

2021年10月20日圆通速递投资者调研会议纪要

调研时间：2021年10月20日下午15:00--16:00

调研方式：电话调研

调研人员：国泰君安、中金公司、长江证券、国海证券、高毅资产、淡水泉投资、招商资本、红杉资本、高盛集团、摩根大通、摩根士丹利、IDG资本、汇丰银行、花旗银行、中银国际、博时基金、大成基金、富国基金、景顺长城基金、中国人寿、渤海人寿、中国外贸信托、中银基金、南方基金、国寿安保基金、华夏基金、火星资产、和谐汇一、招商证券、兴业证券、华泰证券、申万宏源、安信证券、海通证券、中信证券、广发证券、华创证券、西南证券、东吴人寿、日本第一生命保险、瑞银投资、君和资本、正心谷资本、观富资产、华夏未来资本、阳光资产、大家资产、新华资产、安信基金、惠理基金、Cisa、Daiwa、BernsteinJefferies等超200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

圆通速递董事局秘书：张龙武

一、由公司管理层简要介绍公司 2021 年三季度经营情况及四季度经营计划

2021年第三季度公司快递业务完成量42.30亿件，较去年同期增长25.71%；前三季度快递业务完成量116.41亿件，较去年同期增长40.24%，高于行业平均增速近4个百分点，市场占有率为15.16%，公司市场竞争力持续提升。

2021年第三季度，公司单季度营业收入110.47亿元，同比增长24.98%，归母净利润3.08亿元，扣非归母净利2.92亿元，第三季度业绩同比降幅环比第二季度显著收窄。同时，2021年8月、9月，公司单票价格逐月回升，经营情况逐步改善。

近期，国家及部分地方政府出台了一系列监管政策和指导意见，推动快递行业持续健康发展。快递行业亦普遍积极响应以上监管政策及指导意见的号召，2021年9月1日起，快递行业公司普遍上调派费，切实提高业务员投递报酬，

保障业务员权益，短期内快递行业的价格竞争态势预计将有所放缓，并逐步由价格竞争向价值驱动转变。2021年9月下旬以来，主要快递公司相继发布了区域内规范快递市场服务价格的通知，提升快递服务的单价，行业价格持续回归合理水平。公司认为，随着快递价格的逐渐回升、竞争重点的转变，未来行业的整体盈利水平将逐步改善。

2021年四季度，公司将做好旺季保障各项工作，并继续坚定践行服务质量战略，深入落实全面数字化转型，以数字化管控思维持续提升公司服务质量和成本管控能力，改善全程时效，努力提升客户体验。

二、投资者问答环节

（一）公司第三季度菜鸟全程时长排名稳居行业前列，采取了何种举措？时效的改善将如何对公司经营产生影响？

答：公司时效的改善得益于数字化转型带来的管理能力提升。2021年，公司深入攻坚快件全程时效管理及服务质量提升，依托数字化管控工具加强快递服务产品的精准分析和管控，揽派、转运时长持续下降，全程时效明显改善。

公司认为，全程时效是衡量快递服务的重要指标，将直接影响企业的市场份额和定价能力，公司时效精细化管理能力的提升有利于公司优化客户结构，提升产品定价能力。

（二）2021 第三季度公司业务完成量同比增速高于行业平均增速，经营过程中，公司采取了哪些举措？

答：2021年，公司持续推进全面数字化转型，坚持以客户体验为中心，高度重视服务能力的建设，快件时效、服务质量、客户体验持续改善；公司深度挖掘市场差异化需求，完善客户分层、产品升级，精准匹配客户日益多元的快递产品与服务需求。同时，公司深化、完善市场营销各项举措，实施精准营销，并持续向合作伙伴和其上游客户推广客户管家应用，增强客户粘性。因此，2021年第三季度公司业务完成量增速高于行业平均增速。

（三）公司 2021 年前三季度成本管控的成效良好，对 2021 年第四季度及 2022

年的成本管控预期如何？

答：公司持续聚焦深化成本管控，运用数字化管理工具，在新冠肺炎疫情期间国家出台的各项优惠政策取消和成品油价格回升等影响下，公司单票快递产品成本管控取得了良好成效。

未来，公司将持续应用数字化管理工具，深化各项降本增效核心举措，提高车辆装载票数与运价透明度，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，依托管理能力提升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。

