

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：2022-02

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	浙商证券杨骥团队、华夏基金、富国基金、嘉实基金、交银基金、平安养老、太保资产、兴全基金、财通基金、国联安、上银基金、太平资产、大成基金、民生加银、光大保德信基金、信诚基金、长信基金、德邦基金、东海自营、国华兴益资管、恒大人寿、浙商证券自营、同犇投资、中邮人寿、蜂巢基金、信泰人寿、申九资产、鑫元基金、诺德基金、复胜资产、焱牛投资、汐泰投资、长城财富、禹田资本、睿亿资产、汇华理财、望正资产、磐厚动量、五地投资、华泰证券自营、赋格投资、丹羿投资、固禾资产、广银理财、聚劲投资、九泰基金、汇华理财
时间	2022年04月11日星期一 13:45—14:45
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	一、怡亚通集团介绍 公司高级副总裁罗筱溪向投资者介绍怡亚通2021年年报情况。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。

取得好业绩，最大的“功臣”当属品牌运营业务。

基于长期一站式纵深服务掌握的消费端需求趋势，怡亚通形成了反向选品能力。可结合消费需求为上游品牌商精准定制产品，通过“品牌运营+渠道赋能”的闭环式服务，帮助品牌快速扩大市场份额。

2019年起，怡亚通分别为酒企钓鱼台和国台提供定制化品牌运营服务，包含基酒勾调、包装设计、营销策划、渠道分发、售后管理等，成功打造出高端酱酒黑马——“钓鱼台珍品壹号”、“国台黑金十年”。两款产品推出即获得市场的青睐。

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”，是与年产能约5000吨的基酒生产厂家大唐酒业深度合作开发，该基酒厂产能位列茅台镇前五。

在此次年报中，怡亚通还首次提及了“消费品数字化供应链服务商”的行业定位。有别于市场对其贴上的“传统供应链”标签，怡亚通进一步明确了自身定位。

“消费品数字化供应链服务商”定义为，能够为消费品产业链上游品牌商和下游的分销商/零售商提供线上线下全渠道的数字化供应链相关服务，具体包括：渠道分销、全域运营服务、物流服务、风控服务以及金融服务等，同时能够为上下游提供双向沟通及双向数据反馈。

目前整体行业处于生态构建阶段，“消费品数字化供应链服务商”开始占据交易核心。

深耕供应链服务25年，怡亚通已经在消费品领域具备全渠道、全品类、全链路，纵深一体化服务能力，正在搭建覆盖中国600多个城市、20000多个乡镇的分销网络，拥有为2600多个国内外知名品牌商分销超过40万种产品的分销营销经验，为客户提供深入1-6线城市的B2B、B2C

深度配送的运作能力，以及契合供应链行业特点、满足各类业务模式需求的大数据管理系统。

随着大数据时代到来，大消费行业生态已经发生质的变化，全域O2O体系下，品牌商对于一站式全链路的服务需求提升，线下零售商亟需扩圈赋能。在此背景下，拥有全链路一体化服务能力的怡亚通有信心将跑在行业前列。

三、问答环节

Q1: 请问公司在品牌运营业务上的发展规划？

A: 目前怡亚通在原有供应链服务的基础上，大力推进品牌运营业务发展。聚焦在酒水、日化、小家电三大赛道上，通过怡亚通在这三个赛道过去长达十多年的深耕积累，打造优质产品，孵化优秀品牌。

Q2: 请问公司通过哪些方式来降低负债及运营成本？

A: 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。

Q3: 2021年公司在数字化方面有哪些提升吗？

A: 2021年线上化转型成果初显。集团全资子公司怡通数科通过组建电商、直播团队，整合全集团线上化渠道资源，打造怡亚通标杆电商商店及直播间，助力国代品牌的线上化运营，全年GMV突破100亿元。合资公司层面也陆续展露一些转型标杆企业，例如北京怡通永盛积极布局电商平台，搭建40余家线上店铺，聚集飞鹤、西麦等14个核心品牌输出专业电商运营服务，从线下运营为主的分销商成功转型为以品牌营销为主的服务商。

Q4: 公司作为分销服务方面的领先者，有何竞争优势？

A: 怡亚通建立覆盖全国各级城市乃至东南亚等地区的深度分销平台，用现代互联网技术和深度供应链维度实现从品牌商到终端的网络扁平，颠覆过去粗放原始分散的经销商模式，构建一体化运营的快捷、高效的直供渠道，帮助合作伙伴突破渠道拓展瓶颈，深入低线市场，

	<p>提高市场竞争力。</p> <p>Q5: 公司去年推出自有品牌“大唐秘造”，能否介绍一下具体的经营情况？</p> <p>A: 感谢您对怡亚通的深度关注！2021年我们联合西安“大唐不夜城”推出盛唐文化特色IP的酱酒品牌——“大唐秘造”，这是怡亚通第一款独立研发、独立营销、独立品牌运营的高端酱香酒。其核心原材料—基酒甄选自位于茅台镇酱酒核心产区上游，毗邻“国台酒业”、年产能超5000吨的本土基酒大厂--“大唐酒业”。从而在源头上把控白酒品质，在产品形象上，把握消费者心理，结合中高端消费、商务宴请等不同场景，分圈层分别打造“金樽”、“金玺”、“金顶”三款产品；价格带覆盖在300-1200区间。</p> <p>Q6: 在降本增效方面公司做了哪些努力？</p> <p>A: 主要通过加强运营管理,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> <p>Q7: 目前与公司形成战略合作关系的企业有多少？</p> <p>A: 您好，怡亚通与100余家世界500强企业及2600多家国内外知名企业达成战略合作关系，服务行业涵盖快速消费品（母婴、日化、食品、酒饮）、家电、通信、信息技术、医疗、终端零售等多个领域，形成了强大的资源整合能力和竞争优势，能有效地帮助合作伙伴提高核心竞争力。</p>
附件清单（如有）	
日期	2022年4月11日