

证券代码：000906

证券简称：浙商中拓

浙商中拓集团股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2022-02

投资者关系活动类别	<input type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 其他	<input checked="" type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 路演活动
参与单位名称及人员姓名	华泰证券、巨杉资产、东方红、华宸未来基金、华创证券、申万宏源、国泰君安、长江证券、中信建投、广发证券、中信证券、中金证券、海通证券、东方财富证券、张华、肖云茂、石正华、肖洪波等	
时间	2022年8月24日下午15:30至17:00	
地点	杭州	
上市公司接待人员姓名	副总经理兼董事会秘书雷邦景、中拓电力总经理徐剑楠、证券事务代表吕伟兰	
投资者关系活动主要内容介绍	<p>1：请问公司可转债实施进展以及对公司中期盈利的影响？</p> <p>答：公司可转债项目目前仍在筹备阶段。对公司盈利的影响，主要看发行完成时间、转股时间以及转股的数量，预计真正对盈利产生明显影响，可能到2023年末或者2024年初了。</p> <p>2：二季度来看，整个供应链企业的营收增速都有一些放缓，请结合行业情况解读行业目前所处的状态。</p> <p>答：从行业所处的阶段来说，目前国内供应链企业的营业收入都已经达到一定程度，此时营收所代表的经营规模和市占率在短期内的的重要性有所下降，行业对于规模的追求在减弱，转而更加注重盈利能</p>	

力；其次，从短期阶段性来看，二季度疫情原因，大宗商品市场需求及价格受到影响，对二季度营收增速也造成一定影响。

3：现在整体大环境下，大宗商品价格下跌，地产方面需求相对疲软，会对公司业务有什么影响？

答：整体大环境确实如此，受疫情和全球经济衰退影响，房地产开工量大概打了六至七折左右，从我们业务部门反映出来也是这样，经济压力是比较大的。而大部分行业的周期是跟着宏观周期走的，特别是大宗商品，不管是钢铁还是有色，大致可以判断接下来也是下行期。但是因为整个大宗供应链的市场非常大，所以关键不是担心没有业务可做，而在于做好风控。在市场下行期，小、弱、风控不好的企业会加速出清，对于服务能力强、风控好，扎实做业务服务产业的大宗供应链公司，反而可能是机会。大宗供应链公司的业务，不局限于某一区域、某一条生产线、某一品类，能调节的空间非常大，在行业、客户、区域、品类、模式上都可以做动态调整，关键还是在风控。今年下半年短期来看确有压力，但是明年可能又会有一些新气象。

4：如何通过数字化协同整合社会仓储来降低经营风险？

答：我们现在在整合全社会的仓库资源，整合进来以后，用我们数字化技术和手段，比如信息系统以及视频、电子围栏等物联网技术，强化对现场的管控，来降低货物风险。铝锭和秦皇岛港铜精矿风险事件发生后，对于管货能力强、品牌信誉高的国有企业来说，是很好的物流发展机会。

5: 托盘业务的黑天鹅频发，今年已发生的就有铝锭事件和近期秦皇岛港铜精矿事件，请问公司是如何加强托盘业务自身的风险管理？

答：这两个事件伤害了很多企业。我们觉得首先要有风险管控放在第一位的意识和文化。风险管控是一个从宏观、中观到微观的整体的体系，首先是经营理念，如果是想简单倒腾点价差、走个量、赌一把行情、做点托盘，或者逮着业务就做，这样风险一定是很多的。如果是扎实服务于真实的产业、真实的客户，为客户去创造价值，那就不一样，很多风险可以规避。不同的“起心动念”，会带来不同的风险和经营结果。中观的组织架构、制度流程、业务模式，到微观的每个客户管理、每单合同管理、每一笔资金管理和货物管理等，也都很重要，但首要的还是一个企业的经营理念和风险意识要好。

6: 大宗商品价格波动较大的形势下，如何更好的进行价格管理？

答：我们的商务模式以稳健盈利为主，通过服务产业服务客户，赚取稳定的服务收益，而不是靠博行情涨跌赚取利润。大宗商品价格波动风险的管控，主要举措在于业务模式调整、客户管理、价格管理、货权管控这四个维度。比如业务模式上以订单为导向，严控头寸，采取轻仓高周转模式；在客户管理上，严格客户资信调查、授信额度评审等防范客户信用风险；价格管理方面，在大宗商品价格剧烈波动的情况下，我们会通过快速周转现货库存并且通过套期保值对冲价格波动风险；货权管控层面，我们近年来持续打造全国性仓储物流网络，为主业提供战略性物流支撑，能够提供安全、可靠、优质、高效的物流服务，以防范货权管控风险。

7: 公司新能源业务发展非常迅速, 想请教一下新能源领域和传统大宗商品的供应链服务有哪些异同, 以及新能源领域公司的核心竞争力是什么?

