

中国外运股份有限公司投资者关系活动记录

日期及时间	2023年10月30日-11月30日
公司接待人员	财务总监 王久云 副总经理、董事会秘书李世础 证券事务代表、资本运营部总经理卢荣蕾 资本运营部副总经理 李春阳 资本运营部 东冉
机构名称	中金公司、博时基金、易方达基金、中国人寿、光大保德信、银华基金等
投资者关系活动类别	<input checked="" type="checkbox"/> 公司现场接待 <input checked="" type="checkbox"/> 电话接待 <input checked="" type="checkbox"/> 其他场所接待 <input type="checkbox"/> 公开说明会 <input type="checkbox"/> 定期报告说明会 <input type="checkbox"/> 重要公告说明会 <input type="checkbox"/> 其他
主要调研内容	<p>1、 公司对未来海运供需及运价趋势怎么看？ 海运市场，从供给端看，随着新船交付市场，市场运力供给较为充足。而需求端，自2022年下半年以来，欧美等地区受高通胀、去库存压力等因素综合影响，总体消费能力减弱，需求恢复还有待全球经济复苏、消费需求回暖。2023年前三季度，中国出口集装箱运价综合指数(CCFI)持续低位运行，1-9月综合指数均值较去年同期下降近70%。尽管船公司联盟通过控制运力投放可以在一定程度上调节供需失衡，但如果需求端不发生结构性变化，集装箱海运运价短期内可能继续在低位波动。</p> <p>2、 公司海运代理的市场份额是否有变化？ 海运代理市场规模并无明确的市场数据，但该市场充分竞争，较为分散且门槛较低，市场份额会随海运市场周期而有小幅度波动，但整体市场竞争格局并无明显的趋势性变化。</p> <p>3、 公司对未来空运供需及运价趋势怎么看？ 从供给端看，今年以来随着商业航班的逐步恢复，航空运力供给已经在逐步增加。未来随着国际航线客机腹舱的进一步恢复，预计至明年空运运力供给还将继续得到释放。全球航空货运需求取决于海外跨境电商市场以及高端制造相关的空运需求情况。运价方面，空运运价自2022年下半年开始逐渐回落，至2023年三季度已经接近2019年水平，而第四季度是传统旺季，10月以来随着圣诞节、双十一、黑五等节日的到来，需求增加，空运运价环比有所上涨。</p> <p>4、 前三季度公司空运业务量呈现了较好的增长趋势，公司对空运业务未来的发展规划以及四季度展望是怎样的？ 未来公司将坚持“新型承运人”模式，以多种形式构建并掌控核心运力池及关键物流资源，实现“一站式”供应链解决方案。公司从2019年开始通过包机、包板、包舱等多种方式掌握空运可控运力，能够帮助公司为客户提供更加稳定、确定性更强的</p>

物流服务，满足客户在复杂环境下的业务需求。

由于有圣诞节、双十一、黑五等节日，因此四季度是空运市场传统旺季，公司将紧密跟踪客户需求，为客户提供稳定的干线及物流服务。

5、公司海运代理的利润主要来自哪些服务？公司如何提升单箱利润水平？

公司海运代理业务不提前锁定运价，因此运价波动会对收入产生同向影响，但对板块利润影响有限，海运代理板块分部利润主要来自为客户提供的货代服务。

在单箱利润提升方面，以往公司海运业务更多是提供单环节服务，因此单箱毛利水平较低。2021年下半年，公司对单一环节、利润率较低的业务进行了部分取舍，同时努力提升多环节业务箱量，海运业务单箱毛利逐渐提升，未来公司将继续努力延长服务链条，从存量业务中挖掘增量服务和利润。

6、公司提升多环节业务占比需要在哪些方面进行提升？目前进展是怎样的？

近几年公司在持续提升多环节业务占比，未来还有很大提升空间。一方面，公司需要不断提升干线货源和资源掌控能力、海外端建设及海外操作能力；另一方面，中国企业的海外发展及产业链结构调整及其在国际贸易供应链中的话语权的增强，也将给中国物流企业带来更多的机会，这一点在空运市场中已经得到很好的印证。