（四）公司未来资本开支投入有何计划？

答：快递行业的资本开支具备阶段性特征，公司未来会根据现金流及盈利状况，适度控制资本性开支，匹配公司业务发展情况，避免过度投资而导致的成本浪费。

（五）今年快递行业旺季涨价情况与往年有何不同？后续价格走势预期如何？

答：此前，行业价格竞争较为激烈，各快递企业整体的网络稳定性、盈利能力都承受了较大压力。近期，国家及部分地方政府出台了一系列监管政策和指导意见，规范快递行业非理性竞争行为，推动行业持续健康发展，快递行业价格竞争态势有所放缓，竞争策略亦逐步由价格竞争向价值驱动转变。

公司认为，在行业价格竞争回归理性和竞争重点逐步转变的前提下，本次旺季提价政策将具备一定的可持续性，行业整体的营收和盈利水平将逐步改善。

（六）公司将采取何种举措促进市场拓展？

答：公司通过全面推进数字化转型赋能产品升级，全方位提升服务质量及客户体验，进而打造差异化产品体系。首先，公司通过数字化管理工具加强对快件全程时效、投诉率、遗失破损等各项指标的精准管控，有效改善快件时效，健全规范操作体系，保障寄递安全；同时，公司通过信息化管理工具不断强化客户服务能力建设，完善客户分层、产品升级，逐步建立差异化、多元化的客户层级与产品体系，精准匹配客户日益多元的快递产品与服务需求，增强产品定价能力。

（七）近期出台并将于明年3月施行的《浙江省快递业促进条例》，对快递公司的服务和运营有何影响？将如何影响快递末端配送模式？

答：公司认为，《浙江省快递业促进条例》的出台和施行，有利于规范快递行业的非理性竞争行为，促进快递行业的持续、健康发展，公司将积极贯彻执行相关规则和要求，为消费者提供优质、高效的快件寄递服务。

同时，近年来，随着快递行业业务规模的不断扩大，末端配送趋于智慧化、多元化，现阶段，智能快递柜、共同配送、快递公共投递站、快递超市（驿站）、智能信报箱等多种配送形式已逐步推广，服务形式和产品明显丰富。公司积极关注行业发展，亦不断加强多元化配送终端建设，推进末端服务数字化、智能化转型，同时逐步要求业务员在征得消费者同意的情况下为其提供差异化的配送服务，并加大终端配送服务的考核监控，实施精准派送等措施，进一步提升客户体验。

（八）在监管政策的驱动下，快递行业竞争回归理性，公司后续将如何应对行业竞争？

答：公司认为，在国家监管政策陆续出台的背景下，行业竞争环境将向好发展，价格竞争或将有所缓解，并逐步由价格竞争向价值驱动转变。公司将积极落实监管政策的决策部署，维护快递行业健康、理性发展，并将坚定深耕快递主业，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，提高精细化管理能力，提高快递产品及服务的定价能力，夯实市场竞争力。

（九）公司将采取何种举措提升快递产品及服务定价能力？

答：快递产品及服务的定价能力主要依托成本端和收入端的不断改善。公司将持续以数字化管理工具为抓手，持续深化各项降本增效核心举措，优化设备效能，提升人均效率，深度挖掘成本降幅空间，推进各项成本进一步下降；同时，公司亦将不断改善快件时效，提高服务质量，提升客户体验，并主动优化客户结构，增强快递产品及服务的议价能力。

公司认为，提升快递产品及服务的定价能力核心依靠企业数字化的能力。公司近年来的全面数字化转型已初见成效，未来也将继续推进和实施。

（十）现阶段竞争环境下，公司具备何种竞争优势？

答：近年来，公司全面推进数字化转型，已构筑较为领先的数字化管控系统，实现技术、业务、组织与管理等多维变革，精细化管理能力明显提升，有效降低运营成本、改善客户体验、创新业务模式，快递产品及服务的定价能力逐步增强，市场竞争力显著提升。

同时，公司抢抓国际航空货运市场发展机遇，积极拓展自有航空的商业化运营，加强自有航空的市场拓展能力建设，并积极制定、执行中大型、长航程全货机引进计划，逐步优化机队规模和结构，自有航空的运营效率和综合服务能力显著提升。公司亦通过收购圆通速递国际获得了诸多国际物流领域的专业化、国际化人才和覆盖全球的干线运输网络。截至目前，圆通速递国际全球货代服务平稳运行，并逐步为跨国大型企业提供全球供应链服务；快递业务发展趋势良好，业务规模和营收收入逐步扩大。未来，公司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，增强综合服务与竞争能力。