

证券代码： 300240

证券简称： 飞力达

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：2021-005

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（请文字说明其他活动内容）
参与单位名称及人员姓名	兴业证券 吉理 兴业证券 张晓云 中金公司证券投资部 周玖洲 光大保 陆达之 华宸未来基金管理有限公司 李柏汗 南京证券投资部 诸亚婕 国泰君安 张哲恺 天风证券 高晟 太平洋资产管理 李蕊伶 安信证券 孙延 安信证券 宋尚节 广发基金、隐山资本 摩根士丹利 Shawn Li 淡水泉 李超 深圳新财富多媒体经营有限公司 周舒婕 申万宏源 罗江南 首创证券股份有限公司 高玮
时间	2021年8月24日下午15:30—16:30
地点	电话会议

<p>上市 公司 接待 人员 姓名</p>	<p>总裁：耿昊 董事会秘书：童少波 财务总监：孙亮</p>
<p>投资者 关系 活动 主要 内容 介绍</p>	<p>一、公司基本情况介绍（发言人：董秘童少波）</p> <p>非常感谢各位投资者、分析师及各位专家在百忙之间抽出时间来参加我们这次飞力达 2021 年上半年业绩电话交流会，先给大家汇报一下公司的基本情况。</p> <p>飞力达全称为江苏飞力达国际物流股份有限公司，成立于 1993 年，总部在昆山开发区，飞力达是一家致力于为智能制造企业提供一体化供应链解决方案的 5a 级综合物流服务企业。飞力达是 2011 年 7 月在创业板上市的，股票代码是 300240。目前实际控制人是三个自然人，三人合计持有的这个股份是 40.21%。</p> <p>公司从 1993 年成立以来，特别是在 2011 年上市以来，就一直专注于 it 制造业物流服务领域，经过 20 多年在 it 制造业物流服务领域的精耕细作，目前飞力达对电子制造业物流需求有非常深刻的理解，同时也积累了丰富的电子制造业物流的服务经验和资源，目前已经形成了较为成熟的电子制造业行业物流解决方案和大量成功案例，同时在这个过程中，积累了大量的优质客户资源，为了使物流业和制造业两业更好的融合和更好的联动，更好的满足于制造业快速变化的物流需求，公司在信息系统和 it 技术方面非常重视，特别是 2018 年初，总裁耿总从嘉里大通卸任，然后加入到咱们公司之后，我们对公司的愿景，公司的使命及价值观进行了再一次的反思，并且重新诠释，展望和再定位。</p> <p>公司对未来战略进行了调整，同时确定了公司的使命是“助力智能制造企业提升供应链管理效率，实现客户价值主张”，公司的愿景是致力于成为“数据科技驱动的智能制造供应链管理专家”，致力成为“电子信息制造业的供应链管理龙头”，致力于成为“先进制造业可以信赖的供应链合作伙伴”，为制造业企业降本提效，数字化转型提供动力和创造价值。</p> <p>公司在上述战略的指导下，对公司的组织、流程、绩效、it 支撑进行了再梳理和再优化，并且着力推动以“一切业务数据化，一切数据业务化”为目标的数据化转型，同时，公司在深耕 it 制造业物流服务的基础上，着力聚焦智能制造领域，不断的探索和尝试将 it 制造业积累的供应链管理向其他的智能制造细分领域进行复制。目前公司已初步形成了以 it 制造业、汽车及零部件行业、高端装备为核心的六大目标客户行业解决方案，为公司下一步的持续的业务转型升级，以及未来发展奠定了坚实的基础。</p> <p>二、公司 2021 年上半年业绩情况介绍（发言人：董秘童少波）</p> <p>那么接下来，我就公司今年上半年的财务情况，给大家做一个简单的汇报。</p> <p>上半年，随着公司战略定位的持续明晰，重大战略举措的持续推出，公司在品牌与形象宣传、产品及服务完善、行业及区域拓展、流程及绩效优化、IT 及数据整合，以及内控及财务管理等方面的工作均得以有效推进，并初见成效，报告期内，公司在服务质量、客户范围、服务区域、订单数量等多方面均有不同程度增长，同时，公司整体盈利能力、偿债能力、资产周转效率及现金回款能力等均有不同程度的增强。</p> <p>从盈利能力方面来看，报告期内，公司实现扣非前后归母净利润从上年同期的1,724.60 万元及-298.82万元，分别增长为13,182.48万元及4,184.94万元，实现快速增长及扭</p>

