

## 中国外运股份有限公司投资者关系活动记录

日期及时间	2023年3月28日
公司接待人员	执行董事、总经理 宋嵘 独立董事 李倩 财务总监 王久云 副总经理、董事会秘书 李世础
投资者关系活动类别	<input type="checkbox"/> 公司现场接待 <input type="checkbox"/> 电话接待 <input type="checkbox"/> 其他场所接待 <input type="checkbox"/> 公开说明会 <input checked="" type="checkbox"/> 定期报告说明会 <input type="checkbox"/> 重要公告说明会 <input type="checkbox"/> 其他
主要调研内容	<p><b>1、在海外高利率和经济下行的情况下，公司对进出口需求的看法是怎样的？</b>                  从需求端看，2020-2021年境外对中国出口的需求明显增加。2023年总体来说，进出口贸易可能面临一定的压力。当前，全球通胀高企，主要经济体增长乏力，而中国的经济增长仍然稳健，这将为世界经济复苏和发展提供信心和动力。围绕高质量发展这一总要求，随着经济社会活力进一步释放，中国将为推动世界经济复苏作出更大贡献。中长期看，中国经济的韧性会显现出来。</p> <p><b>2、公司如何看待2023年的海运运价，有哪些应对措施？</b>                  从供给端看，过去两年海运市场供不应求，海运价格也屡创新高，船公司也相应加大了运力投入。航运咨询机构MSI (Maritime Strategies International) 分析师预测，2023-2024年集装箱船新增运力较2022年增长7%。尽管船公司联盟通过控制运力投放可以在一定程度上调节供需失衡，但总体看来，国际海运运价，尤其是中国出口集装箱运价在2023年将继续承压。我们看到，2023年2月中国出口集装箱运价综合指数(CCFI)环比下降8.5%，同比下降68.5%。公司将结合市场情况以及客户需求对运力采购作出相应安排。</p> <p><b>3、2022年上半年，公司海运代理利润率和单箱水平明显提升，但下半年降幅明显，主要原因是什么？</b>                  2022年，国内外经济环境严峻复杂，地缘政治冲突、欧美高通胀等对中国进出口贸易影响较大，下半年海运运价断崖式下降，对公司收入有一定影响。在上半年海运运价高位运行时，公司主动优化业务结构，减少部分利润率较低的业务，通过为客户提供更多环节服务提升利润率和单箱利润水平。2022年下半年，特别是第四季度，在海运市场下行的环境下，公司与客户共克时艰，进行了部分让利，给2022年下半年的利润水平带来了一定影响，但这种调整只是暂时的。</p> <p><b>4、公司海运代理的货类结构是什么样的，主要区域占比分别是多少？</b>                  公司海运代理出口以一般贸易普货为主，货物品类与中国整体出口货物品类基本一致。出口分地区来看，亚洲内部占比近一半，欧洲约10%-20%，美国约10%-15%，其他地区均不到5%。</p>

**5、 公司海运和空运的业务模式是怎样的？**

在海运代理板块，公司目前没有提前锁舱锁价的模式。公司为客户提供订舱服务时，运费计入收入，通常按实际运费与客户结算，因此如运价上涨对公司收入有正向影响，但对板块利润影响有限。海运代理板块的利润主要来自于为客户提供的服务，如报关、运输、仓储等等。

中国外运空运业务方面，公司业务模式逐步由传统货代模式向“货代+承运人”的复合模式转变，并借助跨境电商和高端制造业的快速发展，形成了稳定的干线运力需求，进而有效提升可控运力。公司与航空公司签订包机协议的同时，已经有客户提前锁定了部分舱位，也一定程度上减少了运营风险。2022年，公司可控运力22.8万吨，同比增长3%。未来，公司将继续根据业务需要对空运运力采购作出适当安排。

**6、 在国际海运市场下行的情况下，公司将如何提升运营能力？**

市场环境发生变化，行业竞争更加激烈，公司及竞争对手都会面临一定压力。公司提出要将市场存量化为公司增量，通过延伸服务链条、多环节服务、加强集疏运能力等获得业务增量，提升海运代理单箱利润和整体运营能力。2022年，公司海运代理单箱利润同比提升5%。

**7、 市场对2023年出口比较担忧，国家也提出要扩大进口，公司在扩大进口业务方面有哪些举措？**

目前，扩大进口业务是公司的重要工作，各下属公司均成立进口业务专班，并设定进口业务的相关目标，加大了海外市场的拓展力度。

**8、 2023年公司包机业务规模计划是怎样的？**

2022年公司固定运力（包机+包舱包板）22.8万吨（2021年为22.1万吨），全年运营18条包机航线，其中稳定运营航线8条（目前仍在运营的航线有6条）。2022年第四季度以来，国际空运市场发生了趋势性变化。2023年公司会综合考虑战略客户的需求以及市场供需变化，适时调整可控运力的投入，为客户提供安全稳定的供应链保障。

