

证券代码：002120

证券简称：韵达股份

韵达控股股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2023-004

投资者关系活动类别	<input checked="" type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 路演活动 <input type="checkbox"/> 其他
参与单位名称及人员姓名	中金公司、中信证券、浙商证券、长江证券、华创证券、兴业证券、海通证券、国海证券、国君交运、汇丰前海、申万证券、中信建投、UBS 交运、花旗证券、美银美林、摩根大通、高盛证券、博时基金、富国基金、汇添富、南方基金、万家基金、兴全基金、易方达、永赢基金、圆信永丰、招商基金、泰康资产、长江养老、中国人寿养老保险、中金期货、半夏投资、碧云资本、沅京资本、高毅资产、海创基金、宽远资产、瓴仁基金、普信基金、泉果基金、睿郡资产、睿远基金、拾贝投资、正心谷、中欧瑞博、中信产业投资基金、中信资管、朱雀基金、鸥翎投资、中银国际、摩根士丹利、摩根资产、Goldman Sachs Asset、Greenwoods Asset、UBS O'Connor Limited 等 107 家机构共 163 位投资者。
时间	2023 年 4 月 25 日（周二）
地点	电话会议
上市公司接待人员姓名	1、董事、副总裁符勤先生 2、董事会秘书杨红波先生 3、证券事务代表何强先生 4、投资者关系高级经理汤伟伟先生 5、投资者关系经理柳正罡先生
投资者关系活动主要内容介绍	本次投资者交流会包含公司发展情况介绍和投资者现场问答环节，具体情况如下： 公司董事会秘书杨红波先生首先介绍了 2022 年度、

2023 年第一季度主要经营和财务指标情况。

2022 年度：

业务量方面，公司全年完成业务量 176.09 亿件，市场份额达 15.92%，行业排名位列第二位；

收入方面，2022 年下半年公司保持以“服务引流”为核心的竞争策略，得益于服务时效、服务质量的恢复，不断改善客户结构和包裹结构，包裹的品质持续优化。2022 年公司实现营业收入 474.34 亿元，同比增长 13.65%，其中：快递服务收入 449.57 亿元，同比增长 14.01%；

利润方面，公司实现归属于上市公司股东的净利润 14.83 亿元，同比增长 1.62%；实现归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润 13.89 亿元。单票快递业务毛利 0.21 元，同比上升 22.10%。其中第四季度实现归属于上市公司股东的净利润 7.18 亿元，同比增长 3.21%。

2023 年第一季度：

业务量方面，公司第一季度完成业务量 38.27 亿件，同比下降 11.21%；

利润方面，公司归属于上市公司股东的净利润 3.59 亿元，同比上升 2.96%；实现归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润 3.45 亿元。

公司就投资者在本次调研中提出的问题进行了回复：

1、公司 2022 年第四季度毛利率、净利率方面同比环比均有明显提升，请问公司是通过哪些措施实现的？

行业层面，每年第四季度行业供需关系发生变化，受电商平台购物节集中引导，线上消费需求增长旺盛，叠加第四季度货品种类更加丰富，补偿性消费强劲有力、必须性消费稳步释放、可选性消费弹性较大，共同促使行业包裹量和价格稳中向好。

公司层面，自 2022 年 8、9 月份以来，公司大力开展稳网络、稳服务、稳客户工作，深入推进“网格仓”等末端基础设施建设，不断提升末端服务能力，优化路由，提升全网服务能力、运营效率，快递服务履约交付质量稳步回复。同时，公司积极改善客户结构和包裹结构，带动公司单票毛利、毛利率和单票净利上升，也彰显了公司网络底盘的质量和韧性。

2、观察到 2023 年第一季度，公司管理费用、销售费用有明显收窄，在费用控制方面，公司有哪些持续性措施？

基于对行业发展方向趋势性判断、对自身未来发展道路的审慎思考，公司适时进行战略聚焦，对快递周边业务进行一定程度收缩优化。第一季度，公司四项费用同比全降，下降规模约 1 亿，尤其管销费用优化成果更加明显，同比、环比双降，其中：管理费用同比下降 20.17%，环比下降 13.69%；销售费用同比下降 5.14%，环比下降 14.64%，各项周边业务优化改善措施仍在有条不紊地推进中；研发费用优化方面，公司将设置专班专岗专人强化对科技创新的管理，从项目可研、产品立项、研发投入、在研测试、成果转化、销售管理等全过程进行精细化跟踪管理；财务费用方面，公司也将优化资产、资本结构。随着各项调整优化措施的推进与落地，各项降费通道已经打开。

