

2021年4月28日圆通速递投资者调研会议纪要

调研时间：2021年4月28日下午15:00--17:00

调研方式：现场及通讯调研

调研地点：上海市青浦区华徐公路3029弄18号

调研人员：中金公司、长江证券、华泰证券、国金证券、国泰君安、安信证券、方正证券、汇丰前海证券、摩根士丹利、摩根大通、国盛证券、星展证券、高毅资产、嘉实基金、红杉资本、景顺长城基金、拾贝投资、中建投信托、国金自营、国寿资产、平安银行、宽远资产、富达基金、博颐资产、静远资本、招银理财、Jefferies、Alliance Bernstein、Power Pacific、Discovering Investment、UG Investment Advisers、First Manhattan、Destination等150余家投资和研究机构。

公司管理层：

圆通速递董事兼总裁：潘水苗

圆通航空业务负责人：杨新伟

圆通速递国际执行董事兼行政总裁：孙建

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年度、2021年一季度经营情况及未来经营计划

2020年公司快递业务实现业务完成量126.48亿件，同比增长38.76%，市场占有率为15.17%，较2019年度提升0.82个百分点。2018年至2020年，公司业务完成量分别为66.64亿件、91.15亿件、126.48亿件，增速分别为31.61%、36.78%、38.76%，市场占有率分别为13.14%、14.35%、15.17%，公司业务规模稳步扩大，业务完成量增速和市场占有率持续提升。2020年，公司实现营业收入349.07亿元，较2019年增长12.06%，实现归属于母公司股东净利润17.67亿元，较2019年增长5.94%。其中，公司子公司圆通速递国际实现业务收入50.48

亿港元，归属于母公司股东净利润 2.52 亿港元，同比增长超 800%；公司子公司圆通航空实现营业收入 11.93 亿元，归属于母公司股东净利润 2.16 亿元，同比增长超 200%。

2020 年，公司持续深化全面数字化转型，引领公司实现技术、业务、组织与管理等多维变革，有效降低运营成本、改善客户体验、创新业务模式。首先，公司依托先进的信息系统和数字化平台，综合大数据分析和业务运营实际，完善运能体系建设，提升车辆装载票数和装载率，动态优化中转路由，推进运价管控透明化，运能成本有效降低，2020 年公司车均装载票数同比提升超 29%，单票运输成本 0.51 元，较 2019 年同比下降 0.18 元，降幅达 26.29%；其次，公司通过数字化管理工具运用，实现转运中心的设备、人员的科学、精准管理，并不断优化、提升设备岗位效能，优化排班和考勤管理，推广全员绩效等。2020 年，公司单票中心操作成本 0.31 元，较 2019 年同比下降 0.05 元，降幅达 13.41%。整体而言，公司 2020 年成本管控收效斐然，单票快递产品成本 2.13 元，较去年同期下降 0.47 元，降幅达 18.12%。同时，公司坚定落实服务质量战略，融合应用管理驾驶舱、网点管家、客户管家等数字化工具，主动发现、精准定位、及时解决问题环节或异常节点，亦精准了解客户需求，提高服务质量，增强客户粘性。2020 年，公司快件时效达成率逐步提升向好，快件遗失率同比下降超 45%，投诉率较 2019 年下降 19%，服务质量稳步提升，客户体验不断改善。公司亦通过客户管家建立与商家客户的深度链接，为商家客户提供快件寄递、商务运营等一站式服务，升级服务体验，增强客户粘性。

公司 2020 年不断夯实基础服务网络。国内网络方面，公司持续加大基础设施建设投入，增强网络核心资产掌控力。截至 2020 年末，公司在全国范围内拥有加盟商数量 4,650 家，末端网点 38,375 个，在全国范围拥有自营枢纽转运中心 75 个，在转运中心、城配中心等共布局完成自动化分拣设备 126 套，拥有自有干线运输车辆达 3,105 辆。国际网络方面，公司国际服务网络现已覆盖 6 个大洲、150 多个国家和地区，截至 2020 年末，公司全面梳理、搭建和升级中国—韩国、中国大陆—中国台湾、中国—墨西哥、中国—日本、中国—澳大利亚、中国—越南、中国—法国等超 20 条跨境物流链路，并以自建、合作及联盟等多种方式，共完成北京、上海、广州、深圳、青岛、杭州等 30 个口岸的关务能力建设，

