

德邦物流股份有限公司

2021年6月投资者关系活动记录表

编号：2021-002

<p>投资者关系活动类别</p>	<p><input checked="" type="checkbox"/>特定对象调研 <input type="checkbox"/>分析师会议</p> <p><input type="checkbox"/>媒体采访 <input type="checkbox"/>业绩说明会</p> <p><input type="checkbox"/>新闻发布会 <input type="checkbox"/>路演活动</p> <p><input type="checkbox"/>现场参观</p> <p><input type="checkbox"/>其他（请文字说明其他活动内容）</p>
<p>参与单位名称及人员姓名</p>	<p>贝莱德中国、中国投资有限责任公司、惠理海外投资基金、泰仁资本、刚睿资本、摩根大通6家共计8人</p>
<p>时间</p>	<p>2021年6月9日星期三 10:40—12:30</p>
<p>地点</p>	<p>上海市青浦区徐泾镇徐祥路316号</p>
<p>上市公司接待人员姓名</p>	<p>董事会秘书缪衍先生，投资者关系部负责人黄金龙先生</p>
<p>投资者关系活动主要内容介绍</p>	<p>第一环节：简单参观转运场</p> <p>向投资者讲述德邦转运场经典的三层立式分拣系统及操作，与传统小件快递企业中转设备、货物品类的区别等</p> <p>第二环节：与机构投资者沟通公司业务情况</p> <p>1、 介绍公司业务基本情况</p> <p>德邦成立于1996年，以航空货代起家，早年航空货运，受腹仓资源、天气等各方面的限制，稳定性较差，客户服务无法保证。所以在2001年公司开始进入公路运输领域，2004年首创“精准卡航”产品，可以看做是零担行业的“时效件”产品，快速占领零担物流中高端市场，2008年公司推行标准化服务理念，通过“产品+标准化服务”在2010年成为中国零担领域的龙头企业。2013年公司战略转型，进入快递领域，聚焦3-60kg的大件快递细分市场。2018年我们大件</p>

快递业务收入破百亿，实现对零担业务的超越成为公司第一大业务，目前大件快递是公司战略发展业务，也是公司收入的主要增长点。

德邦业务由快运业务、快递业务、其他业务三块组成，目前营收的结构是：快运占比 35% 左右、大件快递占比 60%、其他业务不到 5%。快运业务：快运为公司传统成熟的业务，过去 2-3 年收入和盈利能力保持一个较为稳定的状态，收入规模维持 100-110 亿左右。快递业务：德邦进入的是大件快递这个细分市场，从公斤段上看是 3-60kg 这个范围的市场，市场增长的来源主要通过 2 个方面：一、电商消费升级带来大件商品的线上化，例如家电、家具品类，大家的感受是比较明显的；二、中小企业成本管控及信息化水平的提升，逐步减少商品的流通环节，传统厂商-代理的分销模式，逐渐被直销模式取代，层级减少、频次增加，单个包裹变小。在市场的变化下，公司大件快递业务保持相对稳定良好的增速。

2、 Q&A 环节

(1) 快运/大件快递/小件快递的差异？

- ①公斤段划分：传统快递 0-3kg（平均 1kg 左右）、大件快递 3-60kg（平均 10kg 左右）、快运 60kg 以上（德邦零担业务平均 180kg）
- ②客户群体上：小件快递企业则主要是 B2C 或者 C2C，大件快递的客户 B2B、B2C、C2C 都有（德邦大件快递收入中 40% 来源于线上电商平台，60% 来源于线下专业市场、中小型制造业等），快运企业主要是 B2B，中小型制造业之间的物流；
- ③运营管理上：东西越小标准化程度越高，规模效益也越明显，毛利率也会更高，所以对企业的运营上的精细化管理要求会相对更低些。

(2) 公司业务面向的主要客户类型及面向客户的优势

①**客户特点**：快运业务的客户以中小制造企业为主，德邦定位的是中高市场，客户产品相对来讲货值会更高一些，核心需求是标准化服务和运输品质，所以对物流价格没有那么敏感。从行业类型来看也比较分散，占比最高的是机具体器，其次电子电器、服装纺织、食品烟酒、建筑建材等分部较为均匀。

大件快递业务也是线下 B2B 为主，但 B2C 业务占比相对快运业务有了较大比例提升，线上占比相对传统快递企业也低的多。客户也更加分散，鞋服箱宝、生活日用、机具仪器、家具等占比相对比较均衡

②**产品优势**：1) 品牌优势：德邦的快运产品经过 25 年的发展，在物流领域 B 段客户之间积累了丰富的经验与良好的口碑。2) 运营优势：在盈利能力上，目前快运行业中，德邦有较高的盈利水平；在运输品质上，破损率行业较低水平；在时效上，我们快运的时效及准点率处于行业领先水平。

(3) 德邦的单价为什么可以保持这么稳定？

①从市场来看，通达系的电商快递市场，客户的核心需求是网络、时效、价格，产品同质化严重，规模效应又非常明显，以价格换市场是非常有效的手段。德邦是大件市场，客户属性更偏向小 B 企业，客户行业属性比较强，货物标准程度较低，每个行业都有特殊性需求，所以相比价格，客户在服务、品质上的需求更强，客户有定制化需求，物流产品也有一定的差异性②从

	<p>公司经营策略来看，基于大件市场的特性，公司经营策略是以交付驱动为核心，通过提升服务、品质，让客户享受最具性价比的服务，这也是变向的降价。</p> <p>(4) 如何看待安能物流上市？是否会对德邦造成影响？</p> <p>首先安能的上市能提高市场对快运行业的关注度，也有助于德邦的估值水平回归到合理水平，对行业来说是件好事。另外，在快运市场，分层已经比较清晰了。直营模式定位中高端市场，加盟模式定位中低端市场。</p> <p>(5) 未来业务发展规划？</p> <p>①快递业务：过去我们更多提供的是标准化的大件服务，但在大件快递市场，因为客户行业属性较强，所以除了标准化服务，还有非常多的场景化服务（例如：家电、家具的末端安装、服装行业的全国门店调货等），所以未来我们将通过加强场景化服务，让快递业务保持更有质量的增长；②快运业务：过去公司核心发展的是大件快递业务，所以在快运上资源一直在压缩，造成德邦在快运业务的领先优势在缩小，目前随着快递业务逐步成熟，我们将加大快运业务的资源投入，通过运营模式的优化，重新建立在快运市场的领先优势，让快运业务重回增长；</p>
日期	2021 年 6 月 10 日