

江苏飞力达国际物流股份有限公司

投资者关系活动记录表

编号：2023 -03

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/ ）网络互动
上市公司接待人员姓名	董事长 姚勤先生 董事、总裁 耿昊先生 独立董事 赵子夜先生 财务总监 孙亮先生 董事会秘书 童少波先生 投关高级经理 龙海洋女士
投资者关系活动主要内容介绍	<p>Q1、领导您好，请简单分析一下2022年度营收情况以及2023年营收预计。</p> <p>答：在持续多变的外部环境影响下，公司 2022 年度主营业务收入 67.72 亿元，与上年基本持平。其中，由于受到全球货运需求及价格调整影响，本年度公司实现国际货代业务收入 48.43 亿元，较上年度有小幅下降，但公司坚持推进长期战略措施，重点在昆山综保区、西南区重庆、华南区东莞打造智慧物流园，建立共享物流中心，从根本上提高了货物存储条件，提升了客户供应链运营</p>

效率，使得仓库的生产效益得到较大的提高，进而新增引进一批大客户，实现公司综合物流服务业务的收入增长，2022年度公司实现综合物流服务业务收入 19.30 亿元，较上年度增长 12.65%。归母净利润是1.08亿相较去年有较大下降。主要2021年的归母1.87亿包含出售华东物流子公司股权，扣除此资产处置影响 2022归母净利润实际上跟去年比略有增长，扣非净利润相较去年增长38%。关于2023年营收，随着大环境趋势的改变，今年以来公司业务量环比逐月反弹，虽然外部仍然存在一些不确定性，公司对完成今年的预算目标仍充满信心。感谢您的关注！

Q2、公司和同行相比核心能力体现在哪些方面？

答:第一，深耕制造产业链的上下游，深挖大量蕴含其中的客户需求，储备了大量的直客资源。目前公司活跃的客户数量在1万家左右，这些企业级的客户带来的物流的潜在业务需求量巨大；第二，过去两三年中我们做业务转型，给业务增长打开了上升空间。很多直客只是VMI仓储业务服务，我们通过销售和数据分析挖掘新的业务机会；第三，产品多样且完善。不仅提供某一区域的仓储服务，在国内的主要制造区域基地以及主要的口岸均设立网点，建立从仓库到智能供应链到国内运输网络，海运空运多势联运的完善的产品体系，因此能拓展很多客户VMI仓储服务之外的需求，通过国内网络建设和产品建设增强公司差异化的竞争能力；第四，对新行业的布局，对新能源汽车行业做了相应的布局，出具不同细分行业的研究报告，研究不同赛道和主要企业的趋势、产业布局；第五，跟随客户出海进行海外布局；第六，仓储运营体系和项目管理能力。由于过去三十年的积累，公司在仓储运营能力、技术人才系统都有相当的储备能力，可以承接非常复杂的大型的项目。很多客户有非常个性化的需求，因为我们储备足够的项目管理人才，所以承接不同的客户的项目运营落地。第七，积极且接地气靠谱的企业文化让很多客户长期与我们形成合作关系，使我们跟同行和竞争对手形成差异化，和客户建立长期合作伙伴关系。感谢您的关注！

Q3、下游市场需求能介绍一下吗？

答:经过多年的积累，尤其近年来公司通过定位于服务目标行业产业链上下游优质客户的业务策略，利用相关目标行业专业解决方案设计及运营能力，公司的智能化、数字化、以及绿色低碳领域的专业经验，将一体化供应链管理解决方案不断向智能制造业相关

产业链的前后端延伸，通过为客户提供优质服务，积累了众多智能制造业知名客户。这些客户涉及电子信息制造业、汽车及零部件、新能源、精密仪器及通讯信息等行业，报告期内活跃客户数超过 10000 家。我们通过仓的管理把客户与产业链上下游客户形成互动，可以进一步延伸进行增量开发，把我们国际货代、国内运输、多式联运等其它产品推到这些客户的体系里面去，使公司收入形成一个不断复制扩大的规模。感谢您的关注！

Q4、今年的分红方案是什么？分红日哪天？

答:分红方案请参照《关于公司2022年度利润分配预案的公告》，每股分配比例：每10股派发现金红利0.50元（含税），具体分红日期请参照公司后续公告，感谢您的关注！