国际快递及国际供应链服务拓展良好，全球化综合服务能力进一步增强。航空网络方面，截至 2020 年末，公司自有航空机队数量 10 架，其中波音 757-200 共 5 架，波音 737-300 共 5 架。2020 年，公司开通、运行了烟台—东京、烟台—大阪、西安—达卡、西安—曼谷、昆明—拉合尔、昆明—卡拉奇、杭州—吉隆坡雪邦、杭州—新加坡、杭州—马尼拉、石家庄—澳门—马尼拉等多条国际航线，航线范围已基本覆盖亚洲绝大部分区域。同时，公司自有航空不断深化商业化运营，提升航空产品能力，运营效率和盈利能力均稳步提升；公司亦积极制定和实施中大型、长航程全货机引进计划，逐步调整机队规模和结构，满足中远程航线需求，增强货运航空全球化服务能力。

2021 年第一季度，公司快递业务实现业务完成量 31.45 亿件，同比增长 88.86%；实现营业收入 89.60 亿元，同比增长 61.91%；实现归属于上市公司股东净利润为 3.71 亿元，同比增长 36.69%。

未来，公司将继续坚定深耕快递主业，坚持以客户体验为中心的发展理念，持续推进全面数字化转型，加强核心能力建设，落实服务质量战略，聚焦深化成本管控，打造差异化产品与服务体系，优化机队结构与规模，增强货运航空全球化服务能力，稳步拓展国际网络和业务布局，并加快自有航空和国际货代、快递业务的协同互补和融合发展，以成为 2022 年第 19 届亚洲运动会官方物流服务赞助商为契机，逐步打造全球供应链一体化，增强公司综合服务与竞争能力。

二、投资者问答环节

（一）公司对快递行业价格竞争的展望如何？

答：近日，相关政府机构、主管部门对快递价格竞争的关注度有所提升并逐步推进立法程序，公司预期行业价格竞争的激烈程度或将有所缓解。后续，公司将继续加强核心能力建设，深化全面数字化转型，落实服务质量战略，聚焦深化成本管控，打造差异化产品与服务体系，提升综合竞争能力。

（二）公司 2020 年成本管控的成效如何？对未来成本管控的预期如何？

答：2020 年公司推进全面数字化转型，加强运能成本和中心操作成本的精准管控，成效显著。2020 年，公司单票成本 2.13 元，较去年同期下降 0.47 元，

降幅达 18.12%，其中，单票运输成本 0.51 元，较去年同期下降 0.18 元，降幅达 26.29%；单票中心操作成本 0.31 元，较去年同期下降 0.05 元，降幅达 13.41%。

未来，公司将持续以数字化、信息化管理工具为抓手，持续深化各项降本增效核心举措，提高车辆装载票数、装载率与运价透明度，动态优化干线路由，并加大自动化设备投入，优化设备效能，提升人均效能，深度挖掘成本降幅空间，推进运输成本和中心操作成本进一步下降。

（三）公司 2020 年的资本开支情况如何？未来的资本开支计划如何？

答：公司 2020 年资本开支合计约 52 亿元。2021 年公司预计资本开支仍将适当提升，主要用于土地采购、转运中心建设、自动化设备布局、自有干线车辆购置、中大型和长航程全货机引进等方面。

