

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：2017-015

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	汇丰晋信基金 徐犇先生 天风证券 蔡雯娟女士 罗岸阳先生 广发证券 彭哲远先生 吉渊投资 陈晓伟先生
时间	2017年11月29日-11月30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、常务副总裁、董事会秘书兼财务总监 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、公司四季度及明年外销情况？</p> <p>答：随着原有产品调价的启动及新产品的推出，四季度盈利能力会有所恢复，预计今年第四季度收入、利润均为正增长。明年外销增速公司争取好于整个行业出口的增速。</p> <p>2、公司明年订单情况？</p> <p>答：陆续在谈，公司与主要客户开展业务是以框架合同为基础执行的，具体订单是动态的。公司出口产品订单周期较短，一般2-3个月（交货周期一般30-45天，回款周期60天以内）。</p>

3、公司调价幅度及落实情况？

答：一般情况下，公司与客户签订合同主要以中短期合同为主，在影响企业经营的外部因素发生较大变化时，公司将对产品指导价进行不定期调整。同时，公司每年有 30%左右的新产品推出。公司所在行业是充分竞争的市场，原材料价格下降或人民币贬值时公司会对客户让利。同样，现在成本上涨，公司也会对产品涨价。长期来讲，公司业绩主要还是靠公司综合竞争能力。公司近期调价在第四季度会有部分体现。

4、公司有没有针对汇率波动做一些套期保值业务？

答：公司近期已经采取签订部分远期外汇合约等措施来降低汇率波动风险。

5、行业竞争格局变化，行业集中度是否在提升？

答：现在的竞争没有以前那么激烈，很多中小企业产能在逐步退出，行业集中度在提升。公司的 ODM 包含了设计、研发等多环节，对客户的议价能力在增强。因此，此次在与客户谈调价时会更有话语权。

6、公司外销未来主要增长点？

答：（1）拓宽产品线：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、婴儿电器等产品线延伸；

（2）区域拓展：巩固欧洲、北美市场的同时，继续扩展东南亚、南美等市场。

7、公司毛利率、净利率是否还有提升空间？

答：费用是较为刚性的，随着创新产品销售增长及自有品牌建设的推进，以及生产线自动化改造，毛利率、净利率预计能够保持较稳定增长，但短期内不会有大幅度的变化。

8、人力成本上涨、招工难问题如何化解？

答：提高生产线自动化水平，减少人员投入。

9、目前公司生产线的自动化程度及作用？

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，正在逐步延伸到总装，实行人机混用。公司未来会继续加大生产线自动化投入，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性产业的转变。近几年公司生产销售规模不断扩大，但总体员工人数变化不大，得益于自动化改造，大概每年可以节省 800 人左右。

10、国内销售情况介绍？

答：内销品牌上，今年截至目前，Donlim（东菱）收入增速 30%左右；Morphy Richards（摩飞）增长更快一些，全年收入预计 1.5 亿元左右，接近翻倍增长；Barsetto 还在推广期铺货阶段，今年量还不大，预计明年会形成一定的收入规模。

11、公司自主品牌规划？

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，如面包机、烤箱、打蛋机、多士炉等；现阶段公司也在代理海外高端厨房电器品牌 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，相关产品已上市，定位在全球市场销售。公司预计明年元旦前后会推出一个健康美容电器联合品牌，以电动牙刷为主，还有洗脸刷等各种美容电器。未来还会继续探索针对其他品类产品采用新的专业品牌新的方式进行运作。

12、公司国内销售净利率水平？

答：Donlim 的净利率略高于出口平均净利率，Morphy Richards（摩飞）的净利率较高，达到 15%左右（含制造）。

13、公司新产品未来是否会考虑线下渠道？

答：Morphy Richards（摩飞）已有部分线下渠道，集中在高端百货等渠道，主要是展示及宣传，为线上渠道服务。未

	<p>来产品渠道考虑会根据产品特性来定。</p> <p>14、公司觉得未来国内市场拓展空间大吗？</p> <p>答：目前西式小家电在国内重复购买率还不高，整个国内市场销售规模不大，随着国内消费者的消费习性的转变，国内市场未来还有提升空间。</p> <p>15、国内市场业务拓展的难点主要体现在哪些方面？</p> <p>答：产品定位、品牌和渠道。公司非常重视国内市场的发展，未来会加强专业品牌运作，逐步提高国内市场份额。</p> <p>16、公司新品类的规划布局？</p> <p>答：大类主要还是厨房电器、家居电器、健康美容电器等，但是新的细分品种会有很多，公司每年有 30%左右的新产品推出。</p> <p>17、公司目前的产能利用率？</p> <p>答：公司目前总体产能利用率基本饱和。</p> <p>18、新产品拓展与公司现有产能是否有协同性？</p> <p>答：有，公司会做有效的延伸。比如电动牙刷的电机，就可以利用公司现有的电机配件公司的资源，五金、电源线等资源都可以共用。</p>
附件清单（如有）	无
日期	2017 年 11 月 30 日