亏为盈。报告期内，公司实现营业收入29.41亿元，较上年同期大幅增长84.76%，从营业收入结构来看，公司核心业务（包括基础物流及综合物流）营业收入较上年同期增长87.36%，其中，基础物流收入较上年同期增长103.80%。不仅如此，公司营业收入、核心业务及基础物流业务收入在2020年第三季度至2021年第二季度同比及环比均实现了不同程度的增长（具体数据见下表），充分展示了公司良好的增长势头和发展潜力

。分类		2020年Q3	2020年Q4	2021年Q1	2021年Q2
营业收入	同比	19.43%	33.02%	105.45%	70.14%
	环比	4.24%	19.51%	17.20%	17.19%
其中：核心业务收入（基础物流+综合物流）	同比	33.98%	55.21%	112.19%	70.20%
	环比	1.60%	17.82%	22.48%	16.10%
其中：基础物流业务收入	同比	66.92%	90.76%	137.18%	81.95%
	环比	0.20%	19.91%	29.18%	17.22%

（2）从偿债能力方面来看，报告期末资产负债率为54.05%，公司长期偿债能力总体保持稳定；报告期末流动比率及速动比率分别为1.30及1.20，较报告期初的1.14及1.07均有所提升，公司短期偿债能力有所改善。

（3）从资产周转效率方面来看，公司上半年年化应收账款及存货周转率分别为7.29次及46.34次，较上年度的5.50次及31.19次均有提升，公司资产周转率有所增强。

（4）从现金流量方面来看，随着公司销售规模的不断扩大，虽然经营活动产生的现金流量净额整体有所波动，但经营活动产生的现金流入量与当期营业收入之比在2020年上半年、2020年下半年及2021年上半年分别为115.86%、94.23%及100.60%，三期平均为103.56%，实现经营活动产生的现金流入量对当期营业收入的全覆盖，充分体现了公司良好的资金回款能力。

（5）从股东回报方面来看，报告期内公司每股收益0.36元/股，较上年同期0.05元/股有大幅提升。

公司将在管理层、经营层及全体员工的共同努力下，继续推进各项工作，以期公司的各项业务沿着既定战略持续、稳定、健康的发展。

三、公司上半年主要工作及战略定位（发言人：总裁耿昊）

各位投资人、各位专家，大家下午好。接下来，我跟大家简单报告一下今年上半年的公司的主要的一些工作。

首先，我简单解释一下我们为什么选择这个制造供应链，做数据科技驱动的制造业管理专家。因为中国是制造业大国，是世界工厂，我们在过去的几十年的时间里面积累了大量优秀的制造企业客户，同时也有大量的外资制造企业在中国投资建厂，飞力达在成立以后，陆陆续续跟很多优秀的外资制造企业形成了一些紧密的合作关系，在这个过程中也积累了非常丰富的经验和成功案例，建立了坚实的客户的基础，特别是最近三、四年的时间，我们在做战略梳理的时候，大家达成的共识，就是中国的制造企业已经达到了相当的规模，在全球的制造业占比产值里面已经达到了超过15%这个非常高的份额。中国的制造企业其进一步的发展一定是来自于它自身的销售提升和它自身管理的优化，而我们认为中国的制造企业的管理优化，很大一部分是来自于它的供应链效率的提升和价值的不断的优化改善。因为中国的传统制造企业，包括民营企业，也包括国内的一些大型的国资国企，也包括一些上市企业，我们与我们的客户及一些潜在客户做过非常多的沟通。很多的制造业企业，他们优先的是做市场销

售，然后是做制造，深度规模化生产，然后做大量的研发，接下来会关注自己的财务状况，像大多数的中国制造企业，在整个供应链的优化这个话题上面，相对来说跟国外的、国际供应链管理的先进企业比起来还属于比较初步的阶段，我们看到了非常多的优化和改进的空间，这个空间可以为中国的制造企业带来巨大的价值，所以我们选择了一条跟一般消费品不一样的一条路，我们选择的是中国的制造工业链，在这条路上面，我们看到其实中国的制造企业量是非常大的。

