

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：2022-011

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 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	华鑫证券、恒大人寿、嘉实基金、国海资管、海南谦信、泽园基金、尚近投资
时间	2022年08月17日星期三 15:00—16:00
地点	电话会议
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、公司董事会秘书张磊先生等
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、董事会秘书张磊向投资者介绍我司背景、综合能力、核心竞争力、财务与展望。公司聚焦主营业务，依托遍布全国的物流、仓储和销售渠道网络体系，在酒饮、家电、母婴、日化、食品、医药及服装等消费品细分领域，为品牌商客户全方位的提供深度分销及营销运营服务，进而逐步深入到消费品品牌运营及自有品牌的打造和建设领域。此外，公司还积极向高科技、新能源等战略新兴性行业的供应链领域进行开拓，探索高附加值高毛利的业务机会，夯实公司在产业供应链服务方面营收规模的同时，也会为未来的新客户、新行业的导入及商业模式的创新，储备商业机会。</p> <p>怡亚通在消费品领域具备的全渠道、全品类、全链路，纵深一体化的服务能力，使得公司在细分领域如白酒的定制化品牌运营业务方面取到显著成效，自有品牌也进入市场培育阶段，上半年借助于对酱香型白酒上游基酒厂资源的掌握，初步夯实了公司在酒饮行业全产业</p>

链综合运营商的稳固地位。同时，公司把酒饮板块的品牌运营和自有品牌建设的经验，继续向其它消费品板块复制探索。在母婴、日化、食品等领域，公司与大品牌强强联合，专注品牌运营与营销的同时，积极向高毛利率的自有品牌拓展。

怡亚通2022年上半年实现营业总收入305.24亿元，利润总额1.28亿元，归属于母公司的净利润1.35亿元。

二、问答环节

Q1: 请问贵司上半年自有品牌“大唐秘造”的经营情况？

A: “大唐秘造”作为公司全新打造的自有酱酒品牌，定位于为消费者提供性价比高的中低价位优质酱香型白酒，虽然品牌的建设尚处于起步阶段，但上半年仍然实现了2,727.24万元的营收贡献。随着公司与大唐酒业的产业链上下游深度融合，使得公司对上游基酒供应的掌控能力大大加强，无论在定价权还是供应履约能力上都获得了质的提升，也增强了公司继续推进自有品牌建设的信心。

Q2: 请问公司在品牌运营及产品营销方面有哪些创新的举措？

A: 公司的品牌运营服务能力和形式不断创新和提升，不仅限于在原有线下渠道铺开，也结合立体式营销（传统渠道+圈层推广+媒体营销），借助线上抖音、电商、整购网、怡通天下等新媒体工具打造多场景营销，如店铺代运营、内容种草、网红直播推广及私域运营等，提升品牌运营的能力和成效。

Q3: 请介绍一下公司酒厂的产能情况，以及对于公司酒类业务发展有哪些影响？

A: 公司下属子公司在茅台镇核心产区拥有优质稳定的上游基酒资源，酒厂每年提供的大曲坤沙酱酒产能达到5800吨，位列茅台镇核心产区前列。随着未来酒饮板块强劲增长的需求，基酒厂也将基于销售趋势及酱酒工艺特点，适时对产能进行改造扩充，以万吨以上的产能容量满足公司在自有品牌及品牌运营酒类业务方面的中远期规划发展目标。

	<p>Q4: 请问公司推出OBM模式的原因?</p> <p>A: 为了充分发挥公司基酒厂资源的区位和产能优势,公司启动高端白酒的定制OBM服务,即为品牌酒企、酒类流通电商、企业客户等提供酱酒品牌设计及定制服务,主要涵盖品质保障、品牌定位策划、包装设计及量产、品牌营销赋能、招商系统支撑等“一站式”酱酒品牌孵化菜单,协助签约客户从普通的代理商变成“原始品牌创建商”。天虹商场,酒仙网等客户已经开始利用公司的基酒与品牌建设资源,启动了其高端酱香酒的定制合作。预期后续会有更多优质客户加入到这个行列中去。</p>
附件清单(如有)	
日期	2022年08月17日