

# 2024年4月26日圆通速递投资者调研会议纪要

**调研时间：**2024年4月26日下午15:30--16:45

**调研方式：**电话调研

**调研人员：**申万宏源、睿远基金、高毅资产、高盛集团、摩根大通、摩根士丹利、汇添富基金、嘉实基金、宽远资产、和谐汇一、拾贝投资、易方达基金、博时基金、大成基金、富国基金、大朴资产、慎知资产、巨杉资产、景林资产、旌安投资、人保资产、国寿资产、汇丰银行、平安银行、长江证券、广发证券、中信证券、瑞银证券、中金公司、中信里昂、花旗、美国银行、Jefferies、Daiwa Capital、PineBridge、Seahawk China、T Rowe Price等160余家投资和研究机构。

## **公司管理层：**

**董事兼总裁：**潘水苗

**副总裁兼财务负责人：**王丽秀

**董事局秘书：**张龙武

## **一、由公司管理层简要介绍公司 2023 年度、2024 年第一季度经营情况及未来经营计划**

2023 年度公司快递业务完成量 212.04 亿件，同比增长 21.31%。2023 年全年公司实现营业收入 576.84 亿元，同比增长 7.74%，实现归母净利润 37.23 亿元，其中快递业务 2023 年归母净利润 38.40 亿元，同比增长 5.15%；2023 年度公司经营性现金流净额 60.38 亿元，实现自由现金流 11.49 亿元。2023 年第四季度，公司单季度业务量 61.91 亿件，同比增长 28.89%，单季营业收入 169.25 亿元，同比增长 15.02%，归母净利 10.63 亿元，其中快递业务归母净利 11.35 亿元。

2024 年第一季度，公司快递业务完成量 55.68 亿件，同比增长 24.88%。在业务规模稳步提升的基础上，2024 年第一季度公司实现营业收入 154.27 亿元，同比增长 19.46%，实现归母净利 9.43 亿元，其中，快递业务实现归母净利 9.94 亿元，同比增长 11.87%。

2024年，公司将继续深耕快递主业，坚持以客户体验为中心，运用人工智能等新兴技术推动数字化创新升级，推广精益生产赋能全网。同时，公司将深化推进国际化发展进程，搭建国际国内一体化的服务和网络运营体系，稳步增强公司的综合竞争实力，为股东及广大投资者创造更大的价值。

## 二、投资者问答环节

### （一）请问公司对行业格局和价格趋势如何判断？

答：公司认为，快递行业竞争格局将逐渐清晰，未来将进一步分化，快递服务企业的盈利能力和业务规模将逐步拉开差距。同时，市场价格预计将保持相对平稳的趋势。

### （二）公司对2024年快递行业的业务量增速如何判断？

答：公司认为，随着新兴直播电商的蓬勃发展，以及“快递进村”工程的积极推进，乡镇、农村等下沉市场的消费潜力持续释放，2024年快递行业将继续保持较强韧性和良好运行态势，业务量将保持双位数以上增长。

### （三）公司2024年的核心竞争策略是什么？

答：随着快递行业高质量发展的稳步推进和居民消费水平、消费理念的持续升级，行业主要竞争策略正由价格竞争转向价值竞争，服务质量、客户体验、成本管控、业务创新等综合能力更强的企业将进一步获得竞争的主动权。2024年，公司将继续坚定深耕快递主业，持续改善服务质量和客户体验，多维提升品牌溢价，并运用和融合人工智能等新兴技术推动数字化转型全面升级创新，实现数字化时代向人工智能时代的转变，夯实综合竞争力。

### （四）2024年3月1日《快递市场管理办法》落地实施，请问公司对新规的实施采取了哪些举措，对末端的派送有何种影响？

答：近年来，公司持续推进快递“最后100米”服务提质增效，不断优化配送终端体系建设，完善配送上门、驿站或快递柜自提等多元化配送方案，满足客户差异化服务需求；同时，在普遍服务质量持续向好的基础上，公司推出“圆准

达”产品与服务，满足了广大客户和消费者派前电联、按需派送等服务需求。

截至目前，主要快递服务企业均推出了对应的产品与服务，强化按需配送、送货上门的履约能力，新规的落地实施对行业末端派送的影响较为有限。未来，公司将积极关注行业政策和服务标准变化，实时调整业务运营，贯彻执行相关标准和规定，进一步推动快递行业及自身的高质量发展。

