

证券代码：002183

证券简称：怡亚通

深圳市怡亚通供应链股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2021-01

投资者关系活动类别	<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 电话交流
参与单位名称及人员姓名	中信建投、国投瑞银、华创证券、千灯恒力、大道至简等众多机构和 个人投资者，共计约 70 人。
时间	2021 年 04 月 21 日星期三 14:30—17:00
地点	深圳市龙岗区南湾街道李朗路 3 号怡亚通供应链整合物流中心 1 栋
上市公司接待人员姓名	公司高级副总裁、资本运营中心负责人罗筱溪女士，公司副总裁、财 务总监莫京先生，公司副总裁、董事会秘书夏镛先生，公司副总裁、 经管中心负责人王辉先生等
投资者关系活动主要内容介绍	<p>第一部分：中信建投分析师周博文供应链行业汇报</p> <p>中信建投商贸零售分析师周博文，就供应链行业发展状况为投资者汇报分享了主题为“供应链行业：万亿赛道空间大，行业迭代进行时”的行业分析报告，报告主要内容：</p> <ol style="list-style-type: none">1、供应链行业万亿赛道空间大，效率革命加速行业迭代升级，集中度有望提升；2、供应链从专业化细分市场走向供应链生态平台，全域O2O体系下，品牌商对于一站式供应链服务需求持续提升；3、新兴品牌商加速涌现，优质供应链需求不断增长；4、未来趋势是构建品牌商(企业)与客户(渠道、终端)互联互通的扁平化、共享化、去中心化的供应链平台,并往全链路服务赋能/S2B2C的平台型企业转型，从资金驱动转为数字化赋能，其中优质的供应链企

业有望率先试水品牌运营。

第二部分：公司2020年度业绩解读及2021一季报业绩预告、行业宏观环境及战略方向

一、解读公司2020年度业绩及2021年一季度业绩预告

1、2020年财务主要指标

公司2020年实现总营业收入682.56亿元，较去年同期减少5.23%；年度利润总额为1.00亿元，较去年同期增加352.28%；归属于母公司的净利润为1.23亿元，较去年同期增加36.94%。报告期内，公司管理费用下降19.56%，主要是公司加强精细化管理，提高人均产出，优化资源配置，降低了管理费用；公司财务费用下降14.66%，主要是公司采取积极措施，优化融资机构，有效降低融资成本。

公司主营来源于两大块：（1）品牌运营：公司品牌运营主要聚焦在酱香型白酒领域，并取得优异成绩，2020年实现了近9亿元的销售；（2）分销+营销：公司分销+营销业务主要聚焦快速消费品，涵盖母婴、日化、酒饮、食品、家电、医药、IT、通信等行业，服务网络达到320个城市。2020年实现营业收入654.40亿元。

2、2021年一季度业绩预告解析

公司发布了今年一季报的业绩预告，预计归属上市公司股东的净利润会盈利1.0—1.1亿元，相比去年同期2326.66万元同比增长329.8%--372.8%。

一季度盈利超出公司预期，主要原因有：一是公司营业收入增长，同时大力推进业务结构调整，品牌运营及营销业务占比不断提升。二是公司采取积极措施，优化融资结构，有效降低融资成本。三是公司去年通过关停并转盈利能力较差的公司，增加了公司报告期的利润。

二、公司面临的行业宏观环境及战略方向

1、供应链行业趋势和展望

第一，效率革命加速行业迭代升级，集中度有望提高。目前供应链层级过多，效率低下等问题长期存在，构建品牌商（企业）与客户

(渠道、终端) 互联互通的扁平化、共享化、去中心化的供应链平台, 掌控并减少渠道层级, 提升集中度, 实现品牌直供终端(乃至消费者), 提升渠道效率, 降低流通运营成本, 推动销量增长, 是未来发展趋势;

第二, 从专业化细分市场走向供应链生态平台。目前头部供应链企业正在大力发展服务平台, 从商品、资金服务转型为数字化赋能, 打造平台生态实现多方共赢, 商业模式从低附加值向高附加值切换;

第三, 数字化水平快速提升, 从资金驱动走向数字化赋能。未来数字化将是供应链企业持续投入的方面, 从传统的资金驱动升级为高附加值的数字化驱动。如提升零售全链路的响应速度、成本控制、全渠道的需求预测、仓储运输交付的协同控制等, 助力品牌商实现C2M模式等。

2、公司战略方向

公司将以供应链为载体, 逐步推行大消费生态平台建设, 创新融合“供应链+品牌运营+互联网+物流+产业服务”, 以数据反向驱动C2M品牌创新, 不断提升品牌运营能力(营销), 打造公司核心竞争力、提升利润率。

第一, 布局各类消费品赛道, 打造核心消费品产品矩阵。在国家倡导“加快形成以国内大循环为主体, 国内国际双循环相互促进的新发展格局”的政策下, 中国消费市场蕴藏的潜力巨大, 消费不断升级, 消费场景无处不在。公司将继续推进品牌升级, 逐步走向高端; 将继续线上渠道多样化, 满足不同消费群体的场景需要; 市场持续下沉, 通过高性价比购物体验追求生活品质的提升。