制造供应链服务企业也是高度碎片化，而且中国的物流市场又面临着一个数字化转型和技术创新不断引入及导入的阶段，我们觉得这里有一个非常大的转型的空间，所以我们过去相当长的一段时间里面，我们都是专注在技术投入、技术研发，有了相当的进展。昨天我在重庆，跟联想和中国电信和重庆政府，我们也刚刚签了一个国内首个，应该说我们确定是西南首个 5G+基础上的人车和智能制造和智能物流一体化的供应链协同共享平台的签约仪式，这个项目已经是落地实施了。在全国我们相信有非常多的电子、汽车等智能制造企业都有类似的需求，我们也相信这里面可以带来非常多的增长空间。

公司上半年工作主要是围绕着刚才讲到的数据和科技作为我们的核心抓手，专注在制造供应链的主赛道上面，我们也展开了一系列的工作。

首先在数据驱动的战略方面，我们在过去的几年时间里面，基本上已经实现了运营体系的系统化，我们跟 IBM 合作，在 ERP 和财务系统上引入了 SAP，在国内仓储管理系统引入了国际领先的运作系统、TMS 运输管理系统及货代管理系统，在关务管理系统方面，实现了整体的系统化，公司的主要工作精力逐步的转型，从一切业务数据化转向一切数据业务化，我们会加大我们的业务数据的挖掘和算法的精选，然后通过我们的数据算法的精选可以做到销售更有针对性，而且可以找到更多的潜在的业务空间，同时也做到我们的产品有更多的协同，同时我们在运营上有更多的优化提升的可能性，做到在技术投入上更精准，更有效。

接下来我们会跟阿里云合作，做一个数字化转型的这个项目，来进一步夯实我们的数字化中台，完善我们的业财一体化和整个业务流程的优化。在技术创新方面，我们在过去几年，在昆山的自动化仓 1.0、昆山新的自动化仓 2.0，西南建设的第一个自动化仓库的基础上，我们今年上半年又陆陆续续在华南落地了电子元器件集散通路平台，该平台在华南是最大的电子元件的计算自动化中心，在西南我们也实现了刚才讲过的 5G+智能制造的无人化供应链共享平台的一个升级，昆山的另外一个项目目前正在建设当中，我们预计今年年底会完成一个多层的立体垂直流水线的电子元器件管理中心建设。同时我们在昆山，在华南，在上海，除了在电子行业之外，还有一系列的头部汽车零部件客户，我们也在做很多自动化仓库和自动化物流和自动化产线协同的一体化解决方案的探讨，我们预计在今年下半年到明年和后面时间里，我们会有一批自动化仓库和自动化产线相结合的协同平台，跟大中型的制造业企业，包括电子和汽车相关的一些企业，我们与这些企业形成紧密的协同项目关系，而这些往往都是多年的合同，会为我们今后的业务增长夯实基础。

在运营整合及产品建设方面，我们目前碰到一个很大挑战，就是随着新增项目的增多，项目经理的项目管理实施团队面临着比较大的挑战，我们一方面引入人才，同时也加快了自己的人才培养，通过一些自己的项目经理培养课程，帮助我们可以更快速的做到项目实施和客服制，使我们在接下来的核心目标行业里的一些新增项目的落地可以做到更快更有效，这样可以达成公司整体的战略目标。同时我们也在今年上半年的几个月的时间里，加大了各个产品和各区域销售的协同方案优化，我们更多的希望是让我们的区域和跨区域的产品团队有更多的整合运营的能力，同时跟销售形成一

个无缝的链接，能在我们的核心产品及与制造企业核心的入场供应链的节点上，充分的发挥我们的优势，同时，可以把我们其他的关联业务都充分有效的打入到客户的供应商体系里面，扩大公司在整个制造产业里面的市场份额。

