

2022年8月26日圆通速递投资者调研会议纪要

调研时间：2022年8月26日下午15:00--16:30

调研方式：电话调研

调研人员：兴业证券、摩根大通、高盛集团、摩根士丹利、高毅资产、易方达基金、博时基金、嘉实基金、南方基金、中银基金、大成基金、景林资产、拾贝投资、国寿养老、和谐汇一、泰康资产、瑞士信贷、半夏投资、宽远资产、中欧瑞博、中金公司、瑞银证券、花旗、美银美林、安信证券、长江证券、国海证券、Oxbow、Macquarie、Wellington、Jefferies、CLSA、Alphahill、UBS等180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 2022 年上半年经营情况及下半年经营计划

2022 年上半年，公司快递业务完成量 80.85 亿件，同比增长 9.09%，超行业增速 5 个百分点，占全国快递服务企业业务量的 15.78%，同比提升 0.77 百分点；实现营业收入 250.66 亿元，同比增长 28.58%；实现归母净利 17.74 亿元，同比增长 174.72%；经营性现金流净额 33.52 亿元，同比增长 291.07%。得益于单票快递产品收入提升及单票快递产品成本有效控制，2022 年上半年公司单票快递产品毛利 0.27 元，同比大幅提升 168.02%。其中第二季度，公司实现营业收入 132.39 亿元，同比增长 25.67%；实现归母净利润 9.03 亿元，同比增长 228.28%；实现扣非归母净利 8.88 亿元，同比增长 248.19%。

2022 上半年公司积极调整业务运营，以多重扶持政策支持全网，有效应对新冠肺炎疫情等外部不利因素的冲击，助力公司业务发展和业绩表现延续稳健良好势头。

2022 年下半年，公司将继续深化全面数字化转型，进一步推进加盟商人资、客服、运营等数字化系统应用，推动加盟商运营能力提升，降低加盟商运营成本，

并持续推进自动化升级，推广精益生产，全面链接客户，构建综合产品与服务能力，持续提升盈利能力。

二、投资者问答环节

（一）公司如何看待未来快递行业的业务量增速？

答：公司认为，未来快递行业增速趋于平稳，近年或有望维持双位数的增长中枢。首先，随着新兴社交电商平台、直播带货等模式蓬勃发展，网购渗透率进一步提高，电商消费潜力将持续释放；其次，随着电商平台向下沉市场转移，快递服务网络不断向中西部、三四线城市和农村消费市场深度拓展，农村消费市场等下沉市场的潜力持续释放，亦将成为行业稳定增长的强劲动力。

（二）2022 年上半年，公司在持续推进数字化转型过程中，网点管家及客户管家推广效果如何？

答：2022 年上半年，公司持续深入推进全面数字化转型，以数字化系统为基础，全方位赋能总部、加盟商及客户。网点管家方面，公司秉承打造“非直营的直营化体系”，着力推进全网一体数字化、标准化，通过对加盟商财务系统、运营系统、管理系统等全方位赋能，助力加盟商提升财务分析能力、提高管理决策效率，全面提升加盟商综合经营实力。2022 年上半年，全网加盟商积极应用相关财务系统、客服系统等，数字化系统推广成效显著，切实解决了加盟网络管理、运营过程中的部分难点、痛点问题。同时，公司以客户管家为载体，聚焦推广智能客服，优化人机结合策略及流程，完善客户管家各模块功能，并推进精准营销策略，逐步试行直通总部功能，全面链接客户，多维改善客户体验，增强客户粘性，截至 2022 年上半年末，客户管家活跃度大幅提升。

（三）面对油价上涨、人工成本增加等行业经营风险，公司如何应对？

答：公司以数字化管理工具为抓手，通过管理效率和管理能力的持续提升，油价上涨、人工成本增加等外部因素对公司成本影响可控，不会对公司的经营能力和盈利能力产生较大影响。首先，公司通过持续提升单车装载票数，动态优化干线路由，实行运价公开、透明化管理，实现运输成本的有效控制；同时，公司

持续推行创新管理模式，精细管控人均效能、岗位效率，试点并推广无人化技术应用，推进柔性分拣，持续提升自动化设备效能，提高分拣效率。2022 年上半年，在成品油价格大幅提升、人工成本同比提升和新冠肺炎疫情频发的影响下，公司单票运输成本和单票中心操作成本基本得到有效控制，较去年同期基本持平。

