

证券代码：002468

证券简称：申通快递

申通快递股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2024-001

投资者关系活动类别	<input type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input checked="" type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 路演活动 <input type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 其他（请文字说明其他活动内容）
参与单位名称及人员姓名	兴业证券、天弘基金、汇丰晋信基金、高盛公司、高毅资产、富国基金、汇添富基金、巨杉资产、正心谷、泉果基金、朱雀基金、和谐汇一、长江证券、申万证券、广发证券、国海证券、中信证券等 120 家机构合计 160 位投资者
时间	2024 年 4 月 25 日 15:30-16:30
地点	电话会议
上市公司接待人员姓名	1、副总经理兼财务负责人梁波 2、董事会秘书郭林 3、IR 负责人何敏
投资者关系活动主要内容介绍	<p><b>一、公司管理层介绍 2023 年度及 2024 年一季度经营情况</b></p> <p>2023 年，公司秉承“正道经营、长期主义”的发展理念，坚定“打造中国体验领先的经济型快递”战略目标，坚持“业务规模、服务体验及利润”三驾马车并驾齐驱、均衡发展的经营策略，持续深化“数智化运营、精细化管理”，公司顺利实现了在业务量、时效质量及盈利能力方面的稳步提升。具体来看：</p> <p>在业务量方面，2023 年，公司完成业务量 175.1 亿件，同比增长 35.2%；市场份额约 13.3%，同比提升近 1.6 个百分点。</p> <p>服务体验方面：公司围绕“发申通，好快省”的品牌战略，持续加强自身能力建设，完成了 37 个产能提升项目和 18 个改造优化项目，新增购置高速交叉带分拣机及高运力干线车辆，产能吞吐能力从常态日均 5,000 万单提升至 6,000 万单；在产能提升</p>

的同时，我们聚焦网点运营、数智化产品开发以及时效诊断，提升客户服务质量。2023 年公司时效质量提升效果显著，其中月度最快揽签时效已缩短至 44 小时左右，与头部同行的差距显著缩小。

### **2023 年业绩方面：**

公司实现营业收入 409.2 亿元，同比增长 21.5%，其中快递收入 391 亿元，同比增长 20.0%。2023 年，单票快递收入 2.23 元，同比有所下降，主要受到公司货品结构改善、均重下降以及实施市场政策精准投放等综合因素影响。

公司营业成本 392.1 亿元，同比增长 21.8%，其中快递成本 375.7 亿元，同比增长 20.4%，单票快递成本 2.15 元，同比下降约 11%。公司持续推动精细化运营管理和数智化能力建设，继续发挥单量增长带来的规模效应，在降本方面取得了积极成效。

另外，公司销售、管理、研发、财务费用占营业收入比重从 2022 年的 3.5%降低至 2023 年的 3.2%，期间费用得到有效管控。

2023 年，公司实现归母净利润 3.41 亿元，同比增长 18.4%，扣非归母净利润 3.39 亿元，同比增长 9.9%。

2024 年一季度，公司完成业务量 45.87 亿件，同比增长 36.7%；实现归母净利润 1.90 亿元，同比增长 43.2%；扣非归母净利润 1.86 亿元，同比增长 48.7%，经营情况实现一个良好的开局。

## **二、公司就投资者在本次说明会中提出的问题进行了回复**

### **1、公司如何看待接下来的行业单量和价格走势，行业增量主要来自哪里？**

**回复：**随着直播电商、兴趣电商、社交电商等电商新模式兴起，消费者需求逐步从货架电商的“人找货”向社交类电商的“货找人”迁徙，流量转化率以及消费的频率大幅上升，零售需求也迅速向线上转移。统计局数据显示：2023 年实物网上零售额同比增长 8.4%，网购渗透率提升至 27.6%。接下来，从用户时长、消费品类、体验升级、基础设施完善、网购性价比优势等方面看，电商的渗透率仍有较大的提升空间。

除此以外，随着快递公司通过自动化设备投入、数字化建设等不断完善物流基础设施，持续提升履约效率，改善服务体验，均有利于便利消费者选择快递寄递服务。

因此，在宏观经济增速符合预期的大背景下，我们预计 2024

年快递行业单量有望保持两位数增长。2024 年一季度行业实现业务量 371 亿件，同比增长 25%，展现出较好的增长韧性。

价格方面，2024 年以来行业出台“快递新规”等政策鼓励并引导行业朝着高质量发展，快递公司注重服务质量和差异化能力的建设，也更加重视经营的可持续发展，快递价格竞争强度有所缓解。因此，我们认为今年的价格将保持相对稳定，但存在淡旺季等季节性价格波动。

