

证券代码：002352

证券简称：顺丰控股

顺丰控股股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2024-01

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	大成基金、淡水泉投资、交银施罗德基金、嘉实基金、南方基金、平安养老保险、天堂硅谷资管、易方达基金、中荷人寿保险等众多机构，总计 373 位投资者。
时间	2024 年 3 月 26 日星期二 20:00—21:20
地点	电话会议
上市公司接待人员姓名	顺丰控股董事兼 CFO 何捷先生、顺丰控股董事兼 CMO 张栋先生、顺丰控股董事会秘书兼副总经理甘玲女士
投资者关系活动主要内容介绍	<p>第一部分：公司已于 2024 年 3 月 26 日晚间在巨潮资讯网披露 2023 年年度报告，会上公司管理层对业务进行概述，并对 2023 年度业绩进行解读。</p> <p>2023 年，受国际地缘政治和通胀等影响，全球经济复苏缓慢。国内经济顶住外部压力回升向好，高质量发展扎实推进，2023 年实现了预期 GDP 增速目标，经济内生动能持续修复。我们也看到物流及快递行业复苏较快，增速稳健，尤其是看到了中国跨境电商及优秀制造业出海、全球供应链重塑、新消费场景快速发展、供应链快速化等一系列新机遇。面对复杂多变的外部环境，顺丰始终坚持可持续健康发展，践行长期主义，2023 年在风险挑战和战</p>

略机遇并存的情况下：

- 1) 提升能力筑高壁垒，实现多项业务盈利改善；
- 2) 资源融通提高效率，蓄力变革优化营运流程；
- 3) 布局国际精耕亚洲，逐步强化网络链接全球；

2024 年公司将进一步提升能力、提高员工满意度，稳住存量拓展增量、持续精益管理，实现健康经营，提升股东回报。

一、业务概览

（一）时效件稳健增长，能力持续增强

2022 年公司有效保障了企业及居民生产生活恢复后的各项寄递需求，2023 年时效件在同期高基数下仍保持增长韧性。分品类看，消费类仍是 2023 年件量占比第一大品类；分产品看，退货件业务凭借独立第三方定位和快速响应的揽收能力，实现同比快速增长，尤其在新兴电商平台赢得更大市场份额。同时，公司致力于不断提升竞争力，时效产品能力不断升级，长距离拓展极致服务时效，顺丰特快产品全程时长进一步缩短；短距离方面，依托公司高频中转、多班次配送能力，通过融合内部速运、同城及仓网资源，推出同城半日达、前置当天达等产品，服务城市生产生活，获取新的市场增量，在短途方面真正做到“人无我有，人有我优”。

（二）经济件效益改善，差异化定位

2022 年公司对经济快递进行了产品结构调优，在经济件板块更加聚焦于中高端市场，于 2023 年 6 月底完成了丰网业务出售，目前主力产品为电商标快。电商标快件量 2023 年实现稳步增长，并凭借高品质服务和有效成本管控，票均毛利进一步改善。电商标快以差异化策略为主线，精选客户和核心区域拓展业务，结合淡旺季等实施多样化定价，坚持“门到门”服务，结合个性化标签，按需提供差异化服务。

（三）大件质变量升，提效降本，盈利增厚

大件在 2023 年坚持快的主线，保持时效稳定快于同行，提供高品质服务保障，顺丰快运 NPS 排名行业第一。同时，大件在生活场景做精做深，家具家电等行业解决方案不断完善；在生产场景做大做重，进一步挖掘高公斤段工业大件市场增量。时效领先、品质保障、专业服务等均驱动大件规模健康增长。另一方面，大件在转运派各环节多举措提效降本，加大中转场自动化设备投入力度，大小件融通的同时提升双边线路占比，通过操作难度分层、投放辅助工具等提升大件业务收派人效。基于领先的市场竞争力和资源利用率的提升，大件盈利能力实现同比提升。