**（五）公司 2023 年成本管控成效显著，请问公司采取了哪些举措？未来将采取哪些措施加速成本优化？**

答：2023 年，公司持续聚焦成本精细化管理，深化各项降本增效核心举措，通过提升单车装载票数、动态优化干线路由、提高单车行驶里程等推动运输成本下降；通过推广中心精益生产，落实中心绩效管理，并细化管理颗粒度，精准管理工序效能、岗位效率，持续调动员工积极性，提升转运中心人均效能，推动中心操作成本进一步下降。

未来，公司将通过自动化无人化升级、人工智能技术与业务场景深度融合等，继续深化各项降本增效举措，深挖成本降幅空间；同时，公司亦将全面推进“加盟网络数字化、标准化、绩效化”在全网落地，对加盟商经营进行全方位赋能，推动全网一体降本增效。

**（六）请问 2024 年公司“一号工程”的实施计划如何？公司将如何赋能末端业务员？**

答：2024 年公司将总结上一年度“一号工程”落地过程中的经验，提炼方法和标准，加速推进全网落地，全方位助力加盟商经营降本增效提质。截至目前，加盟商覆盖范围已近 2,000 家，全网综合经营实力显著提升。

近年来，公司持续推进数字化、智能化在末端的应用，依靠科技进步帮助业务员提高效率，增强获得感和幸福感。2023 年，公司通过地图技术研发应用“智能派件”系统，将业务员经验知识化、知识数字化，助力业务员合理规划揽派任务、优化派送路径；2024 年公司将在业务员行者系统中上线“YTO-GPT”等应用，降低业务员数字化工具学习难度和成本，提高其派送效率。

**（七）公司目前产能情况如何？未来在资本开支规模和结构上有什么计划？**

答：公司目前产能储备充足，核心资产配比良好，可满足现有业务需求。2024年，公司根据行业竞争和发展情况，制定了合理的产能规划和资本开支规模，预计整体的资本开支将保持相对平稳且保有合理弹性的态势。

资本开支结构将维持相对稳定，主要投向集中于土地购置、转运中心建设和自动化设备采购等。

**（八）公司目前快递业务入库入柜的比例如何？入库入柜率是否还有提升空间？**

答：近年来，公司持续完善终端配送体系建设，提高终端覆盖密度。截至2023年底，公司多元化终端体系日臻完善，在全国范围内共拥有超82,000个终端门店，快件入库入柜比例超71%。未来，随着配送终端的建设密度和智能化水平持续提升，入库入柜率预计将还有一定幅度的提升空间。

**（九）公司对于散单、退货件等业务有何规划？**

答：公司认为，散单、退货件等业务的发展有利于增强网络的盈利能力和稳定性，并提高业务员的收入水平。公司将通过数字化工具赋能，提升终端驿站和业务员开展散单、退货件等业务的意愿和能力，深度挖掘景区、校园、酒店、专业市场等多元化服务场景，并加强与电商平台在逆向物流等方面的深度合作。同时，公司将从提升及时取件能力和降低爽约率等方面持续改善散单服务质量，提升用户体验，助力加盟网络拓展散单、退货件等业务。

**（十）公司将如何推进国际化发展战略，2024年航空货运和国际业务如何展望？**

答：2024年，公司将继续深化国际化发展战略，推进“快递出海”工程，围绕国际快递、国际货运和供应链业务进行拓展布局。首先，公司将以国际快递为重点，依托自有全货机和优质航线等资源，打造中日、中韩、中澳、陆台等精品线路，提升国际快递产品服务质量，强化成本管控，并将加快对全球核心网络枢纽的布局，构筑国际网络基础能力。其次，公司将保持国际货物运输代理业务的稳定发展，并拓展服装、汽车和电子产品等多领域的供应链服务。同时，公司将深化国际化人才团队的引进和培养，2024年第一季度，周建出任圆通速递国际

执行董事及行政总裁，国际人才选拔和培训计划同步启动，致力于为全球化业务打造一支素质过硬、业务娴熟的专业团队。

公司认为，截至目前，国际空运、海运的市场价格下行空间相对有限，公司航空货运业务基本稳定，国际业务逐步改善，2024 年公司航空货运和国际业务整体维持稳中向好态势。