

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：2016-044

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	西域投资管理 廖 胜先生 张小玲女士 中融国际信托 张 晨先生 马诚浩先生 物产同合投资 沈一飞先生
时间	2016 年 12 月 28 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、公司目前自动化程度及对公司的影响？

答：公司产品共有 20 多个大类，2000 多个型号，公司的订单特点是小批量，多品种，所以总装环节短期内做不到大规模

模自动化，目前公司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，但公司认为自动化改造的空间还很大，未来还会逐步延伸到总装，实行人机混用。

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，效率有了较明显的改善。

4、公司员工每年的加薪幅度？

答：每年保持 5%-8%左右增长。

5、基于近年来国内人力成本不断上涨，及美国贸易保护政策等因素，公司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。

至于特朗普当选美国总统后的政策动向，公司会持续密切关注，但公司认为应该影响不大。

6、公司产品成本中材料及人工占比？

答：公司主营业务成本中直接材料占比 80%左右，直接人工占比 12%左右。

7、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（一般 2-3 个月，交货周期一般 30-45 天，回款周期 60 天以内），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。

8、公司今年的汇兑收益有多少？

答：去年汇兑收益是 6 千万余元，今年应该比去年少。

9、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。

10、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。

11、公司的议价能力及成本转嫁能力？

答：公司区别于过去传统的产品制造商在于掌握了产品的核心技术。而正是因为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，公司与客户是平等合作的关系。同时公司的订单周期较短，公司产品重新议价时会考虑汇率、原材料等多方面因素。

12、公司智能化生产线是进口的还是国产的？

答：有进口的核心部件，目前相关的生产线主要是由国内专业的厂商进行设计。

13、公司目前业务 OEM/ODM/OBM 占比？

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，OBM 占比 12%左右，其余为 OEM。

14、公司未来三年的规划？

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，满足客商的一站式采购需求，实现销售规模横向增长；此外，还会向消费品市场拓展：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。同时发展自主品牌，未来三到五年公司国内销售规模占比目标争取达到 15%左右，整体销售规模争取每年内生增长 10%左右，利润的增速超过收入的增速。

15、公司认为未来增长的主要来源？

答：一是提高产品的核心竞争力，提高市场份额；二是拓宽产品品类，实现横向增长。

16、欧美市场的需求是否有下降？

答：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受经济动荡影响不敏感，仍然保持了较平稳增长。

17、公司产品出口份额占全国出口比重？

答：全部品类大概占比 10%左右，其中电热水壶、多士炉、搅拌机等占比 10%以上，咖啡机占比 30%以上，出口额位列全行业第一名。

18、Donlim 主要品类及销售情况？

答：Donlim 品牌主要品类有面包机、咖啡机、打蛋机、烤箱、多士炉等，其中面包机、打蛋机、多士炉销量全网排名第一，但是目前销售规模不大，还有待提高。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。

19、公司是否有考虑结合中国人的消费习性，比如爱喝茶推出一些相关的小家电产品，比如煮茶器等？

答：公司 Donlim 品牌也有销售煮茶器，今年销售超过五十万台。

20、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。

21、公司“设计+制造”设计的立足点在哪里？

答：一是生产线的设计：平台化、标准化及 A、B、C 厂设计，提高生产效率；二是产品功能的创新，提高产品的核心竞争力。

22、公司 ODM 订单新品主要来自品牌商需求还是公司主动研发后推荐给客户？

答：都有。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。

23、公司目前的产能利用率？

答：公司目前总体产能利用率基本饱和。

24、公司生产线实行几班制？

答：基本实行一班制。

25、公司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。

附件清单（如有）	无
日期	2016 年 12 月 28 日