

证券代码：002640

证券简称：跨境通

跨境通宝电子商务股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：[REDACTED]

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 type="checkbox"/> 其他
参与单位名称及人员姓名	申万宏源王立平、陈泽人；东方阿尔法基金刘明、竺艺；华安合鑫袁巍、林国强、彭瀚达；大成基金张珊珊；银杏环球资本张国贤；招商银行叶海韬、王书强、常辰；国泰基金智健、樊利安；平安大华基金李蒲江；光大证券孙未未；玖鹏资产王珺杰；融通基金苏林洁；红土创新基金连肇明；登程资产于骏晨；个人股东冯永欢；华夏未来资本张力琦；安信基金肖璇；龙腾资产田慧蓝；宗唐投资瞿佳；广东锦洋投资赖硕华；银华基金孙蓓琳；招商证券孙好；西部证券刘菲；国泰君安李梓语；东吴证券詹陆雨；国信证券尹昇；方正证券吴丛露；长江证券马榕；中信证券康达、徐晓芳。
时间	2018年11月15日14:00-17:00
地点	深圳前海帕拓逊网络技术有限公司
上市公司接待人员姓名	副董事长、总经理徐佳东，前海帕拓逊董事长邓少炜，前海帕拓逊总经理刘永成。
投资者关系活动主要内容介绍	<p>Q1：希望请教帕拓逊日常产品开发，供应链管理，日常运营相关问题，及三四季度的销售情况和下一年的工作展望。</p> <p>邓总：帕拓逊前三季度业绩实现营收23.28亿元，同比增长58.92%；归属母公司净利润1.86亿元，同比增长40.77%，现金流净额0.33亿元。</p> <p>Q2：品类扩张的经验教训。</p> <p>邓总：1. 对于从未接触过的新品类仍需保持敬畏感，术业有专攻，每行有每行的瓶颈和竞争力，所以在开发初期需要更好的跟制造资源合作，不宜一开始就做深度开发。</p> <p>2. 品类的扩张需要有节制，不宜同一时间铺开很多品类，避免内部资源的争夺和不集中。</p> <p>3. 不同品类须有不同的推广运营模式，不宜一套做法覆盖所有品类。</p>

Q3：公司近期的新产品开发规划及对利润的具体影响，亚马逊更改收费后对公司产生的定量影响。

邓总：关于 FBA 配送费影响和产品开发联系。

亚马逊这个 FBA 调整，美国是 18 年 2 月底开始，欧洲是 18 年 4 月底开始，已经实施半年了，具体表现是收费的尺寸范围没有变动，对应的收费费用有增加，相对来讲，超大尺寸的产品涨的费用会比较高。一方面是费用的提升，但另一方面也是对中大型产品市场的机会，中小卖家可进入的品类受限，对我们来说，反而是一个机会，同时我们在产品的包装做了大力优化，也消减了部分涨幅的供应商越来越多，规模优势下，逐步具备了账期管理的条件。

Q4：公司有无未来部分脱离亚马逊平台的规划？

邓总：17 年下半年开始大力开发其它平台和线下渠道，19 年会加大其它渠道的布局力度。

Q5：大数据的具体运用情况及数据。

邓总：帕拓逊公司的大数据技术团队目前有多名博士硕士等高端数据人才和数据产品经理，重点为公司打造供应链自动化、运营数据化的运营系统和工具软件，目前运营软件和工具软件已经应用于公司所有业务部门，涵盖产品研发、供应链、平台运营、广告投放、售后服务、品质管理等诸多业务节点，同时已经涉及 AI 技术，准确分析消费者行为模式；大数据技术团队管理着上亿级别的海量商品、订单、客户信息数据，为业务部门进行市场分析和精细化运营提供数据支撑。2016 年到 2018 年，虽然销售业绩，订单量在不断上涨，各部门的信息处理数量直接翻了一倍，但在运营系统的支持下，人员人均效能大大提升。

Q6：中国双 11 是否对海外有节日效应？后期旺季备货的战略？

邓总：双 11 更多是速卖通、GB 等平台在做，我们相对较少，主要还是黑五和圣诞，可以说 11 月和 12 月是全年主力销售时段，销售一定要实现现金流、库存、利润的匹配，帕拓逊 9 月已经做了清仓备货，有库存风险的都有做清理。

徐总：双 11 主要是速卖通在做，亚马逊、ebay 等平台还没有做，但速卖通影响力大所以我们也跟着做，效果不错，流量能达到平时十几倍。上半年网站做了底层优化，所以双 11 没有出任何技术问题。预计后续双 11 在海外影响力有望加大，过了双 11 之后就进入黑五旺季，转化率也会提升很多。

	<p>Q7：公司未来有无引入战略投资者的计划。</p> <p>徐总：公司确实有引入战略投资者的计划，一方面战略投资者更注重公司长远的发展，更适合与公司长期合作，另一方面，战略投资者所拥有的产业运作经验和战略资源，也可以帮助公司快速成长和完善起来。但引入战略投资者需要考虑方方面面的事情，虽然确实已经在接触一些战略投资者，但公司管理层还是比较慎重的，所以这会是一件长期的事。</p> <p>Q8：行业竞争格局，公司竞争地位的变化。</p> <p>徐总：这个问题很宽泛，也非常值得探讨。总的来看，整个跨境电商行业的竞争格局可以用两个词来总结：“大行业、小公司”，行业集中度仍然比较低，有较大的提升空间。以出口为例，目前跨境电商行业中，平台模式业态内竞争格局较为稳定，亚马逊规模最大，阿里速卖通、Ebay、Wish 也可以作为国际第一梯队的代表。自营模式则仍然呈高度分散情况，市场集中度较低，每个自营平台规模与整个市场空间相比偏小，仍然存在很大的整合与发展潜力。</p> <p>公司目前业务模式涵盖进出口两个方面，致力于建立“全球买、全球卖”的供应链体系，并同时布局自营和平台两个模式、零售和分销两个领域，行业竞争地位也在飞速提升。从公司并购环球易购，踏足跨境电商行业至今，公司发展迅速，短短数年，就做到了国内跨境电商出口行业第一名。</p> <p>Q9：如何拓展品类，核心壁垒是什么？</p> <p>刘总：对于完全新的品类，例如白色家电，前期思路比较保守，通过选品、买手，发现市场对产品的需求，收集反馈产品存在哪些问题，后面投入更多研发，完成度更高，后续再逐渐切入 ODM。</p> <p>对于已有的老品：建立自己研发团队，例如音频团队上挖了行业最强的团队。在上游技术、关键物料等方面领先对手，例如核心芯片进行战略合作，技术上能够取到比对手更强的竞争力。关键物料可以直接和国际供应商保持合作联系，产品质量更强，建立绝对优势。</p> <p>Q10：需求预测及上新的节奏是怎样的？</p> <p>刘总：补货逻辑是销售每周滚动做销售计划，预计带来多少订单，作为下订单的重要参考依据，每周后端都会根据前端表现做调整，库存非常可控。例如：销售计划是 1000 个，我们会先上 500 个，如果销售达到预期，会继续上 500 个。</p>
附件清单（如有）	无

日期	2018年11月15日
----	-------------