证券代码：002640 证券简称：跨境通

**跨境通宝电子商务股份有限公司投资者关系活动记录表**

 编号：2019-001

|  |  |
| --- | --- |
| **投资者关系活动类别** | √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 （请文字说明其他活动内容） |
| **参与单位名称及人员姓名** | 长信基金祝昱丰、叶松；银杏环球张国贤；中平资本魏凯、包怡龄；华安合鑫林维国；融通基金付伟琦；玖鹏资产王珺杰；尚道投资陆伟；鼎泰四方陈勇豹；凯丰投资刘幸；前海无锋基金陈诤；前海登程资产于骏晨；思加资本王远洋；海通证券梁希；申万宏源证券王立平；光大证券汲肖飞；方正证券吴丛露；中信证券林伟强；长江证券李俐璇；国信资管尹晟；上海智焓投资高峰；红土创新袁博、连肇明、李俊。 |
| **时间** | 2019年11月6日14:30-17:00 |
| **地点** | 环球易购702会议室 |
| **上市公司接待人员姓名** | 跨境通董事长徐佳东，广州开发区新兴基金公司董事长梁烨，前海帕拓逊董事长邓少炜，环球易购Gerbest总经理何谷，环球易购CTO乔新亮。 |
| **投资者关系活动主要内容介绍** | 1.大股东入股对公司来说是比较积极的，因此想请问梁总，未来会给到环球怎样的资源支持？后续会对跨境通是怎样的考核？对于跨境通的整个体系，您是怎样的认知？未来会对环球、跨境通以及其他体系什么样的支持和帮助？答：您的提问我拆分四个小问题来回答：1）首先，我简单介绍一下开发区新兴产业基金的简要情况。开发区新兴产业基金是隶属于广州开发区的一个区属国企，广州开发区就在广州市的东边，与深圳相邻，车程也就一个半小时。广州开发区也是全国219家开发区里面排名数一数二的开发区，财税收入一直是全国排名第一的，开发区本身就是一个工业区和生产制造的核心区域，广州市40%的生产总值是在广州开发区。这里需要澄清一个可能会有错误的理解，新兴产业基金它不是一个基金，而是一个基金投资公司，投资和管理着很多产业基金，广州开发区基金公司是隶属于广州开发区产业投资基金集团，是区属的一级百分之百的国有企业，相当于集团的二级企业，我们这个基金的板块本身是负责股权投资和产业投资模块，目前我们也朝着新兴产业板块进行投资，这是我们背景情况的一个简单介绍。2）选择跨境通主要是两个方面的考量，第一通过我们对跨境通的尽调，认为在我们考察的上市公司里面跨境通是比较优质的，整个公司的基本面还是很好的，只是大股东因为在资本市场上的股份质押出现问题，遇到了这种临时性的困难。第二是我们本身看中且看好跨境电商这个行业，那么跨境电商在我们的理解中，它不仅仅是一个跨境贸易或者电子商务的一个范畴，跨境电商行业是政府大力支持和鼓励的一个新兴行业，也把它作为中国制造出海的一个新模式，甚至在某些地方把它提升到了全球贸易数字化或者叫全球数字贸易的一个高度，比如上海就把跨境电商提升到了叫做全球数字贸易枢纽港，打造全球数字贸易枢纽港上的一个定位，所以我们更多的是把它看作一个新兴的全球化的一种产业，而且是跟数字经济数字贸易密切相关的一个产业的一个支撑点一个着力点，那么跨境通是很好的一个切入点。从行业本身来说，它能够带动上下游很多的相关产业，广州本身就是一个制造大省，而广州开发区本身就是制造强区，开发区有很多很好的中国制造的产品，跨境电商本身跟开发区的工业基础和制造能力就有很好的结合点。广州市和开发区本身也非常重视跨境电商这个行业，政府出台了相关的经济政策，我们开发区管委会也出台了《关于推进广州市黄埔区广州市开发区跨境电子商务产业发展的实施意见》的支持政策，政府是认可和看好这行业，就是我们投资这个行业的这样的一个目的。 