（四）顺丰同城收入结构健康，首次全年盈利

同城在收入端结构持续优化，非餐场景收入同比增长 21%，个人 to C 业务收入三年复合增长率 34%，并强化下沉市场网络建设，为县域差异化的本地生活场景提供更便捷的即配服务。在成本端，科技驱动效率提升，同城进一步提高了数字化运营水平，促进高质量服务，并优化调度路线合理性，考虑夜间、高峰等特殊情 况，帮助骑手有效提升收入，加持企业关怀。得益于订单密度增加，网络规模效应进一步释放，及健康收入结构和精益化运营，2023 年同城在净利润层面首次实现全年盈利。

（五）多网融通助力降本

公司自 2021 年推进 1.0 版本的四网融通，2023 年横向拓展更多组织扩大融通范围，升级为 2.0 版本的多网融通，挖掘更多融通机会点。

- 1) 运力融通：例如，干线资源整合发运、线路拉直；大件加盟模式充分利用直营网络陆运空仓资源；研发投用双温功能、三温功能的车辆，实现冷运及医药货物与普通快件同车配载；

- 2) 中转融通：例如，通过高峰期大小件操作区隔，让更多大件进入专业化的大件中转场进行操作，业务波谷期则将部分大件场地临时关停，集中利用小件场地；以仓配一体能力升级为导向，实现 130 个仓库与中转场融通落地；
- 3) 末端融通：例如，大小件网点整合，已建成 746 个同时具备大小件处理能力的综合网点；通过中转场分拣后直接配送至客户的模式，减少中转场覆盖区域的末端网点资源投入；末端网点新增涉冷业务作业能力。

顺丰未来将在业务、规划、资源层面进一步融通，实现有效降本增效。

(六) 营运变革提升效率

除多网融通外，2023 年公司持续优化各环节运营流程：

- 1) 运力成本下降：公司通过优化招标采购策略、推广支线标准化定价、营造健康的供应商生态、提升自营车车效和司机人效等举措，实现单公斤运力成本下降；
- 2) 中转效率提升：公司围绕做大做强中转场，进一步提升中转分拣能力和精细度，近年快件中转次数逐年降低，从而使网络更加高效；通过设备投入、场地诊断等手段，实现中转场地产能及人员效能提升；同时，数字孪生中转场可以协助验证和优化分拣计划，虚拟中转场环境实现了几乎零成本、高质量的计划切换；
- 3) 末端服务提升：网点方面，公司通过直分直发等营运模式优化，增加终端面客点数量，缩短小哥往返网点时长并提升面客服务能力。小哥方面，公司制定差异化收入提升策略，一方面通过算法模型量化 AOI 区域收派难度系数及作业耗时，实现合理收入及任务分配；另一方面，开展收入保障活动，针对预警低收入的小哥，事中上线收派单票激励，从事后补贴变为事中干预，并设计阶梯式揽件计提

机制，充分保障小哥薪酬竞争力及满意度。未来顺丰将会更多节省小哥的时间，让小哥有更多意愿对存量客户进行深耕并去开发新的客户，真正的全面推行让小哥从一名简单的收派员转变成为一个业务员，共同助力公司业务发展。

（七）鄂州枢纽正式投运，助力打造产业集群

鄂州枢纽转运中心已于 2023 年三季度全面投产运营，经过几个月的运营和业务高峰期考验，整体运行平稳。截至 2023 年底，顺丰已于鄂州枢纽累计开通 45 条国内航线及 10 条国际航线，日进出港货运航班约 90 架次。

