证券代码：002352 证券简称：顺丰控股

**顺丰控股股份有限公司投资者关系活动记录表**

 编号：2020-003

|  |  |
| --- | --- |
| 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 | 富国基金、博时资本、君和资本、润晖投资、交银施罗德基金、长江证券、花旗银行、兴业证券、中信证券等众多机构，总计624位投资人。 |
| 时间 | 2020年8月26日星期三 15:00—16:30 |
| 地点 | 深圳市南山区科技南一路创智天地大厦B座20楼 |
| 上市公司接待人员姓名 | 董事、副总经理兼财务负责人伍玮婷女士，集团助理CEO黄贇先生，速运事业群助理COO熊波先生，国际BU负责人孙逊先生，董事会秘书兼副总经理甘玲女士，投资者关系总监陈希文先生 |
| 投资者关系活动主要内容介绍 | **第一部分：公司2020半年度的业绩解读、业务发展情况的介绍。**1. **解读公司2020半年度业绩**

**1、2020上半年总结：****机遇：**公司在上半年抓住了几个机遇：（1）疫情促使线上渗透率加速提升，助推快递板块整体较快增长；（2）农产品配送需求上升，顺丰助力120万吨生鲜水果配送到家；（3）在国际航班萎缩的大背景下，加紧布局18条国际航线，1400+班次保障跨境供应链顺畅运行；（4）新零售趋势下的物流供应链向订单碎片化、高速响应、柔性灵活的方向发展，顺丰快速高效的网络优势凸显，顺丰快运货量增速领先行业，供应链增长优于预期。**执行：**强有力的管控、快速的响应、高效的执行保障了公司顺利度过疫情冲击并实现网络优化升级：（1）全网同心抗疫，充分利用航空、陆运优势，保障防疫物资运输和居民紧急寄递需求；（2）后疫情时代，依托顺丰医药全球端到端冷链服务能力助力临床新冠疫苗出海；（3）顺应市场需求，加强产品层次分布，推动快慢分离等营运网络优化举措落地，使成本效益更优；（4）科技上持续投入数字化、自动化，支持各类产品运营和多网络融合。**基因：**顺丰能够抓住今年特殊环境下的机遇，并在战略执行上得到充分落地，与顺丰一贯的发展理念和长期坚持密切相关：(1)追求前瞻布局,持续夯实综合物流能力；（2）追求核心资源掌控力，面对市场变化时具有较强的灵活应变和抵御风险的能力；（3）追求科技创新，提升物流效率，实现降本增效；（4）追求价值观认同，每一个关键时刻的责任和担当都体现顺丰人对履行社会责任、弘扬正能量、无私奉献精神的深层次文化认同。**2、2020年上半年财务主要指标**公司2020年上半年实现营业收入711亿元，同比增长42.0%；业务量36.6亿票，同比增长81.3%；归母净利润37.6亿元，同比增长21.4%；扣非归母净利润达成34.4亿元，同比增长47.8%。其中，扣非归母净利润和归母净利润之间一次性损益事项主要是今年疫情时期政府给予较多优惠政策和补助。**3、营业收入、业务量增速远超行业**上半年公司抓住机遇，营业收入和业务量的增速均远超行业，市占率进一步提升。分产品来看，时效快递上半年收入增长19.4%，Q1主要得益于防疫物资寄递需求较大，而Q2伴随线上渗透率加速，中高端品质电商业务取得不错增长，成为时效件主要增长动力。经济快递上半年收入增长76.1%，受益于去年5月推出的新产品特惠专配。时效和经济两大板块通过充分发挥协同效应、规模效应和落实快慢分离等举措，整体毛利得以维持。快运板块收入增长51.3%，增速领先行业，公司将继续投入直营和加盟双网建设，同时落实成本优化举措。冷运、国际、同城、供应链收入分别增长37.8%、142%、61.1%、60.5%。上半年，除传统快递（时效件、经济件）外，其他新业务收入占总营收比例从去年同期的23.7%提升至26.7%，收入结构更具多元化。**4、多元化业务发展下，利润保持健康稳定**毛利率方面，公司上半年毛利率18.65%，较去年同期19.82%下降1.17个百分点。分成本项影响主要为：1. 人工成本占收入比同比下降0.67%：为帮助企业应对疫情，国家给予很多税收和社保等方面的优惠政策，基本弥补了公司对员工防疫保障及激励福利的额外支出成本；快慢分离等优化措施落地，伴随件量规模上升，自动化等科技投入，带来了人员效能提升。
2. 运力成本占收入比同比上升3.55%：主要受业务结构变化影响，因特惠专配、快运、供应链业务中运力成本结构占比较大，其业务规模体量增长较快，带动了运力成本占比提升；同时公司通过运筹模型优化线路，干支线、专机装载率明显提升；此外，燃油价格下降和疫情期间路桥费减免等均带来了一定的正向影响。
3. 其他经营成本占收入比同比下降1.72%：公司今年在行政费用、办公场地费用等方面进行了精细化管理，加之规模效益充分摊薄了租金折旧等固定成本，同时包材加强消耗率管控，整体经营成本持续优化。