（四）公司的单票成本是否仍有改善空间？

答：公司认为，单票成本仍有下降空间，未来改善将主要依托管理优化、效能提升和技术进步。公司以高度整合的数字化系统赋能精细管理，持续打造高效运能体系，运用精益生产理念，持续提升和优化人均效能、工序效能，并逐步试点无人拉包、无人供包等无人化技术，深度挖掘成本下降空间，进一步实现全网一体降本增效。

（五）公司未来将如何持续提升品牌溢价和盈利能力？

答：未来，公司将从收入和成本两方面持续提升盈利能力。公司坚持以客户体验为中心，深化落实服务质量战略，对快件全程时长、投诉率、遗失破损等各项指标实行精准管控，并通过客户管家链接客户，全面提升普遍服务能力，增强普遍服务的产品定价能力；公司亦深度挖掘市场差异化需求，在快件时效、服务质量和客户体验等持续改善的基础上，逐步打造“普遍服务-圆准达-高端时效产品”的差异化产品与服务体系，逐步拓展“圆准达”等高端产品的客户规模，全面提升品牌溢价。同时，公司深入推进全面数字化转型，推广运用精益生产理念，全面提高运营效率，聚焦深化成本管控，有效控制核心成本，实现全网一体降本增效，提升公司盈利能力。

（六）公司的终端布局有哪些优势，发展规划如何？

答：近年来，公司持续加大配送终端建设，提高终端覆盖密度，现已形成了较为完善的城乡多元化配送终端体系，精准满足了客户差异化、个性化的快件服务需求。截至 2022 年上半年末，公司在全国范围内共拥有超 74,000 个终端门店，快件入库入柜比例提升至 66%以上，配送效率明显提高。

终端布局和发展方面，公司在全国范围内因地制宜、科学合理推广圆通妈妈

驿站，并与中国残联达成战略合作，积极推动以圆通妈妈驿站为依托的“圆梦家园”建设；同时，公司秉承“快递+”的终端运营理念，在原有收派快件的基础功能上，搭建社区生活服务、属地供应链分销等多样化便民商贸体系，提高驿站的经营水平与服务质量，激发配送终端发展的内生动力，提升公司末端综合服务能力。

（七）公司现金流改善情况以及资本开支计划如何？

答：得益于行业经营环境改善，公司快递业务单票收入提升，2022 上半年公司经营性现金流净额 33.52 亿元，同比增长 291.07%，自由现金流首次实现转正，企业经营能力持续增强。

公司目前产能储备充足，核心资产配比良好，预计未来资本开支规模会逐步收窄。

（八）公司自由现金流转正后，是否考虑快递主业之外的投资方向？

答：目前，公司将坚定聚焦快递主业，持续推进全面数字化转型，以客户体验为中心，深化落实服务质量战略，逐步提升品牌溢价，增强产品定价能力，推动经营业绩稳健增长。同时，公司将积极关注行业发展，将逐步加大对快递业务有较强协同效应的产业链及业务的发展和投入，以进一步促进业务量的增长，并深化践行国际化发展战略，逐步增强国际快递及供应链业务的服务能力。

（九）公司未来是否还有新一轮融资计划？

答：目前，公司经营业绩良好，现金较为充裕，尚无新一轮融资计划，未来将综合行业发展、战略布局等因素确定是否制定和执行相关融资计划。

（十）公司国际及航空业务的经营和发展情况如何？

答：2022 年上半年，公司紧抓 RECP 发展机遇，秉持跟着“一带一路”走出去、跟着华人华企走出去、跟着跨境电商走出去的指导原则，充分发挥自有航空及全球网络等资源优势，积极拓展国际快递服务网络布局，持续推动圆通速递国际、圆通航空融合联动发展，国际货物运输代理业务稳定运营，强化亚洲区域的

核心航线布局，并积极着力开发覆盖东北亚、东南亚和欧洲等区域的专线产品与服务，进一步夯实中日专线产品和服务等竞争优势，持续打造国际快递和供应链物流服务能力。2022年上半年，公司国际业务发展良好，营业收入稳步提升，盈利能力持续增强，圆通速递国际实现营业收入 34.40 亿港元，同比增长 13.2%，圆通速递国际和圆通航空合计实现归母净利润人民币 1.86 亿元。