

德邦物流股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2024-006

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	中金公司、长江证券、兴业证券、海通证券、景顺长城基金、星展证券、招商证券、西部证券、苏州云阳宜品投资管理有限公司、平安养老保险股份有限公司、圆信永丰基金、宝盈基金管理有限公司、信达澳银基金管理有限公司、交银施罗德基金、博时基金管理有限公司等 50 家机构共计 62 人。
时间	2024 年 8 月 16 日（周五）
地点	电话会议
上市公司接待人员姓名	董事会秘书黄金龙先生、证券事务代表韩爽女士
投资者关系活动主要内容介绍	<p>第一环节：2024 年半年度业绩及经营情况说明</p> <p>1、营业收入：24 年上半年，公司营业收入为 184.5 亿，同比增长 17.5%。其中，从业务角度，快运收入 166.4 亿，同比增长 21.1%，占收入比为 90.2%。从货量角度，上半年不含整车业务、网络融合的快运业务货量 603 万吨，同比增长约 8%。</p> <p>2、经营业绩：24 年上半年，公司归母净利润为 3.33 亿，同比增长 37.1%，扣非归母净利润为 1.98 亿，同比增长 51.0%。公司上半年经营业绩保持了持续的改善，主要得益于内部各环节的资源效能提升、成本费用节降、网络融合等降本提效项目的有序推进。目前公司各环节的产能利用还有进一步提升空间，下半年如果货量能有更快的增长，公司在成本效率上有望持续改善。</p> <p>成本费用具体分析如下：</p> <p>(1) 人工成本：占收入比为 39.0%，同比下降 6.4 个百分点。主要原因：首先，收派环节，随着收派人员四轮车占比的提升及片区更合理的划分，人均收派效率在持续提升；</p>

中转环节，随着网络融合的推进及内部操作流程优化，中转人均操作效率提升。其次，随着末端网点的转型升级，一线文职人员也在转型。最后，现有收入结构的变化，高运费低人工的网络融合等业务体量提升，进一步拉低人工成本占收入比。

(2) 运输成本：占收入比为 40.7%，同比上升 9.7 个百分点，同比大幅度提升。主要是受业务结构变化影响，高运费低人工的网络融合、整车等业务体量提升，促使运输成本占收入比同比上升。但随着路由优化、车型升级、运力集采等降本增效举措的持续推进，能在一定程度上控制运输成本过快增长。

(3) 房租成本：占收入比为 5.4%，同比基本持平。一方面，2023 年下半年公司全面接管网络融合项目 83 个转运场，分拨中心数量、租赁面积同比增加，房租成本相应增加；另一方面，公司持续推进末端网点升级，提升网点整体功能性及坪效。同时，随着中转、运输环节双网融合的有序推进，逐步优化富余的分拨中心，原有场地房租成本节降。上述两方面综合影响下，房租成本占收入比同比持平。随着以上举措持续推进，下半年房租成本会呈稳步下降的趋势。

(4) 折旧摊销：占收入比 2.9%，同比下降 0.7 个百分点，主要为公司长期资产布局已基本完成，现阶段资本性支出主要为维稳性开支，长期资产规模有所下降。同时，公司不断加强资产精细化管理，推进资产合理调配，提升资产利用效能，折旧摊销费用同比减少。

(5) 其他成本：占收入比 4.9%，同比下降 1.2 个百分点，其他成本主要为包材、物料、理赔等成本。随着公司运营质量的持续提升，货物丢失率、破损率的下降带来理赔成本的减少。同时，公司精细化管理水平不断改善，包装材料、低值易耗品等成本同比减少。

(6) 期间费用：上半年期间费用占收入比为 6.1%，同比下降 1.3 个百分点。其中，销售费用同比增长 19.8%，主要由于公司持续强化销售能力建设，不断壮大销售团队；管理费用同比减少 9.5%，一方面，公司加大销售团队资源支持，部分业务职能人员转向销售岗位；另一方面，公司持续推进科技赋能、流程优化及职能组织扁平化，实现管理效能的不断提升。

3、现金流：随着经营业绩持续改善，公司现金流也在稳步向好。2024 年上半年，公司经营现金流净额为 18.3 亿，同比增加 2.6 亿。可用资金余额稳步增长，从公司目前经营情况及规划看，现阶段现金流较为充裕。

4、客户体验：上半年公司核心关注的交付质量指标完成的情况，同比均有显著改善。在收派服务方面，妥投率提升 6.2 个百分点、上楼投诉率同比下降 75.9%；在运输时效方面，全程履约率同比提升 3.8 个百分点；在货物安全方面，货物破损率同比下降 28.3%；在客户满意度方面，客户万票有责投诉率同比下降 43.6%。公司重视客户体验，持续重点关注和不断提升服务品质，保障公司大件业务收入稳定、可持续的增长。

第二环节：问答环节

问题一：二季度以来货运市场需求较为疲软，面对这种现状，公司如何应对？

回答：从公司整体规划来看，一方面，持续提升客户体验，对公司来说无论外部经济环境如何变化，客户体验就是基本盘。上半年，公司几个核心交付质量指标同比均有较为显著

的改善，下半年，公司会做进一步的改善和提升；另一方面，增加资源投入，提升核心产品竞争力，如运输时效、大件派送覆盖等能力，同时，通过模式创新和资源整合拓展更多以前未进入的市场，积极主动应对外部市场的变化。

问题二：二季度与京东快运网络融合项目效果如何？下半年该融合项目的推进速度会怎么样，预期效果如何？

回答：为了尽快提升资源利用效率，网络融合项目在转运场聚合、线路融合等资源整合方面的推进比预期节奏更快一些，根据现有货量情况，公司下半年会进一步加速推进资源的整合。随着整个融合项目的推进，分拣、运输环节的单位运营成本会逐渐下降，运营效率进一步提高，网络融合对公司的盈利贡献会慢慢显现出来。

问题三：公司下半年的主要经营策略是怎样的？

回答：公司下半年在经营策略的调整上会更积极主动。一方面，通过底盘建设和提升核心产品竞争力巩固和稳步提升现有客群的市场份额；另一方面，主动增加资源投入，进一步拓展新市场。但公司会结合外部市场变化对上述规划做动态调整，不会盲目和激进地推进，公司期望在业务规模和盈利能力上都做到持续提升。

问题四：公司今年资本化支出的规划？

回答：公司长期资产布局已基本完成，现阶段资本性支出主要为维稳性开支，以及随着网络融合项目的推进适当增加一些车辆、分拣设备等资源的投入，核心还是不断加强资产精细化管理，推进资产合理调配，提升资产利用效能，所以，全年总资本化支出的规模同比去年不会有大幅增加。