扣非净利润方面，公司上半年扣非净利率4.84%，较去年同期4.65%上升0.19个百分点。主要得益于费用率的整体优化，其中：1. 管理费用占收入比同比下降1.44%：科技数字化、智能化投入，管理效率提升，持续体现规模效益。
2. 研发费用占收入比同比上升0.01%：此处只体现了费用化的部分，公司上半年总体科技方面投入维持在占收入比2%-3%，下半年也将继续加快研发投入和创新。
3. 销售费用占收入比同比下降0.28%：主要是科技辅助销售端的效能提升。
4. 信用减值占收入比同比上升0.35%：主要考虑到疫情期间部分客户资金链存在不确定性，公司充分考虑客户经营风险增加信用减值准备计提。

公司坚持多元化业务发展同时保持了利润率健康稳定，下半年公司将结合市场竞争、业务发展需求，动态调整投入，继续抓住机遇，在市场份额上持续提升，加强产品分层，提高核心能力，为客户提供性价比更高、更贴合客户需求的产品和服务。**5、资产负债率大体持平，负债结构优化**公司资产负债率从2019年末的54.08%到2020年中的53.81%，大体持平。负债结构上短期和长期债务均有所优化，去年发行的可转债至今已全部转股（全部转股之后资产负债率降至约50%）。现金净流量方面，经营现金净流量随利润提升有所增长；投资现金净流量中，其中141亿为购买理财产品，属公司正常的现金管理，另外购买固定资产等约40亿，上半年因疫情影响投入延缓，下半年将结合业务拓展需要匹配资源投入。1. **业务发展情况分享**

