

江苏海晨物流股份有限公司投资者关系活动记录表

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"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 路演活动 <input type="checkbox"/> 其他
时间	4月23日-28日
地点	在线交流
参与单位	长江证券、国金证券、中金公司、交银施罗德、泰康资产、新华资产、兴业基金、中融基金、大成基金、南方基金、建信基金、嘉实基金、上银基金、博时基金、银华基金、德邦基金、长江养老、太平资产、普信投资、国寿养老、泰达宏利、鹏华基金、招银理财、长江资管、阳光资产、浙商资管、新思路投资、中信建投、合众资产、平安基金、招商证券、人保资产、勤辰私募、远信私募、宁泉投资、和谐汇一资产、宽远资产、亘曦资产、锐方私募、白犀资产、杭州银行、万和证券、Franklin、Polymer、中天国富证券、上海冰河资产、华安证券、文渊资本、久御投资、上海泮杨、锐方（上海）私募、放大投资、懿宽资产、江西铂润投资、上海牛乎资产、前海聚丰、柏骏资本、中信证券、海通交运、华创证券、国海证券、华安证券、西南证券、申银万国、金股证券
上市公司 接待人员	副总经理梁智睿、投融资&投关总监余曦、财务总监吴小卫
投资者关系 活动主要内容介绍	<p style="text-align: center;">第一部分、公司 2022 年度报告及 2023 年第一季度报告基本情况介绍</p> <p style="text-align: center;">第二部分、交流问答</p> <p style="text-align: center;">1、消费电子面临周期性的压力，请问去年四季度及今年一季度消费电子及新能源汽车的营收比例结构？</p> <p style="text-align: center;">2022 年消费电子下行周期内，公司仍然实现收入 18 亿元，保持了 9.74%的增长速度，市场占有率持续提升。新能源汽车行</p>

业持续拓展服务范围，全年实现收入 3 亿元，同比增长 217.23%，占比年度内提升至 16.95%。

2、2022 年四季度及 2023 年一季度，深圳新项目对公司报表的影响如何，二季度是否会有改善？

深圳新项目自 2022 年下半年开始试产，截止 2022 年 12 月 31 日，共实现收入 7,101.34 万元，亏损 2,438.73 万元。2023 年一季度受国内消费电子行业周期性下行，产销量大幅下降的影响，深圳新项目一季度收入环比有小幅下降，但随着流程优化、效率提升等成本控制手段的实施，二季度将有所改善。

3、公司承接其它项目早期也会出现类似深圳新项目的前期亏损情况吗？

超大型制造企业的供应链物流体系的初始建设是一项复杂的系统工程，前期需要较大的投入与业务流程磨合期，项目前期策略性的亏损是正常且合理的。

深圳新项目的特殊性在于它是深圳市“工业上楼”政策下试点的智能制造与新型生产性物流项目，由于周边的仓储配套设施匮乏，这对生产性物流服务是新的挑战，需要采用更多智能仓储系统来改造“楼宇式”生产物流场景。同期，项目又受到消费电子周期性下行、工厂搬迁、疫情、春节等特殊因素影响，因此深圳新项目要远比公司承接的其它项目更为复杂，公司承接的其它项目不会出现类似的亏损情况。

4、公司 4 亿元投资海发新项目基于什么考虑，收益测算如何？

当前深圳新项目周边有限的传统仓库不适用于“工业上楼”政策下先进制造业的需求，普遍存在层高矮、承重低、利用率低、租金高、位置分散等问题，导致整体物流成本居高不下。海发项目选址毗邻客户制造园区，规划建设全智能的超高自动化立体库，并与客户生产线使用自动化传输，通过空中连廊直接对接，设计

目标为建设国内技术最先进，自动化程序最高的集约仓储与加工服务一体化基地，项目建成后将极大化提升仓储空间利用率，降低仓租成本，实现新基建、碳中和、机器换人。

海发项目由深圳市光明海发投资建设有限公司作为投资、建设主体，深圳市光明海发投资建设有限公司由深圳市光明区建设发展集团有限公司持股 51%，江苏海晨物流股份有限公司持股 49%。

5、公司现金充足，再次发定增的原因是什么？

公司本次公告并非确定要发起定向增发。根据相关法规，定增可以通过普通程序或简易程序实施，若有意使用简易程序，必须在年度股东大会做出授权。目前公司有充足的资金储备与良好的现金流，但同时也规划了较大的仓储基地建设计划。因此公司向年度股东大会提交授权简易程序定增的议案，方便在有需求时启动简易定增。

6、消费电子增速回落背景下，公司如何在上游存量市场寻求增量？

消费电子产销量出现周期下行，给品牌企业、制造企业、生产性物流企业均带来经营压力。公司主要从以下角度拓展增量市场：1、服务好现有客户，持续延申服务范围；2、开发新区域的新客户；3、延展业务能力，开发新的服务产品；4、运用科技手段持续降本增效。

7、公司在制造业加速出海的过程中有怎样的准备？

目前公司已经在泰国、德国、越南、马来西亚、印尼、菲律宾、新加坡等均地设立分支机构，并开展业务，包括跨境运输、国际货代、逆向物流等服务，随着部分国内制造企业出海设厂，开拓海外市场，公司也将跟随客户将一体化生产性物流服务延伸到海外市场。

其他	无
日期	2023年4月28日