

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：2025-002

投资者关系 活动类别	☐特定对象调研 ☐分析师会议 ☐媒体采访 ☒业绩说明会 ☐新闻发布会 ☐路演活动 ☐现场参观 ☐其他（请文字说明其他活动内容）
参与单位名称及人员姓名	中信证券、富国基金、工银瑞信基金、海富通基金、东方资管、远信投资、碧云资本、巨杉资产、国海证券、中金公司、中信建投、申万宏源、长江证券、国信证券、高盛、富瑞证券、瑞银证券、摩根士丹利等 46 家机构共计 68 位投资者
时间	2025 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	一、公司管理层介绍 2024 年度及 2025 年一季度经营情况 2024 年，公司继续秉承“正道经营、长期主义”的发展理念，聚焦“打造中国体验领先的经济型快递”的战略目标，构建“我为人人、人人为我”的新型加盟网络文化，通过持续投入基础设施建设，深耕网络末端服务能力，升级差异化产品体系等重要战略举措，顺利实现了“规模、体验、利润”三驾马车的持续增长。 2024 年，公司完成业务量 227.29 亿件，同比增长 29.8%；市场份额为 13.0%，同比提升 0.83 个百分点。 业绩方面： 2024 年，公司实现营业收入 471.7 亿元，同比增长 15.3%，其中快递业务收入 466.5 亿元，同比增长 19.3%；营业成本 443.4 亿元，同比增长 13.1%，其中快递成本 440.5 亿元，同比增长 17.3%。

	单票快递成本 1.94 元，同比下降 0.21 元。其中，单票派送成本 1.22 元，同比下降 0.13 元；单票运输成本 0.37 元，同比下降 0.04 元；单票操作成本 0.33 元，同比下降 0.04 元。 销售、管理、研发、财务费用占营业收入比重从 2023 年的 3.22%进一步降低至 2024 年的 3.05%，期间费用合理管控。 2024 年，归母净利润 10.40 亿元，同比增长 205.2%，扣非净利润 10.17 亿元，同比增长 199.6%；单票归母净利润 0.046 元，同比提升 0.026 元。 2024 年度经营活动净现金流 39.4 亿元，资本开支 32.5 亿元，自由现金流情况持续好转。 进入 2025 年，一季度行业件量 451.4 亿件，同比增长 21.6%；公司一季度完成业务量 58.1 亿件，同比增长 26.6%；市占率为 12.9%，同比提升约 0.5 个百分点。 2025 年一季度公司实现归母净利润 2.36 亿元，同比增长 24.0%；扣非归母净利润 2.31 亿元，同比增长 23.8%；单票盈利 0.04 元，同比持平。 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、公司今年会采取哪些措施提升盈利水平？ 回复：公司主要会通过改善收入及降低成本两方面持续推动盈利能力提升。收入方面，通过扩大逆向件和散单的件量规模，提升重货市场竞争力来提升单票收入，同时持续提升全链路的时效和服务质量，增强公司的品牌溢价。 成本方面：在运营端，公司通过持续扩充自有运力规模，进一步提升转运中心自动化水平，增强运营环节的数智化和精细化管理水平，继续降低中转成本。派送端，随着公司件量稳定增长，带来末端派件密度有效提升，加上部分网点采取驿站直分直送、无人车派送等进一步提升末端派送效率，继续降低末端派送成本。 2、公司今年的资本开支和产能规划？ 回复：公司将继续投入基础设施建设，推动公司产能再上新台阶，预计 2025 年内常态吞吐产能将提升至日均 9,000 万单以上。资本开支预计维持 2024 年水平，但具体资本开支金额可能会受到资金支付节奏的影响。 3、公司在末端无人车方面的投入情况？ 回复：目前公司已有部分网点投入无人车用于末端配送，无人车有助于提高末端派件效率，降低派送成本。公司也在结合末
--	--

	端环境的发展情况、新技术的应用状况以及自身运营发展战略，积极探索推广无人车的使用。 4、外贸企业出口转内销背景下，对快递行业件量及价格的影响？ 回复：外贸企业出口转内销有利于扩大内需，从而带动消费及物流产业增长。但实际业务量增长中，无法详细拆分商家客户是否为外贸企业。申通快递将充分发挥 32 年深耕国内市场的物流网络优势，持续为电商平台及商家提供极具性价比的寄递服务。 5、公司 2025 年在份额和利润方面如何平衡？ 回复：2025 年，公司将继续聚焦经济型快递主业，坚持“稳定存量，拓展增量”的经营思路，全面拥抱人工智能，在做深做优电商快递大盘业务的同时，不断发掘新场景、新商机，实现公司件量规模增长继续超过行业的目标。公司希望能够实现“规模、体验、利润”三驾马车持续增长，业务规模稳步提升的同时，盈利能力稳定增长，为广大消费者带来体验领先的快递服务。 6、电商平台取消仅退款，对快递公司件量和单价的影响？ 回复：据了解，电商平台推出“仅退款”政策，初衷是为降低消费者维权门槛，解决生鲜等高退货成本商品的售后难题。但“仅退款”政策实施期间也引发了不少争议，国家监管部门在今年两会期间明确要求治理平台滥用规则问题，因此相关政策进行了调整。 取消“仅退款”政策有利于优化电商环境，清退劣质货品和商家，减少电商低价低质竞争，从而转向服务力的竞争。长期来看，有利于带动下游电商快递竞争趋势向好，不过目前还没有观察到新政策对于快递业务量直接且量化的影响。
附件清单 (如有)	无
日期	2025. 4. 25