在国内的重要节点和海外网络建设方面，我们在过去的这几年来里，从主要在国内的华东、华南和西南三个主要区域的布局，已经逐步的延伸到华北、华南以及西北的主要口岸，我们目前已经基本建成了覆盖全国主要经济区域的运营网络体系，同时我们也在积极布点海外，因为我们在过去的两三年的时间里面看到，随着供应链全球化的不断调整，受到中美贸易战以及其他的一些因素的影响，很多 TOP 客户都在做整体的供应链和产线的区划布局，让他们产能在整个区域内可以做灵活的调动，因此，我们也会跟我们的行业目标客户做相应的规划和调整，使我们既能够享受到工业链全球调整带来的国产替代的机会，又可以跟随我们一部分客户的区域化转移走向东南亚。基于此，我们也在加快对于东南亚的布网，包括越南，我们已经设立了公司，业务也已经快速展开，同时我们也在东南亚的其他国家，包括新加坡、马来西亚、印度、泰国等也都陆陆续续在设点或者进行调研，我们今年上半年还在国内贵州、海南和北京设立了一些新的子公司，来借助集团的整体力量在相关的市场和区域进行业务拓展和开发。

在业务开发方面，刚才董总其实也有讲到这个，我们在主要的行业业务都有取得不错的进展，我跟大家简单展开一下。由于今年上半年，全球的疫情的反复带来的实际上是海外订单的国内回流，所以中国国内的制造企业特别是电子信息制造业和光伏制造业的产能持续释放，景气度非常之高，汽车行业一季度是比较好，二季度受制于芯片的影响，二季度有一定的波动，但是总体上来说，正因为我们专注在制造企业，所以我们的客户订单持续增长，业务也是增长非常明显，另外，受益于我们在过去的两三年时间里面，在国内的各个区域的布局，以及对海外市场的布局，我们跟客户的粘性和联系接触也有所增加，使我们能够跟随客户走到不同的市场和区域；此外，我们对于重点行业的战略大客户开发力度也不断的扩大，今年上半年在主要的目标行业都有很多斩获，而且我们也有相当一批大的客户都已经进入到最后的定标阶段，我们相信在今年下半年到明年和今后一段时间里面，还会陆陆续续落地相当一批有体量的一些优质客户。关于客户公司，如果大家关心我可以提一下，我们有很多 TOP 的一些客户，包括电子行业里面，我们扩大了跟立讯，泰科的合作，同时跟索尼、大联大等，我们也拿到了戴森、科沃斯等客户订单，这些都是国内的一些新的网红品牌，所以在电子行业我们有很多的进展；在汽车行业，我们拿到了新能源的龙头企业蔚来的一些入场线路，切入到他的供应商体系中，同时我们也在其他的主流车企也都进到了他们供应商清单里面，我们过去几年陆陆续续进入了长城吉利、沃尔沃、保时捷的物流供应商体系，今年我们收到了一些全球级 TOP 大型国际汽车企业的邀请我们参与其招投，这也算是市场对我们的一个认可；此外在新能源领域里面，我们基本上已经进入了排名前十的绝大多数光伏企业的供应商清单中，我们也相信在今后这两三年时间里面，随着碳中和政策的不断的推出，在光伏这个领域里面，也会带来非常多的增长机会；在快消领域，我们拿到了法国达能下面的依云的订单，在售后服务也进入了戴尔和 VIVO 的电子配件售后服务体系。可以这样讲，我们在主要的业务板块里面都取得了不错的进展。此外，在管理方面我们也做了非常多的工作，过去的两三年时间里面，董事会和经营班子严控公司的亏损项目，我们要做到有所为有所不为，我们基本上砍掉了供应链金融业务的严控亏损项目，我们对于每一个项目都做到逐个项目的经营管理，我们从过去的几十个亏损项目，通过整个上半年的梳理，目前只剩下三到四个项目目前利润是负的，这些项目主要都是处于项目初期的投入期，我们相信这些项目都

