广东新宝电器股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2025-004

<p>投资者关系活动类别</p>	<p> ☒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 <u>投资机构线上交流</u> </p>
<p>参与单位名称及人员姓名</p>	<p>长江证券、国联民生证券、中信证券、国泰海通证券、开源证券、光大证券、首创证券、天风证券、广发证券、中金公司、西南证券、国信证券、申万宏源证券、太平洋证券、华西证券、华创证券、华源证券、国投证券、财通证券、中泰证券、中信建投证券、中国银河证券、国金证券、华安证券、国盛证券、高盛（中国）证券、招商证券、华泰证券、华福证券、中欧基金、泓德基金、新华基金、中海基金、国投瑞银基金、华泰保兴基金、深圳汇升同道资产管理、深圳智诚海威资产管理、国金证券资产管理等 54 方接入电话会议。</p>
<p>时间</p>	<p>2025 年 8 月 28 日</p>
<p>地点</p>	<p>电话线上交流</p>
<p>公司接待人员姓名</p>	<p> 董事会秘书 陈景山先生 证券事务代表 邝海兰女士 </p>
<p>投资者关系活动主要内容介绍</p>	<p> 近期投资者交流活动中公司已经披露过的内容，本次交流活动记录不再做重复介绍。 一、公司 2025 年上半年经营情况简要介绍 2025 年上半年，面对复杂的宏观环境变化，公司积极开拓市场，总体保持了平稳发展，营业总收入实现 780,235.54 万元，同比增长 1.03%，其中国外营业收入实现 607,011.92 万元，同比增长 2.49%；国内营业收入实现 173,223.63 万元，同比下降 3.77%。 </p>

2025 年上半年，公司持续通过技术创新、生产效率提升等降本增效措施，整体业绩实现稳步增长，综合竞争能力不断提升。同时公司加强了对金融衍生品投资的管理，受人民币兑美元汇率波动影响，2025 年上半年衍生品（主要为外汇期权合约）投资损失及公允价值变动损失合计同比减少约 7,087.09 万元，同时，财务费用中的汇兑收益比上年同期减少约 3,383.85 万元。

2025 年上半年，公司实现利润总额 68,725.11 万元，同比增长 13.96%；实现归属于上市公司股东的净利润 54,277.21 万元，同比增长 22.79%；基本每股收益为 0.6717 元/股，同比增长 24.32%。

2025 年上半年，销售费用 30,380.79 万元，同比增长 6.80%；管理费用 40,419.36 万元，同比下降 3.27%；研发费用 26,902.64 万元，同比下降 6.66%；财务费用-1,900.12 万元，同比增长 66.12%，财务费用比上年同期增长较多的主要原因是本期利息收入及汇兑收益减少。

2025 年上半年，经营活动产生的现金流量净额 6,911.98 万元，同比增长 27%。

二、公司 2025 年中期分红情况介绍

为了加大对投资者回报力度，增强投资者获得感，进一步推动全体股东共享公司经营成果，提振投资者对公司未来发展的信心，公司拟定 2025 年度中期利润分配预案为：以公司现有总股本 811,875,780 股扣除公司回购专户所持 6,356,700 股之后的股本 805,519,080 股为基数，向全体股东每 10 股派现金红利 1.50 元（含税），预计派发现金红利 120,827,862.00 元（含税），不送红股，不以资本公积金转增股本。若在利润分配方案实施前，公司总股本由于可转债转股、股份回购、股权激励行权、再融资新增股份上市等原因而发生变化的，公司将最新总股本为利润分配的股本基数，并按照分配比例不变的原则对利润分配总额进行相应调整。（该预案尚需提交公司 2025 年第一次临时股东大会审议通过。）

未来，公司将在保证正常运营和长远发展的前提下，制定合理的利润分配政策，继续切实让投资者分享企业的发展成果，增强投资者的获得感。

三、投资者互动主要交流内容

1、公司三季度目前外销订单情况，及对四季度外销订单的展望？

答：受美国关税政策等影响，公司 7-8 月份的外销订单延续了 6 月份以来弱复苏的状态，景气度相对低迷；四季度外销订单趋势目前暂不明晰，预计全年外销总体情况偏弱。

