

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：2018-007

<b>投资者关系活动类别</b>	<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 checked="" type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 其他 _____
<b>参与单位名称及人员姓名</b>	长江证券 管泉森先生                  鹏华基金 王治璇女士 东方证券资管 叶倩女士              景顺长城 李冉女士 吉翔先生 华安基金 李杨先生                      弘毅远方基金 施跃先生 中欧基金 廖欣宇先生                  东方证券 徐卫先生 中国人寿 王彬彬先生                  恒越基金 杨晓洋先生
<b>时间</b>	2018年11月22日
<b>地点</b>	广东新宝电器股份有限公司总部会议室
<b>公司接待人员姓名</b>	董事、副总裁兼董事会秘书 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
<b>投资者关系活动主要内容介绍</b>	<p><b>一、活动情况简介</b></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><b>二、投资者互动环节主要交流内容</b></p> <p><b>1、公司国内销售来源及今年国内销售情况？</b></p> <p>答：公司国内销售主要来源于自主品牌运营，另一方面加强了与互联网公司进行合作，比如小米、名创优品等。互联网公司销售产品最直接的优势是减少中间环节，降低费用，这种新业态预计未来会有较快增长。</p> <p>受宏观环境影响，今年国内销售增速相较于2017年有所放缓，预计全年仍会保持稳定增长。</p>

## 2、公司自主品牌规划及运作情况介绍？

答：公司的品牌规划是专业产品专业品牌。公司目前自主品牌是 Donlim（东菱），Donlim（东菱）定位是大众化、性价比高的产品，主要通过线上渠道销售烘焙类电器产品；公司也在代理海外中高端厨房电器品牌 Morphy Richards（摩飞）的国内销售；同时，公司注册了新的咖啡自主品牌 Barsetto，主要销售咖啡机和咖啡胶囊，及茶电器自主品牌鸣盏，相关产品已上市。

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。每个品牌是个独立的事业部，激励方式采取类合伙人机制。

## 3、公司和小米的合作情况介绍及未来的合作计划？

答：公司目前与小米合作的主要有净水器、电热水壶、电动牙刷等，目前有一定规模的产品主要是净水器，小米净水器的生产大部分都是和公司合作的。公司目前实际上是和小米的硬件公司进行合作，从产品线角度来看还有很多其他产品线的合作空间，例如咖啡机、保温杯等，目前已经有几个与小米协商中的产品项目。未来也不排除以其他方式进行合作。

## 4、今年 Morphy Richards（摩飞）的销售情况？

答：Morphy Richards（摩飞）2017 年国内销售收入实现 1.5 亿元，预计今年会保持稳定增长，今年下半年推出了一些新品类产品，如爆款多功能锅、真空保鲜机、慢煮机等。

## 5、中美贸易摩擦对公司业绩的影响？

答：公司出口美国的产品采用的是 FOB 交易模式，由买方自行清关并支付关税。经公司初步核对，此次美国对华产品征税清单涉及公司产品较少，影响较小，主要是吸尘器、制冰机等，按 2017 年销售数据测算，两轮征税清单涉及公司产品销售收入占公司 2017 年主营业务收入 3%左右。目前，全球小家电产能大部分集中在中国，凭借综合竞争优势，短期内海外品

牌公司难以找到匹配的替代资源，订单大规模转移到其他国家或地区的可能性不大。从公司目前及明年的美国订单来看，订单流失较少，无明显变化。

公司会密切关注后续相关政策变化，同时将继续专注于主业，持续提升自身综合竞争能力，大力拓展国内市场，逐步提高国内市场份额，实现有质量的增长。

#### **6、公司未来是否会考虑在东南亚转移设厂？**

答：在东南亚或者墨西哥等国家转移设厂公司也曾经探讨过，但考虑到产业配套包括电机、模具、五金、抛光、机械加工、劳动力技能等问题，暂时无此计划。公司会通过不断创新提高产品核心价值、加强标准平台化及自动化建设以提升效率降低成本等措施来覆盖国内劳动力成本上升及关税提高等风险。

#### **7、公司产品毛利率如何保证？公司效率未来在哪些方面还有提升空间？**

答：公司从 OEM 到 ODM 转变，积累了大量的技术和产品研发设计能力，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，这就使公司掌握了产品的议价能力。同时通过产品生产平台标准化及自动化的投入来提升效率，及创新产品比重增加、自主品牌的推进，毛利率还有很大的提升空间。

近年来公司的成本不断优化是生产工艺不断进步、废品率不断降低及效率提升等形成的综合结果。同时未来公司会考虑压缩供应链，重点工作放在研发设计上。

#### **8、目前公司生产线的自动化程度？**

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，同时已经在逐步延伸到总装环节，公司未来会继续加大生产线自动化投入，实行人机混用，由点到面，用机器优化工序而不是单纯的替代人工，实现劳动密集

型产业到资本投入型产业的转变。但由于公司订单特点是小批量多品种，为了满足部分客户的个性化需求，短期内总装还做不到全面自动化。

#### **9、公司对 2018 年全年外销收入的预期？**

答：今年上半年由于人民币兑美元汇率上行，针对前期人民币升值，公司启动了对客户原有产品的调价，同时对接单毛利率进行了筛选管控，主动放弃了部分毛利率偏低的订单。欧美市场需求端相对平稳，预计公司 2018 年全年外销收入实现平稳增长。

#### **10、公司主营业务成本中材料占比？公司原材料主要有哪些？原材料价格波动对成本端的影响？**

答：公司主营业务成本中直接材料占比 75%左右，公司原材料主要包括：PP、ABS 等塑料类材料，不锈钢、漆包铜线等五金材料，以及温控器、熔断器、电机等核心零部件。

目前来看主要原材料价格已经保持相对平稳，产品毛利率下半年开始逐步修复。

#### **11、公司和同行相比核心竞争优势？**

答：主要体现在公司产品线丰富，能够满足客商的一站式采购需求；产业配套完善、成本控制能力强；研发创新能力突出、新产品实现速度快；以客户需求为导向，从开发到生产密切配合反馈，配备专门的项目组进行跟踪等方面优势及服务。

#### **12、公司研发体系介绍及未来研发投入计划？**

答：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，积累了大量的技术和研发设计能力，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。

近年来，公司不断加大研发投入，研发队伍不断壮大，公司研发技术人员 2000 余人。研发技术体系主要分成三级：一级负责前沿技术研究；二级负责创新产品开发；三级负责原有

	<p>产品的更新换代。</p> <p>目前公司每年研发投入占营业收入的比重为 3%左右，未来研发投入会随产品销售规模增长而增长。强大的研发设计能力可以保障公司每年不断推出符合市场需求的创新产品。</p>
附件清单（如有）	无
日期	2018 年 11 月 22 日