

证券代码：002120

证券简称：韵达股份

## 韵达控股股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2021-005

投资者关系活动类别	<input checked="" type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 路演活动 <input type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 其他
参与单位名称及人员姓名	安信基金张明、安信基金孙燕青、博时基金董凯利、长信基金胡梦呈、长信基金李夷、大成基金付欣宇、南方基金尹力、农银基金汤砚卿、鹏华基金陈大烨、Serenity Capital 董凯、万家基金刘文杰、万家基金王晨曦、易方达基金何进阳、永赢基金李雪娇、兴业证券肖祎、兴业证券张晓云。
时间	2021年11月19日（周五）
地点	上海市青浦区盈港东路6679号（现场会议）
上市公司接待人员姓名	1、董事兼副总裁杨周龙先生 2、董事、副总裁兼董事会秘书符勤先生 3、证券事务代表杨红波先生 4、投资者关系高级经理汤伟伟先生
投资者关系活动主要内容介绍	<p>本次投资者交流会包含公司发展情况介绍和投资者现场问答环节，具体情况如下：</p> <p>一、公司发展情况介绍：</p> <p>年初至今，随着行业监管部门的积极部署，快递行业向着更加健康、有序、高质量方向发展，公司加强自身管理内功的修炼以及新产品的培育，同时加盟商经营情况也在不断改善。</p> <p>公司第三季度完成业务量 47.06 亿件，同比增长 17.27%；公司快递市场份额达 17.19%，环比提升 0.2 个百分点。资本性投入方面，公司继续保持稳健的投资节奏，截至 2021 年 9 月 30 日，公司累计投入超过 50 亿元，主要投资于转运中心产能升级替代、运能提升和土地购置等方面；盈利方面，公司实现归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润 3.15 亿元，同比上升 6.72%，环比改善明显。</p>

公司以“全网共生，全力开拓，全面数智，全新变革”为经营发展思路，立足于信息化发展，基于移动办公开发了一系列管理工具，实现业务数据移动可视化、实时化，提升业务管理便捷性，以数据反映业务核心指标状态，提供决策辅助，使业务管理更加高效、准确。同时，公司深入构建“以快递为核心，融合周边产业、新业务、新业态协同发展”的多层次综合物流“生态圈”；保障在新格局环境下公司的业务量、市场份额、产品分层、收入与利润、科技水平及产业链延伸等方面形成新突破、开拓新局面，实现高质量发展的目标。

## 二、投资者提出的问题及公司回复情况

公司就投资者在本次调研中提出的问题进行了回复：

### 1、近年来都在谈信息化、数字化能力，公司目前是否有把所有功能集合在一个 APP 里的计划？

从 2012 年以来，在智慧物流的大时代背景下，韵达引领式将信息化、智慧化、数字化（“三化”）能力建设作为最重要战略和最重要资产进行持续推进与构建，并且这种战略与能力的建设不是一时、一域的突击，而是以顶层的、全局的视角，在长期、深度考虑产能支持、时效提升、服务改善、成本挖潜方面，以及在总部管理层、分拨等业务中心、加盟商、末端小哥等业务前台、数据/管理中台和协调/支持后台的融合发展上多维地进行。

其次，研发投入上。2017 年上市以来，韵达每年在“三化”建设上的人才引进和投入，无论是费用化还是全口径的公司研发、软硬件采购和与第三方合作投入，以及形成的 IT 信息化资产等，基本都处于行业可比公司中领先的水平。公司财务报表中关于人才建设、持续投入的数字化呈现，或许是观察信息化、智慧化、数字化管理能力的最佳验证。

第三，韵达已经形成了怎样的“三化”领先能力？公司将快递全链路、全流程、全网络的整体设计，从 2018 年以来已经实现了在总部管理层、业务中心、加盟商、快递小哥以及第三方平台/B 端至少五个层面，构建起揽、交、转、运、派的“三化”式“观星台业务管理系统”，并基于沉淀的底层数据，对业务运行过程中的服务、时效、质控、仲裁等与前台业

务协同。在“观星台”里：对分拨中心，我们可以可视化管控到格口和分拨排班；对干线运输，我们基于“TMS 系统”以实现可视化规划、车辆动态路由、路线、出港进港时间等；对加盟商，我们基于自行研发的“大掌柜”系统可以实时的管理、服务 4000 多个加盟商和数万个末端网点；对服务末端，我们基于“韵镖侠”系统可以动态管理每一个快递小哥的移动终端、揽派操作、末端服务等。“观星台”的管理颗粒度，从公司全网、全局、全域，到分拨中心格口、车辆、末端服务，基本可实现可视化、智慧化、数字化管理。

