

2021年8月27日圆通速递投资者调研会议纪要

调研时间：2021年8月27日下午15:00--16:00

调研方式：电话调研

调研人员：中金公司、中信证券、长江证券、摩根士丹利、摩根大通、高盛集团、高毅资产、嘉实基金、博裕资本、拾贝投资、景林资产、国寿资产、人保资产、大成基金、鹏华基金、中信建投证券、中国银河证券、中泰证券、华泰证券、国金证券、国信证券、国泰君安、安信证券、光大证券、浙商证券、申万宏源证券、瑞银集团、大和证券、中银基金、长信基金、君和资本、幸福人寿、花旗银行、星展银行、汇丰银行、富达国际、招银理财、招商资本、Jefferies、NF Trinity、Cephei Capital、Polymer Capital、Robecco、Destination Partners等110余家投资和研究机构。

公司管理层：

圆通速递董事兼总裁：潘水苗

圆通速递董事局秘书：张龙武

一、由公司管理层简要介绍公司 2021 年上半年经营情况及下半年经营计划

2021 年上半年公司坚定深耕快递主业，持续推进全面数字化转型，深化落实服务质量战略，加大核心资源投入，聚焦深化成本管控，业务发展稳健良好。2021 年上半年公司实现业务完成量 74.11 亿件，同比增长 50.14%，市场占有率为 15.01%，较 2020 年同期提升 0.44 个百分点。其中第二季度实现业务完成量 42.66 亿件，同比增长 30.43%，市场占有率为 15.54%，公司业务规模稳步扩大，业务完成量增速持续提升。2021 年上半年，公司实现营业收入 194.95 亿元，较 2020 年同期增长 33.70%，实现归母净利润 6.46 亿元。2021 年上半年，公司国内快递、航空业务和国际业务三大板块营业收入均保持了持续稳健增长，其中，圆通航空和圆通速递国际业务发展良好，圆通航空产品能力不断提升，自销航线收入占比明显提升；圆通速递国际业务中，2021 年上半年国际快递及包裹服务的业务收入占比较去年同期提升了约 10 个百分点。

2021年上半年，公司坚定落实服务质量战略，应用数字化工具，搭建联动管理体系，综合提升时效水平，精准保障寄递安全，强化客户服务能力建设，综合提升服务品质，改善客户体验。同时，公司聚焦成本管控，各项管控举措深化落实，在成品油价格回升和高速公路收费减免等税费优惠政策取消的影响下，公司单票快递产品成本整体较去年同期下降 2.63%，2021年上半年公司单票运输成本 0.51 元，较去年同期相对持平，公司全面应用转运中心创新管理模式和数字化管控工具，精准管控岗位人均效能，公司人均效能同比提升超 20%，单票中心操作成本 0.31 元，较去年同期下降 0.02 元，同比降幅达 5.52%。

2021年下半年，公司将持续推进全面数字化转型，坚定落实服务质量战略，深化各项降本增效举措，打造差异化产品与服务体系，不断增强综合服务能力。

二、投资者问答环节

（一）公司 2021 年上半年业务完成量增速较快的原因如何？

答：2021年上半年，公司持续推进全面数字化转型，坚持以客户体验为中心，深度挖掘市场差异化需求，推进部分时效精准的快递产品市场拓展，完善客户分层、产品升级，精准匹配客户日益多元的快递产品与服务需求。公司深化、完善市场营销各项举措，实施精准营销，并持续向合作伙伴和其上游客户推广客户管家应用，增强客户粘性。同时，公司依托全网优势资源，逐步打造数据驱动的仓配一体平台，积极开拓仓配业务，并全面对接第三方平台、拓展直播带货等新兴市场，引入快件增量。因此，2021年上半年公司业务完成量增速高于行业平均增速。

（二）公司 2021 年上半年成本管控的成效如何？对下半年成本管控的预期如何？

答：公司持续聚焦深化成本管控，运用数字化管控工具，在新冠肺炎疫情期间国家出台的各项优惠政策取消和成品油价格回升等影响下，公司单票快递产品成本整体较去年同期下降 2.63%，2021年上半年公司单票运输成本 0.51 元，与去年同期基本持平，单票中心操作成本 0.31 元，较去年同期下降 5.52%。