总的来讲，顺丰上半年表现出色，充分体现了顺丰网络的强管控下对资源的快速调度能力，能够持续提供稳定可靠的服务，具备强大的抗风险能力。未来面对市场的高度不确定性，我们仍然会夯实自身实力，迅速应对变化，以期在激烈的市场竞争中获得更好的发展。**1、时效业务**：上半年收入同比增长19.4%。疫情期间凭借稳定的直营网络快速响应能力和顺丰航空强大货运实力，出色完成抗疫物资紧急运输及居民个人防护物资寄递需求。疫情过后，受益于网购渗透率快速提升、消费分级下大品牌商家线上促销力度增大，中高端品质化电商成为时效件重要的增长动力。同时，公司完善散单会员的用户画像，配合多种精准营销策略、拉新留存，有效提升个人会员用户数量。伴随公司底盘营运模式优化、快慢分离举措落地，在件量规模量级扩大背景下，时效件仍旧保持稳定、快速的高质量表现，持续稳固竞争壁垒。**2、经济业务：**上半年收入同比增长76.1%。主要得益于19年5月推出的特惠专配产品，差异化服务及定价精准匹配目标客户的需求，件量高速增长。在货源结构上，公司通过灵活策略牵引，逐步向轻小件倾斜，网络货量结构不断优化；同时，公司围绕收、转、运、派的全流程运营模式开展快慢分离、降本增效举措，通过有节奏推进快慢产品分网，最大程度释放规模效益。此外，依托于更稳定的服务体验、更高的妥投率、更完善的售后服务，特惠专配产品仍能保持稳定的价格水平，整体盈利能力环比得到明显改善。**3、快运业务：**上半年收入同比增长51.3%。对标中高端市场的顺丰快运及对标主体市场的顺心捷达，货量均取得高速增长，市场份额持续提升。同时，顺丰快运与顺心捷达在加速运营底盘的融合，通过科技应用，全面支撑在场站、线路、派送、后台等全环节融通，促进资源协同，实现规模效益最大化。此外，顺丰快运通过投入自主研发的业内领先的分拣二代设备，显著提升分拣效率，有效实现降本增效。**4、冷运业务：**上半年收入同比增长37.8%。因疫情对人们出行限制，推动了生鲜及冷冻食品网购需求的增长；其中食品冷运B2C业务增长超预期，进一步带动冷仓处理效能提升，加之模式优化和资源协同，促使冷运板块整体盈利能力有所回升。此外，因疫情期间防疫医疗物资运输需求激增，医药物流业务实现高速增长，收入增长实现翻番；同时，依托顺丰医药冷链全程端到端解决方案能力，顺利实现Ⅲ期临床新冠疫苗出海至巴西，助力我国新冠疫苗研发进程。**5、同城急送业务：**上半年收入同比增长61.1%。顺丰同城急送聚焦本地生活，持续完善产品矩阵，结合多种运力模式，发力更多城市布局，服务中小B商户数及C端用户数大幅增长。此外，利用科技打造智能融合调度系统，满足同城多业务场景订单处理要求，同时与快递大网形成有效连接，积极探索与末端配送、城市供应链等物流业态的融合，成为大网末端快速响应能力、整体综合物流解决方案的关键一环。**6、供应链业务：**上半年收入同比增长60.5%，因DSC是19年3月并表，以3-6月同口径收入增长为25.3%。供应链业务Q1一定程度上受到疫情冲击，Q2逐渐得到恢复。依托顺丰稳定的网络服务和科技赋能，为客户提供安全可靠的供应链支持，有效提升客户供应链柔性和韧性。结合DHL品牌影响力和先进供应链经验，以及顺丰本土优势，供应链新签客户数有明显增长，其中大部分为本土客户。未来顺丰供应链继续坚持数字化、模组化方向，并强化建设分行业的专业供应链网络，为客户提供灵活、高效、可快速响应的供应链解决方案。1. **经营举措成果：快慢分离及成本优化举措**

从收件、中转、运输以及派件四个环节采取的举措：1、收件环节，在用工模式和工具上进行优化：针对电商客户发件时间相对固定且发件量大，采取非全用工定时集收。结合科技技术，投入工具提升处理效率，提高了大客户直发中转场比例，网点人员效能显著提升。另外经过网点的快件，对快慢产品预分建包，中转快速识别区分处理。2、中转环节，决定性因素是效率。利用快慢产品时效差异于中转环节落实，推动慢产品囤货并根据流向区别发运；同时加大自动化设备、RFID扫描等投入，提升小件自动化分拣占比，进一步新增自动化场地，减少人员投入并提高中转效能。3、运输环节，特惠件规模优势明显，直发流向对比去年有所增加，运输时长进一步缩短，运输破损率降低；车型方面，大车型（30T以上）占比及装载率同步提高；同时加强运筹模型计算输出，进行干线规划、车辆数量控制、根据货量变化及时调整线路，通过推动单边资源整合等一系列举措带来成本的削减。4、派件环节，融合多种资源，多种工具的协同，提升人均收派效能，充分满足客户需求。通过错峰派件，轻重剥离，协同同城及落地配资源等，有效降低收派员派件压力。今年上半年，特惠件票均成本进一步优化，在运输端，下半年将加大自有车辆投入，降低临时车辆占比，加强运输成本的管控；中转端，加大、加快自动化设备投入，在华东华南等电商聚集地，最先投用电商和枢纽中转场；收派端，运用多种模式降低收派难度，提升收派效率。充分利用集团资源、按节奏分阶段复用大网资源，发挥大网资源优势。1. **国际业务分享**