3、公司下一步发展战略和业务经营是怎样规划的？

今年公司将深入贯彻“全网一体、共建共享”的发展理念，以科技创新、精细化管理为驱动，践行“绿色快递，智领未来”的发展观，实施“聚焦主航道”的发展战略，把快递主业的提质增量作为最核心工作来抓。

业务经营上，公司通过动态优化调整经营政策，多维赋能加盟商，全网聚焦、聚力、聚势，共同将快递主业从市场规模、运营质量、服务水平、全程时效等维度做到行业明显

领先，回到“既与市场价比价格，更与同行比服务”的策略上来，一方面，不断促使优质客户回流、提高有质量的包裹比例、持续优化包裹结构，做大收入端服务溢价的规模；另一方面，将激发全网经营信心和竞争能力，全面赋能加盟商拓展客户、拓展业务量；同时，通过合理的业务量增长，利用与可比同行资本开支的“错周期”优势，提升全网产能利用率、资产周转率和车辆装载率，发挥规模效应、边际效应，陆续把核心经营成本费用降到合理区间，公司有信心重塑成本领先优势。

4、最近感觉小区的驿站里韵达的包裹明显增多，请问近期公司做了哪些经营调整？

经营政策方面，为适应当前行业高质量发展的要求，公司坚持“全网一体、共建共享”的发展理念，目前公司正全面梳理、不断优化一揽子经营政策，破除影响提质增量的堵点，紧紧围绕客户多元化需求，激发加盟商发展意愿和拓客能力。

数字化方面，公司正转变工具使用思维，从管理工具向经营工具转变，树立“软件即服务”、“数字化即经营”思维，从强化快递生命周期数字化入手，陆续开发完善了客服管家、分拨管家、网点管家、客户管家等数字化经营工具，全面提升全链路网络能力。

经营方面，春节以来，公司客服、网管、操作、路由等核心经营单元和部门，在全国大区、省区、加盟商开展运营提升培训，将服务标准化、业务揽派、文件管理、分拨操作、发车时效管理等作为重点提升工作，通过一流的网络建设，为商家、客户和每一个消费者提供更优质、更便利的服务。初步来看，经营政策调整的效果正在显现。

5、今年行业的业务量公司怎么看？

随着超预期因素逐步消退，叠加电商平台多元化发展

形成网络购物新生态带动电商渗透率进一步提升。具体来讲，我们觉得至少还有几个积极因素将促使快递包裹量不断释放：

一是在电商平台多元化大背景下，各大平台随着“流量均衡化”、“GMV 均衡化”和购物车模式差异，促使增量包裹释放；

二是直播带货等新兴电商模式在满足广大消费者生活必须消费的同时，又具有满足精神需求的可选消费特点，实质是为兴趣买单，具有爆款效应，相当一部分包裹是创造出来的需求；

三是随着国家“乡村振兴”战略的实施，“快递进村工程”持续推进，仓储、物流、快递基础设施不断往县域、乡镇、行政村延伸，同时正在探索“邮快合作”“交邮合作”模式，将促使农村人口线上购物频次持续上升，人均包裹量还有很大提高空间；

四是农产品上行还将继续，持续丰富城镇居民农产品购物的需求品类和频次。

在以需求为引导、投资创造就业、居民收入稳步增长大背景下，叠加 2022 年行业低基数因素，乐观预计 2023 年行业寄递业务量增长可能有两位数。

6、前段时间行业价格略有波动，请问公司对今年行业价格怎么看？

自 2021 年下半年以来，随着行业规范发展和各类鼓励高质量发展措施的推进，我国快递产业发展环境迎来新局面，快递企业由单纯价格竞争转向服务竞争、价值竞争、产品力竞争，更加关注服务品质持续改善及时效提升，产品分类、服务分层、高质量发展才是快递行业发展的趋势和重心。因此，基于监管托底、消费者服务需求多元化、电商平台提升末端服务、提高客户粘性等多重角度考虑，快递行业

	<p>还是延续过去的运行规律和运行态势——在淡季时，出于供给需求关系的变化以及网络均衡性的考虑，市场价格可能有正常波动；在进入业务旺季时，快递企业为保障服务时效和服务质量，采购部分临时产能导致的临时成本上升，一般会与客户友好协商。所以，我们预计，2023 年不太会出现比较大幅度的行业价格波动，总体平稳。</p>
附件清单（如有）	无
日期	2023 年 4 月 26 日