

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：2022-016

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
参与单位名称及人员姓名	国泰君安研究所 陈笑 国泰君安研究所 庄子童 深圳高益基金 余维念 深圳创富投资 刘家将 金信基金 许炯东 海南进化论私募 胡启桢
时间	2022年11月21日 14:00-16:00
地点	现场调研
上市公司接待人员姓名	董事、董事会秘书 王安祺先生 董事、财务总监 贺日新先生 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、公司三季度经营情况介绍 今年年初至三季度末，公司整体营收 30.59 亿元，同比增长 186.23%；净利润 1.44 亿元，同比增长 960.11%。三季度营收 10.91 亿元，同比增长 10.07%，环比增长 5.7%；净利润 6004.44 万元，同比增长 1006.73%，环比增长 22.66%。公司今年年初至三季度末管理费用

约 1.49 亿元，三季度管理费用 4400 万元，同比降低 46%，环比降低 21%。管理费用降低主要原因有二：一是母公司及上海华凯管理费用同比减少；二是子公司易佰网络三季度人力成本有所降低，实现了降本增效。目前，公司的现金流充裕，约 6.83 亿元，其中货币资金 4.08 亿元、交易性金融资产 2.75 亿元。存货规模健康，今年上半年存货规模为 6.12 亿元，截至三季度末，存货约 6.4 亿元左右。公司目前在为海外感恩节、圣诞节、黑五、元旦等节日备货，四季度销售旺季预计海外需求将明显提升。

目前公司的主营业务仍保持“泛品+精品+综合服务平台”这种一主两辅的模式。泛品业务一直是公司运作最成熟、规模和效益最突出的业务，在公司发展中起到了“压舱石”这样的作用，每个月为公司贡献稳定现金流。目前泛品业务已处于稳定发展、精耕细作的时期了。泛品今年前三季度销售收入占跨境电商出口业务的 85%以上。精品业务是公司加强跨境电商品牌化运作的新尝试，也是公司中长期发展的重要着力点和利润增长点，主要品类为厨房家电、智能家居、宠物用品等。综合服务平台——“亿迈”，公司依托自身在泛品类业务中长期沉淀的供应链资源和信息系统优势，为其他中小卖家提供全方位的跨境电商业务服务，包括供应链服务、物流服务、数据化运营管理、一站式跨境服务培训等。亿迈从去年下半年开始正式运作，因采取轻资产运营模式，营收增长较好。对于中小卖家来说，选择我们的“亿迈”可以更低成本运营，提升效率，提升利润率，达到双赢的局面。

从行业外部环境来看，10 月美国通胀数据大幅低于市场预期，整体和核心通胀同环比均超预期改善，也是过去半年多以来出现的首次通胀超预期改善的情形。这一积极的变化，让市场似乎看到了海外消费逐步回暖的曙光。并且，近日亚马逊推出了一个“账户保障计划”，对过往简单、粗暴的封号行为进行了适当纠偏。官方称“卖家的账号加入这一计划，只要协同亚马逊解决问题，那么，账户就不会被停

用”。亚马逊此举大大缓解了卖家担心账号随时被封的恐慌情绪。总之，安心经营、合规经营才是长存之道。

公司本次员工持股计划已获股东大会审议通过，并且在原定对赌业绩的基础上提高了考核指标(提高的部分可以覆盖相应的股份支付费用):易佰网络 2022 年扣非归母净利润不低于 2.7 亿元;2022-2023 年扣非归母净利润累计不低于 6 亿元。本次计划是基于对公司未来发展前景的信心和内在价值的认可，提升参与对象的工作积极性，有效地将参与对象和公司及公司股东的利益统一，从而推动公司整体目标的实现。

二、互动提问

Q1. 公司当前在各平台销售占比情况如何?

回答:公司目前还是以亚马逊为主，占比约 85%，eBay 约 7.2%，速卖通约 4.2%，其他主流电商平台和新兴电商平台也均有销售，但占比较低。

Q2. 公司当前的成本费用构成如何?

回答:采购成本占比约 40%，平台费用占比约 20%，物流费用占比约 19%，人工费用占比约 5%-6%，成本费用构成一直以来较为稳定。

Q3. 公司目前海外仓业务情况如何? 海运与空运占比情况如何?

回答:公司目前海外仓业务已降至较低水平，剩余不到 4000 万。目前泛品业务海运与空运的占比约为 2: 8，精品业务以海运为主，海运费的下降对公司业绩提升具备较大利好影响。

Q4. 公司有制定明年的毛利率目标吗?

回答:去年由于海运费上涨以及存货跌价准备较多等原因，导致整个行业的毛利率水平均下滑。跨境电商出口行业属于充分竞争的行业，毛利率水平较为透明，公司暂未设定明年的毛利率目标，但在产品开发阶段有利润考核，利润率低的产品不会进入销售体系内，刊登定价以及销售环节也可以通过自研的“易佰云”系统动态调价把控毛

利率，未来有改善的空间。

Q5. 海外通胀、经济衰退对公司海外仓业务影响大吗？当前是跨境电商业务的快速发展期吗？

回答：公司目前的海外仓业务占比很小，从去年开始就暂停对海外仓补货了。泛品的销售情况一直比较稳定，高性价比的中国商品仍然具备很强的生命力和竞争力，而且泛品类电商，执行多品类发展的经营策略，目前开发销售的 SKU 属于有稳定市场需求而相对冷门的细分品类，未受到经济周期波动和消费需求变动的冲击。

