

# 2022年4月27日圆通速递投资者调研会议纪要

**调研时间：**2022年4月27日下午15:30--17:30

**调研方式：**电话调研

**调研人员：**高盛集团、摩根大通、高毅资产、易方达基金、嘉实基金、博时基金、摩根士丹利、瑞士信贷、南方基金、大成基金、汇添富基金、淡水泉、景林资产、拾贝投资、宽远资产、瑞银资管、国寿养老、泰康资产、和谐汇一、太平资产、浦银安盛、长江证券、国海证券、花旗、美银美林、景顺投资、复星集团、美国银行、UBS、Oxbow、Macquarie、Wellington Management、Jefferies、CLSA、Alphahill Capital、中金公司、安信证券等260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年度、2022年第一季度经营情况及未来经营计划**

2021年公司快递业务完成量165.43亿件，同比增长30.79%，超过行业平均增长水平，占全国快递服务企业业务量的15.28%，市场份额提升0.11个百分点。2021年公司实现营业收入451.55亿元，同比增长29.36%，实现归母净利润21.03亿元，同比增长19.06%，其中，圆通速递国际实现归母净利润1.45亿元，圆通航空实现归母净利润2.73亿元。得益于业绩增长及良好的快递业务模式，公司2021年度经营性现金流净额40.68亿元，同比增长16.53%。

2022年第一季度，公司快递业务完成量37.13亿件，同比增长18.05%。公司实现营业收入118.28亿元，同比增长32.00%，实现经营性现金流净额9.80亿元，同比增长361.60%；实现归母净利润8.70亿元，扣非归母净利8.21亿元，同比增长141.88%。

3月份以来，公司根据各地政府疫情防控政策，积极调整业务运营消化外部不利因素的冲击，从3月下旬开始，公司业务量开始逐步恢复，4月以来持续恢

复提升。截止目前，公司业务发展相对稳健良好。

2022年，公司将继续坚定深耕快递主业，以规范化、标准化、信息化为工作指引，持续推进全面数字化转型，深化落实服务质量战略，聚焦精益生产，推进全网一体数字化、标准化建设，强化成本管控精细化管理，不断增强产品定价能力，打造差异化产品与服务体系，提升品牌溢价，提升盈利能力，并深化国际航空联动、协同发展，深化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）公司如何看待快递行业的发展前景？

答：公司认为，快递行业具备广阔的发展空间。首先，作为新经济的代表产业之一，快递行业的业务规模足够大；其次，行业规模效应、网络效应显著，资产壁垒较高；同时，加盟制快递行业业务模式优异，应收账款及存货较少，现金流较为充裕。

2021年，快递行业实现业务量破千亿、业务收入破万亿的里程碑式发展，各项监管政策的陆续出台，行业经营环境明显改善，主要快递服务企业的竞争策略逐步由价格驱动向价值驱动转变，单票价格亦逐渐企稳回升，行业价格持续回归合理水平。快递行业未来将从“做大”向“做强”转变，逐步迈入高质量发展新时期。

### （二）公司如何看待行业未来的竞争格局演变？

答：快递行业近年来维持稳定快速增长，主要快递服务企业持续增强核心资源掌控力，精细化管理能力明显提升，市场竞争力日益显现，中小快递服务企业和部分快递品牌逐步退出市场，未来，主要快递服务企业市场份额持续扩大，行业集中度将进一步提升。

随着行业监管政策的引导以及头部企业经营策略的转变，以往的恶性价格竞争已不可持续，在价格相对稳定的态势下行业将会产生分化，管理能力强和服务品质优的企业将会脱颖而出。

### （三）2021年公司基本完成客户结构的调整，2022年将会采取何种竞争策略，

### **持续提升竞争力？**

答：2022年，公司将在保持市场份额稳定提升的前提下，持续深化落实服务质量战略，提升公司品牌溢价，提升盈利能力。具体而言，公司将通过持续改善快件时效，减少快件遗失破损，继续提升服务质量；通过优化客服制度和投诉处理机制、构建直营客服团队及推广客户管家和智能客服应用等持续改善客户体验；通过精细管控单车装载票数、强化运价透明化管控等降低运输成本，通过提高效率、提升人均效能等降低操作成本，通过推进财务系统、智能客服等全网应用，降低加盟商运营成本，促进全网一体持续降本增效。

