

证券代码：002889

证券简称：东方嘉盛

深圳市东方嘉盛供应链股份有限公司

投资者关系活动记录表

编号：2023-003

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 type="checkbox"/> 其他（请文字说明其他活动内容）
参与单位名称及人员姓名	线上参与公司2022年度业绩网上说明会的全体投资者
时间	2023年05月12日 15:00-17:00
地点	价值在线（ https://www.ir-online.cn/ ）
上市公司接待人员姓名	董事长、总经理 孙卫平女士 财务管理中心总监、董事会秘书 李旭阳先生 运营管理中心总监 汪健先生 独立董事 王艳女士
投资者关系活动主要内容介绍	<p>1. 公司在“一带一路”上有哪些布局？</p> <p>答：东方嘉盛供应链网络布点覆盖国内主要经济带，核心一级城市及二级城市。国内目前总经营仓储面积超15万平方米，能充分满足不同行业客户的B2B、B2C等不同供应链业态服务需求，特殊时期为客户提供多区域履约服务方案，保障产业链供应链的稳定性和安全性。预计2年内落地45-60万方仓储，“一带一路”沿线布局了重庆和昆明仓储项目。重庆地处西部大开发重要战略支点，“一带一路”和长江经济带联结点，项目总建筑面积约7万平；昆明项目未来将链接东南亚老挝缅</p>

甸，总建筑面积约5万平；嘉兴项目总建筑面积约15万平方米，为满足新能源产业的仓储要求，公司着重布局丙一型仓库，为新能源车和电池的供应链做好战略布局及资源储备。海外仓方面，目前已在英德美三个国家提供仓储一件代发及退货逆向物流服务，为客户解决二次销售的后顾之忧。此外，英国仓特别开发了超大件派送可视化服务，深受大件家具、大型运动器材、户外套件卖家客户青睐。2023年恰逢“一带一路”十周年里程碑，十年来“一带一路”合作硕果累累。截至2023年1月，我国已累计与151个国家、32个国际组织签署了200余份共建“一带一路”合作文件，形成3000多个合作项目，投资规模近1万亿美元。东方嘉盛将继续以“一带一路”协同平台项目（重庆）为基础，加快“一带一路”沿线协同平台的复制落地。供应链服务企业自有产权仓库面积的大小，直接影响企业的经营实力。公司的仓储基地/库区布局，覆盖了大湾区密集的制造企业群、长三角核心地带、海南经济区、成渝地区双城经济圈，已形成较完整的布局。高标准仓库属于不可再生、难以获取的稀缺资源，为仓储综合服务提供有力支撑。自有产权的高标仓库，对于锁定关键客户整体业务有较大的优势。公司看好经济复苏后内需市场的巨大潜力，将利用公司资金实力，积极逢低布局重点节点城市，争取抓住下一波成长红利。未来劳动力成本将持续上升，公司将继续将加强对现有仓库的智能化自动化数字化硬件和软件系统升级改造，与国内外前沿科技公司团队合作引入无人驾驶、自动化物流仓储机器人、光伏发电等技术，打造智慧低碳仓库。

2. ai+物流是未来业内的重要方向，公司有什么具体的规划吗？

答:在供应链人工智能方面,东方嘉盛高度重视科技创新赋能供应链升级。公司聚焦大数据、人工智能技术,在Oracle ERP系统、Manhattan WMS仓库管理系统和TPM系统的基础上,自主研发了一套完整的数字化供应链服务平台。该平台应用人工智能OCR扫描技术,将传统供应链服务与大数据技术相结合。子公司上海兴亚在进出口报关领域的AI智能报关系统平台、智能通关机器人等,在通关领域已成为众多世界500强企业的最优选择。子公司捷艾特专注进出口供应链和进出口贸易数字化服务,应用AI技术提高进出口供应链作业效率、实现数据驱动的进出口贸易精准管控,为企业客户在进出口作业和管理方面降本增效,下一步捷艾特将应用ChatGPT人工智能技术到进出口通关咨询服务,以及为有出海业务的中国企业,提供各个国家进出口操作流程、相关政策的在线服务,为海外业务提供全球贸易合规保障,降低进出口贸易风险。

3. 公司未来有进一步降本增效的空间吗? 毛利率能达到什么区间?

