

2020年8月31日圆通速递投资者调研会议纪要

调研时间：2020年8月31日下午15:30--16:30

调研方式：电话调研

调研人员：长江证券、花旗银行、国开国际、中信证券、兴业证券、华泰证券、广发证券、西部证券、高毅资产、上银基金、拾贝投资、丰岭资本、国泰君安、嘉实基金、汇丰银行、广发证券、中信证券、天风交运、摩根士丹利、摩根大通、上投摩根、中金公司、浙商证券、高盛资产管理(香港)、海通国际、国盛证券、方正证券、光大保德信基金、泊通投资、恩宝资产、云杉投资、摩根资产、诚盛投资、华西证券、复星资产、玖龙资产、华泰柏瑞、金石投资、鹏华基金、富瑞金融、晨曦投资、申万宏源、承周资产、安信证券、拙朴投资、景林资产、老虎太平洋基金、瑞银证券、才华资本、博裕资本、瑞华投资、海通证券、大和资本、东兴证券、银河证券、光大证券、三井住友资管、招商银行、中植集团、新华联产业投资、泽泉投资、泓生资本、利檀投资、国信证券、斯诺波投资、青士投资、长城证券、惠理海外投资、涌峰投资、盈湃投资、万家基金、东方资管、海宸投资、中信自营、德邦资管、国金资管、远望角投资、中信产业基金、睿亿投资、九泰基金、泰康资产、景泰利丰、晓鹰投资、朱雀基金、尚诚资产、碧云资本、财信证券、华银精治、新华基金、永赢基金、国都证券、中睿合银、Macquarie、Yiheng Capital、Bernstein、Jefferies、Trivest、Prime Capital、PAG等投资者和研究员。

公司管理层：

圆通速递董事兼总裁：潘水苗

圆通速递副总裁兼财务负责人：林凯

圆通速递董事局秘书：张龙武

一、由公司管理层简要介绍公司2020年上半年经营情况及下半年经营计划

2020年上半年在新冠肺炎疫情影响的背景下，公司积极组织复产复工，坚定深耕快递主业，全面推进数字化转型，深化落实服务质量战略，加大核心资源

投入，精耕细作成本管控，经营业绩保持稳健增长。公司 2020 年上半年实现业务完成量 49.36 亿件，同比增速为 29.49%，其中第二季度实现业务完成量 32.71 亿件，同比增速为 52.47%。2020 年上半年，公司实现营业收入 145.81 亿元，较 2019 年同期增长 4.50%；2020 年上半年公司实现归母净利润 9.71 亿元，较 2019 年同期增长 12.55%，实现归母扣非净利润 8.97 亿元，较 2019 年同期增长 8.15%，其中，2020 年二季度公司实现归母净利润 7.00 亿元，较 2019 年同期增长 40.63%；实现归母扣非净利润 6.63 亿元，较 2019 年同期增长 40.23%。同时，圆通速递国际 2020 年上半年实现主要业务收入 220,130 万港元，归母净利润 9,546 万港元，同比增长超 1,700%。

在快递行业竞争较为激烈的背景下，公司业务完成量仍保持强劲增长，经营业绩表现稳健，主要得益于公司近年来持续推进数字化转型、提升服务质量、加强成本管控、优化赋能网络和强化终端建设等多维举措。

首先，公司秉承“数字化、移动化、实时化、可视化”原则，加快大数据、云计算、人工智能等推广和运用，以互联网思维运用强化技术创新驱动，积极打造并融合应用管理驾驶舱、网点管家、客户管家等数字化、移动化、可视化工具，实现日常监控直达责任业务单元，管控边界进一步延伸，管理效率明显提升。

其次，公司持续深化落实服务质量战略，夯实市场核心竞争力。通过加快信息化工具融合应用，公司服务质量加速从事后管控向实时管控、被动管控向主动管控转变，时效、服务等多方面管理目标实现了精细管控，客户服务的精准度和时效性稳步提升，客户体验逐步改善。同时，公司向终端客户分别推广客户管家、微信公众号等工具，实现公司与客户信息数据的互通共享，实时链接公司与终端客户，客户粘性逐步增强。

同时，公司持续推进全链路、全流程成本管控精耕细作，运输成本和中心操作成本保持了良好的下降趋势。2020 年上半年公司单票成本 2.13 元，较去年同期下降 0.68 元，降幅达 24.05%。其中，公司持续采取提升装载率、提高运输价格透明度、优化车辆类型等举措，实现单票运输成本 0.51 元，较去年同期下降 0.23 元，降幅达 31.26%；同时，公司继续加强人均效能管控、加大自动化设备投入及优化用工模式等，单票中心操作成本 0.33 元，同比下降 0.06 元，降幅达 15.02%。其中，2020 年第二季度公司单票成本下降超 30%，各项成本降幅更为明

