销团队，与飞利浦、松下、西门子等国际品牌商建立了长期战略合作伙伴关系，结合全球各知名品牌商需求进行综合分析，进而反哺市场，满足客户“一站式”采购需求。

15、公司外销市场主要竞争对手？

答：公司外销市场上主要的同行包括闽灿坤、德豪润达、莱克等小家电生产企业。

16、公司前几大客户主要有哪些？

答：主要有 JSC (Jarden Consumer Solution)、伊莱克斯 (Electrolux)、飞利浦 (Philips)、HB (Hamilton Beach)、沃尔玛 (WALMART)、摩飞 (Morphy Richards) 等。

17、公司研发团队的专业背景？

答：新进人员主要是从全国各地引进小家电专业技术人才及高校毕业生，高校毕业生进公司之后会进行内部专业渠道的培养。

18、公司生产线自动化程度及对公司的影响？

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。

19、自动化建设对毛利率的贡献未来是否可持续？

答：预计未来还会保持一段时间。

20、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。

21、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。

22、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。

23、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。

24、一般小家电企业的净利率水平？

答：看品类，例如做吸尘器的公司净利率水平较高。同时看分工，传统的 OEM 制造企业一般净利率 1%-3% 左右，自主研发设计的公司净利率可以达到 6%-8%，自主品牌净利率更高。

25、公司明年的净利率是否还有提升空间？

答：随着创新产品销售增长及新自有品牌建设的推进，以及自动化改造的深入，净利率应该可以保持较稳定的增长。

26、公司员工 2 万余人，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，及公司加快自动化、平台化建设，预计人工费用率会有所下降。

27、公司本次非公开发行股票项目的进度？

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。

28、本次非公开发行股票中的智能家居电器项目情况介绍？

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。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。

29、本次非公开发行股票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已经取得一定的技术储备，但项目暂未开始实施；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，相关产品如直发器、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。

30、健康美容电器市场定位和发展计划？

答：健康美容电器相关产品主要包括电动牙刷、直发器、个人健康（准医疗）类产品，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。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。公司争取未来 2-3 年销售收入实现 3-5 亿元。健康美容电器会成为公司未来业绩重要增长点之一。

31、家居护理电器销售情况？是否会推出自主品牌。

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，今年销售继续保持稳步增长，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，争取每年销售规模增长 10%-15%。暂时没有推出自主品牌的计划。

32、原有品类如电动类厨房电器销售是否还会有增长？

答：原有品类如电热水壶、电热咖啡壶、多士炉等产品也会有增长，每年大概增长 5%-10%左右。

33、公司明年的业绩增长目标？增长来源？

答：公司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。增长主要来源于新产品线、创新产

	品及自动化改造。 34、公司未来业务发展方向？ 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、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，公司还可能会向消费品市场拓展。同时公司会继续加大创新力度及自动化投入，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。 35、公司控股股东投资情况介绍。 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，目前投资的项目主要有金融投资项目、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。 36、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，将按相关规定提前通知公司并予以公告。
附件清单（如有）	无
日期	2016 年 12 月 2 日