

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：2022-001

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、广发证券、国金证券、国盛证券、上海东方证券资产管理、中银国际证券、中国人寿资产、Green Court Capital Management Limited、中信建投证券资产管理、高毅资产管理、新华资产管理、中泰证券资产管理、鹏华基金、嘉实基金、博时基金、中欧基金、长城基金、中信建投基金、汇添富基金、摩根士丹利华鑫基金、南方基金等 142 方接入电话会议。
时间	2022 年 2 月 28 日
地点	电话线上交流
公司接待人员姓名	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、公司经营情况简要介绍。</p> <p> 根据公司 2021 年度业绩快报披露的财务部门初步核算数据（未经审计）显示，公司 2021 年度实现营业收入 1,491,238.76 万元，较 2020 年同期增长 13.05%，实现归属于上市公司股东的净利润 79,240.94 万元，较 2020 年同期下降 29.15%。2021 年，公司面临人民币兑美元汇率升值、大宗原材料价格的大幅上升及国际物流紧张等挑战，公司外销收入仍然保持了双位数增长，国内销售也取得了一定的增长。利润方面，主要受前期人民币兑美元汇率的快速升值及大宗原材料价格的大幅上升等因素影响，净利率同比有一定的下滑。经过两轮调价、策略性采购、远期外汇业务等系列措施，公司 </p>

整体盈利水平 2021 年三季度开始逐步有所修复。

从目前一季度外销订单来看，公司外销业务比较平稳。小家电在海外市场有类刚需属性，单位价值较低，更新周期快。回顾公司发展历史，每年都会面临各种外部环境挑战，但总体业务发展保持平稳状态。

2022 年，公司对内销的目标是保持一定的增长。一方面，对国内稳增长的政策落地有信心；另一方面，公司主力品牌 Morphy Richards（摩飞）、Donlim（东菱）等品牌有产品及营销上的准备，未来具备一定的增长基础。

二、投资者互动主要交流内容

1、公司对自主品牌 2022 年的预期？

答：2021 年第四季度 Morphy Richards（摩飞）有较好的增长，主要原因是新品拉动。目前 Morphy Richards（摩飞）、Donlim（东菱）处于品类扩充的阶段，未来会继续通过丰富品类满足消费者需求实现增长。其他专业品牌比如 Barsetto（百胜图）等 2021 年增速表现较好，但是目前体量还较小。Barsetto（百胜图）已经找到了适合其自身发展的路径，预计未来能保持较好的增长。2022 年公司内销业务增长，一方面取决于外部环境，一方面取决于内部运营能力。公司的目标是整体保持一定的增长。

2、公司如何看待线上流量成本上升的问题，会不会对 Morphy Richards(摩飞)费用造成影响？2021 年第四季度 Morphy Richards（摩飞）品牌费用投入较高，是不是导致了公司利润降低？

答：随着消费者注意力越来越集中在线上，线上销售费用的增加不可避免，目前对公司整体业绩影响不大，公司销售费用会根据预定的销售节奏和策略投放。单第四季度来看，利润降低主要还是汇率波动带来的财务费用增加及原材料成本上升的影响。

Morphy Richards（摩飞）作为有先发优势的品牌，对其关注重点不在于销售费用上升，而在于推出的产品能否切实满足消费者需求。

3、公司抖音、快手等短视频销售渠道销售情况？是否有自己的运营团队？

答：目前抖音、快手等短视频销售渠道销售占比不高。一是对相关渠道客户群体、营销方式仍处于摸索的阶段。二是与传统电商渠道相比，抖音、快手等短视频渠道营销费用相对高一点，整体来说性价比相对较低。公司目前整体线上的渠道重心仍然是淘宝和京东为主。

2021 年公司成立了自己的短视频渠道运营管理团队，具体交易由经销商运作。

4、Barsetto（百胜图）近两年的表现如何？

答：Barsetto（百胜图）近两年逐步过渡到 2C（To-Customer）模式，2021 年销售取得较好的表现，目前体量还较小，但品牌逐渐被消费者熟知。通过产品和渠道的沉淀、产品线的丰富和对消费者需求的深度研究，预计未来能保持较好的增长。从绝对规模上看，Barsetto（百胜图）是专业品牌，与 Morphy Richards（摩飞）这类全域品牌相比会有一些差距。