是我们完全有把握的，所以随着这些项目的逐步展开，都会看到非常好的收益和回报。此外，在整个公司管理方面，我们也把过去公司的考核激励从预算管理导向也转变为增量和预算相结合的导向，提升公司的员工积极性与公司的业务发展及业绩增长的一致性，同时我们也推出了股票股权及未来的员工股权激励的相关规划。我们相信，随着公司相关工作的推广和落实，我们在今后的这个两三年的时间里，公司团队的士气会不断的提升，也会帮助公司在战略落地方面会取得更好的成绩。

四、提问问题

1、B 端供应链市场空间巨大，但里面很多公司利润规模都不大，飞力达也是如此，主要是什么原因，如何能持续做大规模？

总裁耿昊回答：我两个问题分开回答，先就第一个问题回答一下，就是关于 2 B 的市场，其潜在规模的问题，讲到这个话题，我们先讲一下 2 B 和 2C 整个这个市场大概体量，实际上在整个物流的版块里面，包括快递和快运，也包括合同物流和货代，以及一些其他的如多式联运等等，快递在整个物流体系里面占比其实是并不是特别大的，而相对来说合同物流和货代是在整个的物流的产值里面应该是占比更多的，那之所以大家会对快递这个概念比较了解，我相信一方面因为快递行业跟消费者更接近，所以大家更加容易耳熟能详，另外一个原因是过去的十几年的时间里面，电商的快速发展，也带来了快递整个产业的快速增长，其实也是快递结合新零售会带来整个的物流行业很大的发展，但是我们应该看到的是在全球合同物流和货代行业仍然是占整个物流行业非常大的份额的，从欧洲、美国和日本的市场来看，其实我们都看到一些国际的 TOP 货代和物流公司，他们的体量其实也是非常大的，我们看了一下第三方物流的国际对标，全球最大的第三方物流的合同物流企业，比如像 DHL 等，他们的体量基本上都在两三百亿美金以上的规模，基本上都是千亿以上的体量在他们的 2B 领域里面，而中国除了在一些汽车物流板块里面有一定的数量级的物流公司，剩下可能就是一些传统的像中外运等，中国 2B 端的物流公司，体量其实还没有进到一个快速整合的阶段，这也符合整个物流市场的发展规律，而整个物流市场的整合往往是从最容易标准化的板块最先整合，一般来说都是先是快递，那接下来就是运输的这个板块，那我们也看到在美国像 UPS 作为他的 TOP 企业，像欧洲也有他们的 TOP 企业，日本也有他们的 TOP 企业，但是在合同物流和货代，其实欧洲、美国和日本的市场也都有他们本土的那些 TOP 企业；另外一点就是对于合同物流及货代这种 2B 的业务，我们往往是要跟随目标行业，特别是制造企业大型集团，我们跟他们形成深度绑定，然后延伸到他的所有的业务范围里面，是可以形成这个相当体量的物流公司的。根据我们对于其他国家的周期性市场同类比较，其实我们也判断中国作为一个周期性的市场，也一定会形成中国本土的合同物流及扩大整合后的龙头物流企业，而如要考虑到中国整体市场规模，将来形成的这个 TOP 企业的规模，其实也是可以跟美国或者是欧洲 TOP 市场的 TOP 企业相对指标的，甚至规模更大。当然，因为今天中国的物流市场，特别是 2B 端物流市场的这个整合的进度跟国外还是有代差的，所以这个过程带来的一个现状，就是中国的 2B 的物流企业相对规模仍然偏小，从另外一个角度来说，我相信将来这个领域里面一定会孕育出一些非常大批量的一个公司。

2、顺丰、京东物流等行业巨头也在切入这块领域，怎么看待这个影响？

总裁耿昊回答：关于顺丰和京东，他们都是另外两个典型的代表。顺丰实际上是它的核心产品是做快递，是一个标准产品的快递企业，但是他组建的产品很重要，特别是他做一些并购以后，我们相信，顺丰有机会成为中国的一个龙头供应链公司，但是说到他自身的基因，我相信还是标准的快递产品，他跨界过来的时候，会花相当一段时间进行内部整合，同时逐步的进入到一个客制化，更多的切换到跟企业端的流程紧密