鄂州枢纽综合运用建筑信息模型、运筹优化、计算机视觉等技术，实现数智化运营管理。

依托亚洲第一个专业航空货运枢纽及先进自动化转运中心的优势，鄂州枢纽货量有望实现分阶段稳步提升：

1.0 阶段为基于轴辐式功能开启后，时效稳定性进一步提高，航空次晨达覆盖更多流向，产品竞争力增强带来的顺丰自身的业务提升；

2.0 阶段为顺丰牵引客户产品入仓，公司为客户提供高效的仓配一体化服务，例如 3C 高科技、智能制造、生物医药等领域的头部企业已陆续入驻顺丰转运中心，未来根据客户需求，转运中心仍具有较大空间拓展仓储能力；

3.0 阶段为进一步吸引更多产业链上下游、优质航司等入驻枢纽周边，助力更多货运航线开通，通过产业聚集实现规模效应。目前已签约的产业包括现代物流服务业、智慧医药供应链、化工供应链等，优质航司包括和某头部航司合作推动国际业务发展。

（八）顺势而为，聚焦亚洲，布局全球

从国际三大的全球化发展进程来看，UPS 的全球化最初是跟着美国优秀企业走出来，DHL 的国际快递是三大里做的最好的，

伴随着全球产业供应链转移走出来。公司如今也面临类似的结构
性发展机遇：

- 1) 随着中国制造的产业升级和品牌竞争力增强，中国优秀
的制造业企业出海需求日益增；
- 2) 随着全球企业供应链重塑，顺丰服务的许多世界五百强
企业开始在亚洲分散布局供应链，将生产制造转移到更
多的东南亚新兴国家；
- 3) 中国企业加快转型升级，从单一的“在中国卖”升级到“卖
全球”，近年来作为外贸新业态的跨境电商，已经成为传
统商贸的转型新选择，新兴电商平台的跨境业务也在加
速扩张。

中国企业出海、供应链转移等趋势均推动跨境物流市场快速
发展，而从地区来看，全球物流行业市场规模超 10 万亿美元，亚
洲占比接近一半，预计 2022 年至 2027 年复合增长率达 5.9%，是
规模最大且增速最快的区域物流市场。

顺应以上行业趋势，顺丰作为全球第四大、亚洲最大的综合物
流服务提供商，进一步聚焦亚洲布局国际，形成了包括国际快递、
国际供应链、跨境电商物流、国际货代及东南亚本土快递的国际
产品组合拳，全方位满足国内外客户持续升级的物流需求。

（九）国际快递竞争力持续夯实

公司持续加强航空网络规划、清关资源建设、升级末端本土快
递，提升国际快递服务水平。相比起源自欧美的国际三大，顺丰基
于市场规模更大、增速更快且竞争格局更为分散的亚洲本土市场，
拥有广泛的亚洲客户基础，同时具备相对成本优势和卓越的运营
效率，得以提供高性价比的服务；相比国内快递公司，顺丰掌握关
键物流资源，拥有更广泛的全球客户群体，并具备全链路综合服
务能力，在诸多物流细分领域位列亚洲第一。

以国际快递中国出口至东南亚为例，中国出口至新马泰越的

产品时效在 2023 年持续精进，配送时长缩短，收入市场份额同比提升。随着中国至东南亚航线加密、重点空侧场地获取、尾程资源整合等，顺丰为客户提供更加便捷可靠的服务，2023 年国际快递中国至东南亚出口收入实现同比提升。

（十）国际供应链案例——新能源锂电行业多场景物流服务

在国际供应链方面，公司融通海内外不同组织和资源，打造组合拳，聚焦行业特性，深挖客户需求，为各行业客户提供覆盖全链条的供应链解决方案。紧抓高速增长的行业为其赋能，以快速发展的新能源锂电行业为例，公司整合嘉里化工相关资质及资源，凭借安全和时效保障能力、全球网络资源、危化行业履约实力、物流信息化技术等优势，在新能源锂电产业实现了众多业务场景突破，包括矿石原材料进口、涉锂备件及锂电池跨境运输、废旧电池回收、充电桩物流服务等，覆盖了从原料采购物流、生产制造物流，到销售/售后物流的产业链上下游。