（四）公司推进全面数字化转型的优势有哪些？

答：首先，公司历来高度重视信息化建设，自 2009 年起持续投入大量资金，开发拥有自主知识产权的快递服务运营系统——“金刚系统”，核心的“金刚系统”拥有丰富数据采集、全程数据跟踪等优异系统基础；其次，公司运用互联网思维，并积极应用先进技术，基于大数据分析，建立健全了覆盖中心管理、中转运输、客户服务和网络管理等环节的统一数据中台，并打造适用于不同管理岗位、层级和单位的移动管控终端，持续推进信息数据互联互通、功能应用同步，管理运营效率提升明显。同时，公司近年来不断加大研发投入，自上而下推进全面数字化转型，享有专业科技公司、国家高新技术企业及国家工程实验室等优势科创平台，聚集了专业人才与团队，全面、有力地推进了公司数字化转型。

（五）公司未来将如何打造差异化产品与服务？

答：公司将在现有网络和产品体系下，逐步推出部分时效精准、服务优质的差异化快递产品，建立全链路环节专属通道，实现部分快件优先揽收、中转、运输和派送，并综合应用数字化管控系统，实现末端精准派送；同时，公司将打造统一的总部客户服务团队，提供标准化、智能化客户服务，并实行超时赔付，提升客户服务体验，为客户提供时效更稳定、服务更优质的快递产品与服务。

(六) 公司认为在开展国际业务方面的优势是什么？

答：公司近年来深入践行国际化发展战略，现已形成完善的国际网络布局，圆通速递国际在全球 18 个国家和地区拥有公司实体，在全球拥有 46 个自建站点，业务范围覆盖超过 150 个国家、超过 2,000 条国际航线，国际网络覆盖优势明显。

公司积极开展与跨境电商平台等的深度合作，梳理、搭建和升级了中国—韩国、中国—日本、中国—越南、中国—法国等超 20 条跨境物流链路，并以自建、合作及联盟等多种方式，共计完成北京、上海、广州、深圳、青岛、杭州、嘉兴等 30 个口岸的关务能力建设，公司已具备较强的国际快递全链路服务能力。

公司深度参与国际供应链建设，推进优异的货物运输代理业务稳定运营并实现转型升级，逐步推出供应链、转运集运、手提寄送等供应链及其延伸服务，相关业务目前拓展情况良好，业务规模稳定增长。

同时，圆通航空现自有机队数量 10 架，航线范围基本覆盖亚洲绝大部分区域，机队规模与结构亦在逐步优化，为圆通速递国际业务的协同发展奠定了坚实的运力基础。公司成为 2022 年杭州亚运会官方物流服务赞助商，亦为国际业务的发展提供了良好战略发展机遇。

(七) 公司自有航空未来的发展规划如何？

答：随着国际、国内航空货运市场的蓬勃发展，公司将积极制定并实施中大型、长航程全货机引进计划，逐步优化自有航空机队规模和结构，加快海外航线网络覆盖，提升国际航空货运能力，进一步推进自有航空参与国际供应链建设；公司将持续加强与电子产品、汽车配件、航材等高端制造业的业务合作，深度拓展自有航空的商业化运营，优化产品与客户结构，提升自有航空利用效率和盈利能力。同时，公司亦将加强与圆通速递国际的协同互补，并强化与阿里巴巴集团等的战略合作，共同推进航空货运、国际网络及供应链等的共赢发展，促进自有航空货运业务的持续稳定增长。

(八) 在市场竞争激烈的情况下，公司如何同步实现成本管控、时效提升、打造

差异化产品与服务等多个目标？

答：公司认为，上述目标均是公司提升综合服务能力的重要组成部分，并不相互冲突和矛盾。公司将加强自身能力建设，持续推进全面数字化转型，通过数字化管控工具聚焦深化成本管控，提升快件时效，保障寄递安全，并逐步打造差异化产品与服务，夯实市场核心竞争力，实现平衡发展。

（九）公司后续将如何应对行业竞争？

答：公司将持续全面推进数字化转型，加强核心能力建设，坚定落实服务质量战略，聚焦深化成本管控，打造差异化产品与服务体系，夯实市场核心竞争力；公司亦将积极深入布局全球快递服务网络，拓展国际市场，并发挥自有航空优势，加快自有航空和圆通速递国际货代、快递业务的协同互补，逐步打造全球供应链一体化，增强公司综合服务与竞争能力。