答:随着经济回暖,疫情放开,公司运营成本会有恢复性下降;其次,随着公司自有产权仓库的扩增及自有运输能力的搭建,会带来仓库和运输成本的下降;再次是公司不断投入的数字化供应链技术升级,人工智能报关平台、chatgpt投入应用、智能仓库等将会促进成本的下降,不断提升毛利率水平

4. 几位领导好,未来国内和国际的战略规划能否细说

答:公司未来战略愿景与目标:成为国内领先的数字化4PL服务的践行者和领导者。2023年会在高端进口酒类、生命科技、跨境电商等垂直行业加大业务拓展做

到服务龙头；加速拓展新能源汽车及智能制造物流服务业务；持续推动公司数字化自动化供应链转型升级；继续夯实全球网络布局、加大智慧仓库投入；延展布局“一带一路”出海目的地仓储运输业务；贯彻落实组织变革及完善人才激励制度。

5. 公司在电商领域有什么主要客户

答:跨境电商领域，公司客户主要集中于中小卖家、国内外跨境电商头部平台，内贸电商领域，公司客户主要是头部电商平台和头部品牌客户。

6. 公司看好冷链物流的依据是？

答:国家层面多次提出高质量发展冷链物流，2021年12月，国务院办公厅印发“十四五”冷链物流发展规划，2022年4月，交通运输部等五部门联合发布《关于加快推进冷链物流运输高质量发展的实施意见》。意见指出要加快完善基础设施网络，优化枢纽港站冷链设施布局，完善产销冷链运输设施网络，推动技术装备创新升级，创新冷链运输组织模式，培育冷链运输骨干企业，增强跨境冷链物流服务能力。东方嘉盛将充分利用冷链物流行业的政策利好和先发布局的的优势，继续开拓冷链物流供应链新客户新业务，积极参与国家高质量发展冷链物流的建设。公司消费食品、医疗健康行业板块目前涉及冷链物流，客户需求较高。

7. 管理层对公司近两年的股价表现如何评价

答:公司经营稳健，近两年股价受多重因素影响，市值没有较大涨幅。未来将在夯实主业、推进战略落地的同时，加强资本市场沟通，适时使用资本市场工具，推进市值管理工作。

8. 国办：推进贸易数字化，培育服务中小微外贸企业的第三方综合数字化解决方案供应商。公司有信心做

到国内该领域第一吗

答:东方嘉盛是国内领先的一体化数字供应链服务商,公司始终以客户需求为核心,主要围绕全球知名消费品品牌客户和全球头部电商平台客户,通过前期专业差异化供应链方案咨询及设计,为客户提供一体化供应链服务和产品采购分销交易服务。数字化是公司重要战略方向之一,公司重视科技赋能,持续优化物联网、人工智能、大数据、云计算等核心关键技术数字供应链交付平台中的应用,不断提升运营的数智化和看板可视化水平,实现供应链企业的数字化升级和转型。

9. 去年第四季度为何没有盈利

答:去年四季度,由于疫情原因及非经营性损益变动,对盈利造成较大影响。

10. 对今年的业绩目标如何规划

答:2023年公司会继续夯实消费电子、消费食品、医疗健康、跨境电商四个主营板块业务,同时加强新能源及智能制造行业业务的拓展,促进业绩提升。消费和医疗行业还是公司重点发展和业务增长的主线。1)消费食品板块方面,由于储备品牌客户预计年内落地以及孵化库内增值服务加工产线类业务,有望争取实现较2022年50%以上的业务增长。消费品牌客户主要涵盖洋酒、消费零食、调味品、母婴、日化、消费小家电等产品方向龙头客户。其中洋酒跨境供应链服务,公司计划拓展服务链条,延伸到仓库加工、免税和一般贸易分销。电商平台综合物流服务业务继续与头部电商平台合作,作为头部品牌的物流服务商和平台分销商,目前已成功打通品牌B至电商b至消费者c端的供应链交付体系,后续会继续拓展品牌客户打造公司消费品牌墙。2)医疗板块:公司于2020年12月发布《2021-2024年医疗健康产业发展

