

中国外运股份有限公司投资者关系活动记录

日期及时间	2024年3月25日
出席管理层	执行董事兼总经理 宋嵘 财务总监 王久云 副总经理兼董事会秘书 李世础 副总经理兼首席数字官 高翔
机构名称	中金公司、华泰证券、申万宏源、中信证券、中银国际、汇丰银行、瑞银证券等
投资者关系活动类别	<input type="checkbox"/> 公司现场接待 <input type="checkbox"/> 电话接待 <input type="checkbox"/> 其他场所接待 <input type="checkbox"/> 公开说明会 <input checked="" 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. 公司的新型承运人模式具体指什么？</p> <p>中国外运将以「新型承运人」模式引领产品通道建设。水运方面，干线端持续加强与核心船公司的战略合作，在东南亚、欧洲等重点线路上提升对干线运力的掌控能力。在两端加强与重点港口的合作，共同推进集疏运体系的建设，并围绕海外重点地区提升端到端服务能力。加强与内贸船公司的合作，将沿海、沿江、内河、运河等「毛细血管」的集疏运体系建设纳入到战略级别工作中。空运方面，加强运力掌控模式的优化，进一步强化与核心航司的战略合作。干线端积极布局中东欧、中南美、东南亚和中等新兴产业地区航线；在两端重点围绕杭州、深圳、香港等国内基地及海外重要枢纽节点形成有效的集疏运体系。保持空运业务在亚洲的领先地位。陆运方面，在稳住国际班列现有市场占有率的基础上，进一步提质增效。构建全网运营体系，建立产品标准体系；加大对陆运口岸资源的投入，并在沈阳、长沙等核心枢纽加快集疏运体系建设。汽运方面，努力实现规模的持续增长和运力的可控管理，形成汽运通道的市场竞争力。聚焦推进集约化管理，构建更丰富可控的运力资源并实现降本增效；继续扩增重点线路规模；持续深化自有 SDCC 汽运平台系统建设。</p> <p>2. 公司海运业务的利润率 2023 年在市场运价下行的环境下仍在提升的原因是什么？</p> <p>公司一直在提升主营业务的核心竞争能力，以往公司海运业务更多是提供单环节服务，最近两年公司开始通过延长服务链条、数字化转型等举措提升多环节业务箱量，逐渐提升海运业务的利润率以及单箱利润水平。</p> <p>另一方面，公司海运代理业务干线段不是提前锁舱的模式，运费按照即时市场价与客户、船公司结算，因此收入会受到运价的影响；但利润方面主要与业务量、服务链条长短、市场情况等有关，因此在运价上升时利润率水平承压，运价下跌时反之。</p>

3. 管理层刚才也有提到，受红海局势影响，2024年年初海运费有明显上涨，运价上涨对公司海运代理板块利润的影响是怎样的？

从2023年四季度到2024年一季度，红海局势对海运运价产生了一定影响，导致至欧洲地中海以及到美西整体的海运价格上涨，但市场整体供需关系没有发生根本性变化。阶段性的价格波动，可能会对这些航线的收入有短期的影响，但是看中长期还是要回归到整体的市场供需关系。

对于公司来说，海运代理业务的收入和成本都会受到运价波动的影响，而板块利润则与业务量、服务环节、市场情况等多种因素有关。

4. 公司在年报中提出将深化与内贸船公司的合作，公司海运代理业务中内外贸箱量占比大约是多少？

目前公司海运代理业务中，内贸业务占比在10%左右。

国家提出了公转水、公转铁的发展方向，同时我们的客户在绿色物流、优化供应链结构方面有了更多需求。2023年，公司与内贸船公司加强了相关合作。从业务量来看，2023年公司内贸的订舱量增幅达到两位数，与核心船公司、内贸船公司的业务量也大幅增长。

5. 公司空运代理和跨境电商物流的划分标准是什么？

公司划分空运代理和跨境电商物流以所提供的服务内容为准。提供传统货代服务的在航空货代，其他放在电商板块。

如果电商客户交给中国外运的是大件货、要求中国外运提供的服务内容是航空货代大件货的操作，就被划在航空货代；而包含电商货操作服务（以电商小包为主）的业务，在地面操作、报关、派送以及时效等方面与传统货代大件货是有区别的，放在电商板块。

6. 中国出口跨境电商（如到美国、欧洲等）增速很快，如何展望公司未来的空运业务？

过去几年，中国跨境电商市场保持了较高速度的增长，中国外运的空运业务也受益于市场的发展得以逐步扩大。我们认为未来几年跨境电商市场整体仍将保持增长，但增速可能不会像过去几年那么高；同时国际贸易以及跨境电商市场整体对物流成本的极致要求，也可能影响公司空运业务的增速。

7. 跨境电商平台推出的全托管模式，对公司的业务影响是怎样的？

全托管模式是跨境电商平台推出的一种创新服务模式，为卖家提供一站式的销售解决方案。与传统模式相比，以往需要商家承担的备货、定价、仓储、物流、售后等均由平台承担。在这种模式下，平台承担了选品、客服、物流仓储等服务，卖家主要关注产品的质量和供应就可以，很大程度上降低了中小卖家的进入门槛。

全托管模式可能会使得平台在供应链和物流中的话语权进一步加强，通过规模化货量，进一步压低第三方物流企业的利润率。我们可以通过“新型承运人”模式，干线上资源可控、两端提派履约能力增强，以长交付来提升盈利性。

