

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：2022-08

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 线上文字会议
参与单位名称及人员姓名	参与 2021 年度业绩网上说明会的投资者
时间	2022 年 04 月 13 日星期三 15:00—17:00
地点	进门财经线上文字会议
上市公司接待人员姓名	董事长/总经理：周国辉 独立董事：张翔 保荐代表人：刘坚 副总裁/首席运营官：王辉 高级副总裁/首席资本运营官：罗筱溪 财务总监：莫京 董事会秘书：夏镔
交流内容及具体问答记录	<p>1、请问怡亚通的营销合伙人制度和之前的 380 平台，两种组织形式是否有区别？在经营风险和投资风险方面有什么更谨慎的考虑？</p> <p>答：投资者您好，感谢您对公司业务的关注。营销合伙人制度对推进公司 380 平台分销业务有着积极促进作用，公司利用该制度对线下业务线上化进行管理优化，进行对口专业化管理，提升效率。公司始终坚持以科技驱动供应链发展为重要战略目标，以供应链为抓手，打造中国最大的快消品 B2b2C 一体化分销平台和品牌孵化平台。</p> <p>2、贵司作为供应链行业的开山鼻祖，培养了很多行业优秀人才，这是不是说明贵公司在人才培养和人才存留上面存在冲突？想请问贵公司在增强公司人才吸引力方面有什么具体措施？</p> <p>答：投资者您好，公司一贯重视人才的培养和引进，根据经营和业务需求优化现有团队及积极引入优秀专业人才，确保团队适应公司战略发展需求。例如今年推出的股权激励计划目的也是为了吸引和留住优秀人才，充分调动公司高层及核心骨干人员的积极性。感谢您的关注。</p> <p>3、请问领导贵公司的负债率预计什么时候可以低于 70%，具体会</p>

优先采用什么措施？

答：公司 2021 年资产负债率 76.16%，较上年下降 4.41%，公司持续采取积极措施，降低资产负债率。感谢您的关注。

4、请问领导们，贵司各个白酒品牌运营的毛利和净利润分别是多少？

答：公司酒类品牌运营业务 2021 年实现营收 12.45 亿元，同比增长 43.10%，毛利 4 亿元，同比增长 41.81%。感谢您的关注。

5、最近一段，网上报道国台酒经销商出现了大量抱怨的声音，这与公司相关吗？

答：您好，公司在 2021 年度做国台黑金十年单品的运营效果还不错。感谢您的关注。

6、请问，怡亚通与各地政府成立合资公司的业绩数据，2022 年广度综合与深度分销业务数据预期增长达到多少呢？

答：公司与各地政府成立合资公司的业绩数据敬请查阅公司的年度报告第十节财务报告 七、合并财务报表项目注释 13、长期股权投资，公司未来业绩情况敬请关注公司后续相关信息披露。感谢您的关注。

7、公司股权激励计划的实施，是否意味着公司业绩将持续保持增长？公司管理层对业绩考核目标是否有信心？

答：您好，公司会努力做好业务，提升业绩来回报股东，同时也希望被激励的员工能够分享公司业绩成果。感谢您的关注。

8、深投控入主公司后，带来什么积极影响？

答：您好，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、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。感谢您的关注。

9、大股东深投控对怡亚通业务的支持有哪些？

答：深投控作为国际一流的国有资本企业，给到公司的支持是全方位的。除了在人才资源、战略规划、企业品牌、业务支持等方面的加持，深投控还对公司的资本结构优化、盈利能力、供应链优势变现等重要指标提出要求并积极赋能。

10、2021 年年报显示品牌运营对业绩的提升，未来这块如何发力？

答：您好，怡亚通做品牌运营并不是从 0 开始，是基于公司过去 20+ 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。感谢您的关注。

11、介绍一下公司在品牌运营业务上的发展规划，有什么方向？

答：您好，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。

12、公司作为分销服务方面的领先者，有何竞争优势？

答：您好，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，提高市场竞争力。

13、目前与公司形成战略合作关系的企业有多少？

答：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。

14、供应链业务模式的本质在于，采购分销，物流仓储。所以这是我们的核心内在基因？可是我们并不是重资产模式，没有物流仓储资产，那么相对于其他的代运营主体、酒类流通主体，我们的壁垒主要在于什么？

答：您好，现在供应链公司作为平台，有优异的承载能力，体现渠道价值是第一位的。资金主要投入于采购占用资金、人力成本投入成本、物流仓储费用成本。物流仓储的资源，主要由代发货、代保管、仓库出租的主体来做。（重资产的定义：买设备、买原材料、买辅料）

15、公司去年推出自有品牌“大唐秘造”，能否介绍一下截止今年一季度的经营情况？

答：公司目前还未披露一季度报告，敬请持续关注公司后续相关公告。

16、市场预期白酒酱酒产能在 2023 年将迎来扩能，是否会受到冲击以及如何突围？

答：感谢您的关注。目前酱酒只占白酒市场 8% 的容量，本质上不会受到很大的冲击。白酒业务最关键的还是靠自有的渠道网络和营销能力。

17、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？

答：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。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。