5、Morphy Richards（摩飞）各渠道销售占比情况如何？

答：Morphy Richards（摩飞）目前主要以线上销售为主，淘宝、京东等传统电商销售占比 50%以上；线下渠道占比 15%-20%左右，主要集中在高端百货、精品超市、潮牌店等，目前在全国投设了超过 1000 家场景展示平台；其余为新兴电商渠道、电视购物、团购渠道等销售。

6、Morphy Richards（摩飞）除了多功能锅和榨汁机，还有哪些品类销额占比较高？

答：随着 Morphy Richards（摩飞）产品品类的逐步丰富，Morphy Richards（摩飞）多功能锅和榨汁机系统合计销售占比 2021 年降至 40%左右。近年来其他销售占比较高的品类有砧板刀具消毒机、水壶、食物处理器等，各占 10%左右。公司未来也会通过品类丰富度的提升来推动业绩增长。

7、Morphy Richards（摩飞）品牌后续的推新计划？

答：2022 年 Morphy Richards（摩飞）品牌品类数量会超过 2021 年，主要集中在厨房及家居电器，具体产品形态请上市后关注。Morphy Richards（摩飞）洗地机后续有产品迭代的安排。

8、未来，洗地机产品是会推出更高端的产品还是相对低价的产品？

答：目前公司对洗地机品类仍处在探索阶段。公司看好未来清洁产品的赛道，但目前离洗地机真正全面铺开还有很长的路要走。公司将持续关注消费者需求，对相关产品进行升级迭代。

9、2021 年至今 Morphy Richards（摩飞）的盈利能力趋势？

答：Morphy Richards（摩飞）国内市场销售盈利水平比较平稳。虽然也会受原材料价格上涨的影响，但影响不大。随着 2021 年下半年新品推出，Morphy Richards（摩飞）整体盈利能力趋于稳定。

10、公司对 Donlim（东菱）品牌的未来规划是什么？

答：公司前期战略重心在出口业务，对 Donlim（东菱）的战略定位和要求不够清晰，始终处于一个调整的状态。在国内新兴社交电商、内容电商的大背景下，Donlim（东菱）的品牌定位、产品差异化、渠道革新和协作等方面，未来还有很多工作要做。

11、公司专业品牌及国内 ODM 业务 2021 年增速超过 Morphy Richards（摩飞）的原因是什么？

答：部分专业品牌由于基数小，相对增速表现较好。国内 ODM 业务 2021 年的增速不一定代表未来增长的趋势，此类业务比公司成熟的出口 ODM 业务和自主品牌业务稳定性差一些，订单有一定的波动性。未来公司国内销售的增长更多的还是以自主品牌销售为主。

12、国内 ODM 订单和出口 ODM 订单的毛利率相差大吗？

答：如果产品类别相似，总体毛利率差别不大。

13、内销原材料价格上涨有没有价格传导？

答：对于老产品的价格传导，相对比较困难；对于新品的定价会考虑原材料上涨的因素。原材料价格急剧上涨短期内会造成内销

	<p>毛利的损失。公司会通过效率提升、持续推出新品或迭代产品等措施逐步修复内销整体盈利能力。</p> <p>14、面对近期大宗原材料价格波动及汇率影响，公司的如何应对？</p> <p>答：针对大宗原材料价格波动，公司阶段性会做一些策略性采购安排，提前锁定采购价格。在原材料价格波动较大等因素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。针对汇率波动，公司采取签订部分远期外汇合约等措施来降低汇率波动风险，目前规模是 2 亿美元左右。</p> <p>15、公司近年来品类的发展势头？</p> <p>答：目前公司业务主要分为厨房电器、家居电器、个护美容电器三个大类；近两三年个护美容电器和家居电器发展比厨房电器快。细分来看，家居电器中的吸尘器、个护美容电器中的电动牙刷，厨房电器中的制冰机发展相对较快。</p> <p>16、公司 ODM 业务的海外大客户有哪些？</p> <p>答：公司出口业务客户较为分散，前五客户合计占比不到 30%，世界知名的小家电品牌，如 Jarden Group、Hamilton Beach（汉美驰）、Bosch(博世)、Electrolux（伊莱克斯）、Philips（飞利浦）、Panasonic（松下）、Siemens(西门子)、De’ Longhi（德隆）、Kenwood（健伍德）、Morphy Richards（摩飞）、SEB（赛博）等都是公司客户，最大客户的占比 10%左右。</p> <p>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。</p>
附件清单（如有）	无
日期	2022 年 2 月 28 日