

## 广东新宝电器股份有限公司

## 2016 年度总经理工作报告

各位董事：

下面我代表公司经营层向董事会作 2016 年度总经理工作报告，请各位董事予以审议。

## 一、2016 年公司总体经营情况

### 1、概述

2016 年公司实现营业收入 698,534.07 万元，较 2015 年同期增长 10.75%；公司营业成本 557,898.24 万元，较 2015 年同期增长 8.44%，与营业收入增速相匹配。

2016 年，公司销售费用 29,761.38 万元，同比上升 6.09%；管理费用 59,299.25 万元，同比上升 9.81%，其中研发投入 20,965.58 万元，同比增长 12.62%；财务费用-7,113.00 万元，同比下降 12.32%。

2016 年，公司实现利润总额 55,914.47 万元，较 2015 年同期增长 51.23%；实现归属于上市公司股东的净利润 43,099.00 万元，较 2015 年同期增长 52.01%。上述指标变动的主要原因是：公司拓宽产品线促进销售规模增长；创新产品比重提升及自动化建设带来产品盈利能力增强。

2016 年，公司实现经营活动产生的现金流量净额 95,601.08 万元，较 2015 年同期增长 25.52%。

## 2、收入与成本

### (1) 营业收入构成

单位：元

	2016 年		2015 年		同比增减
	金额	占营业收入比重	金额	占营业收入比重	
营业收入合计	6,985,340,694.21 <sup>1</sup>	100%	6,307,515,932.29 <sup>2</sup>	100%	10.75%
分行业					
小家电行业	6,860,938,708.46	98.22%	6,190,609,307.37	98.15%	10.83%
其他业务	124,401,985.75	1.78%	116,906,624.92	1.85%	6.41%
分产品					

电热类厨房电器	3,662,486,989.67	52.43%	3,589,016,453.43	56.90%	2.05%
电动类厨房电器	1,735,364,673.64	24.84%	1,610,282,356.33	25.53%	7.77%
家居电器	879,567,289.20	12.59%	773,657,834.40	12.27%	13.69%
其他产品	583,519,755.95 <sup>3</sup>	8.35%	217,652,663.21	3.45%	168.10%
其他业务	124,401,985.75	1.79%	116,906,624.92	1.85%	6.41%
分地区					
国外销售	6,158,302,921.70	88.16%	5,554,205,528.07	88.06%	10.88%
国内销售	827,037,772.51	11.84%	753,310,404.22	11.94%	9.79%

注：1、上述收入构成分析的是公司2016年营业收入，与公司主营业务收入6,860,938,708.46元有所差异，包括了其他业务收入124,401,985.75元。

2、上述收入构成分析的是公司2015年营业收入，与公司主营业务收入6,190,609,307.37元有所差异，包括了其他业务收入116,906,624.92元。

本期其他产品营业收入增长较多主要系直发刷营业收入较上年同期增长19,229.54万元。

## (2) 营业成本构成

报告期内，公司营业成本主要由主营业务成本构成，占比98.33%。报告期内，公司主营业务成本主要由直接材料构成，直接材料占主营业务成本76.47%。直接人工是直接生产工人的工资，制造费用主要包括水电费、车间管理人员工资、物料消耗和折旧费用等。主营业务成本结构如下表：

单位：元

行业分类	项目	2016年		2015年		同比增减
		金额	占营业成本比重	金额	占营业成本比重	
小家电行业	直接材料	4,195,023,514.07	76.47%	3,898,547,783.85	77.17%	7.60%
	直接人工	689,570,361.87	12.57%	635,528,458.22	12.58%	8.50%
	制造费用	601,248,302.79	10.96%	517,819,292.27	10.25%	16.11%
	合计	5,485,842,178.72	100.00%	5,051,895,534.34	100.00%	

## 3、费用

单位：元

	2016年	2015年	同比增减	重大变动说明
销售费用	297,613,818.43	280,523,883.14	6.09%	
管理费用	592,992,544.26	540,006,186.04	9.81%	
财务费用	-71,129,955.26	-63,328,829.46	-12.32%	

#### 4、研发投入

一直以来，公司秉承“持续创新”的发展思路，建立健全企业科技创新机制，以市场需求为导向，通过自主知识产权的科技创新不断增强公司的核心竞争力。近年来，公司不断增加研发投入，研发团队不断壮大，强大的研发设计能力可以保障公司每年不断推出符合市场需求的创新产品。

