

证券代码：002010

证券简称：传化智联

传化智联股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2021-005

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 type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 其他（请文字说明其他活动内容）
参与单位名称及人员姓名	国泰君安创新投 张骏晨 燕创资本 陈 杭 睿远基金 倪 通 杭州金融投资集团 欧阳福庆 上海国和投资 林海舰 北信瑞丰 庞文杰 兴业证券 王品辉等 2 人 海通证券 杨振华 招商证券 王西典 东北证券 吴金超 银河证券 王靖添等 2 人 德邦证券 田照丰 申万证券 邹杰伟 国联证券 景松石 华西证券 钟盾等 2 人 遂真投资 王 洵 厦门国贸 潘晓光 厦门建发 谢俊伟 每日经济新闻 叶晓丹

	王成、杨小刚、傅晓峰等个人投资者 22 人
时间	2021 年 5 月 28 日
地点	浙江省杭州市萧山区钱江世纪城传化大厦会议室
上市公司接待 人员姓名	董 事 长 徐冠巨 副董事长 徐观宝 总 裁 姚 巍 董事兼副总裁 周家海 董事兼副总裁 陈 坚 董事、副总裁兼董事会秘书 朱江英 财务总监 徐永鑫 副总裁 徐 炎 副总裁 周升学
投资者关系活 动主要内容介 绍	<p>1、今年业绩调整后目标为 25.88 亿元，与去年比哪一块业务上会有业绩释放的可能性？</p> <p>目前我们整体经营情况良好，发展速度也很快，公路港城市物流中心 1-4 月份平台营业额 250 亿元，同比增长 54%，车流量 1410 万辆，同比增长 68%；网络货运平台 1~4 月累计运单 105.6 万单，同比增长 4.7 倍，运营客户同比增长 3.2 倍；仓运配业务月均复合增长率达 14.3%，仓运营面积达 43.32 万平米。</p> <p>今年年初开始，我们的经营性利润出现拐点，标志着我们平台模式的经营价值开始体现。我们认为只有理解制造才能服务制造，过去我们尝试打造互联网平台，但引进的专业人员仍然是以 to C 的思维在做，因此利润没有体现出来，所以并不是公路港物流中心盈利能力不行，而是作为经营底座，一直在探索服务制造的模式，这个过程是有消耗的。如果我们的模式只是按照纯物业出租的方式经营，可能经营性利润会更高，但我们仍然选择要打造立体的中国货运网。过去 20 年我国消费领域的数字化已经发展得非常成熟，如今</p>

已到了产业数字化的发展阶段，我国的物流问题没有数字化解决方案是永远无法解决的。传化已经看到行业的发展痛点，选择平台模式，经过几年的努力也打好了基础，度过了发展的阵痛期消耗也会减少，经营性利润也有了较大的增长空间，未来我们的物流中心也会随着传化货运网的发展，突破物业经营的天花板。业绩承诺也是基于当时证监会重组要求，去年因为疫情影响对我们的经营损失也比较大希望大家能够理解，我们没有扣减承诺而是把那部分延到了今年，一方面管理团队也有信心，另一方面我们也会遵守规则，完不成业绩承诺该注销就注销。

2、过去几年传化是按资产估值的，但传化是有互联网元素的，未来还需要投入多少？公路港未来是否还会继续布局？另外关于一些资产的处置是否与我们互联网的战略发展相悖？

首先传化公路港资产处置是随着城市发展的需要而进行搬迁，是政府给予新的资源发展公路港的前提下被动处置的。公路港很多都是当地的政府工程、市长工程，是服务当地经济的，政府也不允许随意处置资产。未来投入方面，我们的目标就是打造为中国制造服务的货运网系统，对于服务上万亿市场的制造业货物流通，几百亿的投入是不多的，当下传化已建设了 60 多个公路港，全国还有一些地区没有布局，但不影响我们的网络运行。接下来我们要建传化数字网，然后根据数据导流，发现哪些地方需要服务，我们再去建公路港。过去我们确实是重资产形式，今天我们将逐步进入轻资产形式，也就是“网”的阶段。当数字网形成之后，发现某个城市有服务需求，这个时候布局就比较快。总的逻辑是从过去的重资产逐步走向数字化，并选择轻资产方式快速布局，同时我们也会选择城市，根据需要建设城市物流中心。