显。

2020年下半年，公司将坚定深耕快递主业，强化科技创新，坚定落实服务质量战略，深化各项降本增效举措，持续加大产能扩建，不断增强综合服务能力。

二、投资者问答环节

（一）公司在单票运输成本、单票中心操作成本等方面下降的主要原因及未来的下降空间如何？

答：公司2020年上半年单票运输成本和单票中心操作成本的大幅下降主要得益于科技创新运用和各项举措的深化落实。首先，2020年度上半年公司单票运输成本下降31.26%，主要得益于公司依托先进信息系统及管理驾驶舱等信息化工具，提升车辆装载票数和装载率，并转变运输价格管理方式，推进干线运输价格透明化。同时，公司提升双边运输车辆、甩挂车辆、大型运输车辆的使用率，加大对转运中心与加盟商之间的运力统筹，推广无缝对接；由于新冠肺炎疫情影响，国家出台的各项优惠政策也一定程度上助力了公司运输成本的下降。

其次，2020年上半年公司单票中心操作成本0.33元，同比降幅达15.02%，主要得益于公司加强信息化工具在中心管理、快件分拣等环节的运用，细化管控颗粒度至岗位、人员等最小业务单元，推进全业务场景信息化、数据化，提升人均效能；同时，公司不断加大自动化设备投入布局、创新转运中心管理模式及优化、调整用工模式等，助力中心操作成本持续优化。

公司认为，随着业务量持续增长带来的规模效应、管理措施深化落实及公司数字化考核机制持续完善等，公司单票运输成本、单票中心操作成本仍有较大下降空间。

（二）快递行业下半年的竞争格局如何？公司将如何应对？

答：公司认为，2020年是快递行业由龙头竞争向寡头竞争转变的关键年份，公司将在积极应对价格竞争的前提下，加强自身能力建设、打造差异化产品与服务，完善大客户服务体系，增强客户粘性，提升自身综合竞争能力。

（三）公司2020年上半年单票重量变化情况如何？

答：从重量结构来看，公司快递包裹呈小件化趋势，2020年上半年小件占比提升明显，单票货重下降约10%。

（四）公司2020年上半年对提升服务质量采取了哪些举措？

答：公司2020年上半年持续深化落实服务质量战略定位，通过完善和管控菜鸟指数、中心质量指数、网点质量指数等考核指标提高快件时效水平及客户体验。首先，公司建立了贯穿省管理区、转运中心、末端网点及终端门店的全链路管控体系，加强关注待卸车、待拆包、应交未交、应派未派、应签未签、错分、错发、错建包等各项指标，快件中转效率明显提高，快件中转滞留显著降低。其次，公司注重快递服务安全性，强化对快件遗失率和破损率的精准管理，同时公司提升客户服务能力建设，加强投诉工单生命周期监督和管控，推行工单专属客服，客户投诉率逐步下降。最后，公司以客户体验为中心，向终端客户分别推广客户管家、微信公众号等信息化工具，实现公司与客户信息数据的互通共享，实时链接公司与终端客户，客户粘性逐步增强。

（五）随着公司竞争能力持续提升，公司未来的竞争策略如何？公司将如何平衡市场份额和利润的关系？

答：公司将紧密围绕市场需求，不断加强自身能力建设，夯实市场核心竞争力，并深度推进落实服务质量战略，精耕细作成本管控，优化产品结构，综合提升公司市场份额及利润，以实现平衡发展。

（六）公司2020年上半年各项费用下降的主要原因是什么？

答：公司2020年上半年各项费用管控成效显著，其中，销售费用小幅增长主要是拓展市场、推广共享客服所致；管理费用下降主要系公司员工结构优化，职工薪酬减少所致；研发费用下降主要系公司上半年费用化研发项目减少所致；财务费用下降主要系公司2018年公开发行的可转换公司债券于2020年3月完成转股及赎回，利息支出减少所致。

（七）公司是否会针对不同竞争者采取差异化竞争策略？

答：公司持续推进数字化转型、提高服务质量、加强成本管控、打造差异化产品体系和深化国际网络布局等均为增强自身综合服务能力，而非针对不同竞争者所采取的竞争策略。公司将秉承开放、包容的心态，学习与借鉴行业内优秀的管理、运营经验，优化运营管理，夯实市场核心竞争力。

（八）公司目前的产能储备及未来资本开支投入计划如何？

答：公司目前产能储备充足，可满足日常经营需求。公司 2020 年资本开支较 2019 年度适当提升，主要用于土地采购、加大转运中心建设、自动化设备投入、自有干线车辆购置等。

（九）公司 2020 年上半年在赋能加盟商方面的举措有哪些？

答：公司 2020 年上半年加大对加盟商业务、设备、管理及信息化系统等的支持，全面赋能加盟网络。首先，公司加强配送终端建设，持续推广建设圆通驿站，鼓励加盟商合作建立菜鸟驿站、第三方驿站或智能自提柜，提高派送效率，降低派送成本。其次，公司持续推广加盟商安装和使用小型智能化分拣设备，提高分拣操作效率，降低人工成本。最后，公司推广加盟商使用网点管家、客户管家等信息工具，助力加盟商全面实现数字化管理，提高管理效率，并提升客户服务感知，增强客户粘性。