18、目前公司在酒类品牌运营业务是否合作企业？

答：您好，公司目前酒类品牌运营业务重心以酒类的定制品牌运

营与自有品牌孵化为主，公司近年来不断向轻资产模式转型，一直以开放的姿态积极寻求优质伙伴进行合作，从而实现互利共赢。感谢您的关注。

19、公司认为自己在白酒品牌运营业务的竞争优势有哪些？

答：您好，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。感谢您的关注。

20、在家电、日化两个领域品牌运营有什么计划？毛利率大概多少？

答：公司家电未来的发展重点是小家电，轻奢家电；日化领域未来的重点发展方向会在个护、美妆上，未来会在合适的时机推出。敬请持续关注公司后续相关公告。

21、2021 年家电行业面临国内市场需求平淡、原材料价格飞涨、国际物流成本飙升、供应链受阻等诸多挑战，公司相关业务条线的经营表现如何？

答：您好，2021 年家电分销和品牌运营均达成目标。其中分销板块的营收和毛利因在业务结构上做了较大调整，收益超出预期。品牌运营虽然是第一年尝试，也分别在授权品牌和自有品牌形成了突破，在营销和渠道布局都有不错的表现。未来也会在品牌运营和模式创新上持续加大投入和创新力度，争取以更好的成绩回报广大投资者。感谢您对怡亚通的关注。

22、生育政策放开后，是否有计划在母婴业务上开展新的布局？

答：您好，公司母婴业务专注于高端母婴产品运营，目前与国内外主流品牌，如菲仕兰(美素佳儿)、达能纽迪希亚(诺优能系列产品, 爱他美系列产品)惠氏、雅培、合生元、澳优、雀巢等皆存在业务合作关系。感谢您对公司的关注。

23、国家大力推动三胎政策，能否介绍一下对公司母婴方面经营业务的影响？

答：感谢您对公司的关注。三胎政策的出台，对公司母婴业务存在长期利好。怡亚通致力为消费者提供优质安全的母婴产品，也希望公司能为新一代新生儿的健康成长，尽一份社会责任。

24、抖音、快手等短视频直播正处于风口，公司是否有切入相关供应链布局？

答：您好，公司目前正在为抖音、快手上的头部 MCN、明星、网红提供产品供应链服务，其中类目包括个护、美妆、酒水、食品，品牌包括飞利浦、宝洁、国台、大唐秘造等国内外知名品牌。

25、怡亚通在电商平台方面有没有相关布局，目前情况怎么样？公司年报中说线上线下比例 2023 年会达到 2：3，如何理解？

答：感谢您的关注。目前怡亚通在多个行业都有布局针对门店渠道的垂直 b2b 业务。比如家电行业有家电客平台，医药行业有药购平台，快消行业有整购平台，它们也是公司传统分销业务数字化升级转型发展的重要载体。其中，整购网是一个品牌直供的 B2B2C 平台，聚合了酒饮、生鲜、食品、美妆个护、母婴、家居等多品类、多品牌优

选商品，目前入驻品牌超 1000 个，宝洁、飞利浦、SKG、资生堂、钓鱼台、舍得酒等大牌云集。C 端上架 SKU 近 7000 个，B 端 SKU 近 10000 个。

26、目前，公司的 380 平台体系中，哪些是效益比较优良的，母公司层面，有怎样的内部考核评价机制？380 公司主要就是年报里披露的子公司（广西怡亚通大泽、深圳安新源、浙江百诚、北京怡福康宝）？

答：投资人您好，公司严格执行内部控制制度与内部稽核制度，建立和完善了符合现代管理要求的内部组织结构，形成了科学的决策机制、执行机制和监督机制，保证了公司经营目标的实现。公司下属控股企业和分子公司众多，为了对这些公司实施有效的管控，实行垂直+横向双重管理，由公司总部直接招聘并派驻关键岗位的人、财、物、商等人员，感谢您的关注，谢谢！

27、公司主要采取哪些措施来实现城村物流全覆盖？请问运多星的运营模式和运营情况如何？

答：怡亚通致力于发展高效经济的国家物流供应链，为每一位消费者提供优质经济的商品。怡亚通将在目前城市和干线物流建设的基础上，逐渐打造城村物流全覆盖能力。目前物流实行平台化、生态化发展模式，通过应用自身物流能力与社会物流资源的整合，实现物流网络的覆盖。感谢您的提问。

28、能不能介绍一下去年品牌运营的收入利润等情况？

答：公司品牌运营 2021 年实现营业总收入 35.19 亿元，同比增长 70.38%，综合毛利 6.40 亿元，同比增长 71.38%。其中酒类品牌运营业务实现营收 12.45 亿元，同比增长 43.10%，毛利 4 亿元，同比增长 41.81%。感谢您的关注。

