

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：2021-08

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 checked="" type="checkbox"/> 其他 电话交流
参与单位名称及人员姓名	中信建投、万杉资产、Mighty divine、源乘投资、多鑫投资、新同方投资、鼎屹投资、申万宏源、融信盈通资产、拾贝投资、中融国际、中银理财、浙商证券、途灵资产、申九资产、太平洋资管、成泉资本、青骊投资、国华人寿
时间	2021年08月19日星期四 9:30—10:30
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、公司副总裁兼运营负责人王辉先生、公司副总裁兼财务负责人莫京先生、公司副总裁兼董事会秘书夏镔先生等。
投资者关系活动主要内容介绍	<p>一、怡亚通背景介绍</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。罗总提到，公司发展初期，供应链服务主要聚焦于IT、通信等行业，2010年以后向快消品转型，以供应链服务为抓手，打造了“中国最大消费品分销平台”，公司正在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孵化的高毛利业务进军。</p> <p>二、2021年中报业绩及三季报业绩预告解读</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</p>

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：公司为什么会选择白酒来作为品牌运营的切入口？

A：公司从2108年开始切入品牌运营的业务，选择白酒除了因为这个行业的高毛利之外，就是因为高端白酒的营销主要依靠的是线下营销渠道，而线下恰巧是怡亚通的优势所在。

Q2：不同品类的品牌运营业务的毛利率差异？

A：酒饮40%-50%，家电30%-50%，日化60%-70%。具体高低还是要看产品定位。

Q3：家电品牌运营的未来发展计划？

A：以小家电为主，公司已推出空气消毒机、养生机、按摩仪，本月底会推出一款扫地机。

Q4：若明年利润增速为30%以上，那供应链业务、品牌运营业务以及财务费用节约各自会贡献多少？

A：今年和明年的利润贡献主要来自于管理费用和财务费用的降低以及新业务的增量。传统供应链服务业务和分销业务等存量保持稳定增长。

Q5：对未来资产负债率下降的预期？

A：资产负债率预计在2023年降到70%以下。目前公司的降杠杆进程在正常推进当中。

	<p>Q6: 钓鱼台珍品一号，国台黑金十年，两款产品价格带定位？公司预测这两款已有的主要产品市场空间大约会做多大？下半年新产品推出节奏，哪些产品值得重点期待？</p> <p>A: 珐琅彩定价为¥1399 国台黑金十年定价为¥1299，钓鱼台产能是3000吨左右，去年销售400吨，今年500吨左右。今年下半年推出品牌运营“摘要12”，自营品牌：“首要”和“大唐秘造”。目前新产品的预定火爆。</p>
附件清单（如有）	
日期	2021年08月19日