

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：2021-001

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 电话会议
参与单位名称及人员姓名	天风证券股份有限公司、中欧基金管理有限公司、广发基金管理有限公司、上海禾其投资咨询有限公司、正心谷创新资本有限公司、上海银叶投资有限公司、风和亚洲基金公司、西部利得基金管理有限公司、浙商基金管理有限公司、招商基金管理有限公司、上海景林资产管理有限公司、嘉实基金管理有限公司等 129 方接入电话会议
时间	2021 年 3 月 8 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 证券事务专员 黄浩晖先生
投资者关系活动主要内容介绍	一、公司经营情况简要介绍 根据公司财务部门初步核算数据（未经审计）显示，公司 2020 年度实现营业收入 1,317,977.54 万元，较 2019 年同期增长 44.44%，其中，国外销售收入同比增长近 40%，国内销售收入同比增长 65% 左右，国内销售占比进一步提升；实现利润总额 136,924.81 万元，较 2019 年同期增长 72.18%；实现归属于上市公司股东的净利润 111,620.53 万元，较 2019 年同期增长 62.39%。公司总体毛利率持续提升，一方面得益于国内销售占比进一步提升；另一方面，公司通过产品技术创新、平台化建设、自动化建设带来的效率提升等措施，产品盈利能力不断增强。 2020 年三季度以来人民币升值的趋势较为明显，受人民币兑美

元汇率波动影响，一方面，公司 2020 年财务费用项目下的汇兑损失约 23,530 万元，2019 年同期为-1,840 万元，同比增加约 25,370 万元；另一方面，远期外汇合约交割产生的投资收益及公允价值变动收益合计约 13,450 万元，2019 年同期为-2,770 万元，同比增加约 16,220 万元；两方面合计损失较 2019 年同期增加约 9,150 万元。

受人民币兑美元升值及原材料成本上涨影响，公司四季度盈利增长速度低于收入增长速度。

在出现汇率变动较大等经营情况变化而导致产品成本变化达到一定幅度时，公司会对原有产品采取调价措施。因 2020 年公司整体销售量较大，以及公司考虑到客户的运输费用增加较多等因素，公司前三季度没有启动对原有产品的调价。2020 年第四季度公司开始启动调价谈判，对应 2021 年二季度开始会有调价安排。由于 2021 年 2 月原材料价格波动较为明显，因此公司近期启动了第二轮的调价谈判，大概从三季度开始执行。由于公司提前做了一些策略性采购安排，因此 2021 年上半年的订单产品，部分原材料价格锁定在 2021 年 2 月涨价前的价格。

从目前外销订单来看，公司 2021 年上半年外销仍将保持稳定增长；内销仍将保持较好的增长趋势。

二、主要交流内容

1、Morphy Richards（摩飞）和 Donlim（东菱）2020 年第四季度增速情况？

答：Morphy Richards（摩飞）2020 年第四季度销售收入仍保持了 80%左右的增速，比三季度略好，全年销售收入同比增长约 130%。Donlim（东菱）下半年增速放缓，全年销售收入比 2019 年同期增长 20%以上。

2、2020 年 Morphy Richards（摩飞）主要品类的占比？

答：多功能锅和便携式榨汁杯的销售占比 50%-60%左右；2020 年推出的新品的销售占比超过 30%，有代表性的产品比如消毒菜板、套娃绞肉机、便携水杯等。未来 Morphy Richards（摩飞）对单一产

品的依赖度会逐步降低，会推出更丰富的产品来满足目标用户群体的需求。

3、公司期待 Donlim（东菱）今年会有怎样的表现？

答：公司对 Donlim（东菱）今年的增速比 2020 年有更好的期待，目前 Donlim（东菱）的体量还较小，从营业收入绝对额来看对公司的贡献较小。

4、公司原材料一般备货多长时间？

答：大宗原材料一般备货 1-2 个月，同时公司阶段性会做一些策略性采购安排，提前锁定采购价格。

5、公司原材料主要有哪些？生产成本中材料占比多少？

答：公司原材料主要包括：PP、ABS、AS 等塑料类材料，不锈钢、漆包铜线等五金材料，以及温控器、IC 集成块、熔断器等核心零部件。生产成本中直接材料占比 70-80%左右。

6、公司 2020 年出口销售增速较快,能否做下区域拆分？2021 年公司对欧美市场的展望？

答：从整体上看，2020 年公司出口到美国及东南亚等新兴市场增速较快，欧洲市场稍微慢一点。从目前一季度订单来看，延续了这种趋势。

7、公司对 2021 年出口业务的展望？

答：因为今年海外市场仍受疫情的影响，公司很难做出精准的判断。如果海外市场逐渐恢复常态，预计海外市场小家电需求仍会保持相对平稳。公司未来出口业务的增长主要来源两个方面：一是新品类拓展，如家居电器、个护电器等；二是原有厨房电器优势品类市场份额的提升。预计未来外销总体上保持平稳增长的态势。

8、公司今年的新品主要是哪些类型的产品？

答：公司在每类产品线都会新品推出，同时公司品牌事业部会根据自身的产品优势、各品牌自身的定位以及对目标用户群体需求的挖掘来推出新品，公司自有品牌今年上新的数量预计会较 2020 年有所增加。

	9、国内 OEM/ODM 的净利率水平？目前公司与跨境电商 OEM/ODM 业务的合作情况？ 答：公司国内 OEM/ODM 业务和出口代工业务的模式是一样的，净利率总体水平也差不多，在产品和客户方面稍有差异。 公司目前与跨境电商合作的 OEM/ODM 业务占比较少，未来预计会逐步增加。 10、公司对于跨境电商业务的发展是如何考虑的？ 答：海外市场方面，公司目前主要服务于现有的主流客户，短期内不会选择与客户直接竞争，在新兴市场或创新品类方面，会做一些跨境电商业务探索。同时，公司也会与国内跨境电商企业建立合作。 11、公司的优势是什么？为什么跨境电商企业会找公司合作？ 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。 跨境电商企业大多重心在营销，缺乏完整的供应链基础，出于其业务发展需要，会选择与具备大规模产品研发、制造能力的公司合作。
附件清单（如有）	无
日期	2021 年 3 月 8 日