

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：2022-05

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 checked="" type="checkbox"/> 其他 电话交流
参与单位名称及人员姓名	国泰君安证券瞿猛团队、杭州久盈资产管理有限公司、天治基金管理有限公司、深圳市凯丰投资管理有限公司、深圳市红筹投资有限公司、南方基金、银华基金、九泰基金、上海彤源投资、信诚基金、厦门坤易投资管理有限公司
时间	2022年04月12日星期二 14:00—15:00
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、公司副总裁兼首席运营官王辉先生、公司副总裁兼财务总监莫京先生、公司副总裁兼董事会秘书夏镔先生等
电话路演活动主要内容介绍	<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，怡亚通在2021年实现了“以供应链服务体系和快消品深度分销网络体系为依托，打造一体化营销服务平台和品牌孵化平台”的战略落地。</p> <p>怡亚通2021年实现营业总收入702.52亿元，较去年同期增加2.92%；年度利润总额为5.39亿元，较去年同期增加438.13%；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%。公司利润增速远高于营业收入增速，显示出转型后的怡亚通强劲的业绩增长动能。</p> <p>自品牌运营业务开展以来，怡亚通利润结构发生变化，相比于传</p>

统供应链服务个位数的毛利，怡亚通重点推进的品牌运营业务可贡献40%以上的毛利，成为公司最重要的利润来源之一。

怡亚通的品牌运营业务起步于白酒，在原有为茅台、泸州老窖、五粮液等白酒品牌商提供深度分销渠道及营销经验的基础上，怡亚通开始为品牌赋能，提供反向定制、包装设计、定位、定价、营销策划、终端销售以及售后等一站式品牌运营服务，帮助酒企打造白酒品牌，拓展市场。

在与白酒品牌钓鱼台的合作中，怡亚通成功助其打造出1400元单价的高端白酒——“钓鱼台珍品壹號”，7个月内实现了销售额从0到1亿元的跨越。2020年，其品牌运营业务更进一步，两款单品“钓鱼台珍品壹號”和“国台黑金十年”实现了近7亿元销售额，成为酱酒中的黑马。

此后，怡亚通将打造酒类爆款单品的经验复制到酱香酒核心产区的其他酒企，结合当地成熟的酱香工艺和本地产业链优势，相继推出“摘要12”、“红星1949”及自有品牌“大唐秘造”、“首粮”、“首要”等，实现白酒产品价格区间从300到3000元全覆盖，均取得不俗成绩。其中，携手西安大唐不夜城赋能文化IP打造的“大唐秘造”年产能约5000吨，其基酒生产方大唐酒业产能位列茅台镇前五。2021年在重构业务模式的同时，怡亚通也在着力优化资本结构。早前公司的盈利模式表现为“高负债、低利润、低周转”，如今逐步向“低负债、高利润、高周转”的趋势演变，在内生式动力日渐加强的同时，通过资金回笼与资本运作，降低公司负债率以谋求外延式增长。

怡亚通一方面通过剥离过去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。另一方面通过定增落地实现了轻装上阵，2021年7月，怡亚通宣布通过非公开发行A股股票募集资金总额22.25亿元，定增所募集的资金将有利于改善公司的现金流、降低负债、继续完善公司消费品数字化供应链体系。

2021年，怡亚通利息费用下降1.70亿元，资产负债率由80.57%下降至76.16%；ROE 从原来的 2.07%增长到 7.12%。

二、问答环节

Q1: 请问贵司酒水业务的品牌运营具体情况如何，未来有何发展计划？

A: 怡亚通经过十多年的全国快消品渠道布局，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，公司从18年开始布局酱香型白酒赛道的品牌运营业务，仅用3年时间该业务已经达到9亿的销售量规模，品牌运营的综合毛利润保持在30%以上。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。

Q2: 目前公司在酒类品牌运营业务是否合作企业？

A: 公司目前酒类品牌运营业务重心以酒类的定制品牌运营与自有品牌孵化为主，公司近年来不断向轻资产模式转型，一直以开放的姿态积极寻求优质伙伴进行合作，从而实现互利共赢，未来公司如有相关合作事宜会及时履行信息披露义务。

Q3: 深投控入主公司后，带来什么积极影响？

A: 深投控入主怡亚通是一个非常谨慎的抉择，通过毕马威、律师事务所、中介、等机构对怡亚通进行了非常详尽的尽职调查，经历过层层评估后，最终签署合同，完成股权交割。在最近一次公司定增的中，深投控率先认购了近50%的份额，充分证明了深投控非常看好怡亚通发展前景，后续会大力支持公司长期稳健发展。管理方面采取混合所有制的方式，通过现代企业管理制度的董事会与股东大会来适当管控公司的重大决策和经营方针，通过资本管控来把控公司财务风险。公司的日常经营管理仍秉持了民营企业的高效优势。

Q4: 公司对于2022年品牌运营业务的预期如何？

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

	<p>超过净利润的30%。由此可以看到公司对未来的业务发展还是很有信心的。</p> <p>Q5: 新风谷、洗地机的定价分别是多少？毛利和净利如何？</p> <p>A: 洗地机单价在3000元以上，新风谷空气净化器系列产品定位为1200-3000元不等。新风谷毛利率约为35%；洗地机毛利率约为50%。</p> <p>Q6: 市场预期白酒酱酒产能在2023年将迎来扩能，是否会受到冲击以及如何突围？</p> <p>A: 目前酱酒只占白酒市场8%的容量，本质上不会受到很大的冲击。白酒业务最关键的还是靠自有的渠道网络和营销能力。</p> <p>Q7: 国家大力推动三胎政策，能否介绍一下对公司母婴方面经营业务的影响？</p> <p>A: 三胎政策的出台，对公司母婴业务存在长期利好。怡亚通致力为消费者提供优质安全的母婴产品，也希望公司能为新一代新生儿的健康成长，尽一份社会责任。</p>
附件清单（如有）	
日期	2022年04月12日