8. 管理层刚才也有介绍，2023年公司在荷兰新投入9万平米作业场地。未来公司的资本开支计划中，海外和国内分别是怎样的方向？

近几年公司的资本开支每年约20-30亿元人民币，主要是购买土地、基建项目投资；除此以外还有一些小规模兼并收购方面的开支。未来公司将围绕新型承运人模

式，从保障供应链安全性稳定性的角度出发，充分响应战略核心客户和产品通道建设的相关需求。

2024年中国外运将围绕打造“新型承运人”模式，充分响应战略、核心客户和产品通道建设需求，在粤港澳大湾区、长三角、京津冀等国内核心区域的关键点位进行查漏补缺式布局，进一步优化国内资源布局，打造“通道+枢纽+网络”的资源保障体系，通过自主可控的资源形成安全、稳定的物流供应链体系，保障极端情况下物流运输通道安全畅通。

海外兼并收购方面，未来公司并购目标将重点围绕东南亚、中东、拉美等地区，主要关注可以对公司海外网络形成有效补充、增强海外属地运营能力的标的。但兼并收购项目的进展取决于价格、市场、谈判等多方面因素，具有不确定性。

9. 2023年公司其他收益中的物流业财政补贴同比增长较多，原因是什么？未来的持续性如何？

公司其他收益主要是来自班列、包机以及网络货运平台业务获得的政府补贴。政府补贴情况与货量、补贴政策等相关，截至2024年第一季度政府补贴政策没有出现重大的变化。

10. 公司过去的派息率在35%左右，今年提升到50.4%，如何展望未来的派息率？

自2003年在香港上市以来公司一直保持了稳定的派息，近几年派息率均在30%以上，2021年达到36%，2022年派息率超过40%，2023年公司经营业绩稳定增长，现金流情况良好，全年派息率超过50%。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。

11. 公司直接客户占比有多高？

2023年公司核心直接客户收入占比持续保持在40%以上，未来公司还将继续加大直接客户的开拓力度。

12. 当前随着中国制造业的出海，近几年有很多行业制造商的海外物流需求，想问一下公司的合同物流有没有随着客户出海为客户提供海外物流服务？公司2023年在海外端布局有哪些进展？

合同物流已成为公司在海外地区的主要业务之一。东南亚、中东、欧洲等海外地区都是公司重点布局地区，并且公司已经为中国行业头部企业在海外的第三方物流服务商。

公司2023年在东南亚启动泰国新仓的建设，在新加坡、马来西亚等国持续开设城市级/地区级分支机构；在迪拜启动世博会中国馆运营，进行迪拜南城自贸区项目建设；在欧洲新投入9万平方米的作业场地。

13. 公司REITs申报发行的进展如何？

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，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。

14. 公司股权激励计划申请的授予股票期权总量为总股本的 10%，未来是否会继续推出？

公司 2022 年 1 月 24 日股东大会表决通过公司股票期权激励计划，股票来源为公司回购的 A 股股票，授予的股票期权总数为 7,392.58 万股（约占公司总股本的 1%）；2024 年 1 月进入第一个行权期（共三个行权期，每个行权期一年），目前第一个行权期行权条件已成就。长期激励有利于形成股东、公司与员工之间的利益共享与风险共担机制，提高核心人员的积极性。后续公司将根据实际激励情况择机作出后续安排。

15. 去年公司提出要进行数字化转型这，目前的进展是怎么样的？

中国外运数字化转型的总体方针是“重构业务、重塑运营、重建组织、科技赋能”，其本质是整合包括客户关系、操作能力、物流资源和信息系统等在内的各种生产要素，通过调整流程、组织、机制等来构建新型的生产关系，促进生产力的发展，激发更强的发展动能。转型目标是通过运营转型和组织变革，实现业务转型、能力提升和业务规模增长，最终达成全网运营。中国外运的数字化转型是一个需要长期坚持的过程，过程中需要立足当前业务经营管理实际，逐渐重塑运营体系；也需要面向市场需求，从供给侧重构中国外运骨干网络、提升全网协同交付水平并培育韧性供应链服务能力。

16. 2023 年公司在科技研发还有创新方面取得了哪些进展？未来的发展方向是怎么样的？

中国外运持续落实“场景+科技”“客户+科技”的创新战略，加快推动物流科技研发及产品化、规模化、体系化应用，按照“新型承运人”模式优化完善了水、陆、空、汽业务操作系统，全面提升信息化应用服务能力；持续开展人工智能、自动化、算法等前沿技术与业务场景的融合应用，将新技术以人机协同或环节自动化的方式嵌入到实际业务流程中，显著提升一线操作与运营效率与服务水平，提高业务操作的准确率与及时性，改善客户体验，推动行业实现提质降本增效。

截止目前，公司取得的创新成果有：青骓物流长途干线自动驾驶里程突破 115 万公里，在行业内继续保持领先；完成视觉盘点机器人研发及应用，填补了行业空白；成功试点上线「虚拟员工+员工」、智慧叉车、自动装车等多项物流科技成果，形成覆盖综合物流全场景的智慧物流技术服务能力。2023 年，中国外运申请专利 29 件，软件著作权 8 件；截至 2023 年末，公司累计被授权专利 192 件（含发明专利 58 件）。

未来，公司将持续优化科技创新环境、深化前沿技术与物流场景的融合，跟踪行业技术发展趋势，重点关注人工智能大模型在物流场景的研发与应用，加快推动物流科技研发及产品化、规模化、体系化推广应用，与更多头部客户联合共创，建设一批行业创新产品及解决方案，形成一批知识产权。

附件

无