**1、上半年经营业绩**（1）营收增长速度快：顺丰国际2020年上半年收入同比增长141.7%，为公司增速最快的板块。国际快递、电商业务、国际货代等业务线均有非常好的表现。（2）营收质量有提高:一方面，国际业务散客比例大幅增长，顺丰在国际物流市场的品牌知名度提升；另一方面，国际航线初具规模，今年上半年全货机航线18条，总计运量4万吨，累计开航1,454班次。**2、新业务发展强劲**（1）跨境电商方面：已建成、运营7座海外仓；与J电商合作，将合作领域从俄罗斯扩展至意大利等8国；与A电商合作，成为跨境直发物流服务商并中标该平台物流子公司的直发分段项目。其中，A电商对于货量及合规的跨境包裹操作要求较高，顺丰也在持续提升自营电商产品的自动化操作能力和合规抗风险能力。 （2）科技赋能方面：1）R国邮政二级中转场建设项目，顺丰凭借对于物流行业的深刻洞察，得以顺利输出在网络规划、场地设计以及成套设备安装上的技术优势；2）顺丰国际向海外合资公司及伙伴提供系统赋能，输出整套快递运营系统。（3）解决方案方面：顺丰国际为海外某保健品客户制定了保税区供应链端到端解决方案。顺丰国际优异的服务能力获得客户的认可，为客户打造专属定制化供应链解决方案。**3、下半年举措及计划**（1）拓展网络：国际快递业务已覆盖海外71个国家。未来继续积极拓展加盟及代理网点，将业务覆盖至更多的国家和地区。（2）提升科技：将推广国际电子化面单和扫码下单，加速顺丰国际APP上线，并在国际关务、货代平台方面加大推广和建设，同时将持续与东南亚邮政伙伴合作物流软硬件实施。**第二部分：问答环节****Q1、关于公司的特惠专配产品，目前已经件量比较稳了，是否有一个单件盈利的模型可以分享，比如收入、各成本、单件毛利？快慢分离之后，特惠专配产品与通达中最好选手比较，时效怎么样？是否有竞争力？****答：**得益于件量的规模效应，快慢分离的举措落地，前端重量产品结构的调整，特惠专配产品在Q2毛利率大幅改善。产品运营方面，该产品Q2平均里程在1100KM以内，全程时长48-50小时，操作次数3次以内。我们认为特惠专配产品具备竞争力，因为：（1）直营网络完善的大客户服务体系，契合中档电商客户需求；（2）多频次、多批次收转运派环节带来的干线和末端派送时效优势；（3）我们提供门到门递送服务；（4）通达入柜入站即算签收，因此签收时长的口径不同，时长不可比。**Q2、快运上半年收入增速表现优秀，想问目前快运单票均重如何，单独核算的利润情况如何？快运未来一年的展望，包括收入及盈利？直营模式的竞争对手正在经历低个位数增长，顺丰是否跟他们在同一赛道竞争？市场空间如何？****答：**顺丰快运坚持要做“快运行业的顺丰”，围绕速度，温度和科技提升产品品质，优化产品体验。1、产品结构顺丰快运的主力产品Q2票均重60kg, 平均一票3件左右；顺心捷达票均重160kg左右，比去年同期改善了20%，作为起网较晚的玩家，我们也在加快缩小和加盟同行在产品结构上差距.2、利润情况零担市场空间广阔且玩家分散，因此集团对快运的要求并不是急于盈利，而且希望尽快提升市场份额，追求规模效益。但从上半年达成结果看，快运股份两张网络整体达成了非常优秀的增速，领跑同行，快运已经进入了节奏可控的阶段。