#### 5、现金流

单位：元

项目	2016年	2015年	同比增减
经营活动现金流入小计	7,670,257,371.31	6,884,195,012.64	11.42%
经营活动现金流出小计	6,714,246,545.56	6,122,564,564.80	9.66%
经营活动产生的现金流量净额	956,010,825.75	761,630,447.84	25.52%
投资活动现金流入小计	2,067,872,117.63	1,605,614,256.75	28.79%
投资活动现金流出小计	3,062,941,345.86	2,029,045,594.25	50.95%
投资活动产生的现金流量净额	-995,069,228.23	-423,431,337.50	-135.00%
筹资活动现金流入小计	1,231,617,495.54	2,527,344,537.93	-51.27%
筹资活动现金流出小计	1,483,891,186.58	2,797,500,213.69	-46.96%
筹资活动产生的现金流量净额	-252,273,691.04	-270,155,675.76	6.62%
现金及现金等价物净增加额	-206,785,421.83	126,745,101.09	-263.15%

## 二、内部控制管理

报告期内，公司已建立了较为完善的内部控制制度体系，各项内部控制制度符合国家有关法律、法规及监管部门的有关要求，也符合公司目前生产经营情况的需要。内部控制体系贯穿于公司经营活动的各个方面，形成了比较规范的控制体系，能够保证公司正常生产经营，合理控制经营风险，合理保证了公司经营管合法合规、资产安全、财务报告及相关信息的真实完整。报告期内，公司内部控制制度基本能够有效执行。

## 三、2016年公司主要经营策略执行情况

2016年，公司围绕年初制定的经营计划，有序开展各项工作，资产利用效率、营运效率不断提升，制程标准化体系逐步完善，并得到有效运用和推行，成效渐显，高端客户配套与服务能力逐步提升，客户合作不断深入。

### 1、市场营销

(1) 海外营销方面：积极应对多变的市场环境，实现销售利润的双向增长；细分客户需求，积极引入新产品线，不断丰富公司产品品类；有针对性的拓展市场，挖掘潜在客户，新兴市场占有率得到有效提升。

(2) 国内营销方面：摩飞品牌以线上加线下全渠道生态圈的精细管控，销售大幅提升；与时俱进，通过视频直播、软文推进等手段扩大品牌影响力。

## 2、技术研发

系列化的设计理念提供了持续的创新动力，创新产品销售再创新高；持续推动产品平台化、模块标准化、物料标准化，有效提高市场竞争力。

## 3、营运管理

全面推进各单位技术改造以及自动化项目，配套能力得到进一步提升；继续推动精益生产模式，深入挖掘生产效率的潜力，达到减员增效；借助多种信息化手段，精准监控生产状况，资讯更加及时有效。

# 四、2017 年公司发展战略、经营计划及可能面临的风险

## (一) 2017 年公司发展战略

2017 年，公司将继续围绕“实现有质量的增长、成为全球知名、最具竞争力的小家电企业”的战略目标展开各项经营工作。战略目标具体解读：

1、保持规模增长领先行业水平的基础上，通过组织再造和制造布局再造，提高公司的产品竞争能力和盈利能力。

2、通过提升产品研发创新、开发技术、营销服务能力、生产制程管理能力、品牌塑造能力，打造公司的高中低端全方位竞争力，在厨房电器、家居电器、婴儿电器、个护美容等产品领域，成为全球知名家电品牌的重要合作伙伴、新兴市场的品牌商和制造商。