在众多服务场景中，公司充分融通顺丰航空和鄂州枢纽优势资源，2023 年 11 月在多组织通力协作下，与某头部新能源汽车厂商合作，首次在鄂州花湖机场执行大型动力锂电池的航空出口，助力中国新能源产业走向国际，整合能力，越做越多。表明顺丰在危险品跨境航空运输服务体系能力上的提升与夯实。

（十一）差异化优势助力跨境电商发展

随着全球电子商务的快速发展，中国跨境电商发展迅速，潜力进一步释放，出海四小龙强势崛起，而跨境电商物流作为运营中的重要一环，参与玩家众多且格局分散。顺丰具备重资产运营能力并掌控核心节点资源，以全产品矩阵赋能平台拓展业务，相对于不同玩家具有显著的差异化优势：

- 1) 和传统航空货运公司相比：可提供国内到国际的端到端服务，包括揽收、清关、干线运输、尾程配送等环节；

- 2) 和平台物流相比：独立第三方的定位可获得更广泛的客群，服务各平台及商家；
- 3) 和货代公司相比：具备自营全货机资源及特货、敏货发运资质，末端揽派网络，可提供灵活保障；
- 4) 和专线物流相比：更高效的末端揽收服务，同时拥有国际产品组合丰富货源结构；
- 5) 和国内快递公司相比：拥有更广泛全球网络覆盖、优质的国际业务基础及国际化人才梯队。

以某跨境电商客户为例，国内段依靠顺丰高频服务能力实现头程集货，海外段顺丰凭借自营全货机高频班次，为其提供中美线端到端的极致时效服务。未来随着跨境电商平台分段招标，像顺丰这样具备重资产运营能力及掌控核心节点的玩家将进一步受益。

（十二）2024 年经营基调

2024 年公司仍将坚持可持续健康发展，持续创造企业价值，和投资者共同成长。

持续增强客户粘性：从“温度、速度、深度、广度”四大方面持续提升服务，以员满驱动客满，增加小哥面客时长，结合多模式激励机制牵引小哥拓展业务；推进网络营运模式变革，提质增效，同时强化专业保障能力，满足客户业务发展需求。

健康可持续业务增长：打造优质产品竞争力，稳存量的同时以更灵活的服务模式及更精细的定价策略，拓展增量市场；融通整合资源，打造“标准化组合套餐”，形成基于特定行业及场景的可快速复制的组合方案；助力企业出海，做大国际业务规模，充分发挥顺丰核心资源和成本优势，把握区域发展机遇。

保持稳健盈利能力：持续调优收入结构，精细化成本管控，提高资源投入产出效益。依托“事前投测-事中监控-事后挖掘”的数智化经营分析体系，高频监控经营效益，保障公司平稳健康的利润

水平。

二、财务概况

2023 年，公司秉承健康经营的理念，不仅实现了国内业务规模的稳健增长，在海外的物流网络基础也日益夯实。并且，公司依托优秀的精益管理能力，持续推动成本降低和效率提升，公司年度业绩实现了良好的同比增长。

公司 2023 年业务量近 120 亿票，不含丰网同比增长 16.2%；营业收入 2584 亿元，不含丰网同比下降 2.5%，主要受到国际业务影响，而国内速运物流业务收入 1911 亿元，不含丰网同比增长 11.3%；归母净利润 82.3 亿元，同比增长 33.4%，归母净利率 3.2%，同比提高 0.9 个百分点；扣非归母净利润达成 71.3 亿元，同比增长 33.7%，扣非归母净利率 2.8%，同比提高 0.8 个百分点。同时，公司 2023 年度利润分配计划为每股分红 0.6 元，同比增长 140%，分红比例为 35%，同比提高 15 个百分点。