### **（四）公司2022年数字化转型层面将会着重在哪些方面发力？**

答：近年来，公司坚持科技引领战略，进一步发挥数字化管理优势，培育数字化基础竞争力。2022年，公司将进一步拓宽数字化应用范围，从业务运营数字化向职能管理数字化拓展，全面提升职能部门管理效率，助力公司全面由经验管理向数字化管理转变；公司将拓展数字化应用领域，深度挖掘信息与数据的价值，并将大数据与语音识别、图像识别、机器视觉等智能技术深度融合，推动公司信息管理系统由数据呈现向智慧决策转变。同时，公司将加速推进数字化转型赋能加盟网络，对加盟商财务系统、运营系统、管理系统等全方位赋能，积极推进全网一体数字化、标准化进程，全面提升加盟网络综合竞争力。

### **（五）2022年公司推进数字化赋能加盟商的进展如何？加盟商的接受程度如何？**

答：公司以加盟商数字化系统建设为基础，对加盟商财务系统、运营系统、管理系统等全方位赋能，着力打造“非直营的直营化体系”，提高加盟商决策效率、提高全网管理能力和服务质量，降低全网运营成本，综合提升加盟网络竞争力。截至目前，公司数字化赋能加盟网络进展顺利，加盟商对财务系统、智能客服等系统的使用意愿和接受程度十分积极，推进进度远超公司预期，数字化管理工具覆盖率快速提升。

### **（六）公司2022年第一季度盈利表现较为优异，主要的原因有哪些？**

答：公司2022年第一季度的盈利表现较好的主要原因为（1）快递行业单价

2021年11月开始普遍上涨，2022年第一季度快递产品与服务单价较2021年四季度旺季上涨后保持了相对稳定；(2)在服务质量提升和用户体验改善的基础上，公司于2021年年底逐步完成客户结构的调整和优化，2022年第一季度客户结构明显改善，毛利水平显著提升。

**(七) 近期，油价上涨幅度较大，对公司单票运输成本有多大影响？**

答：公司以数字化管理工具为抓手，通过持续优化产品结构、加强车辆现场装载管理、改善车型和结构，持续提升单车装载票数，并动态优化干线路由，强化运价透明化管控，实现运输成本的精细、精准管理。通过管理效率的提高和管理能力的增强，油价上涨对公司单票运输成本的影响可控，没有导致公司单票运输成本的上升。

**(八) 公司认为未来成本管控的策略主要是什么？对2022年成本管控的预期如何？**

答：公司认为，快递行业规模效应对成本的改善将边际递减，未来成本的改善将主要依托技术进步和管理改善。

2022年，公司将持续聚焦深化成本管控各项举措，以高度整合的数字化系统赋能精细管理，精准管控总部、省管理区、转运中心、加盟网络全链路、全流程成本，实现全网一体降本增效，深度挖掘成本下降空间，提升加盟网络整体盈利能力。

**(九) 公司2021年资本开支的情况如何？未来的资本开支计划如何？**

答：公司2021年度资本开支合计约55.6亿元。目前，公司产能储备充足，核心资产配比良好，预计2022年开始，公司资本开支规模会逐步收窄，主要投向包含土地采购、转运中心建设、自动化设备、飞机及运能购置等。

**(十) 东南亚制造业投资增长较快，请介绍下公司在东南亚市场的布局情况。**

答：公司以“跟着国家战略走出去”、“跟着跨境电商走出去”、“跟着华人华企走出去”为指导原则，聚焦RCEP成员国、东南亚等国家和地区，深度参与国

际供应链建设。截至目前，公司充分发挥国际化竞争先发优势，开拓多条覆盖东南亚的国际货运航线，并积极拓展东南亚快递服务网络，逐步优化覆盖东南亚等地区的跨境物流全链路产品与服务。随着国际全链路服务能力的持续增强，公司对未来东南亚区域经贸发展带来供应链的业务增长充满信心。

**（十一）公司对航空和国际业务的发展战略规划如何？**

答：2022年，公司将持续深化国际化发展战略，充分发挥在国际化发展上具备的国际人才储备、国际业务积累及自有航空资源等先发优势，稳步拓展国际网络布局，依托遍布全球的服务网络及自有航空等资源优势，以“中国连世界、世界连世界”为发展路径，加强同国内大客户的深度合作，积极发展国际专线，重点提升国际快递及包裹服务与国际供应链物流能力，实现国际、航空业务联动、融合发展，深入打造全球供应链一体化。