

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：2017-003

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 _____
参与单位名称及人员姓名	上投摩根 叶敏女士
时间	2017 年 2 月 8 日（星期三）下午 15:00-16:00
地点	广东新宝电器股份有限公司总部三楼会议室
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、公司 2016 年业绩增长情况？汇率波动影响大不大？

答：公司 2016 年三季度报告对公司 2016 年全年的业绩预计是归属于上市公司股东的净利润增长 30%到 60%。实际业绩预计会在这个范围。

汇率波动影响不大。短期来讲，人民币贬值对公司利好。但是汇率变动主要是国与国之间竞争的变化，对国内所有同行的影响都差不多。公司每年有 30%新产品推出，新产品报价及原有产品调价都会综合考虑汇率波动等因素，人民币贬值时也可能会对客户让利。长期来讲，公司业绩主要还是靠公司综合竞争能力。

3、公司今年的汇兑收益有多少？

答：预计 7 千万左右。

4、公司上市后业绩增长较快原因？

答：公司从 3、4 年前开始转型，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，近几年的毛利率和净利率都有较平稳的提升。同时，公司拓宽了产品线，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，实现了销售规模横向增长。

5、公司主要竞争对手？

答：公司外销市场上主要的同行包括闽灿坤、德豪润达等小家电生产企业，有部分公司在慢慢的转型。

6、公司内销拓展计划？

答：公司未来会通过拓宽产品线、渠道及发展自主品牌等措施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%。

7、公司国内销售净利率水平？

答：Donlim 的净利率 8%左右（含制造），Morphy Richards 的净利率较高，达到 15%左右（含制造）。

8、公司预计 Donlim 未来两年净利率水平？

答：预计达到 10%左右。公司实行多品牌运作，咖啡机品牌 barsetto 采取的是“机器+耗材”模式，机器主要是租赁形式，收入主要来源于销售耗材。

9、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。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、净水设备等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。

10、咖啡机品牌 Barsetto 介绍及推广进展情况？

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，目前量还不大，预计今年会形成一定的收入规模。

11、Morphy Richards 今年目标销售规模？

答：目标争取实现 1.5 亿元左右销售。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。Morphy Richards 的成功运营，可以体现公司管理销售团队的能力。

12、Morphy Richards 主要销售渠道？

答：主要还是以电商、微商等线上渠道为主，线下有少部分。Morphy Richards 2016 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。

13、公司如何看待线下渠道？

答：主要还是根据产品自身特性来定，西式小家电主要销售阵地还是线上渠道，如天猫等。Donlim 主要还是以线上为主，其中面包机、打蛋机、多士炉等多类产品销量全网排名第一，Donlim 短期内不会大规模铺线下渠道，未来做大了不排除。Morphy Richards 有少部分线下渠道，逐步会放在一些高端百货，但大规模的暂时还没有。Barsetto 走商业系统。未来健康美容电器也是结合产品的特性来定。

	14、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，目前投资的项目除了上市公司之外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、房地产项目、医疗健康管理项目等，但项目都不是很大，目前主要经营还是在上市公司。 15、公司 2016 年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获得中国证监会的书面批复，相关工作正在进行当中。 16、公司第二大股东东菱电器集团有限公司部分股票已经解锁，是否有减持计划？ 答：公司暂未收到东菱电器集团有限公司减持计划的通知。 17、特朗普上台后贸易政策对公司影响？ 答：公司出口业务欧美市场占比 78%左右，欧洲美洲各一半左右，出口美国占公司收入 20%-30%。事实上近十多年来小家电在美国本土没有生产，比较缺乏生产设计能力，设计+制造现在基本都在中国，中国小家电制造占全球 80%的份额。从公司目前订单来看，对公司订单没什么影响，北美的客户该下的订单还在下，预计影响不大。 18、公司未来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，净利率预计可以继续保持较稳定的增长，但短期内不会有大幅度的变化。 19、公司 2017 年业绩的预计？ 答：要看整体市场情况，公司争取整体销售规模内生增长 10%左右，利润的增速超过收入的增速。
附件清单（如有）	无
日期	2017 年 2 月 8 日