

证券代码：300592

证券简称：华凯创意

湖南华凯文化创意股份有限公司

投资者关系活动记录表

编号：2022-002

投资者关系活动类别	☐ 特定对象调研 ☒ 分析师会议 ☐ 媒体采访 ☐ 业绩说明会 ☐ 新闻发布会 ☐ 路演活动 ☐ 现场参观 ☐ 其他
参与单位名称及人员姓名	澳投资本：Sam Wen 华泰证券股份有限公司：吕佩蕾 Spruce Light Asset Management Company Limited：Karl Miao
时间	2022 年 4 月 27 日 10：00-11:00
地点	电话会议
上市公司接待人员姓名	董事、董事会秘书：王安祺先生 证券事务代表：欧阳婵女士 投资者关系经理：刘祎女士
投资者关系活动主要内容介绍	一、董事、董事会秘书介绍公司 2021 年度暨 2022 年一季度经营情况。 公司已公告拟更名为华凯易佰科技股份有限公司，此次拟更名标志着公司已经成功完成转型，跨境出口电商已经成为公司核心业务，未来发展战略也将聚焦于跨境电商。从收入结构上看，公司跨境电商收入已经占到总收入的 95%以上。预计 2022 年占比会进一步提高。2021 年，公司已经解散原来展馆事业部，目前基本停止承接新的展馆业务，总部相关人员重点办理原有项目结算收款等工作，2021 年公司共回收原展馆业务款项 1.84 亿元，全年计提该业务板块相关减值准备 5,947

	万元，原展馆业务累计已计提减值准备 1.47 亿元，综合计提比例为 32.26%，截至今年 3 月 31 日，原展馆业务遗留的应收款项账面价值为 3.08 亿元，较 20 年年末 4.46 亿元下降 30.83%，应收款项以及合同资产均已足额计提减值准备，剩下部分回收基本没有问题，不存在继续大额计提减值的风险。目前公司财务状况非常健康，2021 年全年，经营活动产生的现金流量净额为 3.22 亿元。截至 2022 年一季度末，公司已经清偿所有有息负债，公司账面有现金和各类理财产品总计 5.19 亿元，流动比率和速动比率分别为 3.53、1.83，资产负债率仅为 21.91%。 众所周知，2021 年，跨境出口电商行业面临了很多挑战，易佰的经营也经历了艰难险阻，但是总体仍然保持了基本盘的稳定，体现了相当的韧性。2021 年易佰的营收仍然保持了小幅增长，并完成了业绩对赌。公司从 2021 年三季度开始，环比业绩都在改善，预计接下来，业绩仍然会呈现环比增长的趋势。改善的主要原因：海外仓存货余额通过加大力度清仓已从 2021 年 6 月份的 3 个亿下降为不到 7000 万元，在清仓过程中带来了一个多亿的损失，拖累 2021 年下半年和 2022 年一季度的业绩，从 2022 年二季度开始，这部分因素基本消除。除此之外，公司亚马逊 FBA 仓国内仓直邮目前稳定保持着每个月 2000-3000 万的盈利水平。易佰目前重点发展的两块新业务，一是精品业务，今年计划实现销售 5 亿元，主要是小家电，LED 灯，宠物用品，家具等产品，预计在下半年实现盈利。二是依托“亿迈”（EasySeller）平台为中小卖家提供跨境电商综合服务，目前已发展 90 多家客户，单月收入环比增长很快，预计这块业务今年也可以为公司贡献利润。同时，作为泛品类跨境电商的代表，易佰的选品、系统、存货管理三大优势仍然保持。 公司在产品开发方面采用“双蓝海策略”，战略性地避开服装、消费电子等处于红海市场的品类，不断深耕家居园艺、健康美容、汽车摩托车配件、工业及商业用品等蓝海品类，建立了一定的先发优势和规模优势，与其他以经营服装、消费电子为主的跨境出口电商企业形成差异化竞争，产品开发方向主要集中在有稳定市场需求而相对冷
--	--

	门的细分领域。系统方面，公司拥有自研的智能调价、智能刊登、智能广告、智能备货四大核心系统，确保对海量数据进行精确高效处理，在同行中能够保持竞争优势。在存货管理上，管理层高度重视存货滞销风险，利用系统持续动态优化经营和定价策略，及时对滞销库存进行降价促销，2019 年-2021 年，易佰的存货周转率分别为 3.18、3.08、3.48，始终保持高于行业平均的水平。截至 2021 年末，公司存货账面余额仅为 6.12 亿，相对销售规模非常健康。 2020 年疫情爆发以来，行业经历了一个火热到火爆再到多重打击逐步降温的过程，从去年二季度开始经历了一个去库存的周期。目前，有迹象表明，行业去库存已经接近尾声，大量中小卖家已经出局，海外仓大量空置，经历去库存周期之后，行业毛利率将有一定程度恢复，有助于业绩回暖。 今年运费也有一定程度下降，运费在跨境出口电商的成本中占比很高。去年，公司因为运费上涨，毛利率下降两个多点，影响业绩超过一亿元。运费下降对公司业绩回升有积极作用。 中美贸易战趋于缓和，美国已经取消部分进口商品关税，有报道美财长耶伦说将取消全部加征的对华关税。 近期人民币贬值幅度较大，由于中美货币政策背离，人民币未来仍然存在一定的贬值压力，人民币贬值利好出口企业，不仅能提高中国商品在海外市场的竞争力，而且能给公司带来汇兑收益，直接带来业绩提升。 公司管理层对未来业绩充满信心，公司也已推出 5000 万元-1 亿元回购计划，回购股份将在未来用于股权激励或员工持股计划。 二、提问交流环节 Q1：目前 Tik Tok 电商业务在东南亚和英国迅速崛起，您如何看待 Tik Tok 对传统电商行业的冲击？公司是否有相关布局？ 回答：公司一直在关注 Tik Tok 平台，也逐步开始在 Tik Tok 开
--	--