分业务板块来看，公司国内速运物流板块收入规模不断扩大，不含丰网的收入和业务量分别增长 11.3%和 16.2%，其中：（1）时效快递业务，伴随国内经济复苏和社会复工复产，以及公司持续推出同城半日达等极致时效以服务更多新场景，收入实现同比增长 9.2%，约等于 GDP 增速的 1.8 倍；（2）经济快递业务，公司坚持中高端定位，保持战略定力，聚焦核心客群做大规模，不含丰网收入同比增长 8.6%；（3）快运业务，公司坚持“快”的主线，生活场景做精做深，生产场景做大做重，以时效领先、品质保障、专业服务驱动快运业务实现收入同比增长 18.5%；（4）冷运及医药业务，受益于生产生活复苏，生鲜寄递及食品冷运业务需求增加，推动收入同比增长 19.7%；（5）同城即时配送业务，收入同比增长 12.6%，收入结构更加健康，并且首次实现全年盈利。此

外，供应链及国际板块收入同比下降 31.7%，主要因国际空海运需求及运价从 2022 上半年的历史高位大幅回落至 2019 年市场常态化下的水平，从而影响 2023 年公司国际货运及代理业务的收入增速，但伴随需求与运价逐季企稳，收入降幅持续收窄。公司整体收入结构保持均衡，追求高质量的业务和收入增长。

毛利方面，毛利率从 2022 年的 12.5%提升到 2023 年的 12.8%。主要原因包括：公司坚持可持续健康发展，追求高质量业务增长；收入端结构持续优化，提升产品竞争力，满足客户多元化需求；成本端深化多网融通，推进营运模式变革，精准规划资源投入。但同时公司也面临一些挑战，包括公司因持续注重提升一二线员工薪酬福利、以及鄂州枢纽投运和营运模式变革深化等长期竞争力投入带来的短期成本增加，同时亦受到国内国际宏观经济环境和需求端增长压力的影响。

从主要成本项来看，由于嘉里物流的成本结构与顺丰的速运物流业务存在显著不同，且其 2023 年受市场因素影响收入回落较明显，会对公司各项成本占收入比变动产生较大影响。若不含嘉里物流，（1）公司人工成本占收入比同比上升 1.6 个百分点，主要因公司持续提高一二线员工的薪酬福利，提高员工满意度，但同时公司通过持续投入自动化设备、优化营运模式等举措，提升操作效率，管控人力成本上涨幅度；（2）公司运力成本占收入比同比下降 1.8 个百分点，主要因公司持续提高可控运力资源占比，优化招投标机制及定价标准化，统一规划线路资源实现集约发货等，实现成本节省和规模效应；（3）公司其他经营成本占收入比同比提高 0.1 个百分点，主要因鄂州枢纽转运中心投运、中转场地及设备转固等带来折旧摊销增加，但同时公司通过加强资源投产效益管控，保持健康资本开支，深化场地融通建设及协同作业，提高场地资源利用率。

从主要费用项来看，公司进一步推动精益化管理、强调投入产出比，若不含嘉里物流，公司各项费用占收入比均实现同比下降。最终公司实现归母净利率提升 0.9 个百分点。

在资产负债及现金流方面，公司资产负债率基本稳定在 53%-54% 区间，保持稳健的财务结构。经营性现金流净额若剔除因收到的税费返还金额波动的影响基本保持稳定，整体达到 266 亿。此外，公司资本性支出的高峰期已过，金额逐年下降，2023 年较 2022 年同比下降 10.6%，公司预期 2024 年保持基本平稳。

在追求业务高质量发展的同时，我们深刻认识到践行绿色发展的重要意义，始终履行对环境保护的承诺，稳步推进公司碳目标的达成。公司自 2021 年正式发布碳目标白皮书，致力于携手客户共建“零碳未来”，打造可持续发展的环保、绿色、低碳的一体化绿色供应链服务能力。2023 年，顺丰通过推进低碳运输、打造绿色产业园、研发可持续包装、种植顺丰森林等举措，实现自身碳效率较去年提升 13.6%，较目标基准年提升 15%，单个快件包裹的碳足迹也持续降低，碳目标取得了可观的进展。