进入下半年，我们会按我们的战略灵活调整，在保持快速增长同时，展现更加健康的财务表现.3、品牌建设 下半年会加大“顺丰快运”品牌投入，明显体现我们和同行在服务上的差异，同时也和顺丰大网的快递产品进行区格。**Q3、上半年公司在收、转、运、派各个环节的成本管控都取得了比较好的成果，想问还有哪些环节可以进一步去降低成本？** **答：**1、营运资源投入会更加精准：首先由于产品结构的变化，多产品运营后，对我们的管理和系统的要求会更高，在这样的情况下，我们将进一步发挥科技底盘的能力，使资源投入更加精准。现在我们基本能够根据件量的波动，去掌控资源投入的合理性和有效性，达到目标效能。2、运输环节路由进一步优化：公司的件量有波动，是动态的，依托我们的模型，现在能够比较实时地调整路由，对外包运力资源的采购已经从原来按月调整到现在按双周预订，未来会进一步缩短资源预订的时间，在保障获取资源的同时长期锁定成本。3、中转环节进一步提高自动化率：中转部分还是看自动化设备的投入，我们会增加大型场地和自动化设备投入，逐步替代部分人工，降低人工成本在中转环节的占比，同时保证效能和质量不会下降。**Q4、鄂州机场目前建设进度和投产时间表？机场投入后，管理层怎么看对航空件件收入和成本的影响****答：**由于疫情的原因，工程进度有所延后，但是目前已在抓紧建设，抢回工期当中。从社会责任的角度，老百姓对生鲜产品有需求，顺丰利用资源能力的优势助力农产品上行，责无旁贷。未来也可以看到鄂州枢纽在这一领域的区位优势，其靠近农产品基地，在空运、陆运上都具有优势。机场投入后，我们可以从快件的收入端和成本端来看1、在收入端，稳定时效，建立壁垒，进一步扩大收入（1）网络覆盖更强，将挽救因为单向流向货量不够而放弃的存量市场；（2）将以更强成本效率争取客户，提升增量市场，比如可实现极短时间内的一点发全国；（3）时效更稳定为产品溢价提供了更好基础；（4）鄂州枢纽也将是境外快递巨头或者国际普货巨头降低成本建立中国航空网络的最佳选择。2、在成本端：短期爬坡，长期利好（1）更大机型投入将减少飞机和飞行员的投入从而降低航空人力成本；（2）更大机型投入，小飞机换大飞机，将降低单位运输成本；（3）规模化的地面投入将会提升地面中转分拨设备投入效率，会减少分散在全国各地大规模分拨的投入；（4）需要时间培育业务量才能下来，预计前2-3年票均成本往上走，但也会有国家对货运机场和应急保障中心的补贴可以减缓压力。**Q5、公司上半年受到疫情的影响，有些钱没有投出去，那从今年下半年到今明两年的资本开支金额会不会比较大的增加？资本开支计划将是怎样？** **答：**上半年资本开支大概41亿，占收入比5.8%，下半年会加快投入进度，尤其是在中转设备方面的投入，以及车辆和飞机方面的投入。全年预计会维持近几年资本开支的水平，大概占收入的8%-9%，不会超过10%。鄂州机场的资本投入大部分会在明年，明年加上各种其他投入，还是会维持在今年同样的水平。收入方面，上半年有部分疫情带来的机遇，下半年策略还是要维持一个比较好的增长，预期增速会比上半年减缓，但会比去年下半年加快一点，在这个区间内。 |
| 附件清单（如有） | 无 |
| 日期 | 2020年8月26日 |