战略规划纲要》，提出要建立医疗健康产业战略发展平台，加快医疗保税仓建设；建立医疗器械第三方物流平台，取得国内外医疗器械品牌产品的代理权，开展医疗器械销售；要加大科技投入，提升服务能力；要全面统筹医疗健康产业资本规划，建立健全激励机制。力争2024年实现医疗板块营业收入10亿，净利润1.5亿。2023年计划将大力招募医疗业务团队；增加医疗产品线，如癌症早筛、医美牙科骨科医疗器械等；为客户提供库内加工产线的更多增值服务，例如目前外资头部客户S公司的试剂产品库内简单组装等。

11. 拟10送4股的方案, 是否会稀释公司的今后每股收益

答:公司送股是对股东的回馈之一以及表明对未来发展的乐观信心, 送股在短期会稀释每股收益, 对于股东而言持股数量增多, 且长期随业绩上涨, 每股收益提升为股东带来更多回报。

12. 看公司已经回购了股份, 一再表明要做股权激励, 请问什么时候做股权激励?

答:2023年将强化在食品、医疗领域人才的引进, 重点在数字化供应链方向引进一批具有较丰富行业和项目经验的研发人才, 另外公司计划加强新能源汽车及智能制造领域业务的开拓, 会积极引入外部优秀团队, 届时将结合公司业务拓展的推进及资本市场状况适时推出股权激励计划。

13. 电商服务和运营的有涉及吗, 如何展望今年的618?

答:公司主营业务中跨境电商数字交易服务平台主要为全球跨境电商卖家及电商平台提供一站式数字交易服务。公司依托全球商品流通资源优势, 链接产业上

下游及线上线下产品渠道，为客户打造集采购分销、品牌渠道、仓储运输、清关、海外仓、国外货运代理等服务。跨境电商交易服务平台实现收入 179,131.48 万元，较上年下降 15.06%，主要原因是公司跨境电商业务所在地主要集中在华南和华东地区，受宏观环境影响跨境电商消费行为和意愿。2022年东南亚电商市场仍逆势高速增长，预计到2025年东南亚电商市场规模将从2021年的1,200亿美元增长至2,340亿美元。面对新兴市场的重大机遇，东方嘉盛将加大在跨境电商板块的市场拓展力度，包括区域和新品类上的拓展，加快对重点区域的跨境电商产业园的布局，努力实现跨境电商业务板块的业务稳定增长。消费品内贸业务方面，依托公司多年积累的成熟供应链管理运营体系和消费品产业上下游分销网络，公司与知名电商平台合作，成为三大龙头消费食品品牌的物流服务商和平台分销商，已成功打通品牌B至电商b至消费者c端的供应链交付体系。随着经济回暖，消费复苏，公司也在积极应对今年618、双十一等消费旺季电商活动。

14. 孙总，您好！公司核心竞争力是什么？

答：公司核心竞争力主要有：1、数字化供应链的成熟应用；2、全国性供应链网络布局优势，保税区全球中心仓模式成功复制；3、卓越的4PL服务能力及海关最高级别资质；4、优质客户结构和行业头部客户拓展能力。

15. 公司医疗板块业务进展如何？

答：医疗战略推进方面，2022年东方嘉盛成功落地内资外资医疗检测龙头客户，以优质高效服务方案和运营实施获得客户好评，树立起医疗行业4PL服务商标杆。公司结合客户所面临的痛点，将“全球中心仓”模式应用在客户的供应链解决方案中，创新落地“一仓多

用”“多仓合一”等服务方案，充分提高仓库利用率、物流效率、缩短国际订单的交付时间，极大降低多仓间物流成本和人员成本，真正实现深港联动、仓储运输一体化，高效支持其全球业务，充分满足客户供应链物流降本增效的需求，使得客户现有供应链物流体系焕然一新。2023年计划将大力招募医疗业务团队，增加医疗分销产品线，如癌症早筛、医美牙科骨科医疗器械等；为客户提供库内加工产线的更多增值服务，例如目前外资头部客户S公司的试剂产品库内简单组装等。公司还将通过完善设施、高质量的基础建设、智能设备和领先的运营能力创造竞争优势，挖掘和发展全球前20的生命科技及医疗健康领域的跨国公司及国内头部企业的需求，为客户提供优质高效的一体化数字医疗供应链综合服务。