凭借着在改善环境、关怀员工、公益慈善等方面做出的不懈努力，顺丰的 ESG 实践受海内外评级机构和媒体的认可，多项国际权威 ESG 评级领跑行业。MSCI（明晟）评级 BBB，是中国快递物流行业领先；Sustainalytics（晨星）评级连续两年为低风险，是全球快递物流行业的最佳评级；CDP 评级连续两年评为 B（管理级别），在全球快递物流行业中也居于领先地位。此外，顺丰连续两年上榜《财富》中国 ESG 影响力榜单，是国内唯一上榜的民营快递企业。公司自 2021 年起连续三年通过国际独立第三方专业机构的核查，确保数据真实可靠。

一直以来，公司高度重视分红及回购，为加大回馈股东力度，公司主动提升 2023 年度每股分红至 0.6 元，同比大幅增长 140%，分红比例提高至 35%，以今日收盘价估算股息率将提升至约 1.6%。同时，公司着眼于长期可持续健康发展，致力于通过稳健的现金分红政策切实提升投资者回报。根据《未来五年（2024 年-2028 年）股东回报规划》，公司 2024 年度至 2028 年度现金分红比例将在 2023 年度基础上稳步提高。另一方面，基于对未来发展前景的信心和对自身价值的高度认同，为增强投资者信心、提高公司长期投资价值，公司拟变更 2022 年 3 月、9 月和 2024 年 1 月的三期回购方案的回购股份用途为注销。因 2024 年 1 月回购方案未实施完毕，估算注销股数约 6500-7800 万股，注销股份比例约 1.3%-1.6%，将增厚每股收益约 1.3%-1.6%。未来公司也将择时回购更多股份，提振市场信心。

展望 2024 年，中国快递行业正从高速增长转向高质量发展，相关主管部门预计行业增速将有所放缓。在全球范围内，随着国际形势复杂多变，经济增长的不确定性显著增加。在许多挑战之下，全球供应链的重塑、优秀中国制造业品牌的出海、以及跨境电商的兴起，都将带来结构性发展机遇。

顺丰作为一家坚守长期主义的企业，始终致力于追求卓越的服务品质、稳健的业务增长、更优的成本效率。在国内市场，公司将继续深耕客户需求和多元化业务场景，不断完善产品矩阵，巩固竞争壁垒并挖掘市场潜力。在国际市场，公司将利用在亚洲市场的本土优势，加快全球网络布局，构建第二增长曲线。同时，基于过去两年在收转运派各环节降本增效的成功经验，公司将进一步深化多网融通。此外，公司 2024 年也将在一二线人员薪酬竞争力提升、营运模式变革、鄂州航空枢纽运营、国际网络完善等方面进行投入。尽管这些投入短期内可能会对 2024 年的成本造成一定

压力，但这些举措将有利于公司实现中长期结构性成本优化、进一步打造差异化服务能力、提升客户体验，从而强化长期竞争壁垒。

基于当前外部市场环境和内部经营策略，公司 2024 年将致力于追求进一步提升服务质量、整体收入实现稳健增长、以及归母净利润率在 2023 年的基础上保持相对稳定。

第二部分：问答环节

Q1: 请问公司对 2024 年时效快递的发展如何展望，是否会推出新产品？

答：虽然外围环境有一定的不确定性，包括消费降级，顺丰始终秉承和客户一起成长，持续赋能客户拓展业务边界，深化顺丰在客户的钱包份额，依托大客户驱动保持了稳健的增长；

在未来展望中，公司看到了很多机会，包括在新兴行业供应链场景中渗透以及向上游延展机会。此外，顺丰将充分利用现有资源和优势在新产品推出和新场景挖掘等几个方面持续加码，使得时效快递业务保持了一定的粘性和韧性，并基于先发优势持续进行能力升级，巩固时效件护城河。

