

广东新宝电器股份有限公司投资者关系活动记录表

编号: 2023-004

投资者关系活动类别	<input 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 type="checkbox"/> 现场参观 <input checked="" type="checkbox"/> 其他 <u>投资机构线上交流</u>
参与单位名称及人员姓名	国泰君安证券、长江证券、开源证券、天风证券、国信证券、国金证券、招商证券、浙商证券、中金公司、华泰证券、东方证券、广发证券、中泰证券、德邦证券、安信证券、民生证券、海通证券、路博迈基金、国联安基金、兴银基金、摩根士丹利基金、兴华基金、易方达基金、华富基金、诺安基金、九泰基金、泓德基金、达诚基金、兴业基金、招商基金、东方基金、嘉实基金、华泰柏瑞基金、东方阿尔法基金等 130 方接入电话会议。
时间	2023 年 8 月 29 日
地点	电话线上交流
公司接待人员姓名	董事、副总裁 杨芳欣先生 董事会秘书 陈景山先生
投资者关系活动主要内容介绍	<p style="text-align: center;">一、公司 2023 年上半年经营情况简要介绍。</p> <p>2023 年上半年,公司营业总收入实现 635,471.44 万元,较 2022 年同期下降 10.83%;外销方面,国外营业收入实现 466,178.77 万元,较 2022 年同期下降 14.42%,2023 年上半年海外小家电总体需求仍然较弱,第二季度有所企稳;内销方面,国内营业收入实现 169,292.67 万元,较 2022 年同期增长 0.82%,国内业务总体平稳。</p> <p>2023 年上半年,公司实现归属于上市公司股东的净利润 39,482.14 万元,较 2022 年同期下降 18.81%。面对多重经营压力,公司相继通过技术创新、生产效率提升等降本增效措施,产品盈利能力逐步得以修复,公司综合竞争能力不断提升。受人民币兑美元</p>

汇率波动影响, 2023 年上半年财务费用中的汇兑收益比上年同期减少 4,344.86 万元, 同时远期外汇合约/期权合约投资损失及公允价值变动损失合计比上年同期增加 6,169.17 万元。公司期间费用总体控制较好, 其中销售费用 24,990.18 万元, 同比上升 23.69%, 主要是国内销售广告宣传投入增加。

2023 年上半年, 公司经营活动产生的现金流量净额 39,393.39 万元, 较 2022 年同期增长 32.19%, 比较稳健。

二、投资者互动主要交流内容

1、公司下半年出口态势?

答: 2023 年上半年海外小家电总体需求仍然较弱, 公司外销订单今年第二季度有所企稳, 三季度保持良好的增长态势, 四季度订单还在接收当中。

2、汇率波动及公司金融衍生品投资对公司业绩的影响?后续衍生品投资规划?

答: 公司是小家电出口企业, 主要结算货币为美元, 开展金融衍生品投资目的主要为对冲汇率波动风险。

受人民币兑美元汇率波动影响, 公司 2023 年上半年财务费用中的汇兑收益为 8,335.76 万元, 远期外汇合约/期权合约投资损失及公允价值变动损失合计为 8,740.18 万元。

截止 2023 年 6 月末, 公司尚未交割/行权的远期外汇合约/期权合约余额为 4.335 亿美元, 未来会保持在 4 亿美元左右规模, 最高不超过 5 亿美元。公司尚未交割/行权的远期外汇合约/期权合约期限为 1 个月至 1 年不等, 长期来看, 随着汇率的波动及新合约的滚动签订, 对公司业绩不会产生大的影响。

3、毛利率提升的主要原因?

答: 随着公司技术创新、生产效率提升等降本增效措施, 外销的毛利率从 2022 年下半年开始逐步修复; 大宗原材料价格相对友好也有助于公司盈利水平的修复。公司总体毛利率 2023 年上半年有所

提升。

4、公司目前商用咖啡机订单情况如何？

答：商用咖啡机产品线是公司专业能力、产品技术的新尝试，目前已接到相关客户订单，2023 年上半年表现较好，但目前总体规模仍然较小。

5、公司欧洲和北美市场情况？

答：目前主要海外客户库存在逐步出清，下半年订单需求逐步恢复，欧洲和北美市场情况总体差不多。

6、公司如何应对未来可能出现的美国加征关税的风险？

答：公司会密切关注后续相关政策变化。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。从以往的情况来看，美国加征关税清单涉及公司的产品不多，对公司影响不大。小家电的产业链较长，国内有较为完整的配套供应链优势。同时公司在印尼做了一些产能投放的布局，目前运行良好，公司会根据市场需要调整规模。

7、2023 年上半年国内自主品牌的表现？

答：2023 年上半年 Morphy Richards（摩飞）品牌出货略有下滑，Donlim（东菱）品牌受单品波动影响，同比销售有一定幅度的下滑，Barsetto（百胜图）增速表现较好。

8、Morphy Richards（摩飞）品牌国内发展规划？

答：Morphy Richards（摩飞）品牌会持续加大研发及营销的投入，未来将会持续逐步推出新品，争取保持平稳的增长。

9、公司国内品牌渠道结构？

答：目前公司内销渠道基本形成全渠道覆盖，其中 Morphy Richards（摩飞）品牌较为完整：目前淘宝、京东等传统电商渠道合计占比 40%左右，线下渠道占比为 10%—15%左右，另外就是抖音等内容电商渠道及礼赠品、电视购物、团购等渠道销售。Donlim（东

	<p>菱)品牌在抖音渠道表现较好; Barsetto (百胜图)品牌目前以淘宝、京东等传统电商渠道为主。后续公司将会加大各品牌渠道的开拓及投入。</p> <p>10、公司如何看待线上营销费用增加? 是否会考虑小众的流量平台?</p> <p>答: 公司对于各种线上平台都是持开放的态度, 顺势而为, 积极应对; 同时将会加大产品端创新力度。</p> <p>11、公司在抖音渠道的布局?</p> <p>答: 目前抖音渠道已经从流量平台变成重要的变现平台, 从去年开始, 公司积极培养抖音运营团队, 持续加大抖音渠道的推广投入、优化流量投放模型。目前 Donlim (东菱)品牌在抖音渠道的运营已取得一定成效, 后续其他品牌也将持续加大推广投放, 实现抖音渠道规模增长。</p>
附件清单 (如有)	无
关于本次活动是否涉及应披露重大信息的说明	<p>公司严格按照《投资者关系管理制度》等规定, 保证信息披露的真实、准确、完整、及时、公平。没有出现未公开重大信息泄露等情况。</p>
日期	2023年8月29日