16. 东方嘉盛未来3年规划是什么？新的增长来源于什么？

答：公司未来战略愿景与目标：成为国内领先的数字化4PL服务的践行者和领导者。2023年会在高端进口酒类、生命科技、跨境电商等垂直行业加大业务拓展做到服务龙头；加速拓展新能源汽车及智能制造物流业务；持续推动公司数字化自动化供应链转型升级；继续夯实全球网络布局、加大智慧仓库投入；延展布局“一带一路”出海目的地仓储运输业务；贯彻落实组织变革及完善人才激励制度。新的增长，业务一方面来源于存量业务消费食品、医疗健康、跨境电商大客户策略的深化拓展，一方面来源于新能源及智能制造物流新业务的开拓。资源布局方面，预计2年内落地45-60万方仓储，将会是目前运营仓储面积的3-4倍，自有产权仓库的扩张将用以支持日益增长的业务需求，并且实质有效地

控制运营成本。

17. 中美脱钩国际形势下，公司该如何应对？

答:中美脱钩对外贸进出口行业的确有较大影响，尤其是出口方面，但是东方嘉盛之前出口布局除了美国还有欧洲、东南亚等区域，公司还有占比较大的跨境业务是进口市场，过去几年业绩还是保持着较大增长的。目前数据来看，贸易脱钩对我司影响不大。基于目前政治经济环境，东方嘉盛也有在做一些业务的调整，例如加大对欧洲、东南亚、一带一路区域的业务布局，以及加强外贸内贸一体化发展。内贸业务的布局方面，公司与知名电商平台合作，成为三个知名快消食品品牌的物流服务商和平台分销商，已成功打通品牌B至电商b至消费者c端的供应链交付体系。未来将继续拓展更多的消费品品牌客户内贸业务，构建东方嘉盛内外贸“消费品品牌墙”。仓储资源方面，公司在“一带一路”沿线布局了重庆和昆明仓储项目，后续将以“一带一路”协同平台项目（重庆）为基础，加快“一带一路”沿线协同平台的复制落地。针对制造业向东南亚的迁移，东方嘉盛客户大多是外资品牌500强客户，虽然客户将一部分工厂制造迁移到东南亚，但其主要的料件的供应链还是在中国，很难整体迁移，客户因此会产生东南亚跨境供应链物贸需求，也在给公司带来一部分供应链业务的增量。其次，跟随客户的供应链的转移产生的跨境供应链物贸需求的变化，公司的国际物流业务部门也早已积极拓展了在越南等东南亚地区以及全球其他地区的布局。

18. 大客户业务拓展进展如何？今年有什么规划？

答:2022年，公司营业总收入283043.09万元，较上年同期增长2.50%。其中全球消费品品牌一站式数字供应链交付平台业务收入实现68216.44万元，较上年增长

	<p>136.35%，主要得益于工业品行业龙头大客户的业务导入。公司坚持医疗和消费两条业务主线开拓客户，医疗行业客户方面，东方嘉盛成功落地内资外资两大医疗检测龙头客户，以优质高效服务方案和运营实施获得客户好评，树立起医疗行业4PL服务商标杆。消费品行业客户方面，依托公司多年积累的成熟供应链管理运营体系和消费品产业上下游分销网络，公司与知名电商平台合作，成为三大龙头消费食品品牌的物流服务商和平台分销商。公司会继续坚持大客户路线，不断拓展大客户业务，同时延长产业链服务链条，提供更多的增值服务，例如洋酒跨境供应链服务，公司计划将服务链条延伸到仓库加工、免税和一般贸易分销服务，以及为医疗行业外资头部客户S公司提供试剂产品库内简单组装服务等，提升业务粘性和利润水平。</p>
附件清单（如有）	无
日期	2023年05月12日