2024 年顺丰会继续进攻中高端市场，升级迭代服务标准，进一步构筑壁垒，与同行拉开差距，布局新赛道，挖掘增长空间。

在传统市场市场：

1) 航网方面，一直是顺丰的核心优势，顺丰会进一步发挥鄂州枢纽的优势，拓宽航空新场景，例如次晨/次日覆盖城市扩张、直集直散模式扩大、提升中转效率，顺丰会升级特货保障，全方面拓展业务。

2) 陆网方面，通过线上营销加线下推广拓展中小散户市场，并继续发挥在次重货（3-20 公斤）品类的优势，进一步挖掘市场潜力。基于公司多年来投入的陆运资源，在淡季或闲置时段，进一步有效提供资源的使用效率，这样既可以优化公司的成本、做大

	<p>规模，同时保障公司的盈利水平。</p> <p>在退货这类新时效市场，顺丰将在 2024 年进一步发挥散收能力和订单密度优势，提升和各大电商平台，包括主流类、垂直类和个人电商的合作力度，持续获得市场份额。</p> <p>关于新产品：2023 年公司推出了大同城 360 上仓下中转产品，未来将持续挖掘在近场电商业务、200-300 公里经济圈或省内业务的增长潜力。</p> <p>未来顺丰也将结合鄂州枢纽，仓网、陆运、航空资源等，给客户提供更多样选择。</p> <p>顺丰始终围绕生产消费和生活生产，进一步细分行业，打造介于标准化产品和复杂供应链两者之间，更易于复制和推广的标准化套餐，包括配套的供应链上下游和出海，全方位提高时效件的竞争力。</p> <p>Q2: 低空经济从去年年底到今年被提升为战略性新兴产业，公司在无人机领域的研发和应用情况以及未来场景展望？</p> <p>答：丰翼在小型物流无人机领域探索超十年，积累了丰富的自研技术基础。2023 年是低空经济元年，国家及地方相关政策陆续出台，行业逐渐规范化发展，为小型物流无人机在物流领域的应用打开了想象空间。</p> <p>丰翼小型物流无人机发展分为三阶段：飞起来、飞得多、飞得好，目前处于第二阶段。截止去年，丰翼小型物流无人机在全国累计飞行约 400 余万公里，全国运输架次已突破 80 万，是小型物流无人机领域商业化规模最大的玩家。</p> <p>目前丰翼小型物流无人机专注于解决急、难、险、贵的场景，例如实现了跨琼州海峡半日达、开通了亚运会期间绍兴市首批物流无人机血液运输航线为亚运会提供医疗保障服务、为国家电网提供断股修复器材的运输服务、开通了南澳岛屿最新海鲜配送航线，实现从产地到消费者的一系列服务，帮助公司进一步丰富触</p>
--	---

达的网络。

Q3: 请教一下管理层，鄂州机场目前运营状态如何？从利润表的维度考量是否能实现盈亏平衡？在国内需求弱复苏的背景下，如何提升相关资产的运营效率？

答：鄂州枢纽转运中心于 2023 年三季度投入运营，2023 年内完成转场和航线切换，目前运营状态符合预期。

国内方面，鄂州助力提升时效保障；国际方面，鄂州助力夯实国际网络，例如，近期入列 2 架 747，这是顺丰航空首次在鄂州花湖机场接收新运力，计划执飞纽约和列日的航线，助力电商和国际快递业务的发展。

关于盈亏平衡的问题，鄂州机场是顺丰的生产力而非利润中心，因此公司并非从盈利的角度来衡量该资产。目前来看，鄂州花湖机场的年化折旧摊销金额相比公司每年 2000 多亿的营收盘子很小，可以被消化掉。

