

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：2019-012

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	天风证券 蔡雯娟 海富通基金 王智慧、周雪军、范庭芳、陶敏、施敏佳、陶意非、郭湛、周其源
时间	2019年12月25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	董事会秘书 陈景山先生 证券事务代表 邝海兰女士
投资者关系活动主要内容介绍	<p style="text-align: center;">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 style="text-align: center;">二、投资者互动环节主要交流内容</p> <p style="text-align: center;">1、公司基本情况介绍及近年来的变化。</p> <p>答：公司是小家电出口龙头企业之一，公司产品主要出口到欧洲、美洲、澳洲等发达国家和地区，并积极开拓东南亚、中东、非洲等新兴市场，现已进入全球100多个国家和地区，与Jarden Group、Hamilton Beach、Electrolux、Philips、Panasonic、Siemens、De'Longhi、Kenwood、Morphy Richards、SEB、Russell Hobbs、Delta等客户建立了长期的战略合作伙伴关系。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企业之一。</p> <p style="text-align: center;">公司产品品类丰富，能够满足客商的一站式采购需求。公</p>

司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、电烤箱、吸尘器、电熨斗、空气净化器、净水器等 20 多个大类。近年来，公司一直专注主业，外销市场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。

公司生产实行制造分层，根据产品的大类划分生产单位；同时针对不同群体的客户，把同类产品分为高、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。

公司近年来一直积极开拓国内市场，通过专业产品专业品牌策略，不断提高国内市场销售份额。公司 2018 年开始对国内品牌销售的战略定位、组织架构和管理机制等方面做了调整。战略上，国内销售和海外销售并列，地位同等重要；组织架构上，分为前后台，前台：不同的品牌营销推广由不同的专业团队运作；后台：不同品牌的产品研发设计、品质管控、物流、品牌策划等为共享平台。公司总裁是国内品牌事业部总负责人；管理机制上的调整有两个方面：一是激励考核，前台营销团队实行类合伙人机制；另外在后台建立产品经理负责制，同时打造超级供应链，快速满足目标客户需求。

公司从过去传统的制造加工企业转变成“研发+制造”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，同时也为公司的国内品牌业务奠定了基础。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，近几年产品的毛利率和净利率都有较平稳的提升。

2、公司未来国内销售的发展目标？

答：公司未来将继续专注于主业，持续提升自身综合竞争

能力，国内市场通过专业产品专业品牌策略，同时加强与互联网公司的合作，逐步提高国内市场份额。未来的目标是做到3:3:3:1，欧洲、北美市场销售各占30%左右，国内市场销售占比30%左右，其他国家地区占比10%左右。

3、公司国内销售自主品牌及 ODM 的比重及两者的毛利率？

答：公司目前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。国内销售ODM订单产品毛利率水平参考公司整体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。自主品牌的综合毛利率高于公司整体毛利率水平，其中Morphy Richards（摩飞）的毛利率相对较高。

4、公司与 Morphy Richards（摩飞）合作情况介绍？

答：Morphy Richards（摩飞）是英国小家电知名品牌，本身是公司的ODM客户，与公司合作多年，2014年前后把国内销售品牌代理独家授权给公司，公司2017年11月与Morphy Richards（摩飞）续签了长期的授权协议，Morphy Richards（摩飞）收取固定的品牌使用费加一定比例的销售提成。未来可能会采取其他方式进行合作。

Morphy Richards（摩飞）的国内代理销售完全由公司自主运作，团队由公司自己培养，与国际品牌形成了良好的互动机制。Morphy Richards（摩飞）的成功运营，可以体现公司管理销售团队的能力，同时也为公司推广其他品牌积累了很好的运营管理经验。

5、Morphy Richards(摩飞)是如何打造网红爆款产品的？公司是否具有持续打造爆款产品的能力？

答：公司的传统优势是服务全球各大品牌商，了解国外小家电的发展潮流和趋势，可以结合全球各知名品牌商需求进行综合分析，进而反哺国内市场。同时近年来公司加大力度研究

国内年轻消费群体的消费习性和“痛点”。Morphy Richards（摩飞）一方面通过“产品经理”捕捉市场机会，研发出具备爆品潜质的好产品，另一方面通过“内容经理”对新渠道运营的理解，把好产品打造成“网红”产品，继而集中引爆销售。

是否能持续打造爆款产品，是整个同行业共同面临的问题，核心还是在于产品研发创新能力，同时抓住产品、渠道的先发优势和快速的供应链响应能力。

6、Morphy Richards（摩飞）销售渠道？

答：Morphy Richards（摩飞）主要以线上销售为主，在淘宝、京东等传统电商及小红书、抖音、直播等网红渠道都有销售。

Morphy Richards（摩飞）目前也有少部分线下渠道，占比10%-20%左右，目前在全国投设了1000家左右场景展示平台，主要集中在高端百货、精品超市、潮牌店等。线下渠道销售增长态势良好，同时起到了很好的品牌宣传作用。

7、Morphy Richards（摩飞）今年整体销售情况？

答：Morphy Richards（摩飞）前三季度比去年同期增长了3倍左右，四季度保持了良好的发展态势，预计全年同比增长3倍以上。增量贡献主要来源于多功能锅，便携式榨汁机（摇摇杯）、便携水壶等。

8、外销市场是否会受欧美经济环境影响？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。

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。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

	<p>司 2018 年及 2019 年目前的美国订单来看，订单流失较少，影响不大。公司会密切关注后续相关政策变化。</p> <p>9、公司未来是否会考虑在东南亚等地区转移设厂？</p> <p>答：考虑到东南亚等国家产业配套及劳动力技能等问题，公司暂时无在东南亚等国家转移设厂的具体计划，目前公司主要探索与东南亚等国家当地的工厂进行业务合作。</p> <p>10、公司如何应对汇率波动风险？</p> <p>答：一方面公司有 30%左右的进口材料，会进行对冲；另一方面公司有 30%左右的新品会综合考虑汇率等因素即时报价；另外，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 2 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。</p> <p>11、公司对 2020 年全年销售收入的预期？</p> <p>答：预计公司 2020 年外销收入会保持平稳增长，内销保持较快增长。</p>
附件清单（如有）	无
日期	2019 年 12 月 25 日