	设少量账号，但目前销售额还比较少，对公司的业绩基本没有影响。 电商行业的竞争格局可以说是百花齐放，但目前 Tik Tok 对亚马逊的冲击还未体现，公司产品在主流电商平台上的销量更为理想。公司会对电商行业的快速变化保持关注，并在恰当的时机及时布局。 Q2：人民币贬值对公司业绩有何影响？ 回答：人民币贬值对公司的影响主要体现在两个方面，第一是汇兑收益，可以直接提升公司业绩；第二是可以提高中国商品在境外市场的竞争力，进而带来公司业绩的提升。 Q3：目前来看，公司对于存货的把控比较严格，未来在产品品类、存货等方面有新的战略吗？ 回答：跨境电商行业的竞争环境在逐步改善，目前公司在稳定基本盘的基础上开拓了两块新的业务。一是布局精品业务，主要是小家电，LED 灯，宠物用品，家具等产品，今年计划实现销量 5 亿元，预计在下半年实现盈利。第二是依托“亿迈”（EasySeller）平台为中小卖家提供跨境电商综合服务。目前已发展 90 多家客户，单月收入环比增长很快，预计在下半年就可以为公司贡献利润。 Q4：海外仓储问题是否给公司的经营管理带来了很大压力？ 回答：公司一直以来都是以 FBA 服务、海外仓、国内小包直邮的方式进行销售，三种方式各有优劣，均衡发展会给公司带来更大的销售规模和业绩增长。但是去年第二季度整个跨境电商的经营格局发生了剧烈变化，运费不断上涨，除了亚马逊以外其他小平台经营都不太理想，在第三方平台销售的商品退货率较高，海外仓存货出现了风险。易佰管理层对此进行了果断清理，海外仓存货余额从 2021 年 6 月份的 3 个亿下降为不到 7000 万元。在清仓过程中产生了一个多亿的损失，拖累 2021 年下半年和 2022 年一季度的业绩，从 2022 年二季度开始，这部分冲击基本消除，未来业绩有改善空间。
--	---

Q5：珠三角疫情对公司经营是否产生影响？

回答：公司的供应链、仓储大多集中在珠三角地区，前段时间虽然发生了疫情，但政府在短时间内将疫情控制的很好，对公司的经营只产生了轻微影响。

Q6：公司的跨境电商业务覆盖了美国、欧洲等地区，今年是否会考虑开拓新的销售国家？

回答：公司目前的战略布局比较合理，已覆盖 30 多个国家，以美国、欧洲为主战场，这些国家经济发达，人均购买力比较强。同时也有覆盖非洲、东南亚等新兴地区，但不是主动去拓展这些新兴地区，而是跟随第三方平台开店进行销售。未来也会保持关注，在适当的时机去拓展新的市场。

Q7：境外疫情对跨境电商行业有何影响？

回答：境外已经处于后疫情时代，公司目前的经营发展是比较稳定的。我们相信中国供应链的优势，相信易佰网络的综合竞争实力能够在后疫情时代保持公司业绩稳定增长。

Q8：根据公司已公布数据，发现毛利率波动比较大，是什么原因？

回答：毛利率波动的主要原因是 2020 年欧美疫情爆发，境外线上购物需求突增，销量大涨，毛利率提升比较多，2021 年运费、仓储费用波动剧烈，尾程运费根据准则要求计入跨境出口电商的成本且占比很高。去年，公司因为运费上涨，毛利率下降两个多点，影响业绩超过一亿元。其次是去年亚马逊封号事件，大量卖家低价甩货，造成市场竞争加剧，毛利率下降。同时人民币升值对出口企业业绩带来了一定影响。所以去年的数据相比前年会有比较明显的回落。但是预计去年的基础上，今年毛利率会有一定程度的恢复。

	Q9：公司的营销推广方式以站内推广为主，是否考虑做站外引流？ 回答：公司在亚马逊上的销售额占总体的 70%以上，一直以来都是以站内推广为主，希望用最小的投入换取收入最大化。同时公司拥有自研的智能调价、智能刊登、智能广告、智能备货四大核心系统，可以保证公司产品在同行中具备竞争优势。
附件清单(如有)	无
日期	2022 年 4 月 28 日