第二, 品牌运营模式突出重围, 全力推进自有品牌建设。公司自有品牌运营模式已经得到验证, 公司将继续通过深化、优化现有品牌运营和管理模式, 覆盖产品设计、渠道营销、产品分销和终端销售全过程, 将会把白酒成功模式复制到日化和家电品等市场空间大的品类, 全力推进全域自有品牌建设。

第三, 以数智化驱动智慧供应链。公司从2019年年底全面开展集团数智化建设, 经过一年多的发展, 成效斐然。公司数智化战略目标

是建立统一的流程、统一的数据、统一的系统，成为“一个怡亚通、一个体系、一个标准”整合型企业的数智化平台。目标2-3年内将集团所有模块（如运营、经营、营销、财务、内控、人力等）实现数智化，成功搭建数智化供应链平台。

第三部分：问答环节

Q1: 公司致力于提高品牌运营的能力，请问核心竞争力是什么？

A:公司长期与众多知名品牌合作的过程中，积极拓展并进入到品牌的高附加值业务，并针对优质品牌进行品牌运营和管理工作。对优质品牌进行培养、赋能和运营，凭借品牌运营的专业能力、多品牌营销的运营一体化能力，充分挖掘品牌的潜力寻求更大发展。在此过程中，公司结合消费趋势反向精准选品，孵化运营自有品牌，从而掌握对品牌以及定价权的主动权，实现增强企业的竞争力。

Q2: 公司一季报业绩达去年全年，公司对未来三个月的展望情况？

A: 公司一季度业绩相比同期实现较大增长，主要原因在于：一是公司大力推进业务结构调整，品牌运营及营销业务占比不断提升；二是公司采取积极措施，优化融资结构，有效降低融资成本；三是公司去年关停并转盈利能力较差公司，增加了公司报告期的利润。目前公司经营稳健，品牌运营及营销业务占比逐渐提升，管理层正在努力创造价值，看好公司未来。

Q3: 公司目前品牌运营如何？白酒板块毛利率是多少？公司未来品牌运营发展方向有哪些？

A: 具备全链路赋能的供应链企业实际上掌握了消费行业的各个重要环节，能够助力具备优质产品基因和竞争力的品牌快速发展。公司通过洞察消费者需求，先期选择与上游优质品牌“钓鱼台”合作，运营发展酱香型白酒品牌是公司转型升级的重要举措。2019年推出“珍品壹号”，市场反应良好，达到了销售预期，并获得了预期的市场毛利率。公司未来会在供应链生态平台模式下，整合优质资源，将白酒运营的经验逐渐运用在熟悉的日化、小家电和母婴等大消费产品领域。

	<p>Q4: 请介绍公司数字化转型相关情况。</p> <p>A: 公司从2019年年底全面开展集团数字化建设，目前已完成整体数字化转型方案的设计，已有多项数字化转型事务在推行中。公司数字化战略目标是建立统一的流程、统一的数据、统一的系统，成为“一个怡亚通、一个体系、一个标准”整合型企业的数字化平台。数字化转型的关键功能是减少企业运营成本，提高决策效率，最终实现增厚公司业绩的目标。公司目标2-3年内将集团主要职能部门（如运营、经营、营销、财务、内控、人力等）实现数智化，成功搭建数智化供应链平台。</p> <p>Q5: 怡亚通为什么会有反向选品能力？</p> <p>A: 怡亚通基于深耕供应链领域二十多年积累的经验，与100余家世界500强企业及2600多家国内外知名企业达成战略合作关系，在快速消费品（母婴、日化、食品、酒饮）、家电、通信、信息技术、医疗、终端零售等多个领域，积累大量B端和C端的一手数据，这些数据将帮助公司了解市场行情的变化，对相关业务作出合理的预测指导。同时公司会将根据市场变化情况，以及对消费趋势的把握，并结合公司强大的资源整合能力和竞争优势，反向精准选品进行孵化，在孵化初期，会通过现有渠道和场景覆盖精准试销，一旦销售达到预期，会专门成立项目单元，并对经营团队给予股权激励，依托公司遍布全国的线下渠道，并结合线上渠道来全方位推广。</p> <p>Q6: 公司未来发展举措有哪些？</p> <p>A: 未来几年，公司将以供应链为载体，逐步推行大消费生态平台建设，创新融合“供应链+品牌运营”，以数据反向驱动C2M品牌创新，不断提升品牌运营能力，打造公司核心竞争力，提升利润率。公司将布局各类消费品赛道，打造核心消费品产品矩阵，全力推进自有品牌建设；以数智化驱动智慧供应链建设，全面提升公司管理能力、运营能力，积极努力回报公司股东和长期投资者。</p>
附件清单（如有）	

日期	2021年04月21日
----	-------------