

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：2022-09

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 checked="" type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 其他
参与单位名称及人员姓名	博闻投资、京来投资、智富圈、乾明资产、晨钟资产、明时投资、君茂投资、钰锦投资、上古投资、钰锦投资
时间	2022年04月20日星期三 15:00—17:00
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等
调研活动主要内容介绍	<p>一、怡亚通集团介绍</p> <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。历经三年对业务的重整和重构，2021年实现营业收入约702.08亿元，同比增加3.06%；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%。</p> <p>怡亚通以供应链服务起家，经过二十余年的深耕，已经在快消品领域里铺设了出一张覆盖中国600多个城市和20000多个乡镇的巨大销售网络，同时，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。</p> <p>2018年起，怡亚通迈步新领域，尝试打造了以酱香型白酒为主的品牌运营业务，实现业务升级。其中，由怡亚通负责开发设计及品牌</p>

运营的“钓鱼台珐琅彩”及“国台黑金十年”两款酱香酒，在推出后即成为爆款产品。

2021下半年，怡亚通在酱酒品牌定制领域推出了主打高端人群、真实年份的“摘要12”。进一步丰富酱酒品牌运营产品结构。此外，怡亚通下半年还打造自有酱酒品牌产品矩阵，携手来自茅台镇核心产区的大唐酒业，以及西安“大唐不夜城”联合打造出具有盛唐文化的特色IP酱酒产品——“大唐秘造”系列。

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%，已成为公司最重要的利润贡献来源。目前，怡亚通的白酒品牌运营产品价格带已实现从300元到3000元的覆盖。

经过十多年的全国快消品渠道布局，怡亚通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。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。

二、问答环节

Q1: 请介绍一下公司目前业务整体发展情况？

A: 怡亚通作为中国消费品供应链领域的领军企业，经过二十五载的发展，已经在消费品领域具备全渠道、全品类、全链路，纵深一体化的服务能力，同时在消费品细分领域之白酒的定制化品牌运营业务已经取得显著成效，同时自有品牌也已经进入市场培育阶段，公司的行业地位稳步提升。

Q2: 请问公司认为未来白酒市场的发展前景如何？

A: 2016年以来，白酒行业进入新一轮景气周期，2018年以来总体呈现出更为突出的结构性景气特征。行业份额主要向优势品牌，优势企业，和优势产区集中——为什么把品牌排在第一位，因为品牌带动产区，而不是产区带动企业，产区可以反哺品牌。

2021年白酒企业产量下降0.59%，这已是产量的连续第五年下降，

而收入却同比增长18.60%；利润总额增长32.95%；收入利润增速远高于产量增速，收入增长靠的是价位升级和结构优化。

从今年茅台首次披露今年1-2月生产经营情况，可以看出酱酒市场依然呈现旺销态势。我们认为未来这一趋势将长期延续。

Q3: 公司在降低负债率方面，有哪些举措？

A: 今年怡亚通坚持“零库存”的平台运营模式，通过资金回笼与资本运作，降低公司负债率。同时，通过剥离过去380平台低效运营资金的合资公司，降低了运营风险，优化了融资环境。此外，公司定增所募集的资金将有利于持续改善公司的现金流、降低负债、继续完善公司消费品数字化供应链体系。

Q4: 请问公司对于2022年经营情况的预期？

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)，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%。

Q5: 请介绍一下公司白酒自有品牌情况？

A: 在白酒的品牌运营取得成功后，公司在白酒领域迈出新的步伐，2021年开始打造自有酱酒品牌产品矩阵。结合消费趋势与行业调研，抓住国潮风向，联合“大唐不夜城”打造出具有盛唐文化的特色IP酱酒产品——“大唐秘造”。在基酒供应酒厂甄选了位于茅台镇酱酒核心产区，产能排名前五，且毗邻“国台酒业”、年产能超5000吨的——“大唐酒业”，从源头把控白酒品质；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。在文化内核上，将“酒”与酒仙“李白”、“长恨歌”等元素绑定，塑造品牌文化内核，主打差异化；在渠道营销上，联合线下传统经销渠道与线上新兴流量渠道，多渠道同步推广，搭配沉浸式品鉴会、超级旅游IP等方式吸引用户，提升品牌知名度。从酒品至推广，全链条的精细化管理及可落地的活动方案等一系列的举措向市场证明怡亚通品牌

	<p>孵化的能力。</p> <p>Q6: 能否介绍一下目前与公司形成战略合作关系的企业有多少？</p> <p>A: 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04月20日