相关的新理念，这个对他们来说也是要花很长时间去进入并且去调整自身的。对京东物流也是一样，它自身的电商物流的比重是非常高的，那切入到第三方的这个独立的市场，本身对他来说就是一个很大的跨越，而且进入到企业的整个生产实践，跟他们擅长的消费端成品到终端消费者的这一段物流又有很大不同，所以我相信，虽然说京东物流和顺丰都是非常大体量的物流企业，也是有非常多的这个自身的能力储备和人才储备，但是我们飞力达自身在对于自己的所在的制造供应链行业的专业化、对产业的理解，以及我们自己在数字化和智能化的投入，在这赛道上做的所有的一些准备，是足以支撑我们自身的一个快速发展。

3、(天风证券提问) 各位领导下午好，就是想向各位领导请教两个方面的问题，第一个是关于尉来的，就是我们和尉来的合作模式是如何的？就是我们开展的业务是 VMI 还是一些其他的合作形式？我们是如何切入到尉来的产业链当中的，毕竟国内的汽车物流行业竞争还是比较激烈的，在跨行业的时候，我们的竞争优势和劣势分别是什么？

总裁耿昊回答：讲到新能源汽车，我稍微展开讲一下我们在做的这个制造供应链目标市场。我们主要的目标市场是从我们过去擅长的电子信息制造，做笔记本、服务器，或者是通讯行业的一些产品，如穿戴设备啊等等，我们从 ODM 厂，以及所有的电子元器件，电子零组件的一些生产厂及配套厂商的这些业务，扩展到了汽车制造，刚才也讲到汽车的主机厂，包括零部件，也扩展到了新能源，我们看到的这个未来，其实也是国家最近提出来，碳中和的这个政策方向，都会指向这个未来巨大的一个产业，就是新能源汽车。因为是汽车在走向电子化，电子会和汽车高度紧密结合，而新能源它的电池和汽车也会紧密结合，它会形成一个新的一个非常大体量的一个产业，就是新能源汽车。从这个战略的高度，我们也积极在投入其中，其实我们除了尉来之外，也是切入了很多其他的一些新能源的汽车品牌，像吉利，也有它的电子汽车的这个板块，长城有它电子汽车的板块等等，我们都跟他们进行了一些服务和合作。我为什么先讲一下这些行业的情况呢，因为新能源虽然说是一个巨大的增长点，增长速度也很快，但是就像你刚才讲的，汽车物流本身实际上是一个规模经济，对体量要求很大，对于某一个单体的汽车的整体制造商，如果说他没有达到十万辆以上的产能，他其实对于规模经济是不适用的，那往往对于供应商的要求也是很高的，所以我们会积极投入，我们定的战略是积极切入新能源汽车的这个产业链，但是我们主要还是要抓住电子行业和汽车的这个主机厂和它的零部件厂商，因为最终这几者会跟新能源汽车形成交叉。目前如果非常大规模的投入到某一家新能源汽车的供应链里面，会涉及到的问题是，第一，他在初创企业，他对于成本的控制，对于他目前本身的规模可能形不成规模经济，而且第二点，就是对于新能源汽车的这个行业板块目前也并不是非常的稳定，那如果一开始就投入太重，其实也会冒相当的风险，所以我们更多的是从我们在电子行业，传统汽车行业向新能源汽车的转型，以及从新能源行业三个维度不断的去向新能源汽车渗入、切入，我相信我们通过不断的努力，我们一定会进入到新能源汽车的这个主赛道，随着这个行业的不断的发展。我们也会把我们在新能源汽车的这个行业领域里面的规模进一步的提升。

4、请公司介绍一下，公司现在的智能化布局情况，公司现在已经拥有或者说控制就是 65 万平方米的仓库，就目前来看，我们的仓库更多是人力密集型还是技术密集型，智能化设备的应用情况是如何的？

总裁耿昊回答：我们目前整个的仓库体系规模上，是以通用型的仓库为主，真正在大规模的自动化仓库，目前已经投入使用的目前大概也是四五万方，同时我们还有另外几万方的项目正在设计和落地过程中，我们相信这方面会带来非常多的增长点，这是大概的现在的一个现状，为什么说我们讲虽然说现在规模并不是特别大，但是我们觉

