

证券代码：300592

证券简称：华凯易佰

华凯易佰科技股份有限公司
投资者关系活动记录表

编号：2022-017

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 type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 其他
参与单位名称及人员姓名	东方财富研究所 刘雪莹 东方财富研究所 陈子怡 东方财富研究所 潘琪
时间	2022年11月30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 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、公司三季度经营情况介绍 今年年初至三季度末，公司整体营收 30.59 亿元，同比增长 186.23%；净利润 1.44 亿元，同比增长 960.11%。三季度营收 10.91 亿元，同比增长 10.07%，环比增长 5.7%；净利润 6004.44 万元，同比增长 1006.73%，环比增长 22.66%。公司今年年初至三季度末管理费用约 1.49 亿元，三季度管理费用 4400 万元，同比降低 46%，环比降低 21%。管理费用降低主要原因有二：一是母公司及上海华凯管理费用同比减少；二是子公司易佰网络三季度人力成本有所降低，实现了降本增效。目前，公司的现金流充裕，约 6.83 亿元，其中货币资金 4.08

亿元、交易性金融资产 2.75 亿元。存货规模健康，今年上半年存货规模为 6.12 亿元，截至三季度末，存货约 6.4 亿元左右。公司目前在为海外感恩节、圣诞节、黑五、元旦等节日备货，存货规模稍有提高。

目前公司的主营业务仍保持“泛品+精品+综合服务平台”这种一主两辅的模式。泛品业务一直是公司运作最成熟、规模和效益最突出的业务，在公司发展中起到了“压舱石”这样的作用，每个月为公司贡献稳定现金流。泛品今年前三季度销售收入占跨境电商出口业务的 85%以上。精品业务是公司加强跨境电商品牌化运作的新尝试，也是公司中长期发展的重要着力点和利润增长点，主要品类为厨房家电、智能家居、宠物用品等。综合服务平台——“亿迈”，公司依托自身在泛品类业务中长期沉淀的供应链资源和信息系统优势，为其他中小卖家提供全方位的跨境电商业务服务，包括供应链服务、物流服务、数据化运营管理、一站式跨境服务培训等。亿迈从去年下半年开始正式运作，因采取轻资产运营模式，营收增长较好。对于中小卖家来说，选择我们的“亿迈”可以更低成本运营，提升效率，提升利润率，达到双赢的局面。

从行业外部环境来看，10 月美国通胀数据大幅低于市场预期，整体和核心通胀同环比均超预期改善，也是过去半年多以来出现的首次通胀超预期改善的情形。这一积极的变化，让市场似乎看到了海外消费逐步回暖的曙光。并且，近日亚马逊推出了一个“账户保障计划”，对过往简单、粗暴的封号行为进行了适当纠偏。官方称“卖家的账号加入这一计划，只要协同亚马逊解决问题，那么，账户就不会被停用”。亚马逊此举大大缓解了卖家担心账号随时被封的恐慌情绪。总之，安心经营、合规经营才是长存之道。

公司本次员工持股计划在原定对赌业绩的基础上提高了考核指标(提高的部分可以覆盖相应的股份支付费用):易佰网络 2022 年扣

非归母净利润不低于 2.7 亿元;2022- 2023 年扣非归母净利润累计不低于 6 亿元。本次计划是基于对公司未来发展前景的信心和内在价值的认可,提升参与对象的工作积极性,有效地将参与对象和公司及公司股东的利益统一,从而推动公司整体目标的实现。

二、互动提问

Q1. 公司目前销售平台仍以亚马逊为主?未来是否会调整?

回答:公司采取多平台经营策略,目前以亚马逊为主,占比约 85%,其他主流电商平台和新兴电商平台也均有销售,但占比较低。对于新兴平台公司会积极关注并采取跟随策略。

Q2. 目前销售国家占比情况?

回答:目前销售市场主要集中在欧美国家,欧洲市场收入占比近 50%,北美市场约 20%,东南亚市场约 5.5%,公司会跟随第三方电商平台去开拓新的消费市场。

Q3. 公司是否考虑独立站运营?如何获取用户信息去开发产品?