3）对于跨境通的支持，首先我们入股跨境通是一个国资战略投资上市公司的一个行为，所以我们希望对上市公司来予以它的相应的一个赋能，包括以下几个大方面：第一个方面是国资入股为资本市场提升信心。国资作为一个实际控制的大股东，对资本市场来说会有更多的认知和更多的认同，那么对于上市公司的资金改善，我们相信会有相应的一些促进作用。第二方面就是利用国资公司和背后政府的资源和平台，那么为上市公司在产业融合，产业上下游导入更多的资源，支持上市公司的发展，比如对接区内的这种企业相关的上下游企业，提供区内政策性的便利，以及对接相应的金融机构和资源等。基金集团本身就是一个投融资平台，它有很多的这种金融资源，我们也会在力所能及的范围之内支持跨境通的一个发展。4）对跨境通的考核我们考虑也比较市场化，对上市公司认知我们也是比较清晰的，我们本身是一个国资投资平台，也是国有资本管理平台，我们是一个战略投资方，而不是去经营商跨境电商经营跨境通这样一个公司，我们更多的还是资本投资管理一个角度，那么我的考核也是很简单的，资本投资的收益，国有资产增值保值作为我们的考量要求，针对上市公司的业绩，上市公司的经营情况，上市公司效益情况等做相应的考核。谢谢！ 2.请问梁总，除了杨总现在已经交割的6.55%之外，关于杨总剩余股权是怎么考虑的？答：关于后续我们国资对股权这块的安排，在当时披露的详式权益变动书里面有说明，我们不排除进一步增持的可能性，但以怎样的方式，怎样的时间节点，未来具体执行公司另行公告。3.梁总我请教一下，刚才您讲到，后续给跨境通还会在金融这方面会有一些支持，这方面能不能展开介绍一下？答：第一，我们从增信的角度来说，会提供相应的一个支持，基金本身是一个国资大股东，那么在市场信誉和市场的征信能力上会有一些提升。第二，跨境通现在的情况我们是清楚的，跨境通的融资渠道和融资方式是相对单一的，主要是靠银行贷款，我们是一个金融投资集团，有很多的金融工具和金融方式，包括资本市场，包括其它的金融产品以及一些类金融产品等，那么我们会综合利用这些金融产品为跨境通提供各样的资金支持，但是具体在什么板块、什么样的产品、用什么样形式等，要根据具体的业务情况来做，我们充分利用我们在金融方面赋能的能力，为跨境通提供资金和融资上的支持和丰富的产品。4.追问一下梁总，我们这次股权交割是6.55%，这个数字是怎么确定的？答：主要是依据规则测算，杨总今年能卖的股份最多就是这么多。 5.梁总您刚刚提到看好这块电商，包括对行业也是战略性看好，将来是否会在其他的跨境电商公司上布局一些入口吗？答：我们会在这个行业做整体的布局和引入，但现在我没办法告诉您，我一定会入股哪个上市公司或者非上市公司。我只能跟您说我们投跨境电商是做一个产业的投资，我不是只投跨境通这一家企业，我是在投跨境电商产业。6.现在已经基本到公司的旺季，三季度业绩不太理想，核心是资金紧张，不知道梁总在跨境通短期资金或者说近几个月的资金需求上是否有安排计划去扶持供公司旺季销售？答：我们也非常清楚三四季度是公司业务的旺季，为了解决这个问题，大家也看到了公告，在我们没有进来之前就已经借了四个亿给上市公司，就是为了解决它流动性的一个困难，支持他旺季销售。实际上从9月16日披露意向公告，到10月30日股权转让交割完成至今，整个期间我们都在按照程序做交割的事情。交割完成之后，我们在第一时间有很多同事在上市公司这边开展配合公司的工作，其中一项最核心工作就是在策划上市公司的融资方案和后面的一个资金计划。但是具体的计划内容确实也没有完全明确成型，目前不适合披露，融资已经作为重点工作在做。 7.感觉目前的业务和以前的经营方式有一个比较大的不同，能不能分享一下？ 答：08年到16年我们是一个粗放式发展阶段，更多的是强调执行，快速抢占跨境出海市场红利，不断的“备货-卖货-再备货-再卖货”的循环，这是一个比较重的运行模式。