## (二) 2017 年公司经营方针

2017 年公司经营方针为：效率、制程、合作、客户评价。经营方针具体解读如下：

1、效率：提高生产效率，提高资产的利用效率，人均产量增长和人均产值提高是公司持续追求的目标。

2、制程：关注制程，提升生产制程水平，满足产品线的发展和客户要求。

3、合作：主动合作，提升跨团队的合作能力，通过合作追求整体效益更优。

4、客户评价：以客户对我们的评价为导向，满足客户对产品成本、交期、质量、服务和产品价值方面的期望。

### （三）2017 年公司经营策略方向

#### 1、投资方向：

- （1）提升效率及产品平台化。
- （2）主动优化技改淘汰和替换落后设备。
- （3）加强新项目管理，提升项目管理信息化水平。

#### 2、人力资源管控：

（1）对于生产性人员，要求人员效率未来三年提高 20%以上，要在 2017 年对应具体单位匹配订单同比计算的基础上，按销售比例进行升降。

（2）对于脱产性人员，在 2017 年整体订单同比计算的基础上，按照销售增长比例，等比例下降 5%。

#### 3、管理干部管控：

（1）管理干部的人数要与销售规模匹配。

（2）管理干部的晋升要遵守“往未来看而非往过去看、逐级晋升、必备任职年限”的原则。

（3）管理干部的分布要基本符合金字塔的原则，避免出现官多兵少的臃肿机构。

（4）通过储备干部人才库的建立和管控，有效统筹推进经理干部的储备和内部调配运作。

#### 4、产品鼓励方向：

- （1）平台化产品。
- （2）ODM 产品：以市场、价格为导向，兼顾用户体验。
- （3）创新产品。
- （4）增加对新产品线的持续投入。

### （四）2017 年公司重点策略要求：

#### 1、职能模块：

- （1）增强服务意识，提升流程效率。
- （2）积极运用新工具，兼顾体系完善和创新求变。

(3) 提炼可复制推广的模板，通过格式化提升子公司的管理水平。

## 2、制造模块：

(1) 提高工厂制程能力，推动产品模块标准化实施。

(2) 推进自动化导入，构建群层面的 IE 设备管理体系。

(3) 主动积极寻求合作，推进产品线的智能化、系统化、联网化改造升级。

## 3、注塑系统：

(1) 落实新增各职能部门的职责区分，构建注塑品保、工程、模具管理、注塑设备和人才梯队管理体系。

(2) 完善注塑信息化系统的推进，提升注塑信息化联网管理能力。

(3) 推进单清单结，实现在制品的按单管控。

## (五) 可能面对的风险

### 1、市场风险

#### (1) 国际市场需求下降风险

2014—2016 年，公司主营业务收入中，外销收入占比分别为 91.90%、89.13% 和 89.11%，出口比例较高，产品主要销往美洲和欧洲。公司作为小家电行业出口龙头企业，拥有较多优质稳定的大客户，具备较强的市场竞争力。在后金融危机时代，虽然国外部分国家经济有所好转，但世界经济总体持续复苏乏力，国际经济环境也日益复杂，未来全球经济出现下滑的风险依然存在。一旦国际市场需求不足，公司将面临国际市场需求下降导致销售收入下降的风险。

#### (2) 国内市场开拓风险

针对国内市场，公司一方面加大技术研发投入和重视人才队伍建设，增强公司的产品研发能力和创新能力，提升公司在市场上的核心竞争力。另一方面，积极拓展电子商务、电视购物等新兴渠道，促进销售网络的不断完善。如果未来国内市场出现重大变化或国内市场开拓不力，公司经营业绩的持续稳定增长将受到不利影响。

#### (3) 市场竞争风险

作为准快速消费品，小家电行业市场空间巨大，行业竞争充分，行业内还存在一些不正当、不规范竞争现象，如设计抄袭、商标侵权、虚假宣传等。公司面临行业竞争加剧、不正当、不规范竞争带来的市场竞争风险。



## 2、汇率波动风险

随着人民币被纳入 SDR（特别提款权），我国跨境资本的流动性在日益提高，这些都会加剧人民币汇率的波动性。公司进出口业务主要采用美元结算，因此受人民币汇率波动的影响较为明显。如果公司不能采取有效措施规避人民币升值风险，则公司盈利能力将面临汇率波动影响的风险。

公司将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。同时加大收款力度，加强对汇率变动的分析，运用远期外汇合约等金融工具保值避险，减少汇兑损失。

## 3、主要原材料价格波动风险

公司原材料按类别大致分为四类：PP、ABS、AS 等塑料类材料；不锈钢、镀锌铝板等五金材料；温控器、IC 集成块、熔断器等核心零部件；电线、电机等其它配件。2014 年—2016 年，公司直接材料成本占主营业务成本的比例分别为 76.70%、77.17%和 76.47%，公司直接材料成本占比较高。

2016 年下半年以来，部分大宗商品价格触底回升，目前价格处于相对稳定状态。但随着经济逐步复苏和外部宏观环境的变化，未来主要原材料的价格存在波动的风险。

公司拥有较强的成本转移能力和基于规模优势的原材料采购议价能力，能够基本消化原材料价格波动带来的风险。但如果未来主要原材料价格出现大幅波动，公司仍将面临着主要原材料价格波动对公司经营业绩带来不利影响的风险。

## 4、劳动力成本上升风险

随着劳动年龄人口增速的下降及产业升级过程中员工对福利待遇的高期望，导致企业用工综合成本在持续上升，招人难、留人更难已成为国内许多企业面临的共性问题。

2014—2016 年，公司员工年人均薪酬分别为 4.13 万元、4.46 万元和 5.08 万元，人工成本呈上升趋势，增幅平均为 11.01%。为应对劳动力成本上升导致公司盈利能力下降的风险，公司一方面持续加大技术投入和产品设计创新，提升产品附加值；另一方面加强生产精细化管理，优化产品生产流程，强化生产自动化、少人化项目的投入力度和有效性，提高员工劳动生产效率，不断改善员工生活福利待遇，提高员工的工作热情和认同感。

## 5、募集资金投资项目风险

2014年1月公司首次成功公开发行股票及2017年3月非公开发行股票并上市,相应募集资金投资项目建成投产后,将对公司经营规模的扩大、技术水平的提升、盈利能力的增强以及发展战略的实现产生积极影响。但在项目实施过程中仍然存在因工程进度放缓、投资成本上升、市场环境变化等各种不确定因素对项目实际收益产生不利影响的风险。

报告完毕,请审议,谢谢!

广东新宝电器股份有限公司总经理

曾展晖

2017年4月26日