

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：2019-001

投资者关系活动类别	<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 _____
参与单位名称及人员姓名	国信证券 黄玮玮 晋融资产管理 曹海研 中国信托 李贞儀 融通基金管理 陈顺 富兰克林邓普顿投资管理 朱国庆 博裕资本投资管理 邢天猷 中信证券 袁 晔 王仁泰 汪 浩 王 庆 林昱昊 光大证券 苏晓珺 中英人寿保险 汪凯成 远东国际租赁 戴家玥 富达基金 付梦昱
时间	2019年2月20至22日
地点	广东新宝电器股份有限公司总部会议室
公司接待人员姓名	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
投资者关系活动主要内容介绍	<p>一、活动情况简介</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>二、投资者互动环节主要交流内容</p> <p>1、公司自主品牌定位定价策略及运作情况介绍？</p> <p>答：公司的品牌策略是专业产品专业品牌，不同品牌的产品及定位会有差异化。公司目前自主品牌主要是 Donlim（东菱），Donlim（东菱）定位是大众化、性价比高的产品，主要销售烘焙类电器产品；公司也在代理海外厨房电器品牌 Morphy</p>

Richards（摩飞）的国内销售，Morphy Richards（摩飞）定位是中高端厨房电器；同时，公司注册了新的咖啡机自主品牌 Barsetto 及茶电器自主品牌鸣盏，与意大利品牌 Laica（莱卡）合作在国内销售净水器，部分相关产品已上市。

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，团队除了自行培养，还会引进外面的营销人才。

2、公司国内销售来源？自主品牌及 ODM 的比重？

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、拼多多等。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，这种新兴业态预计未来会有较快增长。

公司国内销售自主品牌占比 60%-70%左右，ODM 订单及其他占比 30%-40%左右。

3、国内品牌销售渠道？是否会考虑线下渠道？

答：Donlim（东菱）主要通过电商、电视购物、礼品等方式进行销售；Morphy Richards（摩飞）在电商、微商、小红书、抖音等线上渠道及网红渠道都有销售；Barsetto 采取商业渠道的模式，进驻国内大城市的办公楼、写字楼及大商场等。鸣盏和 Laica（莱卡）主要也是通过电商、微商等线上渠道进行销售。

Morphy Richards（摩飞）有少部分线下渠道，集中在高端百货，主要作用是展示及宣传，为线上渠道服务。未来产品渠道考虑会根据产品特性来定，比如健康美容电器可能会落到美容店、化妆品专柜等，茶系列电器会进入茶渠道等。

4、发展小家电自主品牌主要的竞争核心要素？

答：一方面是产品创新能力，小家电作为准快消品，推陈出新快，新产品特别是爆款推出后很多同行会很快跟进，所以

企业需要有持续的产品创新能力来树立品牌形象；另一方面是渠道，企业需要快速的抓住新兴渠道变化。

5、公司和小米的合作情况介绍及未来的合作计划？小米订单产品毛利率水平？

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、烤箱等，目前有一定规模的产品主要是净水器和电热水壶，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。

小米订单产品毛利率水平参考公司 ODM 订单的毛利率水平，主要还要看产品，不同品类的产品毛利率水平不一。

6、公司与拼多多的合作情况介绍？

答：公司与拼多多的合作刚刚起步，处于产品的储备、探索阶段，目前主要销售的是 Donlim（东菱）品牌的部分新品，量还不大，未来不排除会投放更多其他品牌产品。

7、公司和同行相比核心竞争优势？

答：公司的核心竞争优势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。

8、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，积累了强大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部分供应链，重点工作放在研发设计上。

9、公司产品标准化平台及制造分层管理介绍？

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。通过标准平台化生产，可以为公司节省大量的模具费用、提升产品的设计效率、缩短开发设计周期等，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，保证了产品毛利率。

公司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，同时在巩固高端产品市场的同时，不断扩大中低端产品的市场占有率，提升全方位的竞争力，实现整体规模的稳定增长。

10、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。公司也不会刻意去追求全面自动化，会考虑自动化投入成本与人工成本比较优势，进行自动化滚动投入。

11、公司出口业务占比较大，如何应对汇率波动风险？

答：一方面公司有部分进口材料，占比 30%左右，会进行对冲；另一方面公司会加大收款力度，加强对汇率变动的分析，运用远期外汇合约等金融工具来降低汇率波动风险，公司目前

已签订 1.5 亿美元左右的远期外汇合约；同时公司会通过核心竞争力的提升，不断提高公司产品的市场议价能力。

12、公司产品如何定价和调价？

答：一般情况下，公司会根据产品竞争情况来设定价格。每个季度会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，并根据具体情况启动对原有产品的调价谈判。中小客户调价周期较短，签订年度合同的大客户周期相对较长。

13、公司对外销市场是否会有担忧？中美贸易摩擦对公司业绩的影响？

答：小家电在欧美等发达国家作为生活必需品、准快消品，推陈出新快，单价较低，受经济环境影响不大，公司认为海外市场小家电需求仍会保持相对平稳增长。

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，按公司 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 2018 年及目前的美国订单来看，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。

14、公司未来是否会考虑在东南亚等地区转移设厂？

答：是否在东南亚等国家转移设厂，公司也在考察探讨，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，暂时无具体计划。

	<p>15、公司外销市场主要竞争对手？</p> <p>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。</p> <p>16、公司前五大客户销售占比？</p> <p>答：公司前五大客户销售占比 30%左右。公司与超过 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，市场分布较为均衡，对单一地区或单一客户销售不存在依赖性。</p> <p>17、公司对 2019 年销售收入的预期？</p> <p>答：预计公司 2019 年外销收入会保持平稳增长。一方面是现有品类的增长，另一方面是新品类的横向拓展，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。内销增速预计会快于外销增速。</p>
附件清单（如有）	无
日期	2019 年 2 月 22 日