**2、公司对于未来行业格局的展望？基于行业预期，公司会采取怎样的竞争策略应对？**

**回复：**2023 年中国快递行业单量达到 1,320 亿件，再创历史新高，为全球最大的快递市场。结合当下，快递企业也高度重视高质量可持续发展，不断提升自己的管理效率和运营能力，改善消费者服务体验，增强自身的核心竞争实力。因此，我们认为短期内行业格局会保持相对稳定。

2024 年，公司仍会坚持“业务规模、服务体验及利润”三驾马车并驾齐驱、均衡发展。业务量是快递行业的基础，公司在业务量方面的目标是实现高于行业业务量增长率。2024 年，公司定位为“聚焦体验年”，继续聚焦全链路时效提升以及服务质量改善，基于数智化管控工具以及业务规模提升的视角实施精细化管理。

**3、公司 23 年单量仍保持较高增速，请问公司未来对于单量和利润如何平衡？**

**回复：**2023 年公司快递单量 175.1 亿件，同比增长 35.2%，增速表现还是比较优异的。从行业的发展趋势来看，通过“快递新规”等一系列政策，促使行业竞争重心从价格竞争转向价值竞争；从用户端来看，终端消费者越来越重视快递产品的服务质量及客户体验，对于快递行业的需求亦从基础服务转向精细化服务，快递公司推出产品分层和服务分层。

在利润方面，公司追求盈利的稳步增长，通过改善收入、降低成本以及管控费用来拓宽利润空间。

**4、2023 年单票成本下降明显，公司采取了哪些措施降低成本？**

**回复：**2023 年，公司快递业务单票成本 2.15 元，同比降幅达到 11%。主要基于以下原因：

(1) 持续推进三年百亿产能提升项目，2023 年随着南宁、

泰州、贵阳等产能提升项目投产后，全网常态化产能已经达到6,000万单以上；同时，公司推动加盟网点投入自动化设备236套，总投资金额2.86亿元，全网产能规模均有大幅提升，产能利用率充分，规模效益明显。

(2) 分拣成本方面：优化转运中心布局，截至2023年底，公司拥有直属转运中心71个，通过路由动态调整、增加直达路线占比等措施，使中转次数下降；截至23年底，拥有交叉带分拣设备240套，通过引进侧滑式分拣机提升小件及异形件处理效率、开发多层超高速交叉带及班组计件工具，促进转运中心的人效、时效、坪效提升。

(3) 运输成本方面：2023年底，公司自有干线车辆约5,992辆，同比增加1,166辆；同时，持续推进线路拉直及战略性开线等动作，并根据线路维度的货量上涨的实时监控，前置化将三方运力替换为自有运力，用更大方量的挂箱来替换小方量的挂箱。通过货量前置预警，优化运力结构，持续提升自有车运能占比。

(4) 派送成本方面：随着公司单量快速上涨，末端派件的密度有所上升。同时，公司通过网络政策精准投放，持续推动派费精细化，派费成本同比下降10%，进一步缩小跟同行的差距。

### **5、公司2024年的产能规划和资本开支是怎样的？**

2024年，公司根据行业及公司的件量预期合理制定产能规划，年内常态吞吐产能有望提升至日均7,500万单以上，会有数个枢纽级的转运中心迎来交付，包括长沙、常熟、合肥、金华等；同时，公司会进一步强化多种形式的定制开发交付，尝试拓宽合作渠道，与主流物流地产商、产业互联网平台、区域性龙头企业等公司强化合作，拓展中转场地供给渠道，2024年资本开支预计仍维持在超过20亿元的水平。

### **6、我们关注到资本市场对分红越来越重视，那公司接下来在分红方面有什么规划？**

2023年，在公司业务量稳定增长，盈利稳定提升的情况下，公司计划向全体股东每10股派发现金红利0.20元（含税），现金分红总额预计3,000万元左右，同时公司积极实施股票回购。

展望未来，公司会结合快递行业的需求情况、公司所处的格局位置、自身的盈利状况，综合资本开支计划和流动资金需求，制定相关股东回报规划，不断提升对投资者的回报。

附件清单 (如有)	无
日期	2024. 04. 25