现在我们发展到一定规模以后，对行业前景、公司的发展规划也更加清晰，我们在继续原来所形成竞争优势的基础上，将公司业务围绕四个方面继续深化：“平台化、自有品牌、采销业务、生态圈赋能”，平台化的发展，能为公司带来充足的流量、丰富的SKU、美誉的口碑等，最终给公司回报充沛的现金流。自有品牌利润高，公司坚持渠道自营品牌和产品品牌的打造，形成客户粘性，提升复购率，回馈公司丰富的利润。采销业务包括第三方平台业务和跨境进口电商业务，我们坚持以一二线头部品牌、中国制造优品结合海外品牌商产品代运营，合理控制库存，将优质商品输出给全球C端消费者。同时，我们强调体系能力建设，是一个把资产做轻，把能力做强，把效率做高的技术体系，一方面通过智能化和自动化，提升公司的业务效率，另一方面就是赋能行业输出服务，比如物流、供应链、金融服务等等，整合跨境生态圈的优势资源，赋能生态圈，从而赚取丰富的现金流，且不会形成存货。8.帕拓逊整体情况是什么样，明年会有什么样的规划？ 答：对产品那块的影响因素是去年重点推的整体小家电这个产品线，我们当时评估行业内没有对手，基本上可以大规模的扩张了，所以这块的力度跟投入，包括资金都规划比较大，但是后来发现行业没对手，结果美国有几个巨头守在那里，这个时候就相当于敌我形势判断的不够准确，美国的巨头面前，人家线上线下一个sku能码100万个货直接就压过去了，我们可能一开始10万个已经压力很大，这种集团军作战的打法，线上线下全渠道布局，这个时候发现还真不好打，人家手段比我们更广更多更强，因此三季度更多都是在作调整。其实是品类扩张过程中出现一些压力。对后面有一些规划会相对来说更谨慎一点，就是挑我们优势品类或做这种延伸，包括我们现在也在同步推进线下的一些业务，包括日本这种传统的运营商业务，我们其实去年底就进了沃尔玛这种渠道，一年才逐渐开始打开一些，包括日本的线下运营商，我们不仅仅是做电商本身了，其实是一个全渠道怎么把产品推出去的一个事情。 9.帕拓逊其实还是做的比较优秀的产品跟品牌，因为其实每年都有一个换季潮，包括一些品质的变化，您如何应对？答：我们的标品比较多，相对来说换季问题不存在，只是说产品生命周期的问题，以及巨头的进攻跟防守的问题。后续在产品的基础上会再去做一些拓展，会去应对后面的电子产品的一些变化。很多品类相对来说其实还没有到大规模的更换的时候。10.帕拓逊目前有没有什么困难？答：压力比较大的可能更多是团队管理上面，包括之前讲的集团军，就是多渠道的这种把握能力也在同步推进，不是说这个是需要克服，并不是说有谁帮忙就能解决，比如说跟线下渠道这种磨合，你没有个半年一年可能在传统的美国这种生态里面没有那么快能融合。 11.请教一下何总，就是Gearbest听说要做平台，做平台一个很重要的优势，就是咱们的流量，那流量或者说效率是怎么提升的，或者说引流成本比较低是怎么做的？然后第二个问题是同比来说，第三方网站公布的咱们流量好像有点下滑，是有这个问题嘛？ 答：我们从这几个方面来看我们的流量策略：第一，我们以质量和相关性为主，去掉没产出或者亏钱的流量。很多CPS结算的流量，虽然免费，但是增加了服务器成本，有影响其他高质量流量访问体验的风险，我们都会屏蔽掉。第二，我们在不断提升获取流量效率，包括建设流量相关的IT体系，优化流量获取和运营的流程和标准。流量体系越自动化，智能化，获取和维护成本越低，扩张速度越快。第三，我们会增加更多的内容沉淀。优质的内容能吸引大量高质量和免费的流量，降低我们获取流量的成本，提升流量转化率。12.短期来说马上到旺季了，那么Gearbest流量同比是一个什么水平？答：旺季马上到了，Gearbest流量会增长上去，至于增长到什么水平，我们拭目以待。基于我们在往精品平台方向发展，我们更加关注有效流量是否增长。  |
| **附件清单（如有）** | 无 |
| **日期** | 2019年11月6日 |