Q6. 公司去年是否有受到亚马逊的封号影响？封号是针对精品还是泛品？

回答：去年，部分精品类跨境出口电商企业在亚马逊确实有账号被封、产品下架的情况，发生这种情况主要是刷单与刷评所致，触及亚马逊底线。公司具备合规经营意识，重视经营质量，并没有受到封号潮的直接影响。但封号事件引发了大量卖家的恐慌情绪，纷纷低价甩货，造成市场竞争加剧，产品打折销售，整个行业的利润都下降明显。

Q7. 公司如何看待跨境电商行业发展？

回答：我们认为，中国制造业的红利不会消退，高性价比的中国商品仍然具备很强的生命力和竞争力，受海外消费市场的青睐，中国电商具有先发优势以及供应链优势，其次跨境电商行业的渗透率在不断提升，行业的至暗时刻已经过去，我们相信整个行业未来具备很大的发展空间。

Q8. 公司精品业务如何选品？主要是什么产品？未来业绩占比是否会提升？

回答：公司精品业务线是独立于泛品业务的，经营思路与泛品不同。选品是通过产品经理进行市场调研，分析消费者需求和产品热销周期来确定新品种类，再与供应链进行深度合作，设计开发新的产品。精品线目前的品类主要是厨房家电、智能家居、宠物用品等。精品业务产品前期投入较高，未来将进一步提升销售额，预计明年将贡献利

润。

Q9. 公司的综合服务平台——亿迈发展情况如何？

回答：亿迈今年前三季度业绩增长较快。亿迈是轻资产的运营模式，系统在不断更新迭代，越来越稳定、完善，亿迈的合作商家也已基本度过了磨合期，公司也在通过同行推荐、线上推广以及各省市跨境电商区园、跨境电商协会推广的方式让更多的卖家认识了解亿迈。中小卖家经营成本越来越高、利润水平越来越低，通过亿迈可以实现更低成本运营，提升效率，提升利润率，达到双赢的局面。

Q10. 公司当前在亿迈的系统研发投入方面是如何规划的？与其他平台有何不同？

回答：公司在系统研发投入方面属行业前列，综合服务平台——亿迈是在公司原有的自研系统“易佰云”的基础上衍生发展出来的，简单可以理解为我们依托自身在泛品类业务中长期沉淀的供应链资源和信息系统优势，为其他中小卖家提供全方位的跨境电商业务服务，包括供应链服务、物流服务、数据化运营管理、一站式跨境服务培训等，可满足不同发展阶段的卖家的差异化需求，方便卖家灵活运营，全方位支持卖家，打造跨境电商孵化成长新模式。

Q11. 公司在研发投入方面有多大？

回答：公司专门从事系统设计开发和数据算法研究的技术研发团队约 200 人，占公司总人数的 10%。其中，数据算法研究人员约 40 人，本科及以上学历超过 90%，近 50%为硕士研究生或 985/211 院校本科毕业生，在数学、统计学、计算机等领域具有较好的学术背景及项目实践经验，主要职能是开发和研究核心算法，依托“易佰云”智能化企业管理平台，为管理层的经营决策提供以大数据和算法为支撑的指导意见。

Q12. 公司是否会加入亚马逊的账户保障计划？

回答：近日，亚马逊推出了一个“账户保障计划”，对过往简单、粗暴的封号行为进行了适当纠偏。官方称一旦“卖家的账号加入这一计划，只要协同亚马逊解决问题，那么，账户就不会被停用”。此计

	<p>划也是刚刚推出，缓解了很多卖家的封号恐慌情绪，公司会对此计划保持跟进，总之，安心经营店铺，合规经营才是长存之道。</p> <p>Q13. 未来，国内的供应链是否有被海外、东南亚等地替代的可能性？</p> <p>回答：当前国内的供应链在质量以及稳定性等方面均具有绝对的优势，东南亚等地虽然也具备一定制造业的基础，但是目前来看，国内的供应链优势以及电商先发优势保证了国内供应链的不可替代性。</p> <p>Q14. 公司未来增长的核心驱动在哪些方面？</p> <p>回答：泛品业务仍是公司业绩的压舱石，未来 SKU 将持续拓展，随着海外市场的消费回暖，泛品业务有望继续提升。公司的第二增长曲线——精品和综合服务平台，也是中长期发展的重要着力点和利润增长点，精品业务明年有望贡献利润，亿迈的营收也在快速增长，相信未来会进一步提升。</p> <p>Q15. 公司对于新兴跨境电商市场如何理解？</p> <p>回答：目前，东南亚跨境电商行业竞争较为激烈，本土有很多电商平台，也有一定体量的制造业。拉美市场的人口密度高，经济不断向好，目前电商渗透率较低，公司也在向拉美电商平台积极开展业务，未来海外新兴电商市场能够较快较好发展。</p> <p>Q16. 公司未来是否会继续增加亚马逊店铺数量？</p> <p>回答：公司目前在亚马逊开设的店铺数量充足，已足够承接公司的业务，暂未计划大量增加店铺数量。未来，公司将进一步提高精细化运营水平，不断完善升级自动化系统，实现降本增效。</p> <p>Q17. 公司产品的销售价格是否有所提升？</p> <p>回答：近年来，公司的产品售价较之前水平有所上升，公司自研的智能调价、智能刊登、智能广告、智能备货四大核心系统，可以实现批量、快速调价，确保每个 sku 实现利益最大化，在同行中具备竞争优势。</p>
附件清单（如有）	无

日期	2022年11月23日
----	-------------