

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：2022-01

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 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	海通证券虞楠团队、上海焱牛投资、途灵资产、深圳多鑫投资、方正富邦基金、平安基金、前海开源基金、中航基金、太平资产、上海留仁资产、上海景熙资产、丹羿投资、光大保德信基金、国泰君安证券、中国太平洋保险(集团)、万家基金、西部利得基金、Franchise Capital Limited、中国国际金融股份有限公司、Haitong International、上海东方证券资产管理有限公司、Xingtai Capital Management Limited、宁泉资产、华宝基金
时间	2022年04月11日星期一 12:30—13:30
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、公司副总裁兼首席运营官王辉先生、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滨先生等
电话路演活动主要内容介绍	<b>一、怡亚通集团介绍</b> <p>公司高级副总裁罗筱溪向投资者介绍我司背景、综合能力、核心竞争力、财务与展望。数字化时代下，消费品市场价值与需求的连接方式被改变，渠道边界逐渐扩大，消费者的商品消费发生进阶，对产品的物质需求转变到了体验需求，消费需求升级让品牌效应越来越重要。</p> <p>怡亚通2021年营业总收入达实现营业总收入702.52亿元，较去年同期增加2.92%；年度利润总额为5.39亿元，较去年同期增加438.13%；归</p>

属于母公司的净利润为5.06亿元，较去年同期增加310.29%；扣非后归属于母公司的净利润为4.34亿元，较去年同期增加467.03%。公司利润增速远高于营业收入增速，显示出转型后的怡亚通强劲的业绩增长动能。

自品牌运营业务开展以来，怡亚通利润结构发生变化，相比于传统供应链服务个位数的毛利，怡亚通重点推进的品牌运营业务可贡献40%以上的毛利，成为公司最重要的利润来源之一。

怡亚通的品牌运营业务起步于白酒，在原有为茅台、泸州老窖、五粮液等白酒品牌商提供深度分销渠道及营销经验的基础上，怡亚通开始为品牌赋能，提供反向定制、包装设计、定位、定价、营销策划、终端销售以及售后等一站式品牌运营服务，帮助酒企打造白酒品牌，拓展市场。

在与白酒品牌钓鱼台的合作中，怡亚通成功助其打造出1400元单价的高端白酒——“钓鱼台珍品壹號”，7个月内实现了销售额从0到1亿元的跨越。2020年，其品牌运营业务更进一步，两款单品“钓鱼台珍品壹號”和“国台黑金十年”实现了近7亿元销售额，成为酱酒中的黑马。

此后，怡亚通将打造酒类爆款单品的经验复制到酱香酒核心产区的其他酒企，结合当地成熟的酱香工艺和本地产业链优势，相继推出“摘要12”、“红星1949”及自有品牌“大唐秘造”、“首粮”、“首要”等，实现白酒产品价格区间从300到3000元全覆盖，均取得不俗成绩。其中，携手西安大唐不夜城赋能文化IP打造的“大唐秘造”年产能约5000吨，其基酒生产方大唐酒业产能位列茅台镇前五。

### 三、问答环节

Q1: 2021年公司年报显示品牌运营对业绩的提升，未来这块如何发力?

A: 怡亚通做品牌运营并不是从零开始，是基于公司过去20多年对分销营销业务的升华，积累了庞大的分销体系和网络，对客户的需求敏感，同时传统分销的利润已经被压缩，因此我司向上游延伸，做品

牌运营。白酒板块的成功，离不开团队从领头羊到成员的付出，这个团队经验充足而又充满活力，为我们开拓品牌运营业务树立了标杆，对我们近几年财务情况都有正向影响。

**Q2:** 请问贵司酒水业务的品牌运营具体情况如何，未来有何发展计划？

**A:** 您好，怡亚通经过十多年的全国快消品渠道布局，已经成为了目前中国最大快消品分销平台，其中白酒的分销曾经突破100亿的业绩量规模，公司从18年开始布局酱香型白酒赛道的品牌运营业务，仅用3年时间该业务已经达到9亿的销售量规模，品牌运营的综合毛利润保持在30%以上。2021年，怡亚通的酒类品牌运营业务实现营收12.45亿元，同比增长43.10%。未来公司将继续扩大推进品牌运营业务规模，在风险可控范围，基于公司未来战略规划，将进一步推进自有品牌孵化与品牌运营一体化布局。

**Q3:** 从公司发布的年报数据来看，2021年净利润增幅明显，主要的原因有哪些？

**A:** 公司自2021年以来，盈利能力得到较大改善，主要原因有：

（1）公司营业收入持续增长，同时大力推进供应链优势的变现及业务模式的升级和，体现为品牌运营及营销业务的快速爬坡，营收及利润占比不断提升；（2）公司采取积极措施，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。

**Q4:** 公司2021年毛利率较2020年有所提升，未来在毛利率提升上有什么措施？

**A:** 公司毛利率上升主要得益于品牌运营及营销业务的增长，公司将持续推动品牌运营及营销业务增长，同时加强运营管理、优化产品结构，提高产品整体毛利率。

**Q5:** 品牌运营是公司增速最快的业务，公司管理层对于2022年的市场预期如何？

**A:** 根据公司今年2月25日发布的2022年股票期权激励计划(草案)，

	<p>中可以看到，公司提出的业绩考核目标，2022-2024年三个会计年度，公司净利润分别不低于6亿元、8亿元、10亿元，且非经常性收益不得超过净利润的30%。由此可以看到公司对未来的业务发展还是很有信心的。</p> <p><b>Q6:</b> 公司面对C端消费者的平台有哪些？目前的经营情况？</p> <p><b>A:</b> 怡亚通目前专注于大消费领域，打造综合品牌运营平台。业务主要面向B端，涉及C端消费者的平台主要有整购网，2021年整购网C端营业收入近600万，目前注册用户数近10万。</p> <p><b>Q7:</b> 请问公司降低负债的举措有哪些？</p> <p><b>A:</b> 公司降低负债的主要方式：一是持续推进非公开发行股票、债转股等事项,增加所有者权益；二是逐步对长期资产进行变现。运营成本的降低主要是通过加强运营管理，提高营运效率；同时对周转慢、盈利能力差的项目进行改善、甚至关停并转。</p>
附件清单（如有）	
日期	2022年04月11日