

## 广东新宝电器股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2024-005

<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 type="checkbox"/> 现场参观 <input checked="" type="checkbox"/> 其他 <u>投资机构线上交流</u>
<b>参与单位名称及人员姓名</b>	<p>开源证券、国泰君安证券、长江证券、海通证券、华泰证券、天风证券、中邮证券、中信证券、中泰证券、中金公司、浙商证券、招商证券、西南证券、太平洋证券、华福证券、华创证券、国信证券、国投证券、国盛证券、国联证券、国金证券、广发证券、高盛（中国）证券、光大证券、方正证券、东方证券、申万宏源证券、华宝证券、中天国富证券、永赢基金、易方达基金、融通基金、富国基金、中信保诚基金、浙商基金、华夏基金、华富基金、合煦智远基金、国金基金、工银瑞信基金、长盛基金、国联安基金、泓德基金、博道基金、创金合信基金、太平基金、上银基金、上投摩根基金、方正富邦基金、红土创新基金、上海歌汝私募基金、路博迈基金、杭州弈宸私募基金、摩根士丹利华鑫基金、惠升基金、凯石基金、粤佛私募基金、上海国泰君安证券资产管理、中金资管、太平资产管理、大家资产管理、中邮人寿保险、太平养老保险、平安养老保险、中英人寿保险、宁银理财、上海和谐汇一资产管理、安联保险资产管理、深圳市华安合鑫资产管理、中意资产管理、澄金资产管理、北京诚盛投资管理、星泰投资管理、上海贵源投资、上海归富投资管理、宽远资产管理、景林资产、上海信实固信资本管理、中航信托、深圳广汇缘资产管理、中再资产管理、Brilliance、Point72 Asset Management 等 110 方接入电话会议。</p>
<b>时间</b>	2024 年 8 月 28 日
<b>地点</b>	电话线上交流
<b>公司接待人员</b>	董事会秘书 陈景山先生

<p>姓名</p>	<p>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><b>一、公司 2024 年上半年经营情况简要介绍。</b></p> <p>2024 年上半年，公司营业总收入实现 772,278.31 万元，较 2023 年同期增长 21.53%；外销方面，国外营业收入实现 592,259.66 万元，较 2023 年同期增长 27.05%，2024 年上半年海外小家电总体需求较为旺盛；内销方面，国内营业收入实现 180,018.65 万元，较 2023 年同期增长 6.34%，国内市场稳步发展。</p> <p>2024 年上半年，公司实现利润总额 60,304.51 万元，较 2023 年同期增长 13.25%；实现归属于上市公司股东的净利润 44,201.77 万元，较 2023 年同期增长 11.95%；扣除非经常性损益后的归属于上市公司股东的净利润 49,153.18 万元，较 2023 年同期增长 9.84%。2024 年上半年，公司整体业绩实现稳步增长，综合竞争能力不断提升。</p> <p>2024 年上半年，公司销售费用 28,446.09 万元，同比上升 13.83%；管理费用 41,786.56 万元，同比上升 15.22%；研发费用 28,822.05 万元，同比上升 13.29%；财务费用-5,608.30 万元，同比上升 47.30%，主要是 2024 年上半年利息收入及汇兑收益同比减少。2024 年上半年期间费用总体控制较好。</p> <p>2024 年上半年，公司经营活动产生的现金流量净额 5,442.41 万元，较 2023 年同期下降 86.18%，主要是 2024 年上半年购买商品、接受劳务支付的现金增加。</p> <p><b>二、投资者互动主要交流内容</b></p> <p><b>1、公司 2024 年上半年外销分品类销售情况？下半年对外销的展望？以及外销趋势的延续性？</b></p> <p>答：基于公司品类扩充及海外小家电市场需求的恢复等动力，公司外销表现较好，各大品类均有增长，表现比较好的是家居电器，2024 年上半年销售额同比增长 40%左右。</p>