第四，我们如何理解数字化？除了早期的 SAP、TMS、DW 等信息系统建设，近年来我们又在服务器建设、云系统建设、IOT 建设上进行投入。特别是最近两三年，基于 AI 智慧决策的应用需求，我们又在“数据库-数据中心-数据中台”方向上持续投入和迭代。数据管理首先要注重底层数据的管理，底层数据的准确性决定了衍生报表的准确性。我们在每一项报表形成之前都会梳理底层的数据，保证可靠度让一线员工可以使用。数据的最终价值，在于可以帮助快递物流企业提升效率，例如它可以提高信息识别度，帮助减少快件的错分错发，数据化更多的是管理中形成的数据管理功能，可以实现网点、车辆、末端驿站和分拨的管理，可以通过对历史数据的分析对未来做预判等。

## **2、公司的技术架构如何实现？开发过程会不会参考互联网企业？**

(1) 信息系统开发方面。我们参考各行业先进开发经验，早期我们上线 SAP 系统，把采购、业务、财务和供应链等模块集合在一个系统进行管控；为了提高运输管理过程中的透明度和协同效应，我们参考了国际领先快递企业的运输管理系统。近年来，我们同互联网大厂开展相关合作，把从揽收、签收到客户的评价的数据整合起来。

(2) 信息系统使用方面。公司作为物流企业，注重业务和 IT 方面的融合，要求内部管理人员要具备 IT 思维，公司 IT 部门为总部、网点和快递员开发不同的 APP，根据各自职能的需要向他们呈现对应的数据。

## **3、公司的 IT 工具未来还有提升效率的空间吗？**

IT 有几大功能，一是帮助公司完善自动化分拣设备的处理能力，目前已经节省了很多人力成本，同时公司在自动化分拣方面的投资也很大；二是提高业务协同效率，协同公司的发件网点、收件网点、客服、分拣中心及中转运输等各个板块之间的运转。三是将数据呈现给管理层，提出改进方案，提高效率。从过程论和结果论来看，近年来公司在 IT 领域的研发投入没有减少、持续增加，公司 IT 工具和技术创新没有停止过，一直在迭代。

#### **4、公司每年自动化的投入以及分拨中心的平均自动化率？**

(1) 截至 2021 年 6 月 30 日，公司机械设备资产接近 48 亿，电子设备 6.83 亿，同时今年还有一部分转运中心场地交付使用，相关资产还会增加。

(2) 一方面，提高单小时的作业效率，降低劳动力依赖是转运中心优化的主要方向，分拨中心的自动化率、自动化水平与公司报表呈现的设备资产情况呈正相关性；另一方面，我们还在针对已有业务流程进行优化、流程简化，目的是进一步提高运营效率，比如提高自动化设备层数、在合理范围内优化流水线、有序推进业务直链等。目前，从全链路的网络改善方面来看，效率提升的深度和广度还有很大拓展空间，同时协同效应带来的效率提升是未来重点。

#### **5、公司今明两年的资本开支规划如何？**

快递企业资本开支主要是房屋及建筑物、机器设备、运输设备和电子设备等，其中房屋和机器设备投入占比较高。今年的在建工程基本是在过去两年购买的土地上建设的。去年、今年是我们的主要投入期，投入规模相对会大一些，之后会逐步缓减。

#### **6、公司单票快递成本的下降空间还有多少？**

快递单票成本的下降空间还有，但是下降趋势在趋缓，主要取决于公司的业务量有多少边际增长。油价难以预期，其他成本下降是可预算的，公司会根据整体产能规模、场地面积、租金成本和各种投入大概算出成本降幅。公司认为，快递行业目前通过降低单票成本来提高利润的趋势放缓了，同时要从市场的高品质服务中去获取利润的增长。

	<p><b>7、公司目前散单的量怎么样了？</b></p> <p>公司的散单业务稳健增长。</p> <p><b>8、公司未来快递价格是否会继续提升？</b></p> <p>2019 年时，快递单票成本比现在高。公司认为未来快递价格上涨仍有空间，但是具体上涨的情况主要取决于公司产品的分层、分类和高品质的服务情况。</p> <p><b>9、公司双 11 期间派费上涨一般是从什么时候开始的？</b></p> <p>公司从国庆节后就开始准备迎接双 11，一般会在 10 月份期间根据市场各区域的情况逐步调整价格，主要是为了应对双 11 期间运营成本的上涨，包含油费、路桥、油费，还有员工的工资等，各地的涨价幅度可能会略有差别。</p>
附件清单（如有）	无
日期	2021 年 11 月 19 日