

证券代码：002468

证券简称：申通快递

申通快递股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2023-001

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（请文字说明其他活动内容）
参与单位名称及人员姓名	长江证券、浦银安盛、高毅资产、南方基金、安信基金、朱雀基金、半夏投资、圆信永丰、博道基金、歌斐资产、才华资产、沅京资本、永赢基金、海创基金、旌安投资、Ward Ferry 共 16 家机构
时间	2023 年 1 月 31 日 15:30-16:30
地点	上海市青浦区重达路 58 号 5 楼会议室
上市公司接待人员姓名	1、副总经理兼财务负责人：梁波先生 2、董事会秘书：郭林先生 3、投资者关系：何敏女士
投资者关系活动主要内容介绍	<p>一、由管理层介绍 2022 年公司经营业绩情况</p> <p>2022 年，公司坚定“打造中国质效领先的经济型快递”战略目标，坚持“聚焦经营、服务赋能及打造有质量的单量”的年度经营策略，启动了三年百亿级产能提升项目，继续扩大全网吞吐产能，全年共完成 82 个产能提升项目，推动常态吞吐能力站上日均 5000 万单量级，带动公司业务量及市场份额大幅增长。</p> <p>2022 年，公司累计完成快递业务量 129.47 亿件，同比增长 16.89%，市场占有率为 11.71%，同比去年提升 1.48 个百分点。</p> <p>在市场份额稳步提升的同时，公司秉承“正道经营、长期主义”的发展理念，坚持走高质量发展道路，通过深化数智运营、改善时效及服务质量、推出按需配送服务等多项举措提升广大消</p>

费者体验，增强客户服务粘性，产品定价能力显著增强，经营业绩实现扭亏为盈。2022年，公司预计实现扣除非经常性损益后的净利润区间为2.76亿至3.46亿元，同比增长129.27%-136.69%；其中第四季度，公司预计实现扣除非经常性损益后的净利润区间为1.22亿元至1.92亿元，经营业绩同比显著改善。

二、投资者问答环节

1、2022年快递行业的业务量增速约2.1%，市场对快递单量增速放缓存在担忧。请问公司如何看待今年快递行业的发展趋势？

2022年，疫情多点散发导致物流供应链受阻一定程度上影响了快递业务量的增长，同时消费者一定程度上基于对宏观经济环境的担忧而抑制消费需求。但随着疫情后经济的逐步复苏，电商市场释放了较大的消费需求和潜力，网购渗透率也保持持续提升，按需配送等差异化服务为消费者提供了多元化的服务体验，2023年这些积极的变化都将推动快递行业稳步增长。

单量方面，近期国家邮政局公布的数据显示，今年春节长假期间（1月21日至27日），全国揽收快递包裹约4.1亿件，与去年春节假期相比增长5.1%；春运假期期间（1月7日至27日），全国揽收快递包裹约39.4亿件，较去年农历同期增长12.5%。疫情放开后带来消费回暖及快递企业履约能力修复，我们预计2023年整个快递行业的单量增速将有望明显回升。

价格方面，随着国家及地方政府相继出台行业监管政策以及相关的指导意见，过去一年来，快递行业在“稳中求进”的总基调基础上平稳运行，行业没有出现大范围的恶性竞争，行业整体呈现回暖。未来，我们认为快递行业将朝着高质量发展的目标迈进，出现大规模价格竞争的概率较小，因此我们预计2023年行业整体价格仍将保持相对平稳。

2、2022年，公司实现了单量和利润的显著增长；展望2023年，公司有哪些主要经营计划和目标？

“打造中国质效领先的经济型快递”是公司接下来的发展战略目标，稳定的经济型快递网络、市场溢价能力以及差异化服务能力是公司在未来长久保持核心竞争力的关键。2023年，公司围绕这个目标将“用心服务年”确立为今年的发展主题，坚持“单量、体验服务、利润”三架马车并驾齐驱，打造公司的多元增长动力，不断夯实公司在快递行业的竞争地位。

单量上，公司通过发力基础设施建设，推动日均产能吞吐能力提升至5500万单，为单量稳健增长奠定坚实基础；通过提升时效和服务质量，改善商家及消费者的服务体验，增强品牌服务粘性；通过加强与传统电商平台及新兴电商平台的合作，稳固存量市场，积极寻求增量市场，推动公司快递单量继续稳步增长，市场份额有序提升。

服务体验上，公司将继续进行时效质量投入，优化全链路快递时效水平，给予商家和消费者“又好又快”的高性价比服务；提供差异化的末端服务方案，推出按需配送服务，充分满足消费者的不同需求。