从目前可见的订单情况来看，预计三季度海外市场仍将保持较好的趋势，预计 2024 年整体海外销售景气度较为理想。

2024 年海外客户高库存在逐步出清，预计未来外销订单会逐步回归到正常需求的阶段。小家电在海外发达国家有类刚需属性，单位价值较低，更新周期较快。公司未来会持续提升公司的核心竞争力，在外销市场扩充更多品类，同时积极提升现有品类的市占率。公司对海外市场仍保持信心。

## 2、毛利率方面哪个品类表现较优？

答：厨房电器是公司传统的优势品类，得益于成熟的产业链积累及市场竞争优势，毛利率表现相对较优；家居电器和其他生活电器毛利率近年来也在逐步提升。

## 3、公司在印度尼西亚建设的工厂生产经营情况？公司在海外设立工厂是基于什么考虑？

答：公司一期于 2019 年底在印度尼西亚投资设立的合资公司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，主要出口吸尘器等产品；公司于 2023 年收购完成，其已成为公司的全资子公司；二期于 2023 年底成立全资子公司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，目前还在建设阶段未实施投产。公司在海外设厂，一方面是为了满足部分海外客户的需求，另一方面是出于未来潜在市场机会的考虑。目前驱动国内部分小家电产业链转移到东南亚等地区的因素主要源于美国部分小家电产品关税提升、部分客户对供应链平衡考虑等因素影响。小家电的产业链较长，国内有较为完整的供应链配套优势，短期内小家电产业链大规模转移到东南亚等地区的可能性不大，公司会根据市场需要调整规模。

## 4、公司国内 OEM/ODM 业务增长的原因？

答：受益于公司海外 ODM 业务能力的反哺，公司小家电综合研发设计、制造能力能匹配到国内小家电品牌商、跨境电商等业务的代工需

求，国内 OEM/ODM 业务目前增速良好，公司相信未来仍会延续。

#### 5、公司如何应对国内消费需求下降所带来的影响？

答：公司会以海外业务端积累的研发设计、制造能力为国内品牌赋能，持续提高产品品类丰富度，满足消费者多样化的需求；同时公司会持续强化自主品牌建设，保持稳健经营，争取实现有质量的增长。

#### 6、自主品牌如 Morphy Richards（摩飞）和 Donlim（东菱）会有调价的考虑吗？

答：公司认为建设品牌是一个中长期的过程，公司会保持 Morphy Richards（摩飞）和 Donlim（东菱）的中高端品牌定位，避免过于同质化的竞争，夯实品牌价值。同时通过 OEM /ODM 业务积累的产品研发设计能力，打造自主核心技术，借助自身的核心竞争力和资源反哺国内自主品牌的需求。

#### 7、公司优势品类咖啡机国内外业务发展情况？

答：（1）公司目前销售的咖啡机主要为滴液式咖啡机和蒸汽压力式咖啡机。传统优势品类滴液式咖啡机仍保持较好的发展态势，2023 年出口占全国出口比例超过 40%；蒸汽压力式咖啡机行业出口容量比滴液式咖啡机大，公司目前出口占比不高，未来有提升发展空间。

（2）商用咖啡机业务：公司专业能力、产品技术的新尝试，目前处于前期培育阶段，体量不大。

（3）国内咖啡机自主品牌业务：公司咖啡机专业自主品牌 Barsetto（百胜图）目前总体销售规模不大，前两年有比较亮眼的市场表现，2023 年之后行业进入调整期有所降温。建立品牌是一个长期的过程，Barsetto（百胜图）更多的是满足消费者的专业需求，公司更着眼于品牌的中长期发展，聚焦产品的核心竞争力、扩大品牌的传播性、影响力及用户粘性。

#### 8、汇率波动是否会影响公司盈利能力？

答：公司通过签订部分远期外汇合约、外汇期权合约等措施来降低汇率波动风险，未来会保持在 4 亿美元左右规模，最高不超过 5 亿美元；同时会择机安排结汇来降低汇率波动风险；汇率波动目前对公司业

	绩影响不大。
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	2024年8月28日