

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：2023-007

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
参与单位名称及人员姓名	具体名单见附件
时间	2023年4月20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 易佰网络副总经理 张敏先生 易佰网络 CTO 黄仕先生 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、公司业绩概况 2022年，受益于公司核心管理团队前瞻性的战略布局、不断提升的运营水平，公司实现营业总收入 44.17 亿元，同比增长 112.88%；归属于上市公司股东的净利润 2.16 亿元，同比增长 347.39%；扣除非经常性损益后的归属于上市公司股东的净利润 1.99 亿元，同比增长 299.76%。其中控股子公司易佰网络实现营业收入 43.84 亿元，实现净利润 2.88 亿元。2019年-2022年，易佰网络已连续 4 年超额完成业绩目标。 2023年 Q1, 公司实现营业总收入 13.79 亿元，同比增长 47.44%；归属于上市公司股东的净利润 7611 万元，同比增长 119.20%；扣除非经常性损益后的归属于上市公司股东的净利润 7217 万元，同比增长 119.12%。易佰网络 2023 年 Q1 营收大幅度增长，带动上市公司整体利润较上年同期大幅度增长。

二、主营业务介绍

公司把握行业发展机会，布局“泛品+精品+亿迈生态平台”三项业务。

2022年，泛品业务及精品业务实现营业收入约41.09亿元。泛品业务总体呈现低客单价、品牌辨识度不高的特点，2022年在售SKU超过50万款，涵盖衣食住行方方面面，客单价为91.12元。精品业务已实现团队沉淀和产品沉淀，初步形成了清洁电器、家电、宠物用品、灯具四大产品线。相对于泛品业务，精品业务的SKU数量较少，销售客单价较高。2022年，精品业务在售SKU数量为338个，销售客单价为327.84元。

亿迈生态平台业务为To B模式，作为综合化服务商，公司利用自身在泛品业务中长期沉淀的供应链资源和信息系统优势，提供“供应链管理、亚马逊孵化、美客多孵化、亿迈云仓、拉美海外仓、增值服务”六大核心业务，解决商户所有痛点。2022年，亿迈生态平台实现营业收入2.72亿元。2023年Q1，亿迈生态平台业务迈入飞速发展期，客户数量稳步增加。

三、互动交流

Q1. 目前AI已经落地应用的环节有哪些？未来还有哪些布局？

回答：目前，公司各个业务部门都在有效地推进技术测试工作。我们对公司各个业务环节进行了梳理，多个应用场景处于测试阶段，包含产品文案生成、关键词抓取、图片场景生成、智能客服等。公司在3年前开始使用文案自动生成功能，刊登环节采取人工刊登和智能刊登相结合方式。目前智能刊登团队可以实现零运营人员介入，依靠系统自动生成文案。而目前测试chatGPT还需要人工调用，在指令执行方面还需要不断强化才能得到理想结果。未来应用后可能会提高文案的生成效率及质量，在产品卖点上可以比人工撰写更加丰富。广告方面，chatGPT可以完善广告措辞及逻辑，提升广告效果，用更低的费用换取更高的流量。

Q2. 亿迈生态平台的成长速度很快，如何看待未来的潜力和空间？

回答：亿迈主要是依托公司现有的产品库资源、运营经验和系统等长期沉淀下来的优势，为卖家提供运营指导、供应链管理、产品库、仓储、物流、广告等增值服务。亿迈致力为客户提供全方位服务，向客户无差异化开放自有产品库，帮助卖家提高销量及利润。亿迈已有一些成功商户案例，为未来的业绩增长提供了支持，树立了成功标杆。未来随着商户经营业绩和质量的提升，相关物流、增值服务收入都会同步提升，因此公司对于亿迈未来发展非常有信心。

Q3. 如何看待公司未来长期的增长？

回答：公司未来的发展一方面需要依托系统。传统的电商运营方式是依托于人，而未来，chatGPT或是大数据对整个行业来说是机遇也是挑战。公司从2018年开始投入系统研发工作，未来的目标是各个业务环节实现智能化和无人化。第二个方面是产品端，公司目前每年开发的SKU数量有十几万个，未来希望可以依托像chatGPT这类先进的技术来丰富公司的产品库，实现销售增长。

Q4. 未来有计划拓展服装等新品类吗？毛利率有何差异？

	<p>回答：公司已布局和发展服装品类，服装特有的属性是广告费用较高、退货率较高，目前来看利润率会低于其它日用品类。公司的服装品类销量呈增长态势，但还需要持续积累该品类的运营经验，包括备货逻辑，冗余处理等方面。</p> <p>Q5. 销售地区有哪些？</p> <p>回答：2022 年，公司泛品业务的主要销售市场仍为美国、欧洲五国、加拿大、墨西哥、日本等地。精品业务的主要销售市场为美国。2022 年，公司重点布局拉美市场，其中墨西哥地区的销售占比有所提高。预计未来北美和拉美地区的销售增速将高于其他地区。</p> <p>Q6. 预计未来降本增效最突出的技术应用场景有哪些？</p> <p>回答：预计在文案生成、广告词、现有文案优化等方面可以得到一定的优化，例如手动刊登团队工作效率翻倍，客服人数降低等，但在应用上，还需要结合公司现有的技术来实现满意的调用效果。</p> <p>Q7. 通过技术节省的人员是否会投向其他的业务？</p> <p>回答：公司依托核心业务骨干的努力，实现更高效的系统输出。人员方面会通过常规的管理措施来进行管理，比如内部 PK 等方式。也会合理调动员工去推动更多新业务的发展，比如亿迈业务的拓展。</p> <p>Q8. 公司如何选品？ chatGPT 是否可以为选品环节赋能？</p> <p>回答：公司在选品方面，始终坚持“蓝海+长尾”的战略和战术。以公司大数据为基础，结合第三方平台的消费者需求，以及公司运营的优势品类持续垂直深挖，精耕产品供应市场，把握各细分行业及领域最新的信息与渠道。在没有 chatGPT 的情况下，公司是采用市面上的一些选品辅助工具来进行选择，比如根据竞品的多维数据进行分析，获取细分品类的市场供需情况，更加全面地捕捉新品开发方向的信息。</p>
附件清单(如有)	参会机构名单
日期	2023 年 4 月 24 日

附件:参会机构名单

参会机构名单（排名不分先后）	
民生证券研究院	摩根士丹利华鑫基金管理有限公司
华泰柏瑞基金管理有限公司	兴银基金管理有限公司
国新国证基金	信达证券
长青投资	华福证券
太平养老保险股份有限公司	农银汇理基金管理有限公司
兴证全球基金管理有限公司	鹏扬基金
上海翀云投资管理有限公司	兴业基金管理有限公司
上海彤源投资发展有限公司	健顺投资
华夏基金管理有限公司	鹏华基金管理有限公司
东吴基金管理有限公司	天弘基金管理有限公司
中加基金	东方财富
北京源乐晟资产管理有限公司	新华基金管理有限公司
东方自营	工银瑞信基金管理有限公司
建信理财有限责任公司	诺安基金管理有限公司
嘉实基金管理有限公司	北京和聚投资管理有限公司
煜德投资	民生加银基金管理有限公司
同犇投资管理有限公司	中海基金管理有限公司
中邮人寿保险股份有限公司	中国太平保险集团有限责任公司
青骊投资管理(上海)有限公司	中金基金管理有限公司
华夏财富创新投资管理有限公司	禾永投资
上海趣时资产管理有限公司	湘财基金管理有限公司（上海）
前海开源基金管理有限公司	北京鸿道投资管理有限责任公司