

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：2021-009

投资者关系活动类别	<input type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input checked="" 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 _____
参与单位名称及人员姓名	王靖添 银河研究所 吴一凡 华创证券 刘浩然 Millennium Capital Management 赖旭明 南方睿泰基金管理有限公司 姜楠 东方财富证券 庞文杰 北信瑞丰 郑晓亮 浙江信诚资产 等 24 家机构
时间	2021 年 10 月 26 日、2021 年 10 月 27 日
地点	浙江省杭州市萧山区钱江世纪城传化大厦会议室 杭州传化公路港
上市公司接待人员姓名	朱江英 高级副总裁/董事会秘书 傅建烽 公路港浙江大区总经理 管明锋 投资者关系
投资者关系活动主要内容介绍	1、公司做大票零担数字平台有哪些优势？ 答：首先市场上做大票零担数字化平台的几乎没有，而零担专线市场的数字化渗透率相比整车以及快递还非常低，因此这是整合零担市场非常好的机会和切入点。那么传化做大票零担最大的优势还是在公路港，在过去 20 年的发展中我们公路港园区集聚了大

量的专线资源，同时这些专线对于提升服务能力以及数字化水平也有强烈诉求。截止三季度，平台已开通直城数 4100 多个，直线数 9900 多条，落地配 40 家，覆盖城市（含县级）987 个。通过为专线提供末端分流、使能前端揽货、线上诚信交易、保障交付履约，通过自主发货和平台发货这两种方式在平台上交易，我们作为平台在交付端到端关键节点进行监控，确保线下交付服务质量。

2、我们公司线上平台有哪些？商业模式有什么区别？

答：目前公司围绕整车服务领域的线上平台主要是两个产品：陆运通和融易运，陆运通主要面向物流公司，向下连接司机，融易运主要面向货主企业，向下连接物流企业，目前主要通过公路港大区及合作渠道以线下推广为主。对于快运零担领域，传化的优势主要体现在 500 公斤以上的大票零担运输，依托线下公路港网络的优势已集聚了大量的专线企业，有着非常强的资源优势，因此我们正在通过打造传化货运网切入到大票零担领域，通过数字化的方式整合线下资源，使能专线企业。目前行业内快递、快运、整车的线上数字化已较为成熟，但做大票零担线上数字化的几乎没有，行业参与者还比较少，通过数字化整合专线资源有很大的市场机会，我们通过打造线上数字化平台，使能专线企业，不仅要解决线上交易的问题，同时强化线下交付。

3、网络货运行业的集中度情况？公司市占率？

答：网络货运行业的集中度现在并不高，行业内已经有上千家平台，毕竟准入门槛相对并不高，甚至很多制造企业自己也在做货运平台对内服务，但是从行业规范性的角度，真正做得好的并不多。而公司的网络货运业务一直都在强调合规性，并且已经通过了中物联 5A 级认证，随着监管部门对行业规范的进一步加强，我们的优势会更加凸显。下阶段我们将不断优化客户结构，拓展大宗行业市场提升业务规模。

4、公路港资产投入主要来自哪些方面？未来的投产计划如何？

答：公路港项目建设的资金主要来自几个方面：前期主要是原资产重组时的配套募集资金、一部分银行借款以及政府的补贴资金，随着公路港进入隆市阶段后贡献稳定现金流，具有一定的变现能力了，再来推动其他项目。目前公路港园区业务整体已基本进入收获期，公司对下阶段的网络布局也做了一些新的规划，今年以来，我们也陆续公告了一批新的公路港项目，比如海盐、滕州、恩施、红安、梅河口等，将在今年陆续投建，预计最快明后年可以投入运营。

5、未来对于网络货运行业 2-3 年的成长性判断和指引？

答：首先我们并不是一味强调业务规模发展，而更希望把业务质量和客户服务做好。目前网络平台业务的毛利率大概是 2.7%左右，还有进一步的提升空间。因此行业运力池的打造，提升生态产品的盈利能力，优化客户机构、提升运营质量，是我们下阶段的重要举措。当然在这个基础上我们也在拓展更多领域的客户，确保业务规模的稳定增长。

6、公司的供应链金融业务和线上平台具体是怎样产生协同效应？

答：目前公司金融业务主要还是围绕线下公路港开展。在生态协同方面，目前已经开发了“信用付”、“合同付”、“网点贷”等场景金融产品，为“海康威视、大华股份”等行业大客户定制“支付+金融”解决方案。线上金融服务还没有大规模推广，处于前期试点阶段，在线上平台场景搭建尚未足够丰富的前提下相对比较谨慎开展，随着平台规模进一步扩大、客户基础和交易数据足够丰富后，具备了一定的风控能力后再来推广我们的产品，解决客户由于账期等因素对短期融资的需求。未来形成较强的风控能力后，我们会和银行等第三方金融机构合作，推出相关金融产品。

	<p>7、公司的网络货运平台，与顺丰、京东的模式差异？竞争关系还是合作关系？公司主要的客户所属行业与顺丰、京东是错位竞争吗，重合度高吗？</p> <p>答：整体来看顺丰、京东和传化都是提供综合服务的，并不是单一的业务结构。首先从业务侧重点上是有一定区别的，传化更多服务的是制造端的供应链物流，顺丰及京东更多服务于电商或者快递等，客户定位当然也是不一样的。他们与传化之间应该说既有合作关系，也会有竞争，例如顺丰和京东在很多地方都会在公路港设分拣中心，但随着各自业务边界拓展，也难免会产生一些竞争，但公路物流市场非常大，行业机会非常多。</p> <p>8、四季度是否会继续受到限电限产等政策因素的影响？</p> <p>答：由于我们很多大客户都是生产制造企业，三季度一定程度上受到了限电限产政策的影响，从而对物流的需求有一些影响，但综合来看对平台的影响还不大，三季度我们网络货运业务环比二季度仍然保持 12%左右的增长。四季度限产的影响肯定还会有，但我们也有一些的应对措施，下阶段我们会加强现有客户的运营，调整优化客户结构，现在的客户基本以三方物流普货为主，接下来我们会重点拓展大宗行业的客户，比如中铝等，加快增量业务的拓展。</p>
<p>附件清单（如有）</p>	<p>无</p>
<p>日期</p>	<p>2021 年 10 月 28 日</p>