关于互联网和平台化其实是两回事，典型的互联网思维就是简单交易迅速扩大，典型的 to B 思维是努力把做一件事情做深。如今已进入工业互联网时代了，需要把两种思维合并，首先要形成长链条的线上业务逻辑思维，然后以互联网平台化服务的思维来使能每个企业。为什么说做平台要有制造企业的经验，其实如今的互联网应该走向平台化服务，平台化的概念应该把 to B 端的长链条以互联网的方式发展。目前我们已经从交易入手走到交付，今年目标是基本实现数字化，明年希望能够实现信息化，后年实现智能化。

3、去年公司总体经营还算稳健，今年 Q1 也有显著成长，请问物流业绩的持续性如何，未来三年营收是如何规划的？

如果网络货运平台业务能按预期目标完成，今年营收预计将增长 70%左右，交易量形成后，发展速度将会是指数级增长。业务规划方面主要分三个象限，第一象限就是要增长，保障我们的经营；第二象限就是要未来、要发展，这方面会广泛合作、聚焦发展；第三象限业务主要是慢孵化，然后迈入第二象限，比如公司与吉利的合作。

4、公司目前最关注的是什么？最担心的是什么？

最关注的还是怎么建设好传化货运网，什么时候形成。担心的方面是行业上那些没有像传化这样有基础、有护城河的平台也打造起了全国的货运网。

5、传化和满帮等物流企业的竞争优势在哪？有没有信心达到满帮水平。

模式不一样，主要还是 to B 服务和 to C 服务之间的区别。传化的模式和满帮还是有很大区别的，满帮类似于滴滴打车纯线上的货运模式，而传化做的方式类似于高铁站，通过一

个物理场景帮助企业把货发出去。我们在很多城市建了物流中心，每做好一个中心都促进了货运网的形成，而且满帮主要是整车模式，如今整车模式的发展趋势已逐渐开始零担化，互联网的组织方式，也是解决中国物流问题的一种模式，所以传化也是瞄准了既有公路港基础的优势去解决的物流问题。

6、公司核心的新业务是否是仓运配？有没有海外发展公路港的计划？自营仓业务从去年 30 多万平米到目前 43 万平米，是否占了主要的地位？

我们的仓运配业务发展到今天已经不是新业务了，现在如何获客如何服务都已形成标准和体系，可以形成自循环，并且已经走向持续增长了。但与平台类业务不一样，业务增量在短期内不会有指数级增长那么快，平台型业务仍然占营收的主要部分。第二关于海外市场，其实国内市场已经足够发展了，而且在多式联运方面我们也在慢慢布局，如我们在青岛考虑与海运、中欧班列等业务如何结合、如何配载，还有重庆、海宁等城市，其实这方面已经在投入了。

7、公司化学业务板块未来是如何规划的？大宗商品波动是否会对化学业务影响

我们化学是属于精细化工，产品的稳定性高，并且对技术服务要求也很高，要给客户更好的产品体系，一个客户通常会需要几十上百种的产品，所以不管从技术属性还是需求属性，化学业务都是有天然的壁垒的，我们做了 30 多年的精细化工应该说还是非常有信心的。关于价格波动的问题，首先我们是做精细化工的，上游是大化工，精细化产品相对而言价格稳定性会强一些。通常我们需要为客户提供解决方案和产品体系，在产品组合过程中可以实现有效成本管控，

	并且为客户带来更多的价值。当然我们也会对产品提价，但价格传导相对要滞后 1-2 个月，所以大宗商品涨价对化学业务基本面影响不会太大。
附件清单（如有）	无
日期	2021 年 5 月 28 日