**9、 从2023年和中长期看，公司如何看待直接客户的情况？**

目前公司海运代理的直接客户收入占比接近一半，合同物流基本均为直接客户。深化与重点客户的合作，大力发展核心直接客户是公司发展方向，同时公司也会致力于提供多环节的服务，围绕客户需求打造整体物流产品。

**10、 2022年公司合同物流表现很好。公司合同物流业务中国内和海外业务的占比分别是多少？公司怎么看合同物流业务的海外发展？另外公司怎么看合同物流2023年的增长趋势？**

公司合同物流以国内第三方物流业务为主；2022年，合同物流海外业务在欧洲、东南亚和中东地区发展较好，虽然整体收入不大，但体现了公司合同物流向海外发展的结构性趋势。2022年，合同物流业务发展规模显著增长，利润规模跃居居板块之首，成为公司应对市场挑战的关键增长极。受益于国内消费的恢复，2023年公司对合同物流的业务量规模及运营质量持积极态度。

**11、 公司怎么看东南亚和中东市场？未来公司在海外网络的方向是怎样的？**

东南亚和中东是公司海外发展的重点关注地区。2022年，公司成立新加坡公司，实现了东盟国家级骨干物流网络全覆盖。公司在中东地区如迪拜等已经有业务开展，包括合同物流、空运等。中东地区近两年发展较好，该地区除海湾地区外还辐射北土耳其、欧洲东部地区。欧洲地区，公司在收购KLG集团之后，会继续强化网络布局及资源

配置。此外，公司也关注中亚、拉美地区，近期在业务上也有一些收获。

**12、公司认为合同物流业务未来增长的驱动因素有哪些？**

2022年，在国内经济受多重超预期因素的反复冲击影响下，公司合同物流业务在业务量、收入、利润均保持了较好的增长，而2023年国内经济将是复苏态势，因此公司对2023年合同物流业务的发展保持信心。

公司合同物流业务服务于快消及零售、汽车及工业制造、电子及高科技、医疗健康等细分市场的客户，大多已合作多年的头部企业，客户粘性较强。在合同物流业务方面，公司通过战略客户的重构、内部资源整合、数字化转型等手段推动业务的增长，此外，公司从2021年底开始尝试4PL+3PL业务模式，业务开展一年多以来，业务规模、运营质量好于公司预期。未来公司在合同物流业务方面将继续努力做到有质量的增长。

**13、公司未来是否有继续回购的计划？**

公司进行A股股票回购是用于股权激励，2022年公司回购的A股股份已覆盖股权激励计划前两批生效股份数量。H股回购是在股东大会授权范围内，根据市场和公司资金情况决定。后续如有回购，公司也会根据相关规则，履行信息披露义务。

**14、公司未来资本支出计划如何？**

过去几年公司每年资本开支约20亿元人民币（不含兼并收购），主要是用于物流基础设施建设和改造升级、物流设备采购等。2023年，预计在基础设施投资方面将会有更多获取核心资源的机会，如大湾区、长三角、北上广深等地区，预计2023年资本开支会有所增加。

**15、公司怎么看中外运敦豪的发展？**

中外运敦豪的服务在时效性、安全性、服务质量等方面都处于市场领先地位。中外运敦豪最近几年都在加大市场拓展力度和优化客户结构，过去三年，在空运市场旺盛的情况下，中外运敦豪的增速和利润水平是非常态的，目前随着进出口贸易和跨境电商增速放缓等，未来可能不会保持像过去几年那么高的增速，其利润水平取决于很多因素，包括进出口贸易、电商市场变化、商业航班恢复、油价、汇率等。

**16、请公司介绍一下数字化战略实施的具体情况，未来公司在数字化方面还会有什么变化？**

2022年，中国外运的数字化转型秉承“重构业务，重塑运营，重建组织，科技赋能”的策略，以推动业务服务能力和经营模式的转型升级作为数字化转型方向，以实现全网运营为目标，设计了以物流产品为核心的包含客户（销售）、产品、交付、资源的四层数字化产品运营体系蓝图，并提出了包含流程再造、组织变革、系统建设等内容的数字化转型路径。

**17、未来海外并购方向如何？**

未来并购目标将重点围绕东南亚、中东地区，主要关注可以对公司海外端网络形成有效补充、增强海外属地运营能力的标的。在欧洲地区，公司将充分利用KLG集团作为平台，适当对经营以及业务资源进行小规模补充。但兼并收购取决于市场情况、谈判进展等多方面因素，具有不确定性。

附件

无