利润上，公司高度重视经营业绩的持续改善，2023年公司将加强精细化管理和数智化运营，不断优化运营成本和相关费用管控，旨在实现更加优异的经营业绩。其中，在运输成本方面，国内油价出现下降空间，对快递干线运输的用油成本带来了正向影响；继续加码自有运力投入，提升车辆装载率，降低单票运输成本；借助数智化能力如标准路径推荐算法、车辆智能驾驶等手段降低运输成本。在操作成本方面，完善中心合理布局，有效降低快递中转次数；加强智能化设备投入和分拣人员管理，推行班组计件制，提高分拣人效，降低分拣操作成本。

3、请问三年百亿级产能提升项目的进度及未来规划？

2022年，公司全面启动三年百亿级产能提升项目，扩大全网吞吐产能，全年共完成82个产能提升项目，推动常态吞吐能力站上日均5000万单量级，带动公司业务量及市场份额大幅增长，

实现了年初制定的产能提升目标。2023 年公司将继续在核心产粮区以及公司的重要运营节点进行资本性投入，充分解决产能堵点，合理规划包裹流量流向，推动公司的产能吞吐能力与市场份额增长进行适度匹配，实现未来长期释放规模效益的目标。

4、今年以来公司持续加强时效质量投入，请问在这方面有哪些举措？

伴随消费结构升级转型，电商市场下沉，二类电商、直播电商等新型电商形态的兴起，消费者群体更加丰富，服务需求也更加多样化。各大快递企业在规模稳定增长的同时，持续发力增强其在快递时效、末端派送等方面的综合服务能力。

公司秉承“正道经营，长期主义”的发展理念，积极响应快递行业高质量发展的号召，持续进行时效质量投入，相关举措如下：一是公司自主开发上线时效控制平台，为全网车辆、路由、人力等的调度提供数据支持，同时可实现转运中心管理人员对现场车辆的智能调度，提高转运中心场内的操作效率，从而提升快递时效方面的履约能力。二是通过全链路管控，对时效质量薄弱的环节进行重点针对性的改进，例如，网点端加强对网点揽收的考核，提升交货频次和效率；中心端加大人员及设备投入，提升操作效率；运输端优化干线路由，提升发车频次，提升干线时效。三是推动网点自建驿站、增加派送频次等提升末端派送效率，改善末端服务品质。

5、公司如何看待快递公司数智化，以及公司在数智化方面取得了哪些主要进展？

数智化转型已经成为快递企业进行下半场比拼的重要方向，通过数智化赋能传统快递企业，帮助企业提升运营效率、节约成本，在数据管理方面更加高效、智能，从而提高快递企业长期竞争力，为客户带来更好的服务体验。

公司高度重视数智化能力建设，并取得了积极的成果和进展，现已对公司成本优化以及效率提升产生正向影响。目前，公司已

搭建完成一整套自上而下的数智化系统和产品，其中在总部决策层面，已上线数据参谋平台，实现了对单量、时效、服务质量以及损益等方面的决策分析；在运营管控方面，智能运营平台-昆仑系统已投入使用，实现了产能诊断、件量预测、网络规划以及成本管控；在快递全链路层面，相关产品已经全面覆盖揽派、运输、中转等实操场景，实现了对快件及时、准确、完整的状态感知，让快件的履约过程可计划和可监控，做到亿级包裹端上即时干预等技术手段，实现物流的信息化、自动化、智能化。

6、阿里巴巴入股申通快递以来有哪些赋能举措和积极变化？

阿里巴巴是目前全球领先的电子商务平台企业之一，其构建了多元化的线上消费场景，为整个快递行业贡献了大量的快递单量需求。申通快递是一家拥有 30 年发展历史的独立第三方快递企业，公司目前已经具备强大的数智运营网络、高效的中转运营体系和细颗粒度的末端网络布局，拥有较强的快递行业竞争壁垒。阿里巴巴入股申通快递既是对公司竞争力的认可，也是基于巨大商流环境下整个物流环节创新节点的重视。双方的相关合作可以加快快递行业的发展，提高快递行业的服务水平，提升公司的综合竞争力，实现互利共赢。

阿里巴巴入股公司以来，双方加强了诸多领域的合作，取得了一些积极的成果。其中：在信息技术方面，公司引入阿里云并成为通达系首家将全部业务系统搬到云上的快递企业，通过引入云原生技术实现了技术全面升级。公司从最初的系统产品打造、全链路产品覆盖及仿真测试和预警、到最终实现赋能决策，数智化能力得到不断提升。

在物流仓储方面，依靠其在物流地产、仓储等领域的强大实力，公司与其在物流地产开发方面进行合作，帮助公司进行土地拓展，完成场地改扩建、科学规划和落地运营。

在业务合作方面，双方在菜鸟裹裹、C2M、网格仓、按需配送

	<p>等业务方面进行了深度的合作和协同，相关业务均已取得积极进展。</p> <p>在组织文化方面，借助其先进的管理经验，优化人才培养和内部考核激励等机制，推动公司从传统的快递公司向科技型物流企业转型。</p>
附件清单 (如有)	无
日期	2023 年 1 月 31 日