

# 2024年10月30日圆通速递投资者调研会议纪要

**调研时间：**2024年10月30日下午15:30--16:30

**调研方式：**电话调研

**调研人员：**申万宏源证券、汇添富基金、富国基金、易方达基金、高毅资产、东方证券资管、华泰保兴基金、万家基金、泉果基金、招银理财、拾贝投资、和谐汇一、宽远资产、大朴资产、广发证券、华泰证券、长江证券、中金资管、太平洋资管、安信保险、摩根士丹利、花旗、中信里昂、美林证券、Goldman Sachs、Y2 Capital、Jefferies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年三季度经营情况及四季度经营计划

2024年前三季度，公司快递业务完成量189.13亿件，同比增长25.98%；实现营业收入493.69亿元，同比增长21.13%，实现经营性现金流净额40.83亿元，同比增长7.16%；实现归母净利润29.30亿元，同比增长10.21%，经营业绩稳健增长。

2024年第三季度，公司快递业务完成量67.11亿件，同比增长28.16%，超出行业平均增速8个百分点，尤其是8月和9月，公司业务量增长取得行业最快增速，业务规模 and 市场份额持续提升。同时，公司实现营业收入168.05亿元，同比增长22.13%；实现归母净利润为9.43亿元，同比增长18.06%。

2024年第四季度，行业进入传统旺季，公司将贯彻落实“坚持一切以市场客户体验为中心，为客户创造价值”的要求，强调“重体验、提时效、增市场、保安全”，做到“淡季不淡、旺季不乱”，继续为客户提供安全、快速、便捷、可靠、科技的快递服务。同时，公司还将继续推进数字化转型与智能化发展，增强全网综合服务与竞争能力，持续提升品牌溢价，为股东及广大投资者创造更大的价值。

## 二、投资者问答环节

### （一）公司如何看待行业格局的变化趋势？

答：公司认为，2024 年第三季度快递行业竞争格局继续维持相对稳定态势，未来行业内公司综合竞争力差距将逐步扩大，竞争格局将呈现分化趋势。

### （二）公司对 2025 年快递行业的业务量增速如何预期？

答：国家邮政局公布的数据显示，2024 年前三季度全国快递行业增速达 22.0%，总体实现较快增长，“直播电商”等新业态的持续渗透和蓬勃发展，农村等下沉市场的消费潜力进一步释放，均为行业业务量的持续快速增长贡献了重要增量。公司认为，上述影响具备较强的可持续性，行业未来将继续保持良好的发展韧性，因此，对于 2025 年行业业务量增长，公司保持积极、乐观的预期。

### （三）公司将采取何种发展策略应对较为激烈的市场竞争？如何提升自身的综合竞争力？

答：目前，快递行业处于充分竞争阶段，公司将继续注重业务量和利润的平衡，维持稳中有进的发展策略。未来，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，持续改善服务质量与客户体验，赋能全网经营管理，持续提升品牌溢价和综合竞争力，实现市场份额的稳步提升。

### （四）请问公司第三季度资本开支情况如何？如何展望未来的资本开支规模？

答：2024 年第三季度，公司资本开支投入超 20 亿元，主要用于完善转运中心、自动化设备等网络运行的基础设施建设和投放，旺季来临之前，公司完成临沂、太原、西安等多个中心的建设、升级，转运中心稳定性和服务能力进一步提升，目前公司产能储备充足，核心资产配比良好。

2025 年公司将综合行业竞争态势和自身产能建设等因素，制定合理的产能规划，预计整体的资本开支将继续保持相对平稳态势。

#### **（五）截至目前，公司数字化、智能化赋能网络的推进进展和效果如何？**

答：近年来，公司持续推进“一号工程”——“加盟网络全网一体数字化、标准化建设”落地见效，推动加盟网络精益化、差异化、数字化、智能化发展，打造“非直营的类直营化体系”。经营过程中，公司在全网推进“YTO-GPT”、数字地图等人工智能技术应用，促进加盟商管理决策更智慧、更高效，提高业务员揽派效率，增强末端履约能力。同时，公司不断提炼方法和标准，对加盟商财务、运营、管理等进行全方位赋能，助力加盟商经营降本增效提质。

截至目前，“一号工程”已推进覆盖的加盟商占比近 97%，对提升加盟商经营实力、改善网点盈利状况和增强全网综合竞争力起到了重要作用。

#### **（六）公司采取了哪些举措提升服务质量与客户体验？**

答：目前，公司深入攻坚全链路各环节时效管理，推广“智能派件”等数字化系统提高揽派效率，并不断强化质控管理，提升时效服务水平，着力减少遗失破损及虚假签收，服务质量稳步提升；同时，公司亦持续优化客服系统及管理体系，加强客户服务制度化、标准化建设，提升理赔响应速度，降低重复进线，改善客户体验，增强客户粘性，公司品牌溢价稳步提升。

未来，公司将继续依托数字化、智能化优势，优化迭代“智能派件”“智能客服”等系统应用，持续提升服务质量、客户体验；同时，公司亦将打造精准化、差异化、数字化的产品和服务体系，为广大客户提供更优质、更多样的快递服务与体验。

#### **（七）公司如何看待快递企业出海的空间？公司后续在国际业务发展上将采取什么样的思路和策略？**

答：公司认为，受益于跨境电商的蓬勃发展、技术创新驱动和国内政策支持等因素，快递企业出海拥有较大的发展空间。

近年来，公司秉承“跟着‘一带一路’走出去、跟着跨境电商走出去、跟着华人华企走出去”的发展理念，以“中国联世界、世界联世界”的拓展路径，遵循总体规划、分步推进、稳扎稳打的发展思路，积极推进落实国际化发展战略，稳步拓展全球网络布局，全面升级国际产品体系，延伸国际跨境产品服务链路，

着力发展国际快递、供应链等服务。截至目前，公司已经打造中日、中哈、中澳、中韩等精品快递专线，同时积极开拓中美、英、澳等全链路服务，国际快递产品及服务能力稳步提升。未来，公司将继续围绕重点市场和优质客户，持续优化升级跨境物流产品与服务链路，构建全球供应链一体化，增强国际综合服务与竞争能力。