未来，公司将持续应用数字化、信息化管理工具，持续深化各项降本增效核心举措，提高车辆装载票数与运价透明度，动态优化干线路由，并加大自动化设

备投入，优化设备效能，提升人均效能，深度挖掘成本降幅空间，推进运输成本和中心操作成本进一步下降。

（三）2021 年上半年公司服务质量的提升体现在哪些方面？

答：2021 年上半年公司服务质量的提升主要体现在快件时效、寄递安全和客户投诉等方面，公司综合应用数字化管控工具，搭建全网联动的管理体系，实施分段精准管控，有效改善快件时效，健全规范操作体系，保障寄递安全，并不断强化客户服务能力建设，提升客户体验。2021 年上半年，公司月均快件遗失率同比下降近 15%，客户投诉率同比降幅超 38%。同时，截至 2021 年上半年末，公司快件全程时长较去年同期缩短近 4 小时。

（四）公司 2021 年第二季度以来公司时效水平表现强劲，在成本维持较好的状态下，公司快件时效表现好的原因如何？

答：公司认为，快件时效和成本管控不是相互对立的。近年来，公司持续推进全面数字化转型，运用数字化工具提升运营管理效率，分段精准管控快件时效，在公司各项成本维持下降趋势的基础上，快件时效仍然得到了较大幅度的提升。

（五）公司在差异化产品方面的部署与战略进展如何？

答：2021 年上半年，公司深度挖掘市场差异化需求，推进部分时效精准的快递产品市场拓展，完善客户分层、产品升级，逐步建立差异化、多元化的客户层级与产品体系，截至 2021 年上半年末，公司客户分层、产品升级等处于稳步推进中，发展趋势良好。同时，公司深化、完善市场营销各项举措，实施精准营销，并持续向合作伙伴和其上游客户推广客户管家应用，通过其为客户提供物流、商业全场景一站式服务，提升了客户运营管理效率和快递物流服务体验，增强客户粘性。截至 2021 年 6 月底，客户管家已覆盖淘宝、天猫、拼多多、蘑菇街、微店、国美在线等多个电商平台的商家客户，日活跃用户稳定增加。

未来，公司将继续强化全面数字化转型赋能产品升级，增强客户粘性，逐步打造差异化产品与服务，提升综合服务能力。

(六) 公司控股子公司圆通速递国际 2021 年上半年的发展情况如何？圆通速递国际的未来发展规划如何？

答：根据该公司披露的中期业绩公告，圆通速递国际上半年实现营业收入 30.38 亿港元，同比增速 38.02%，实现归母净利润 0.97 亿港元，整体业务保持稳健发展。同时，国际快递及包裹服务业务发展趋势良好，业务收入较去年同期明显增长，占圆通速递国际总收入的比例亦较去年同期提升了约 10 个百分点。

未来，圆通速递国际将在保持国际货物运输代理业务稳定发展的前提下，依托全球干线运输网络及本土化海外仓等优势资源，强化与自有航空的融合发展，大力拓展国际快递业务和供应链服务，提升全链路综合服务能力。

(七) 公司下半年的产能储备及未来资本开支投入计划如何？

答：公司目前产能储备充足，下半年部分转运中心也会完成扩产或搬迁的工作，可满足日常经营需求。未来，公司将根据产能储备、现金流及盈利状况，适度、适时投放资本开支，用于土地采购、转运中心建设、自动化设备建设、自有干线车辆采购等，并将综合提升运营和管理效率，避免过度投资和成本浪费。

(八) 若未来行业价格竞争有所缓解，或行业价格出现上升趋势，公司将如何受益？

答：公司认为，未来快递行业价格若出现上升趋势，将一定程度增加快递员投递报酬，切实保障快递员合法权益。同时，加盟商及末端网点的盈利水平将有所改善，有助于公司加盟网络的稳定运营，进一步改善服务质量和客户体验，促进市场深度拓展，增强公司综合服务能力，提升整体盈利水平。

(九) 快递行业下半年的竞争格局如何？公司将如何应对？

答：2021 年上半年，部分省市出台行业促进和整顿相关政策，开展快递市场秩序整顿专项行动，并推进相应立法程序，明确规定“快递经营者不得以低于成本的价格提供快递服务”，规范非理性竞争行为，促进行业竞争生态不断优化。近期，国家各部委亦出台相关政策，重视快递员的合法权益保护。公司认为，在国家监管政策陆续出台的背景下，行业竞争环境将向好发展，价格竞争或将有所

缓解。

公司将积极落实国家邮政局及各部委的决策部署，维护快递行业健康、理性发展，保障快递员合法权益。公司亦将持续全面推进数字化转型，加强核心能力建设，坚定落实服务质量战略，聚焦深化成本管控，打造差异化产品与服务体系，夯实市场核心竞争力；同时，公司将积极深入布局全球快递服务网络，拓展国际市场，并发挥自有航空优势，加快自有航空和圆通速递国际货代、快递业务的协同互补，逐步打造全球供应链一体化，增强综合服务与竞争能力。