

# 2024年8月28日圆通速递投资者调研会议纪要

**调研时间：**2024年8月28日下午15:30--16:45

**调研方式：**电话调研

**调研人员：**长江证券、睿远基金、汇添富基金、高毅资产、大成基金、易方达基金、富国基金、广发基金、诺德基金、招商基金、博时基金、汇丰晋信、工银瑞信、拾贝投资、宽远资产、慎知资产、正心谷资本、敦和资产、太平资产、友邦人寿、中英人寿、中信证券、国海证券、中金资管、贝莱德基金、碧云资本、NeubergerBerman、Fidelity等近100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2024年上半年、第二季度经营情况及未来经营计划

2024年上半年公司快递业务完成量122.03亿件，同比增长24.81%，超出行业平均增速1.7个百分点，业务规模和份额持续提升。同时，公司实现营业收入325.65亿元，较2023年同期增长20.61%，经营性现金流净额23.11亿元。上半年公司实现归属于母公司股东净利润19.88亿元，同比增长6.84%。

2024年第二季度，公司快递业务完成量66.35亿件，同比增长24.75%。同时，公司实现营业收入171.37亿元，同比增长21.66%，经营性现金流净额17.31亿元。第二季度公司实现归母净利10.44亿元，同比增长9.40%。

业务板块利润拆分方面，2024年上半年，公司实现归母净利润19.88亿元中，其中航空业务亏损0.84亿元，圆通速递国际单体亏损0.26亿元。同时，公司所投项目香港国际机场高端物流中心项目的建设、运营主体香港青鹞投资产生了0.78亿元的投资亏损。鉴于该项目主要服务于国际业务且与国内快递经营无关，公司将其归类至国际业务，因此2024年上半年公司国际业务整体亏损1.04

亿元。剔除上述影响后，2024年上半年公司快递业务实现归母净利润21.75亿元，同比增长17.71%，国际及航空货运业务合计亏损1.88亿元。2024年第二季度，公司快递业务实现归母净利润11.41亿元，同比增长18.88%，国际及航空货运业务合计亏损0.96亿元。

2024年下半年，公司将继续以客户体验为中心，深耕快递主业，加快公司向人工智能的全面转型，推动量、质、价的全面提升；同时，公司将进一步深化拓展国际网络，强化国内国际协同，打造精准化、差异化、国际化的产品和服务体系，进一步提升盈利能力，为股东及广大投资者创造更大价值。

## 二、投资者问答环节

### （一）公司如何看待目前的行业格局与价格变化趋势？

答：公司认为，目前快递行业竞争格局整体维持相对稳定态势。下半年，行业进入传统旺季，受季节性、产品结构和货物重量等因素影响，行业价格预计将呈现合理回升且保有弹性的趋势。

### （二）公司对未来行业的业务量增速有何判断？

答：国家邮政局公布的数据显示，2024年上半年全国快递行业增速达23.1%，体现了快递行业发展具备较强韧性。公司认为，“直播电商”等新业态的持续渗透和蓬勃发展，为业务量的持续快速增长注入了强劲动力；同时，随着“快递进村”工程的深化推进，快递服务网络不断向中西部县、镇、村三级消费市场深度拓展，乡村寄递物流体系建设趋于完善，逐步打通了农产品进城、消费品下乡的双向流通渠道，进一步释放了农村等下沉市场的消费潜力，为行业业务量的持续增长贡献了重要增量。总体而言，公司认为上述影响具备较强的可持续性，预计未来行业的业务量将保持双位数以上增长。

### （三）近期国家邮政局召开相关会议提出“反内卷”的相关要求，请问对此公司如何理解？

答：近期，国家邮政局召开规范市场秩序、提升服务质量专题会议，提出要坚决防止“内卷式”恶性竞争，要求行业着力提升快递服务质量和创新发展能力。

近年来,公司高度重视和积极践行价值竞争策略,全面推进数字化、智能化赋能,强化运营精细管理,深化管理模式创新,巩固核心竞争壁垒,着力提升综合服务能力,打造优质、良好的市场口碑和品牌形象,提升品牌溢价和盈利能力。未来,公司将密切关注监管机构要求及政策变化,实时调整业务运营,贯彻落实监管机构要求,积极提升服务品质和科技创新能力,以实际行动推动公司及快递行业的高质量发展。

