

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：2016-043

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	中信证券 赵宏旭先生 王亚男女士 弘湾资本管理 张龙清先生 上海汐泰投资 范桂锋先生
时间	2016 年 12 月 21 日(星期三)
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。

最根本的原因是公司专注主业，不断提升自身的竞争力和盈利水平。

3、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；健康美容电器项目已经启动，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。

4、健康美容电器进展情况介绍？

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，直发器今年销量 600-700 万台，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。健康美容电器未来会成为公司业绩重要增长点之一。

5、电动牙刷预计什么时候会推出自主品牌？有什么规划？

答：预计明年年中之后推出，明年公司重点还是推广 Donlim、Morphy Richards 及咖啡机品牌 Barsetto。电动牙刷是健康美容电器项目的一部分，会根据募投项目的进度推进。

6、公司生产的电动牙刷的定位？

答：中高端。

7、公司健康美容电器项目有没有打算收购合适的标的？

答：公司会从外面引进专业的人才技术团队，如果有适合的标的，公司也会考虑。

8、咖啡机品牌 Barsetto 模式及推广进展情况？

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。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。

目前国内推广已经在广州、深圳、武汉等大城市启动，同时，Barsetto 已经推出一款便携胶囊咖啡机 Tripresso。Barsetto 项目刚刚启动，量还不大，预计明年会形成一定的收入规模。

9、Donlim 品牌的面包机销售情况？

答：公司Donlim 品牌的面包机销量全网排名第一，但是目前销售规模不大，大概 2-3 亿元左右，还有待提高。Donlim 品牌定位是大众化、性价比高，中高端厨房电器主推 Morphy Richards。

10、公司家居护理电器销售占比？是否计划推出自主品牌？

答：占比 10%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。暂时没有推出自主品牌的计划。

11、Donlim 及 Morphy Richards 明年增长目标？

答：Donlim 明年争取销售增长 15%左右，Morphy Richards 明年预计销售增长 50%以上，目标实现销售规模过亿元。

12、国内销售渠道拓展？

答：主要还是电商、电视购物、礼品、微商等线上渠道为主，专业品牌还会采用专业渠道，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。

13、Donlim、Morphy Richards 的毛利率？

答：Donlim 的毛利率 20-30%左右（含制造），Morphy Richards 的毛利率较高，达到 50%以上（含制造），但费用率也较高。

14、今年国内销售占比？

答：大概 11%左右。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%。

15、目前公司生产线工人平均工资？

答：一般 3500 元/月左右，每年还会有增长。

16、公司近年来人力成本上升情况？未来是否考虑向海外转移设厂？

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，及公司加快自动化、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。公司曾经探讨过向东南亚等国家转移设厂，但考虑到产业配套、用工文化等多方面因素，暂无此计划。

17、公司自动化可以节省多少人员投入？

答：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，大概每年可以节省 800 人左右。

18、公司目前 ODM 客户订单占比？以后是否还会提高？

答：ODM 客户订单占比 80%左右，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。公司会继续不断加大研发和创新投入，增强产品的创新力度。

19、一般小家电企业 ODM 净利率水平？

答：自主研发设计加制造的公司净利率一般可以达到 4%-8%，最高的甚至可以达到 15%，要看品类和量。公司的净利率在逐年稳步提升。

20、公司销售区域分布欧美占比？公司有没有就特朗普当选美国总统后的政策动向做一些应对措施？

答：公司产品 80%左右出口欧美等发达国家，欧美各占 40%左右。公司会密切关注后续相关政策变化。

21、公司主要客户的供应商都集中在中国吗？

答：估计 70%-80%集中在中国生产。

22、今年下半年欧洲市场动荡对公司业绩有没有造成影响？

答：没有明显影响。小家电在海外是准快消品，使用周期短，推陈出新快，海外市场小家电需求仍然保持平稳增长。

23、Morphy Richards 海外销售的产品也是公司生产的吗？

答：涉及到的主要品类都是公司生产的。Morphy Richards 本身是公司的客户，公司与 Morphy Richards 已合作多年，双方对彼此的合作充满信心和信赖。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。

24、公司今年“双十一”销售占公司全年销售比例？

答：不高。公司 Donlim 品牌内销“双十一”当天全网销售突破 2500 万元，增长较平稳，但规模不大，仍有待提高。

25、公司明年内销增长目标？

答：销售收入增长 15%-20%左右。公司目前国内销售规模不大，仍有待提高，短期内公司业绩的增长主要还是来源于 ODM 业务，国内销售是中长期战略目标。

26、原材料价格上涨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；原材料价格上涨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。

27、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。公司会考虑原材料供求及价格波动情况，做一些战略性采购安排。

28、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。

29、公司对明年业绩的展望？

答：随着募投项目的推进、加快自动化建设及加强产品创新力度，公司争取整体销售规模内生增长 10%左右，利润的增速应该超过收入的增速。

30、预计明年公司哪些品类产品增长较快？

答：空气净化器、暖风机、地拖等家居护理电器产品及健康美容电器产品，空气净化器预计明年海关数据会排名出口前两位，家居护理电器及健康美容电器产品未来会成为公司业绩重要增长点之一。

31、公司未来发展规划？是否有外延收购计划？

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、健康美容电器等品类延伸。同时发展自主品牌，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。

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。

32、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 21 日