7、跨境电商市场整体增长较快，一些电商平台加速布局和渗透率的提升，带动了电商物流的快速发展。公司怎么看中东和拉美市场？如何拓展？

中东和拉美电商市场近几年增长较快，公司在欧洲、中东和拉美的空运布局都相对较早，例如在中东已经在开展清关、仓储、地面配送等服务，未来将紧跟客户需求努力拓展在上述地区的业务规模。

8、公司如何看待直接客户？是否会持续提升直客占比？

不论是直接客户还是间接客户对公司的业务发展和提升都十分重要。公司将通过标准化产品吸引更多中小规模客户，为大客户提供定制化的物流服务，延长服务链条，不断加深与客户合作。

9、前三季度公司合同物流业务量取得双位数增长，显示了较好的韧性，如何做到的？公司对合同物流业务量的增长预期是怎样的？

前三季度，公司合同物流业务量同比增长17%，主要来自消费品及零售、汽车及工业制造、医疗健康等细分领域。公司合同物流客户多为行业头部客户，客户黏性较高，业务相对稳定，因此在正常市场情况下波动较小，未来公司将努力保持合同物流业务量的稳定增长。

10、前三季度公司归母净利润的下滑主要是汇兑收益同比下降，具体情况是怎样的？

前三季度公司汇兑收益同比下降，主要是由于公司持有美元净资产（如应收账款、应付账款等，非固定资产），今年前三季度美元兑人民币汇率的增长显著小于去年同期，导致汇兑收益同比下降。

11、公司的派息政策是怎样的？

公司没有派息指引。自2003年在香港上市以来公司一直保持了稳定的派息，近几

	<p>年派息率均在 30%以上，2021 年达到 36%，2022 年派息率超过 40%，今年上半年公司每股派息金额同比提升 45%。公司未来将继续根据经营情况、资金安排等统筹考虑派息事宜，与股东分享公司经营成果。</p> <p>12、 公司对回购是怎么考虑的？</p> <p>2022 年公司进行了 A 股回购，是用于股权激励，目前已经回购的股份覆盖了第一期前两批行权的股份数量，剩余部分公司将根据股权激励整体行权期安排择机进行回购。</p> <p>公司 2022 年在股东大会授权范围内回购了约 1.06 亿股 H 股股份，2023 年股东大会继续批准了公司 H 股回购的一般性授权，公司将在股东大会授权范围内根据市场趋势、资金情况等择机决定。</p> <p>13、 公司 REITs 申报进展如何？预计何时可以完成发行？</p> <p>公司于 2022 年 6 月披露了开展基础设施公募 REITs 申请发行工作的公告，本次拟入池基础设施项目共 6 处，分别位于昆山、无锡、金华、天津、成都，资产（包括仓储和办公楼）面积约 30 万平方米。由于涉及多个监管部门审批，时间上存在一定的不确定性，公司将全力推进。如有重大进展，公司将按照上市地上市规则的相关规定履行信息披露义务。</p> <p>14、 公司的资本开支情况及未来兼并收购的重点关注区域、业务类型等是怎样的？</p> <p>过去几年公司每年资本开支约 20 亿元人民币（不含兼并收购），主要是用于物流基础设施建设和改造升级、物流设备采购等。未来，公司将继续关注是否需要加强核心资源获取，如大湾区、长三角、北上广深等地区。</p> <p>未来并购目标将重点围绕东南亚、中东等地区，主要关注可以对公司海外端网络形成有效补充、增强海外属地运营能力的标的。在欧洲地区，公司将充分利用 KLG 集团作为平台，适当对经营以及业务资源进行小规模补充。但兼并收购取决于市场情况、谈判进展等多方面因素，具有不确定性。</p>
附件	无