#### **(四) 公司未来会采取什么样的发展策略? 如何提升综合竞争力?**

答:公司未来将继续注重业务量、利润及加盟网络盈利的平衡,维持稳中有进的发展策略。公司认为,未来行业的核心驱动力将由数字化能力转向人工智能技术应用、开发、创新的能力,公司将发挥数字化转型的领先优势,以人工智能技术的应用创新作为工作重点,持续推进人工智能等先进技术的广泛运用,推动公司从数字化时代迈向人工智能时代,持续改善服务质量与客户体验,赋能全网经营管理,全面提升综合竞争力。

#### **(五) 目前公司的核心成本管控良好,请问公司具体采取了哪些举措? 未来是否还有下降空间?**

答:近年来,公司以数字化、智能化赋能全网,持续加强精细化管理,成本管控处于行业领先水平。业务经营中,公司持续聚焦车辆装载管控,实时监控异常装载;实行智能化车队管理,动态优化干线路由和运力结构,推动运能成本持续下降。同时,公司全面升级精益运营体系,强化装卸统筹,精准管控工序、岗位效能,并通过改良工艺、引进自动化设备、推广无人化技术等方式提高中转操作效率,中心操作成本稳步降低。

公司认为,单票成本长期而言仍有下降空间,公司将持续深化各项降本增效核心举措,全面提升全网经营管理效能,深挖成本降幅空间。

#### **(六) 公司未来将采取哪些具体举措提升单票收入和价格?**

答:公司认为,单票收入和价格是体现盈利能力和综合竞争力的关键要素,公司将持续聚焦提升服务质量与客户体验,着力增强品牌溢价能力;同时,公司

将因地制宜、动态精细的优化和调整客户、产品、货重及政策等结构，提升公司差异化、精准化竞争能力，多维度提升单票收入和价格。

**（七）公司数字化、智能化是如何赋能末端网络的？落地过程中加盟商的响应、欢迎程度如何？**

答：近年来，公司持续推进全网一体数字化、标准化落地见效，助力全网提升管理能力、提高管理效率，致力于打造“非直营的类直营化体系”。经营过程中，公司持续探索人工智能技术的垂直应用，结合高频业务场景打造、升级“YTO-GPT”，逐步构建人工智能应用架构，全面降低数字化工具学习难度和成本，释放数据要素价值，促进管理决策更智慧、更高效；公司结合动态数字地图技术研发应用的“智能派件”系统，实现包裹智能分堆、揽派路径优化，进一步提高业务员揽派效率，并结合语音识别、图像识别等技术，优化揽派信息推送，改善客户服务感知，推动揽派精准化、差异化，末端履约能力持续增强，服务质量与客户体验稳步改善。

通过对加盟商财务、运营、管理等全方位的赋能，落地过程中，各项数字化、智能化系统广受加盟商欢迎和好评，加盟商经营实力和管理能力明显提升。

**（八）公司对航空货运和国际业务的未来发展有何展望？**

答：公司近年来深化践行国际化发展战略，积极推进全球供应链建设布局，国际快递、航空货运和供应链等业务实现了稳定运行，综合服务能力稳步提升。截至 2024 年 6 月末，公司海外网络已经覆盖超 150 个国家及地区，形成了覆盖全国近 50 个主要口岸和海外部分重点口岸的整体清关网络；同时，公司持续优化航空机队规模和结构，提升中长途航空货运能力，并持续加密亚洲和东欧等区域的航线。未来，公司将运用数字化、智能化的领先优势赋能航空货运与国际快递等业务，搭建完善的运营、客服及关务数字化系统，促进国际快递、货代和供应链等业务的协同发展，持续提升盈利能力。

公司认为，随着市场环境的逐步复苏，以及综合服务能力的稳步提升，公司航空货运和国际业务未来整体将维持稳中向好的良好态势。