

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：2022-012

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 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	华泰证券、个人投资者等
时间	2022年10月19日星期三 15:00—17:00
地点	深圳市福田区深南中路国际文化大厦 27 楼
上市公司接待人员姓名	公司董事会秘书张磊先生、公司投关总监任银哲女士等
投资者关系活动主要内容介绍	<p>一、怡亚通集团介绍</p> <p>公司董事会秘书张磊向投资者介绍我司背景、综合能力、核心竞争力、财务与展望。公司聚焦主营业务，依托遍布全国的物流、仓储和销售渠道网络体系，在酒饮、家电、母婴、日化、食品、医药及服装等消费品细分领域，为品牌商客户全方位的提供深度分销及营销运营服务，进而逐步深入到消费品品牌运营及自有品牌的打造和建设领域。此外，公司还积极向高科技、新能源等战略新兴性行业的供应链领域进行开拓，探索高附加值高毛利的业务机会，夯实公司在产业供应链服务方面营收规模的同时，也会为未来的新客户、新行业的导入及商业模式的创新，储备商业机会。</p> <p>怡亚通在消费品领域具备的全渠道、全品类、全链路，纵深一体化的服务能力，使得公司在细分领域如白酒的定制化品牌运营业务方面取到显著成效，自有品牌也进入市场培育阶段。同时，公司把酒饮板块的品牌运营和自有品牌建设的经验，继续向其它消费品板块复制</p>

探索。在母婴、日化、食品等领域，公司与大品牌强强联合，专注品牌运营与营销的同时，积极向高毛利率的自有品牌拓展。

二、问答环节

Q1: 碳中和是国家宏观战略布局，目前新能源市场持续火热，请问公司在新能源等高科技领域有哪些拓展及布局？

A: 公司管理层认真研判局势，开发新的业务增长点，向国家大力支持战略性新兴行业的供应链服务拓展，如新能源，IC 电子元件，高科技智能制造,建材及现代农林等行业，配套建设的 BU(业务单元)团队由总部管理层亲自主抓，在很多服务方式上进行创新，比如在上下游的覆盖半径上。公司增资控股“山东宝银”，在当地建立铝棒中转库等方式进行分销，为铝型材加工企业集中提供集中采购、库存管理等服务，助力山东铝产业链优化升级。

Q2: 公司酒水板块的品牌运营及自有品牌业务整体情况如何？

A: 公司在与众多知名品牌长期合作的同时，积极拓展品牌运营的高毛利业务，为优质消费品牌产商提供定制化品牌运营服务。在酒饮板块，公司继续大力发展品牌运营的服务能力和水平，酒类品牌运营良好态势。去年取得市场佳绩的“钓鱼台珐琅彩”、“国台黑金十年”等一系列品牌运营爆款产品，在上半年实现了营业收入38,567.72万元。“大唐秘造”作为公司全新打造的自有酱酒品牌，定位于为消费者提供性价比高的中低价位优质酱香型白酒，品牌建设处于起步阶段，后劲可期。与此同时，公司聚焦酱酒供应链整合服务，提出OBM 模式。基于对酱酒产量、质量、价格的把控，为大商制定涵盖品牌定位、策划、包装、设计及量产、品牌营销赋能、招商系统支撑等一站式的酱酒品牌孵化服务，将传统的酒商代理升级为原始品牌创建商。

Q3: 请介绍一下公司OBM服务的具体模式，目前已合作了哪些客户？

A: 为了充分发挥公司基酒厂资源的区位和产能优势，公司启动高端白酒的定制OBM服务，即为品牌酒企、酒类流通电商、企业客户等

<p>附件清单（如有）</p>	<p>提供酱酒品牌设计及定制服务，主要涵盖品质保障、品牌定位策划、包装设计及量产、品牌营销赋能、招商系统支撑等“一站式”酱酒品牌孵化菜单，协助签约客户从普通的代理商变成“原始品牌创建商”。天虹商场，酒仙网等客户已经开始利用公司的基酒与品牌建设资源，启动了其高端酱香酒的定制合作。预期后续会有更多优质客户加入到这个行列中去。</p> <p>Q4: 除酒水外，公司在其他消费品自有品牌业务上有推出哪些产品？</p> <p>A: 在母婴、日化、食品等领域，公司与大品牌强强联合，专注品牌运营与营销的同时，积极向高毛利率的自有品牌拓展。例如，家电板块抓住疫情背景下，老百姓对室内空气的高标准要求及养生健康的市场潮流，推出“新风谷”自有品牌的空气清新及消毒机系列产品，有望以优良的产品外观和功能设计，填补家用和商用市场的空白，打造为广受欢迎的爆品。在母婴板块，公司整合了新疆天山有机牧场的驼奶资源，从原材料和工艺上优中选优，推出“黄金骆驼”自有品牌高端奶制品，迎合高端消费者对高品质奶的需求。</p> <p>Q5: 在全国统一大市场的背景下，公司未来发展有哪些规划？</p> <p>A: 全国统一大市场的建设需建设现代流通网络，优化商贸流通基础设施布局，加快数字化建设，推动线上线下融合发展，形成更多商贸流通新平台新业态新模式。大力发展第三方物流，支持数字化第三方物流交付平台建设，推动第三方物流产业科技和商业模式创新，培育一批有全球影响力的数字化平台企业和供应链企业，促进全社会物流降本增效。怡亚通拥有遍布全国的快消品网络体系和供应链体系，在物流仓储方面，能够帮助各地政府来落地供应链，推进当地市场民生。与此同时，又将反哺怡亚通已经孵化出来的品牌运营业务，从而形成政企合作模式的升级版，双向循环，有利于市场有利于民生，也有利于怡亚通自身的发展壮大。</p>
-----------------	--

日期	2022 年 10 月 19 日
----	------------------