2、公司印尼制造基地目前的产能规模，以及后续规划？

答：为了应对美国关税政策影响及美国客户的需求，公司在印尼进行了两期制造基地布局。一期印尼和声东菱有限公司（PT Selaras Donlim Indonesia）现已形成一定规模的产能，目前生产吸尘器等产品为主，2024 年销售约 6.7 亿元人民币。二期印尼东菱科技有限公司（PT Donlim Technology Indonesia）以自建厂房的方式逐步布局产能，规模比一期更大，产能在逐步释放中，预计今年三季度开始上一定体量。

公司印尼制造基地的设计产能达产后，预计能满足公司现有目标客户的大部分需求。公司会做好充足准备，未来相关投资规划会根据外部环境变化、相关关税政策的稳定、客户需求及印尼制造基地的运营情况及盈利质量等因素进行综合考量。

3、公司今年第二季度收入有所下滑，可否从外销及内销各品牌的情况进行拆分？

答：今年第二季度，受美国关税政策影响，公司外销收入同比有一定程度的下降；内销方面，受国内消费景气度低迷及竞争加剧的影响，国内销售表现较弱，自主品牌中，占比最大的 Morphy Richards（摩飞）品牌收入同比有一定程度的下降；Donlim（东菱）在品牌定位、渠道、产品竞争力等方面经过近两年调整和提升后，实现了一定的增长；Barsetto（百胜图）品牌咖啡机总体客单价较高，受国家补贴等政

策因素加持，增速较为明显；但 Donlim（东菱）和 Barsetto（百胜图）目前规模占比仍不大；国内 ODM/OEM 业务比较平稳。

4、今年上半年公司的销售费用有所提升是否与开拓国内市场有关？未来自主品牌国内销售如何实现增长？

答：公司今年上半年销售费用同比增长 6.80%，主要原因之一是公司加大了国内自主品牌的市场推广力度。虽然目前小家电市场整体消费比较低迷，加上小家电是一个充分竞争的市场，且竞争在不断地加剧，但随着国内经济修复和国家消费政策的支持，公司对未来内销业务保持信心，2025 年自主品牌国内销售在推新力度及营销投放等方面也会更加积极。

5、公司于 2024 年新成立了电器研究院，新品类项目有何进展？

答：公司设立电器研究院更多的是满足中长期发展规划，未来会扩展核心研究领域，为公司持续强化专业产品创新能力，推出更多符合市场需求的创新产品赋能，增加公司产品品类丰富度，向商用机领域、个人护理领域、宠物电器领域、高智能园林工具领域等产品品类拓展。同时，在保持规模、效率的基础上，通过加大技术研发提升产品的盈利能力，从而提升公司的整体经营质量。相关创新产品在逐步释放推出市场，预计明年会逐步有所体现。

6、公司目前自主品牌出海情况？

答：公司出口业务遍布全球，主要以 ODM/OEM 业务为主；自主品牌出海目前主要在部分新兴国家和地区进行尝试，体量还很小。

7、2025 年上半年整体毛利率水平提升的主要原因，及如何保持毛利率水平的延续性？

答：改善利润端、提高经营质量是公司近年来的工作重点。一方面公司通过标准平台化、自动化建设及供应链体系改善等措施不断提升效率；另一方面，公司近年来不断持续加大研发投入，并于 2024 年设立了电器研究院，通过加大技术研发、改善产品结构、推出更多高客单价的产品等，从而提升整体的毛利率。

8、目前公司咖啡机的销售情况，及公司如何看待未来国内咖啡

	<p>机的市场空间？</p> <p>答：公司目前出口销售的咖啡机主要为滴漏式咖啡机和蒸汽压力式咖啡机。滴漏式咖啡机是公司的传统优势品类，2024年公司出口占全国出口比例超过40%；近两年公司蒸汽压力式咖啡机的增速较为明显，目前出口占比不高，未来仍有提升发展空间。同时公司近年来也在研发生产商用咖啡机，商用咖啡机是公司专业能力、产品技术的新尝试，目前体量不大。</p> <p>公司在ODM/OEM商业模式带动下，积累了强大的技术和产品研发设计能力，反哺国内自主品牌。公司专业咖啡机自主品牌Barsetto（百胜图）国内销售近年来实现了较好的发展，但目前总体销售规模不大。随着国内消费需求的提升，公司对咖啡机的市场空间保持乐观。</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	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。
日期	2025年8月28日