Q4: 公司如何看待快运行业的竞争格局，快运业务的净利率能否继续提升？

答：国内快运市场分为直营类快运和加盟类快运。2023 年生产和生活逐步复苏，电商、零售行业仍在不断升级上下游供应链，零担或快运物流服务需求也将得到进一步释放；而网络型快运公司，依托规模效益、精益化管理能力和综合服务能力，会进一步分化专线公司的市场份额。

目前各个玩家都需把货量规模做大，让单位运营成本达到较优状态，尽可能提升利润和效益，因此目前各个玩家仍以收入和规模增长为主，再通过提升运营效率和资源利用率来提升整体效益。

不论是在空运零担还是陆运零担市场，顺丰快运相对于两个直营友商的市占率都逐年提升，NPS 排名第一，服务质量继续领

	<p>先同行；此外，快运旗下的加盟品牌顺心捷达货量同比规模增速达 30%，连续 6 年保持加盟赛道增速第一。</p> <p>2024 年顺丰快运两网将秉承“稳健发展，专业精进”经营策略：</p> <p>第一，围绕性价比构建竞争力：由提速提价过渡到提质提价，保持时效常态领先的同时，以差异化专业服务能力提升市场定价和议价权。</p> <p>第二，向健康规模要效益：货量规模是“提效降本”的基础，顺丰快运已有较好起点，铸就了 2023 年坚实的利润基础。2024 年会继续平衡好货量和资源的关系，关注淡旺季策略、优化产品抛比结构，提升人/车/场/线利用率，在高时效的航空大件包括高公斤段的陆运工业大件方面，通过更灵活的模式和更具竞争力的成本结构，寻求市场增量，摊薄单位成本，提高经营效益。</p> <p>Q5: 理解顺丰资本开支高峰已过，想请教一下管理层，顺丰未来资本开支规模和投入方向展望？</p> <p>答：关于资本开支：</p> <p>2023 年：资产类支出 135 亿，较上年同期减少 11%，占收入比下降 0.4 个百分点。</p> <p>2024 年：预计今年资产类支出和去年基本持平，主要投向与往年基本相似，包括：a) 中转场相关工程项目；b) 飞机、车辆相关运力投入；c) 产业园建设；d) 科技及日常资产等。</p> <p>Q6: 公司如何看待快递新规？行业送货上门比例增加，对公司的业务是否会有一定冲击？电商低价战略下，公司如何应对电商客户需求变化？</p> <p>答：快递新规是大势所趋，意味着行业向高质量发展迈进，顺丰积极响应和支持。本次新规的实施不会冲击顺丰现有业务，因为顺丰一直以来坚持上门服务，反而对于服务稍微有瑕疵的友商，</p>
--	--

	<p>在运营和成本上会造成一些压力。顺丰有行业最高密度的上门派件能力，进一步提升服务品质相应付出的成本也较低。</p> <p>第一，顺丰坚持上门，执行差异化的派前电联，为不同客户提供个性化派送服务选择；同时通过前置的系统，应用大数据、丰图、AI 等技术，做到事前预警，避免发生不好的客户体验。</p> <p>第二，公司关注消费者需求的同时，也非常重视小哥的薪酬福利。公司自主研发了智域系统，将小哥的收入匹配收派件难度，倡导多劳多得，让小哥服务更稳定。</p> <p>第三，新规中强调了“用户同意”的重要性，可见消费者的选择在这一链条中起到了关键作用；从中长期来看，消费者的选择可牵引电商平台提供差异化快递产品选择，甚至让消费者自主选择快递公司，这种趋势变化会加速发生，服务领先的企业将长期受益。</p> <p>最后，在电商低价竞争环境下，电商平台一是在卷服务，二是在跨界转型。快递企业需要具备差异化服务能力和全产品矩阵服务能力，例如顺丰可服务于新兴电商平台的直播、退货、本地生活、商超，甚至出海的各类场景，不断助力平台为商家和消费者提供多样化服务。</p>
附件清单（如有）	无
日期	2024 年 3 月 26 日