29、从贵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？

答：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，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。感谢您的关注。

30、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？毛利率提升的空间有多大？能够提升到什么水平？

答：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。感谢您的关注。

31、从 2021 年上半年净利润增加明显，从公司新近的股价表现已经有所反映了，但持续的良好表现取决于公司供应链管理精细化、关停并转缺乏盈利能力的项目、培植一些具核心盈利能力且持续盈利能力的项目。传统视角看，怡亚通是一家供应链产业公司，是否可以规划？基于传统供应链产业优势，增加类似于投资银行 (Banking) 方向的主营业务板块，增加公司持久的、具有核心竞争力的盈利能力，并且注重实体经济与金融市场的双驱动营运。

答：首先感谢您的关注和建议。公司目前的精细化管理以及一系列业务结构的调整变化,为公司的进一步发展提供了运营空间。公司将致力于品牌运营业务,帮助孵化与公司主营业务相关的优秀公司及相关产品。在公司传统供应链优势的基础上,在怡亚通深刻理解的大消费领域,公司一直在进行产业投资孵化的布局,合伙人事业群的资本层次合作,为公司主营业务提供了规模增量和变革需求的支撑。在风险可控的基础上,希望能获得合理的投资收益,实现提高盈利能力、做大做强的产融结合发展路径,为股东带来良好回报。

32、请问有通过哪些方式来降低负债以及运营成本的?

答：公司将持续采取积极措施,降低资产负债率,包括但不限于非公开发行股票、债转股等。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。感谢您的关注。

33、在降本增效方面公司做了哪些努力?

答：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。

34、从费用端来说,我们预计未来两到三年的费用变化趋势大致情况如何?

答：(1)销售费用随品牌运营业务增长会有一些增长;(2)管理费用大致保持平稳水平;(3)随着非公开发行的补充,财务费用今年相比去年预计将会有一定下降。

35、公司目前人员精简进展情况如何?

答：您好,截止2021年底公司已将员工人数精简至8000人左右,公司后期仍将继续推行数字化管理,优化人员配置。感谢您的关注。

36、公司长期借款出现了比较明显的下降,公司未来的资金需求是如何规划的?

答：公司2021年末长期借款出现明显下降,主要是由于12.73亿元将于2022年到期,转至一年内到期的非流动负债列示。公司未来将会结合资金需要,以及各融资方式的成本、环境等情况,采取匹配的融资方式筹集资金,持续优化公司的融资结构。感谢您的关注。

37、公司今年一季度业绩如何?能否展望下公司全年的业绩?

答：敬请关注公司4月28日的一季度报告。感谢您的关注。

38、请问公司目前费用管控能力是否有提升?在费用管控方面公司有没有相应的规划及目标?

答：公司2021年管理费用14.67亿,较上年同期下降6.5%,目前公司持续加强精细化管理,提高人均产出、优化资源配置,同时加快SAP系统上线实施,助力公司控制升级。感谢您的关注。

39、数字化转型为公司带来了哪些机遇和挑战?目前公司数字化达到什么程度?

答：数字经济是全球发展的重要趋势,以互联网、移动通信、大数据为代表的现代信息技术广泛深度应用,成为中国及全球效率提升和实现创新驱动的主要动力及途径,并对消费、生产、流通产生一系列革命性的影响,实现消费与生产制造、流通服务的深度融合和创新,从而形成驱动新产品、新服务、新技术、新业态、新模式发展,促进新兴业

	<p>态、发展新兴产业,带动经济结构调整升级和实现持续增长的新格局。</p> <p>40、公司的数字化转型取得了哪些进展? 公司认为数字化转型能给供应链行业带来什么? 2021 年公司未来在数字化方面有哪些提升吗?</p> <p>答: 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。</p> <p>41、公司自从解禁以后一直有折价的大宗交易,是不是证明有增发机构不看好公司的未来?</p> <p>答: 尊敬的投资人您好,公司始终坚信实干经营,保持开放的心态,积极与资本市场交流,以良好的业绩回馈投资者,加强与投资者交流,提升投资者对公司的信心,谢谢。</p> <p>42、公司一季报受疫情影响大吗?</p> <p>答: 感谢您对公司的关注,公司总部及各地子公司根据政府有关防疫规定及实际情况积极做好疫情防控工作,并及时制定相关应对措施,保障经营和物流安全有序进行。</p> <p>43、我看往年公司都有一季报预告,今年会有一季报预告吗? 一季报是否会给我们这些小股东惊喜?</p> <p>答: 尊敬的投资人,您好,公司将于 2022 年 4 月 28 号披露 2022 年一季报,敬请关注公司公告,感谢您的关注,谢谢!</p>
<p>关于本次活动是否涉及应披露重大信息的说明</p>	<p>否</p>
<p>活动过程中所使用的演示文稿、提供的文档等附件(如有,可作为附件)</p>	<p>无</p>