Q5、请问公司数据与技术双轮驱动战略具体有什么工作计划，谢谢！

答:公司坚持既定战略，在持续聚焦数字化转型的同时，持续深化落实数据与技术双轮驱动的战略实施路径，在数据驱动方面坚持“一切业务数据化，一切数据业务化”的具体指导方针，旨在实现数据挖掘，建立自动化、智能化的分析决策模型，推动业务创新，创造新价值。在技术驱动方面积极适应新技术的发展，着力推动数字孪生、物联网、5G 无人驾驶、无人搬运车等方面的规划与布局，积极推动人机结合半自动化仓项目；加快 RPA、OCR 算法的业务场景落地；开展相关前沿技术研究探索，着力提升公司在未来的核心竞争力。为实现“数据科技驱动的智造供应链管理专家”的愿景，公司与阿里云、IBM、德勤共同展开深入合作，确定了公司基于业务中台和数据中台的双中台数字化转型规划方案，建订单中心蓝图及实施路径，并共同推进公司 OMS 订单管理系统的建设，帮助公司在未来的几年内通过业务中台为客户提供统一、高效、标准化和可跟踪的服务体系。随着双中台建设的不断推进，公司加大算法和建模的研究，建设控制塔，并通过控制塔驱动自动化设备综合平台，打通由 SAP ERP 管理系统、Infor 仓储管理系统，及运输、货代、报关、销售管理等众多场景和系统构成的运营体系，为智能接单、智能运输调度、智能仓库、智能客服及其他众多场景的智能化运营打下了基础。同时利用算法发掘数据价值，针对人车货场，优化资源计划和网络工程规划，帮助客户的数字化工厂与上下游运营协同。实现端到端全程可视的数字化、智能化物流服务，为企业提供大数据、网络优化、智能预测、智能补调以及智

能执行等一体化服务，提升供应链效率和客户体验。在销售模式上，公司实现了从传统营销向精准营销的数字化转型。感谢您的关注！

Q6、公司在2022年第四季度为什么出现这么大的非经常性损益

答:您好！公司2022年第四季度非经常性损益主要是两个方面影响比较大，一个是年末收到的政府补贴，另一个是外汇套保损益。感谢您的关注。

Q7、请问2023年第一季度公司业绩不佳的情况下，后续有什么经营计划调整？

答:2023 年度，公司将在既定战略的指引下，继续做好以下几个方面的工作：第一、推动组织协同,加强客户开发能力：持续加强细分行业的目标客户的深挖和开拓，实施精准营销，通过数据分析，扩展上下游业务；聚焦主业，推进区域与产品双算的销售协同机制，推出区域与区域协同的业绩机制，结合行业事业部，形成合力，加强对客户多产品多区域的业务延伸。第二、精益管理推进运营能力：坚持精益管理，一方面持续进行运营整合，另一方面以效率提升和成本降低为出发点，不断梳理现有作业流程，找到能够通过技术替代人工的环节，推进人机结合的应用；通过对数据分析建模，精准定位到流程中的改善点，改进冗余；深化推进 TPS，用先进的管理方法不断精进，多维度降本增效，始终严控成本费用支出、加强应收应付管理、严控低负毛利客户、加强合规与风险管理。第三、深化数据与科技驱动：按照数字化转型路线图，推进OMS 数据中台能力沉淀实施；业财一体化举措落地；加快数据业务化的成果转化，客户画像对客户细分，精准营销。推进客户中心，仓储中心建成；科技方面沉淀技术创新经验，积极推动人机结合半自动化仓项目；加快 rpa、ocr、算法的业务场景落地。第四、产品建设，解决方案能力提升/区域化再布局，加强网络建设：加强销售与运营更紧密的协同；围绕主行业和区域特色，加强进口及报关等产品；重点加强保税关务产品的能力建设；加强运营风险管控与规划，完善供应链准入及管理;加快国内外网络检视；加快越南，泰国海外运营能力搭建，海外管理制度不断完善（人才，系统，财务）；国外推进欧洲，美国，印度战略伙伴关系的建立。第五、激励机制优化、组织结构梳理、人才培养，扩大双算激励范围、落实跨区域的销售激励、推出跨区域业绩激励机制；组织人才培养、推行计件制、完善薪酬及激励结构。第六、推进绿色低碳建

	<p>设、持续加强品牌建设，持续将行业案例、智能制造、供应链管理 等以视频方式传递给公众，并打造合同物流绿色低碳的品牌形象。</p> <p>Q8、公司跟随客户在海外布局有哪些进展？在海外生产物流业务类型会如何开展？</p> <p>答:答：目前东南亚主要布局在越南、泰国、马来西亚和印度，越南第一家分公司在2019年注册成立，目前有胡志明、河内、永福、平阳、成功五家公司，已经实现初步盈利。泰国在曼谷网点初步完善并逐步稳定，马来西亚刚刚成立，印度设点的前期预案工作已经启动，目前主要是加快海外运营能力搭建和系统的对接。</p> <p>Q9、公司在新能源汽车细分行业进行了什么布局？已经落实了哪些项目？是否会直接参与到新能源汽车零部件制造环节？</p> <p>答:投资者您好！在新能源行业,公司重点在光伏板块做了详细的行业调研及目标合作客户的绑定计划，结合光伏产业全国散点分布这一特点，进一步完善在华东、华北、华南、西南西北的运输网络布局，加强货运能力建设，构建安全高效的物流网络。在此基础上公司光伏行业客户已由去年的 12 家拓展至 20 家，同比增长 21%。在新能源赛道上的发展及布局上，公司以中国为制造基地销往中国中西部和全球各地运营特点，重点开发了国内干线运输，国际海运，跨境陆运，陆海联运的解决方案，配合客户的销售项目，提供供应链解决方案，为新能源行业客户提前布局运营资源，为客户海外市场交货提供保障，在特殊时期支持客户业绩增长。</p>
附件清单（如有）	无
日期	2023年05月12日