

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：2022-002

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	Destination capital 孙潇、Prime Capital 吴昊、UBS AM Matilda、Yunqi Capital Ansel Lu、保银资本 Cheryl Yang、淡水泉卜中聿、富国基金周盈南、亘曦资产徐冰玉、国泰基金李海、国泰基金赵大震、建信保险资管何利丽、景林资产王嵩、景顺长城基金刘力思、乐瑞资产蔡沛霖、立格资本王思坦、星石投资洪梅、正心谷资本鄢鹏、正心谷资本李安宁、正心谷资本唐添、中金公司冯启斌、中金公司王艺璇
时间	2022年2月23日（周三）
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、副总裁兼董事会秘书符勤先生 2、证券事务代表杨红波先生 3、投资者关系高级经理汤伟伟先生 4、投资者关系助理柳正罡先生
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>公司证券事务代表杨红波先生介绍了公司经营现状和发展前景；公司是国内知名的快递公司，以服务实体经济为宗旨，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”。将优质的服务品质进行流量转化，积极实施快递业务“客户分群、产品分层”策略，大力发展高附加值产品，集中精力开拓分层产品客户群；另外，用快递流量积极嫁接周边市场，</p>

陆续布局了韵达供应链、韵达国际、韵达冷链、韵达末端服务等周边产业链。公司的客户满意度及服务指数等方面，一直保持稳定，稳居行业可比公司第二。

公司就投资者在本次调研中提出的问题进行了回复：

1、公司未来的单票成本有下降的空间吗？

目前国际油价波动带来的运输成本变化难以预期，其他成本下降是可预算的。对于单票成本下降，公司通过对主要枢纽、省会城市等转运中心进行替代性新建、扩建、改造，优化规划设计，提高转运中心容量和操作效率，降低长期经营成本；通过在核心资产构建、物业自持等资源投入带来的规模效应，以及对快递业务操作转运流程的优化，和支线协同的优化，提高产能利用率，降低整个网络成本。同时，公司也正在积极进行产品分层，发展高品质、高附加值的产品，进一步丰富产品体系，为客户提供更优质的服务，提升公司核心竞争力。

2、公司 2022 年的战略方向和战略目标

公司将深入构建“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。

同时，随着快递产品分层的深入推进，公司也正加快构筑网点、快递超市、共配门店以及第三方合作资源等多元化末端服务网络，构建多种模式相结合、互为补充的末端投递服务新格局，根据客户及消费者需求提供多元的末端服务。

3、2022 年一季度行业同比增速显著，公司 2022 年的产品类型是否有结构性的变化？

根据国家邮政局公布 2022 年 1 月邮政行业运行情况，1 月份，全国快递服务企业业务量完成 87.7 亿件，同比增长 3.3%。根据公司

披露的 2022 年 1 月快递服务主要经营指标快报,公司 2022 年 1 月完成快递业务量 15.12 亿件,同比增长 9.09%,完成快递服务业务收入 39.57 亿元,同比增长 28.02%。并且,自 2021 年年底起,公司快递业务中菜鸟裹裹业务的结算模式由原杭州菜鸟供应链管理有限公司与加盟商结算调整为直接与公司结算。2022 年 1 月,公司快递业务中菜鸟裹裹业务因上述调整影响快递服务单票收入约为 0.09 元,剔除该影响后,公司快递服务单票收入为 2.53 元,同比增长 13.45%。公司的业务量增速高于行业增速,公司将继续深入实施“客户分群、产品分层”的发展策略,持续进行产品矩阵建设,不断扩大服务范围,以多层次的产品为客户提供服务,满足客户更加多样化服务需求。

4、预计公司今年的价格走势是怎么样的?

2021 年以来,在行业各个参与方的积极推动下,市场价格呈现持续修复的良好局面,企业充分认识到行业转型升级、高质量发展是行业发展的重点方向。今年春节期间,公司顺利完成了“春节不打烊”的快递服务,公司目前市场价格整体保持稳定。

5、公司 2022 年资本开支的规模情况?

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。根据现有核心资产规模、分拨场地自有化比例、运力运能自有化比例情况,预计 2022 年公司资本开支规模将有所收窄。

6、公司产品分层时效件的发展情况

从服务内容来看,分层产品有丰富的内涵。一方面,随着业务量的持续提升和特殊路由规划,快递包裹的服务频次相应提高,全程时效和末端时效越来越好;另一方面,与标准快递相比,产品分层提供的服务主要差别要体现在最后一公里的服务,如派前电联、隐私面单、包裹清洁、送货上门等。

	<p>7、2022 年快递行业快递增量预计情况</p> <p>快递行业作为民生行业，当前正受国家政策风口支持；从近年来电商渗透率提升、电商渠道下沉、平台多元化、快递包裹增量等角度分析，预计电商经济及快递行业还具有较大的发展空间。</p> <p>8、2022 年公司如何提升核心竞争力？</p> <p>2021 年以来，一方面，政府通过一系列的政策文件，持续引导、关心、呵护快递行业，营造良好有序的市场环境，推动快递产业更加健康、有序、高质量发展；另一方面，公司需要不断提升服务水平，提升加盟商运营质量和盈利能力，积极进行产品分层，发展高品质、高附加值的产品，进一步丰富产品体系，为客户提供更优质的服务，提升公司核心竞争力。</p> <p>9、近年来多项政策鼓励“快递下乡”，公司会不会将市场下沉作为发展重心</p> <p>近年来，电商平台快速向下沉市场推进，直播带货及农产品上行效应显著，快递下乡和农产品上行的模式相互支撑，有力地促进快递包裹持续释放。公司持续构筑生产经营核心资产，积极响应国家战略，加快实施“两进一出”“快递进村”工程，截至公司 2021 年半年度，乡镇服务网络覆盖率达 97.74%，公司利用品牌优势、网络优势、服务优势等各种优势实施多层次竞争策略，在巩固标准快递基本盘的同时，深入实施“仰角经营”、“产品分层”等发展策略。</p>
附件清单（如有）	无
日期	2022 年 2 月 24 日