回答:公司暂不考虑独立站的运营方式。产品开发方面,公司会通过市场调研,分析消费需求和产品热销周期来确定新品种类,再去市场上匹配产品或根据要求去开发设计新的产品。

Q4. 公司在亚马逊平台的费用情况?公司产品的毛利率和退货率如何?

回答:公司在亚马逊的广告费用约占整体销售费用的 10%-20%。产品的毛利率较稳定,维持在 38%左右,退货率约 6%-8%。

Q5. 物流和仓储情况如何?几种物流方式费用对公司业绩有何影响?

回答:公司目前的存货约 6.8 亿左右,库存规模相对健康。物流方式采用亚马逊 FBA 仓、海外仓和小包直邮三种模式相结合的方式。亚马逊 FBA 仓,是公司选择的主流方式,亚马逊平台会收取一定的费用,但是服务效率最高、收入最稳定、利润最突出;海外仓主要针对

中小电商平台，这类平台因销售不太理想，目前处于亏损状态。小包直邮方式是指直接从国内空运发到消费者手上，盈利较稳定。

Q6. 公司的产品是自有品牌吗？未来是否考虑扩大精品品牌？

回答：精品业务销售的产品均为自有品牌产品，公司也在积极地打造品牌矩阵，希望将精品业务打造成新的利润增长点。

Q7. 公司的智能系统的调价功能是如何运作的？

回答：智能调价功能通过跨平台、跨店铺海量商品销售页面计算最优售卖价格，实现批量、快速的价格调整，确保每个 sku 实现利益最大化。

Q8. 亚马逊收取的各项附加费对公司业绩有何影响？

回答：亚马逊今年因成本提高、销售旺季等原因加收一定额的附加费，但其配送费仍比其它第三方物流便宜。公司产品的毛利率相对较高，附加费可通过调整商品定价消化，保证销售产品的利润率。

Q9. 今年的业绩预期如何？今年是否可以实现 50 亿的销量？

回复：公司本次员工持股计划在原定对赌业绩的基础上提高了考核指标（提高的部分可以覆盖相应的股份支付费用）：易佰网络 2022 年扣非归母净利润不低于 2.7 亿元；2022-2023 年扣非归母净利润累计不低于 6 亿元。预计今年可实现销量 43-45 亿左右，公司内部降本增效、外部海运费下降、汇兑正收益等利好因素，相信可以完成员工持股计划设定的业绩目标。

Q10. 10 月美国通胀下降，但整体来看北美和欧洲的通胀仍处于较高水平，对公司销售是否会有影响？

回答：公司泛品选品偏向于高性价比的日用品，在目前的高通胀背景下，我们的选品策略是与之匹配的，这类产品的需求相对稳定，具备竞争力，消费者会更倾向于购买高性价比的中国商品。

Q11. 去年的会计准则变更调整了哪些费用？

回答：公司之前将“尾程运费”计入销售费用，自 2021 年 1 月 1 日起，因会计准则调整，“尾程运费”从“销售费用”调整至“营业成本”，调整后毛利率发生了相应变动。

	<p>Q12. 预计今年四季度至明年，精品业务发展如何？</p> <p>回答：精品业务从去年组建团队至今年三季度末还未实现盈利，给公司业绩带来一定影响，但季度销量环比增长较明显，预计今年四季度可以实现盈利，今年全年可实现 4 亿左右销量。预计明年可实现销售 6 亿以上，全年可为公司创造利润。</p> <p>Q13. 本次员工持股计划费用摊销情况？</p> <p>回答：本次员工持股计划费用摊销情况预计如下：2022 年约 400 万，2023 年约 4600 万，2024 年约 800 万，共计约 5800 万。具体情况以定期报告披露数据为准。</p> <p>Q14. 跨境电商行业海外渗透率如何？您如何看待海外拼多多的发展？</p> <p>回答：海外电商行业渗透率与国内差距较大，美国较高约 10%以上，其他国家可能仍处较低水平，预计未来有很大的提升空间。海外拼多多目前已上线两个多月的时机，我们也在积极关注并少量开店尝试，会及时跟进。</p>
附件清单（如有）	无
日期	2022 年 12 月 1 日