答: 针对不同产业和品类, 供应链服务的本质是相通的, 包括采销、仓储、运输、加工、供应链金融、价格管理等, 目的都是帮助客户降本增效, 优化产业链整体资源配置。具体到新能源行业的特殊性, 主要表现在以下三点: (1) 新能源行业目前还没有金融衍生品作为对冲工具, 在风险控制方面和传统大宗商品有较大差别; (2) 新能源行业的周期更迭更快, 科技属性更强, 往前追溯十年, 仅光伏行业已经经历两波低谷; (3) 新能源行业对专业化服务的要求更高。

我们在新能源行业的核心竞争力主要有以下三点: 一是我们多年来积累的对产业的理解, 为产业链客户提供供应链集成服务积累的能力和优势, 以及打造的一些成熟的服务产品, 可以在新能源领域复制拓展, 同时我们积累的大宗板块上下游高耗能客户资源可以导流到新能源业务, 这些客户普遍存在新能源升级改造的迫切需求。比如中拓电力推出的“光储通”产品, 就可以充分匹配这些客户的需求, 真正实现“保姆式”新能源解决方案; 二是我们通过这几年对新能源上下游客户提供供应链集成服务, 积累了对新能源行业的理解和认知, 培育了专业化的新能源团队和与之相适配的管控体系; 三是我们在服务能力上, 已经具备较强核心竞争力, 目前我们的新能源仓库数量已达15个, 对光伏产业链的价格分析和管控已经赢得行业认可, 接下来将在加工、产品、科研加大投入, 孵化优秀的实体企业, 以拓展服务的核心竞争力。

8: 新能源产业链中客户供应链管理的短板具体表现在哪些方面? 我们作为供应链企业是怎样为它补短板的? 在新能源领域, 我们与其他大宗供应链公司相比优势在哪?

答: 我们看 2021 年新能源企业年报的时候会发现, 有一些市场关注度很高的新能源企业因为供应链整体短板导致业绩表现不佳。以固定资产投资相对不高的组件环节为例, 需要管理的主材、辅材品类多、产业跨度大, 价格影响因素复杂, 对于组件厂的供应链管理要求非常高。此外, 组件环节的上下游定价周期不匹配, 一旦远期价格波动判断失误, 很有可能侵蚀大量加工利润。而我们作为大型供应链公司, 对于库存管理、价格管理有很深的理解, 我们通过系统性的行情研究和价格判断, 能给客户提供很好的供应链管理建议, 比如预判原材料价格未来可能上涨的时候, 为客户提前做好采购, 锁定成本, 最终帮助客户实现高效便捷的供应链管理。

我们和其他供应链公司在新能源领域的比较优势主要有两点: 一是其他供应链公司目前仍以提供简单代采为主, 而我们已经提供包括采销、仓储、运输、价格管理、产业金融在内的集成服务, 以响应客户多元化需求。二是我们已开展与新能源业务相关的实体化布局, 能给客户提供质量上有保证、成本上更有优势的产品。比如我们创新开展户用平台辅料包的批发零售业务, 在降低客户成本的同时能大幅提高户用光伏的推进效率。

9: 公司做大宗供应链服务时沉淀的大量上下游客户, 如钢厂、仓库和其他制造业工厂等, 是否有屋顶光伏安装需求? 与一体化光伏

公司相比，公司有哪些优势？

答：我们的上下游客户，基本上都是高能耗客户，都有碳减排、能耗双控要求，现在公司内部做大宗供应链的业务部门所服务的客户如果要装光伏/储能电站，都由特定的业务单元来统一对接客户需求，在需求响应-资源导入-职责分工-利益共享方面我们是做的比较好的，因此内部业务协同性很强。

和一体化光伏公司相比，我们的模式是业主自投，我们给他提供全套综合解决方案，包括 EPC、运维、产业金融服务等，帮助客户解决后顾之忧。

10：请问公司对新能源业务的中长期发展规模是否有指引？

答：作为供应链企业，肯定是跟着国家经济的发展、产业的发展为各行各业服务，在业务结构上，对新的、健康的、成长性好的行业方向我们会及时调整、加大投入。目前包括光伏、风电、储能、新能源汽车等在内的整个新能源领域大约十万亿市场，市场空间不小，我们还在加速拓展期，内部资源是向新能源业务倾斜的，新能源业务占比还将继续提高，我们致力于成为新能源产业领先的供应链集成服务商。

11：请问公司储能产品的发展规划，是否会应用于便携储能、家用储能或是其他环节？

答：公司在储能领域发展规划包括两个体系，分别是工厂体系和电站集成体系。对于前者，公司已经和协能科技合资成立模组工厂，在今年 11 月份投产后，将大批量为客户提供模组和 PACK 产品，可以

	<p>应有于多元化的储能场景。协能是大型储能领域 BMS 领先的企业，我们工厂的模组产品将主要采用它的 BMS 系统，未来双方也将进行联合研发，以保证公司的储能产品在软硬件上的协同性。关于后者，我们将用半年到一年时间逐步搭建涵盖光伏储能电站的 EMS 能源管理系统，为客户提供高效专业的电站运维服务。</p> <p>12：公司是否有意拓展海外光伏市场？</p> <p>答：这两年我们有陆续开展国外业务，但总体规模不大，原因有两个方面。一是光伏和储能产品品牌认证的问题，进入海外银行融资目录的一线品牌在银行融资比例可以做到 100%，而其他二线品牌没法获得所有银行的认证要求。所以我们现在逐步往实体延伸，做自己的储能品牌产品，然后去获得海外市场的各种认证。这些认证做完之后，我们可以直接面向终端客户做销售；二是海外市场的政策风险是比较大的，甚至有时是冰火两重天，现阶段对我们来说风险可能是不可控的。我们会持续关注海外市场和政策，慢慢沉淀自己的产品，通过核心产品销售去带动其他产品的成套销售。</p>
附件清单(如有)	无
日期	2022 年 8 月 25 日