

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：2019-003

<b>投资者关系活动类别</b>	<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 _____
<b>参与单位名称及人员姓名</b>	国金证券 楼枫焯 卞丽娟      财通证券 洪吉然 上海国际信托 张雪娇          德邦证券 罗文琪 朴道瑞富投资 张富绅          涌峰投资 楼韬 领骥资本管理 尤加颖          天堂硅谷资产 谢元
<b>时间</b>	2019年3月12日
<b>地点</b>	广东新宝电器股份有限公司总部会议室
<b>公司接待人员姓名</b>	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
<b>投资者关系活动主要内容介绍</b>	<p><b>一、活动情况简介</b></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><b>二、投资者互动环节主要交流内容</b></p> <p><b>1、公司与小米、名创优品、拼多多等互联网公司合作情况介绍？</b></p> <p>答：公司的强项是“设计+制造”，与互联网企业合作，可以发挥公司的优势，实现销售规模增长，同时可以提升公司的知名度。</p> <p>公司目前与小米相关单位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，电热水壶，小米净水器的生产大部分是和公司合作的。公司目</p>

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。公司与小米的合作规模总体趋势是增长的，不同品类的产品可能会随着小米的政策调整有一定的波动。

公司目前与名创优品合作储备的项目有 30 多个，预计会在今年二季度开始投产。

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。

还有一些其他互联网公司比如网易严选、傲基等在合作。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。

## **2、小家电国内市场是否有周期波动性？**

答：波动性不明显。小家电产品种类繁多，生命周期较短，新功能和新应用导致新品种层出不穷，产品更新换代速度较快，国内消费者对西式小家电的需求在提升，但目前西式小家电在国内重复购买率还不高，随着国内消费者的消费习性的转变，国内市场未来还有很大提升空间。

## **3、公司国内销售自主品牌及 ODM 订单的比重？**

答：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。

## **4、公司国内 ODM 订单的毛利率水平？**

答：公司国内 ODM 订单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。最重要的是看企业的综合竞争能力。市场是充分竞争的，关键要保持产品的性价比领先。

## **5、公司自主品牌定位策略及运作情况介绍？**

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、性价比高的生活电器产品，目前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 Richards（摩飞）的国内销售，Morphy Richards（摩飞）定位是中高端生活电器；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。不同的品牌产品制造、物流、品牌策划等会共用公司的平台，推广由不同的专业团队在运作。每个品牌是个独立的事业部，团队主要是自行培养，还会引进外面的营销人才。

#### **6、国内品牌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）目前有少部分线下渠道，集中在高端百货，主要作用是展示及宣传，为线上渠道服务。预计今年公司的经销商等合作伙伴会在全国投设 1000 多家场景展示平台。

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。

#### **7、公司与 Morphy Richards（摩飞）的合作方式？**

答：目前公司与 Morphy Richards（摩飞）的合作方式主要是品牌代理授权方式，是全国独家代理，签订了长期的授权协议。

**8、近期汇率波动对公司业绩的影响？公司如何应对汇率波动风险？有没有就原材料做套期保值业务？**

答：近期汇率波动对公司业绩影响不明显。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 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。

公司订单周期较短，产品报价及调价时会综合考虑原材料价格波动等因素。公司没有做原材料套期保值，但公司会考虑原材料供求及价格波动情况，做一些战略性采购安排。

**9、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。

**10、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。

#### **11、公司前五大客户销售占比？**

答：公司前五大客户销售占比 30%左右，比较稳定。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。

#### **12、公司出口产品订单周期？**

答：公司出口产品订单周期较短，老产品一般 2-3 个月（交货周期一般 30-45 天，回款周期 60 天以内），新产品加上研发周期 6-12 个月不等。

#### **13、公司产品品类众多，新产品拓展与公司现有产能是否具有协同性？**

答：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。

#### **14、公司制造分层管理介绍？**

答：公司根据产品大类划分不同的制造单元，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，效率及成本有了较大改善，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。

#### **15、公司是否面临招工难问题？**

答：生产员工每年都会有一定的流动性，但随着公司自动化的提升，公司用工总量不是很紧缺。近几年人力成本每年也在不断上升，公司会不断提高生产线标准平台化和自动化水

	<p>平，逐步减少人员投入。</p> <p><b>16、目前公司生产线的自动化程度？</b></p> <p>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。</p> <p><b>17、公司的海外订单是否具有季节性？</b></p> <p>答：上半年及下半年的销售占比 45%/55%左右，差异不大，旺季主要集中在 7-10 月。</p> <p><b>18、公司 2019 年一季度外销订单情况？公司对 2019 年销售收入的预期？</b></p> <p>答：公司今年一季度出口订单整体比较平稳。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>
<b>附件清单（如有）</b>	无
<b>日期</b>	2019 年 3 月 12 日