得会带来非常大的增长点，是因为随着中国的人力成本，仓库成本在不断的提升，那也随着客户端大型的制造企业，他对于他的前端的供应链的理解加深，以及他对他的前端供应链的优化的这个要求的提升，会要求更多的自动化仓库之间以及自动化仓库和自动化产线中之间的无缝链接。这个并不应该仅仅是一个自动化仓库的一个四面墙的库内自动化，因为我们也看到了，京东、阿里也有自己的自动化仓库，我们在做的实际上是产业园区及大量大型的制造业企业集团，比如我们在重庆，可能他有四个大的制造工厂，我们跟他们之间都形成了自动化线上的系统对接、流程对接、线下的无人化对接，那这样的话会使我们跟他整个体系形成集成，此外，我们在其他的一些地方也在推动的，也不仅仅是我们在库内引入一套自动化设备，自动化仓库设备只是一个硬件，而我们更多的是提供我们对客户的整个流程的理解，把我们跟客户之间和他的供应商之间，前端的供应链的整个流程重新再规划，工程再优化，我们在做集成，做一个整体的方案提供，然后把这些中间的一部分分别转给一些自动化的设备提供商，我们要求他按照我们要求，怎么去造一个自动化仓库，比如说我们跟中国电信，或者说中国移动，我们谈一下他们对于 5G 场景下的整个的技术场景如何去规划，形成园区内的一个通过无人车无缝的链接，同时我们也通过比如说无人的料驾车，通过自动的闸口扫描交接之后到客户工厂，在他那边的闸口也通过扫描之后形成一个无缝的链接，这样的话让客户的工厂前端可以大大减少它的人力，同时优化它的流程，因为他不需要在我这边重新再包装到他那边再重新拆，造成中间的很多浪费，我们会把这些全部都优化，那此外我们给客户提供的一些供应商管理体系，可以把客户的库存和他的资金占用大幅度的降低，这个是我们跟客户算过，这个可以给他们带来的是数以亿计的成本节约。从某种程度上，我们跟客户在做的不仅仅是跟我们的一些同行，或者其他物流公司来进行简单的进行物流费用的价格竞争，我们更希望的是跟我们的客户充分沟通，跟他讨论我们可以在他整个入场供应链前端给他带来多少的价值创造，所以我们跟很多客户的高层沟通当中。从这个角度能得到很多客户高层的充分认可，这也是为什么我们的很多自动化和整个入场集成项目能得到客户积极反馈的原因，这个不仅仅是说投入一两个自动化仓库所能带来的。其实我认真的考虑我们会逐步把公司从一个物流公司转向一个供应链科技公司，因为我觉得未来对于我们这样的公司是跟制造企业智能制造紧密结合带来的，其实要求我们自己不断的数字化转型和技术创新，增加我们的科技含量，我们希望我们更多的是一个物流科技公司或者供应链科技公司。跟我们客户可以提供他的整个供应链的优化的方案，给他创造价值。

5、公司近三年累计利润只有不到 4000 万，今年上半年扣非 4000 多万，前三年业绩低迷是什么原因？今年业绩改善什么原因，是否进入向上的拐点？

总裁耿昊回答：为什么我们过去三年的这个利润水平偏低？这也是个好问题，其实我跟我们的一些投资人一起做过一些分析，不光是我们的利润过去三年偏低，我们收入增长过去三年其实也不高，只是今年看上去好像有一个比较突出的增长，这里面，其实主要因素有两个，第一个主要因素我前面也提到，就是我们供应链金融从 18 年起，由于国家的去杠杆去产能之后，整个的货币状况收紧，我们也还有一些当时在更早的时候开发的一些客户和一些业务，陆陆续续的碰到了一些挑战和困难，从 18 年到 20 年，我们陆陆续续计提了相当大金额的减值准备，对公司业绩产生了比较大的负面影响，在收入端也是有比较大的影响，在 2017 年的时候，整个集团的收入大约 30 亿左右，其中有十个亿的收入是供应链金融，我是 18 年来的，我们从 18 年开始逐步的缩减供应链金融业务，也一直到了 2020 年，我们基本上彻底把这个供应链金融用净额法来核算，因为这个我们去年吃了一纸监管函，这个影响就是从 2017 年的供应链金融十个亿到 2020 年供应链金融的收入只剩下两千万，今年上半年，我们整个金融板块给

