

证券代码：301198

证券简称：喜悦智行

宁波喜悦智行科技股份有限公司

投资者关系活动记录表

编号：2023-003

投资者关系活动类别	<input checked="" 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 checked="" type="checkbox"/> 其他（电话会议） <input 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	浙商证券 曾伟 浙商证券 史凡可 珠江投资 王钟杨 浙商证券 黄章风 华商基金 李卓健 聚鸣投资 惠博闻 磐厚动量 朱维桢 大家保险 郭党钰 国寿安保 李捷 中邮人寿 朱战宇 海通证券 刘蓬勃 恒越基金 王晓明 平安养老 徐唯俊 南方基金 车育文 混沌投资 黎晓楠 丹羿投资 龚海刚 中英人寿 罗智柏 源乘投资 刘小瑛 偕沣资产 朱明瑞 中意资产 臧怡 源乘投资 李婷婷 横琴人寿 郭雅绮 浙商证券 殷铭 大成基金 黄涛 浙商证券 翁晋翀 泉汐投资 吴越 中银基金 王寒 泉汐投资 张扬 众安保险 徐文浩 弘毅远方 马佳

	合众资产 张文鹏 华泰保险 杨林夕 圆信永丰 田玉铎 人保资产 肖瑛 中宏控股 罗何秀 永赢基金 张海啸 中融基金 周桓 浙商证券 陈一 五地投资 俞天甲 混沌投资 王大平 中银资管 张岩松 浙商证券 陈姗姗
时间	2023年1月12日，9时00分
地点	公司会议室
上市公司接待人员姓名	董事、董事会秘书、财务总监 安力 证券事务代表 蔡超威
投资者关系活动主要内容介绍	<p>一、喜悦智行董事、董事会秘书、财务总监安力先生介绍了喜悦智行的基本情况，重点介绍了公司的产品布局和发展前景。</p> <p>二、公司与调研人员就以下问题进行了探讨：</p> <p>问题 1：租赁模式如何收费，如何确认收入？</p> <p>答：租赁模式分为静态租赁和动态租赁，客户根据自身需求选择。部分客户有自己的循环包装器具管理团队，物流运输团队，一般会选择静态租赁。公司根据客户使用包装器具的数量与时间，按月与客户结算。部分客户希望循环包装由公司提供运营服务，就会选择动态租赁。公司根据不同项目情况与客户签订协议后，根据周转频次与使用的包装数量，按月与客户结算。</p> <p>问题 2：公司租赁模式为客户提供定制化循环包装是否存在风险？</p> <p>答：租赁模式的循环包装以标准器具为主，同一标准体系下的客户可以通用。针对定制化包装租赁项目公司会进行更为严格的评估。首先确保客户的项目稳定，再根据客户使用周转频次、包装数量、项目周期来综合考虑是否承接项目，避免公司盲目投入可能出现的损失。公司与客户签订的租赁项目一般 3 年为一个周期，可以使</p>

项目收益得到保障。

问题 3：目前国内循环包装渗透率情况？

答：目前国内包装仍以一次性包装为主，循环包装具有较大发展空间。汽车行业较早开始使用循环包装，主机厂和核心零部件供应商渗透率较高，二级三级供应商渗透率也在逐渐提升。当客户新增产线，提升产能时会优先考虑使用循环包装，原有产线则选择合适时间切换循环包装。随着制造业的升级和降本增效的需求，对包装的标准体系建立和定制化生产提出更高的要求，有助于循环包装渗透率的进一步提升。

问题 4：客户选择使用循环包装后订单是否存在较大波动？

答：当客户新项目选择使用循环包装初期，一般涉及标准化循环包装的铺底投入和根据生产零部件定制化循环包装的采购，因此在项目初期循环包装投入较大。当项目稳定后，对循环包装的需求也趋于稳定。客户完成一个项目的循环包装投入后，会继续开展新的项目合作，包括新增产能、替代原有包装、零部件升级改款等项目，因此客户对循环包装的需求一般不会产生较大波动。

问题 5：循环包装较一次性包装的优势有哪些？

答：循环包装具有较长的生命周期可循环使用，单次使用成本更低；可根据客户需求使用防掉屑、防尘、阻燃等各种特性配方；可定制化设计造型，更好地保护零部件，提高仓储运输效率；当产品使用寿命结束时仍可以回收重新制造新产品，更具有环保性。

问题 6：公司与同行业竞争对手相比有哪些优势？

答：公司具有丰富循环包装行业经验，具有丰富的材料研发能力、结构设计能力、标准制定体系，可以高效为客户提供完善的整体解决方案。公司具有品类齐全的工艺生产能力，稳定的品质管控能力，高效的生产制造能力，及时响应客户需求。公司还根据客户的需求提供租赁服务，降低了客户使用循环包装的门槛，使更多客户

	<p>享受循环包装的降本增效。</p> <p>问题 7：家电行业与汽车行业相比，对循环包装需求的体量如何？</p> <p>答：从行业来讲，汽车行业的成品货值高，白色家电行业的成本货值低，但家电行业的产品产量远大于汽车行业，白色家电行业对循环包装需求量也相当大。公司目前在家电行业快速拓展，不断提升在该行业的营业收入。</p> <p>问题 8：公司目前业务拓展情况及未来增长展望？</p> <p>答：公司将持续深耕汽车行业，除原有客户产能和渗透率提升外，公司与更多新能源车行业主机厂及上游供应商客户取得了合作，并通过推广租赁模式服务更多零部件二三级供应商。公司在家电行业通过建立试点产线，建立样板工厂的方式已基本覆盖冰箱厂商及核心零部件供应商，未来将逐步拓展至空调等更多家电品类。酒水行业智能仓储进展较快，对标准化和定制化循环包装产生较大需求，公司将继续配合客户推进智能仓储建设，设计定制更多循环包装产品。此外，公司在果蔬生鲜、服装鞋帽、快递物流等行业布局合作，将维多行业提供整体运营包装解决方案，助力公司业绩稳步增长，全面发展。</p>
附件清单（如有）	