

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：2021-06

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	万和证券及个人投资人共计约 39 人。
时间	2021 年 08 月 18 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	公司高级副总裁兼首席资本运营官罗筱溪女士、公司副总裁兼财务总监莫京先生、公司副总裁兼董事会秘书夏镇先生等
投资者关系活动主要内容介绍	<p><b>一、怡亚通集团介绍</b></p> <p>罗筱溪向投资者介绍我司背景、商务模式、综合能力、核心竞争力、财务与展望。怡亚通正在以供应链服务为抓手，打造“中国最大快消品分销平台”。持续优化原有采购执行、销售执行、分销和营销业务模式的同时，加大力度向品牌运营以及品牌打造的高毛利业务进军。</p> <p><b>二、2021年中报业绩及三季报业绩预告解读</b></p> <p>公司2020年上半年实现营业总收入361.30亿元，较去年同期增长25.44%；利润总额为2.64亿元，较去年同期增加711.22%；归属于母公司的净利润为2.57亿元，较去年同期增加323.91%。公司品牌运营实现营业总收入16.27亿元，同比增长192.09%，毛利2.92亿元，同比增长213.03%。在品牌运营方面，上半年新增品牌运营品类：摘要12、红星1949、佰奥本集、香娜露儿、乳鲜森等知名品牌，丰富了公司品牌运营资源，壮大现有业务规模。其中酒业品牌运营业务实现营收5.55亿</p>

元，同比增长300.17%，毛利1.84亿元，同比增长232.83%。

公司预计2021年1-9月归属于上市公司股东的净利润区间为3.8~4.2亿元，同比增长370%~420%。利润增长主要基于如下几个原因：1、公司营业收入持续增长，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。2、公司2021年7月27日非公开发行新股，优化融资结构，有效降低融资成本。3、公司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。

### 三、问答环节

Q1：未来计划在快消品领域会代理些什么品牌？

A:公司进入快消品行业后，代理的大部分产品属于品牌方产品，如宝洁等，为品牌方提供供应链服务。分销产品过程中逐渐衍生了品牌运营业务，积累了丰富的品牌运营能力，未来，我们将结合长时间沉淀的能力、团队及资源，逐步计划自主推出品牌的产品，主要集中在酱酒、家电和日化方面，具体品牌需要根据产品前期推广情况和发展前景来定，选定后会结合自身强大的供应链体系，将其做大做强。

Q2：深投控进入后对公司的影响？

A：深投控入主怡亚通是一个非常谨慎的抉择，通过毕马威、律师事务所、中介、等机构对怡亚通进行了非常详尽的尽职调查，经历过层层评估后，最终签署合同，完成股权交割。在最近一次公司定增的中，深投控率先认购了近50%的份额，充分证明了深投控非常看好怡亚通发展前景，后续会大力支持公司长期稳健发展。管理方面采取混合所有制的方式，通过现代企业管理制度的董事会与股东大会来适当管控公司的重大决策和经营方针，通过资本管控来把控公司财务风险。公司的日常经营管理仍秉持了民营企业的高效优势。

Q3：品牌运营团队人才的储备情况以及白酒产能的情况？

A：人才储备方面，我司的团队在打造过往产品的过程中累计了大量的经验，同时也在招兵买马，打造一支具有战斗力以及进攻性的团队是我们一直努力的方向。我司打造了钓鱼台“珍品一号“和国台”黑金十年”业绩可观，在做品牌运营，没有涉及酒的生产环节。

	<p><b>Q4: 定增款项的用途?</b></p> <p><b>A:</b> 募集资金公告的用途基本上是在几个基地项目、企业数字化以及补充流动资金。各项工作都在有条不紊的进行, 款项不会快速用完。募集的资金中有7亿补充流动资金, 剩余募集资金会根据项目需要安排。公司会根据募集资金的使用步骤, 有计划的推进, 请投资者们放心。募集资金管理, 它由一个非常严格的程序, 同时我司的保荐人、交易所也会同步跟进募集资金的使用情况。我司一定按照我司披露的募集资金用途和使用计划严格执行, 若期间发现募集资金项目原有投向的经济效益或当地经济环境发生改变, 我司会及时调整并及时通过正常的信息披露程序进行披露。</p> <p><b>Q5: 如何应对白酒酒厂供应问题?</b></p> <p><b>A:</b> 公司品牌厂商与渠道之间的博弈。茅台镇有两类厂商, 一类是有品牌, 一类是无品牌的。由于酱酒的基酒不足, 许多品牌厂商需要到无品牌厂购买基酒。无品牌厂不做品牌的主要原因是资金、能力不足。大家应该关注的是IP的打造能力, 这个能力是最稀缺的。</p> <p><b>Q6: 0.6%的净利率水平未来能否提高?</b></p> <p><b>A:</b> 传统供应链的分销、营销业务是属于低风险的收益模式, 确实过往的报表都反映出这个特点。在探索这么多年后, 我司发现了其中有不少好的商业模式, 好的产品, 从而着手了品牌运营。相对传统供应链业务, 品牌运营的毛利空间比较大。我司在坚持原有分销、营销的业务基础下, 近年来着手品牌运营以及品牌孵化, 对于未来的毛利水平会有一个较大的增长空间。</p>
附件清单 (如有)	
日期	2021 年 08 月 18 日