我们的业务收入的影响数据是更少，所以这个是对我们的收入造成一个非常大的影响，如果说去掉这个影响，我们也算过 17 年到 2020 年，我们的收入复合增长率达到百分之十八点几，将近 20%，如果把今年上半年的数据加上去的话，我们会达到 25% 的复合增长率，这也充分体现了我们自己回归主业，专注主业的这个努力。在利润端，一方面是因为供应链金融带来了很多的减值准备，另外一方面的原因是我们之前做的很多项目，实际上是在初期的投入期，或者说我们在拓展一些新的领域，比如说我们进入汽车行业，那我们也进入某一些产品，比如说空运包机等等，我们现在是逐项目精密的精准考核和分析的，之前我们每一年的亏损项目给公司的利润带来的影响是要负几千万，把这个部分砍掉，其实本身就会给公司带来很多的业务的增长，这是第二个原因；第三个原因就是前几年是公司在信息、系统、资讯和一些技术投入的一个密集期，过去几年的摊销，其实对公司业务和业绩也是有一定的影响，到今年我相信这些因素逐步的都已经消化差不多，今年上半年其实我们都有一个负面因素，没有在这个数据里面看到，就是今年上半年疫情的影响，我刚才讲了一些正面影响，其实也有一个负面影响，就是去年有大量的费用减免税收减免，今年是没有，而我们今年是在消化去年的减免的税收和人力成本的社保减免，租金减免的基础上，我们仍然实现了比较大幅度的增长，所以说今年上半年的整个增长，特别是说我们扣非的增长还是非常坚实的，当然，另外有一个业绩的影响因素，就是因为我们的二季度有一个资产处置，我们已经规划几年，主要是因为我们不希望把公司变成一个简单的政府公共服务，公共产品的一个提供者，而我们应该是一个市场化运行的企业，所以我们应该更多的资源投入到我们自己的主业主赛道上去，所以我们作了一个资产的剥离处置，这个对今年上半年的利润有相当一定的影响，但是我们自己也分析了我们的一个业务储备和我们业务数据，还是有很多很多的增长空间，这个是关于过去几年的业绩和今年的业绩的关系情况。

6、公司披露近三年累计研发投入 1.5 亿元，这块主要投入在哪些方面，跟同行比较是否明显提升了公司都的竞争力，未来研发投入是什么规划？

总裁耿昊回答：技术研发是一点几亿的费用，其实主要的费用应该是系统的投入，我们在做的很多硬件投入还并没有完全纳入。我们大概 200 多个研发人员，一点几个亿的只是我们的系统开发和一些相关的员工投入，因为我们有差不多 200 多个 it 的同事做系统开发和提供相关服务，而我们刚才讲到的所有技术投入，包括自动化仓库等等，都作为硬件和固定资产，并没有纳入到研发费用里面，所以事实上我们如果把这部分考虑进去的话，我们的研发投入是远远都不止这么多。未来几年，其实一方面是我们分成软件和硬件，一方面就是刚才讲到了很多的系统研发方面，我们仍然会在公司智能化一体解决方案的集成能力上投入更多的人员和资源来，在这方面的拓展会增加，会增加这些方面的技术储备和一些专利的储备，这些方面我们会增加扩大研发，也包括二级节点等等各个方面我们都会积极的投入，同时，有一些领域，哪怕它不是算到研发费用，就像我刚才讲到的自动化的仓库，自动化的一体化设施，还有一些相关的跟客户的整个智能制造和智能物流的一体化协同平台的方案落地，我们手上现在至少有四-五个不同的项目，在推进过程中，这些都会涉及到非常大的投资，有可能有一些还会涉及到今后的定增项目，有一些是非常大体量的项目，所以我相信在这些方面的投资我们会不遗余力的去投入，因为在这些领域的投入会使我们向着我们自己的战略定位和方向不断的拓展和夯实，给我们提升我们自己的核心竞争力。

附件清单	无
------	---

(如 有)	
日期	2021 年 8 月 24 日