

# 安通控股股份有限公司

## 2022 年度总裁工作报告

大家好！回望来路，满心澎湃。2022 年既不平凡，又充满挑战。这一年，是“十四五”规划实施的重要一年，也是公司抢抓新机遇、实现新发展，努力提升的赶超之年。这一年，公司董事会完成换届选举，法人治理结构进一步优化完善；这一年，公司全面推进数字化转型升级，管理水平和运营效率显著提升；这一年，公司积极实施员工持股计划，进一步完善激励机制；这一年，公司品牌标识换新面世、企业文化识别系统完成重塑、内外贸双轮驱动、融舱合作再谱新曲……公司始终坚守“以诚待客、以新致远、以融共赢”的企业核心价值观，致力于为客户提供绿色、经济、高效、安全的集装箱全程物流解决方案，推动产业链、供应链生态圈的共建共享、互惠互通，促进行业高质量有序发展，努力建设成为一流的综合物流服务商。

下面我谨代表公司管理层就 2022 年度工作情况向董事会汇报如下：

### 一、主要指标完成情况

2022 年，公司完成计费箱量 243.89 万 TEU，同比下降了 6.89%；集装箱吞吐量 1,358.19 万 TEU，同比上升了 3.59%；2022 年实现营业收入 91.76 亿元，同比增长 17.73%；实现归属于上市公司股东的净利润 23.42 亿元，较上年同期增长了 32.59%。

截至 2022 年 12 月 31 日，公司资产总额 129.05 亿元，较上年末增长了 14.89%；归属于上市公司股东的所有者权益合计 95.75 亿元，较上年末增长了 23.32%。

### 二、主要工作完成情况

#### （一）逆势而上，业绩再创新高

2022 年，受地缘政治冲突以及通货膨胀等对宏观经济的不利影响，叠加外贸运价大幅下滑带来的冲击，公司的经营环境面临着巨大挑战。尽管如此，报告期内，公司管理层围绕着年初制定的各项经营计划，坚定贯彻落实“稳字当头、稳中求进”的总基调，在全体员工的共同努力下，超额完成公司下达的任务指标。

2022 年，公司国内、国际物流业务齐发力，全年营收 91.76 亿元，其中，

国内物流业务收入 70.29 亿元,较去年同期增长 6.79%;国际物流业务收入 21.46 亿元,较去年同期增长 77.31%,实现利润总额 29.62 亿元,较去年同期增长 66.83%,营收与净利均创历史新高。

## **(二) 增强信息化建设,推进数字化转型**

随着大数据、物联网、云计算、区块链、人工智能等技术的快速发展,互联网科技正在加速与航运业的融合,数字化转型已成为大势所趋。2022 年,公司将数字化转型作为公司重点发展战略,成立以董事长为组长的数字化转型领导小组,全面推动数字安通建设。一方面,对公司现有的硬件进行全面升级,另一方面,焕新 OA、业务运作等系统,以数字化驱动,可视化运营,提高内部运营效率,改善服务质量。

## **(三) 完善激励机制,强化队伍建设**

2022 年,公司进一步优化了人力资源管理体系,建立了市场化的人才培养体系。通过“金种子”人才培养计划,积极引进人才,根据业务需求,优化人才结构,重视储备干部的培养;同时,公司每周开展《安通大讲堂》,推出了“业务为王、知识乐享、精品课程”三大系列课程,以内训为主、外训为辅的培训模式,打造学习型组织,全方位提高员工队伍的综合素质,从而提升各部门的综合管理能力。

此外,2022 年,公司实施了回购公司股份方案,部分回购股份用于实施公司 2022 年员工持股计划,对吸引和留住优秀人才,有效将员工利益、股东利益和公司利益结合在一起,建立了长效激励与约束机制,保证公司长期稳定的发展奠定了基础。

## **(四) 加强协同沟通,构建行业生态圈**

2022 年,公司更加重视与航运供应链上各企业之间的合作,协同同行、港口等共同构建行业生态圈。一方面,共同建设物流新通道,满足客户物流需求;另一方面,共同建立行业标准,规范超载、装卸、单证等,推动行业生态圈的健康发展。

## **(五) 品牌焕新升级,助力公司新发展**

2022 年,公司将品牌重塑作为年度重点工作,对品牌体系进行了全面梳理升级。把“建设成为一流的综合物流服务商”作为公司新的愿景,以“助推行业

共进，协同多方共赢”作为公司新的使命。同时，也发布了公司新的 logo 与宣传片。全新的品牌，将形成公司全新的发展动力，助推公司实现新的发展。

### 三、公司面临的形势及机遇

尽管 2022 年我们取得了不错的成绩，但 2023 年全球经济形势仍不容乐观，世界经济或将面临增长下行挑战，通胀高企及地缘政治冲突持续影响，造成国际国内需求疲软，或将继续导致外贸航运市场持续下滑，可能引起外贸运力回流内贸，进而导致内贸物流行业供需关系不匹配，未来全球集装箱航运市场仍存在较大不确定性。同时，随着我国各项宽松的财政和货币政策落地，将助推消费显著回升，我国工业生产和投资有望重回常态化运行轨道，国内需求环境的改善也将带来内贸货运量的提升。总的来说，2023 年挑战与机遇同在，困难与希望并存，安通将继续保持战略定力和耐心，致广大而尽精微。

### 四、2023 年重点工作

2023 年是全面贯彻落实党的二十大精神开局之年，对安通控股来说充满了新机遇与新挑战。新的一年，公司将以“助推行业共进，协同多方共赢”为企业使命，坚持“以诚待客、以新致远、以融共赢”的企业核心价值观，以“建设成为一流的综合物流服务商”为公司愿景，全面落实董事会决策部署。同时，安通控股也将结合新定位、新形势，在开源创收、降本增效、客户服务以及精细化管理上，不断寻求新突破，实现公司高质量可持续发展。

2023 年，公司将做好如下几个方面的工作：

#### （一）开源创收：强化营销，开拓市场

2023 年，公司将以品牌焕新为契机，充分发挥品牌影响力，进一步完善营销网络，加强大客户和直客营销。本着“客户为本、市场为首”的原则，将市场开拓、客户维护作为重中之重。一是进一步升级营销方案、拓宽市场开拓思路，形成总部、片区与网点三级协同营销，加强港航联合营销，同业合作营销，充分发挥各自资源优势，相互依托，构建优势互补、资源共享、共同发展的良好局面；二是转变营销理念，要从“业务操作型”转变为“客户营销型”，变坐商为行商，树立全员营销理念，强化队伍建设，细化营销策略，打造具有安通特色的营销队伍和营销产品，既要注重挖掘存量客户需求，进一步提升合作水平，拓展合作宽度和深度，加强存量客户粘性，深化战略合作关系，又要加大项目开发，拓展新

业务，切实提升整体业务开拓能力，创造增量客户；三是开拓外贸业务发展新思路，提升外贸团队专业能力，完善外贸运作体系，充分利用内陆物流网络资源，探索内外贸融合联动运作模式。

### **（二）降本增效：节流降本，提质增效**

2023 年，我们将进一步加强对公司日常运营的统筹管理，推进企业降本增效，沉稳面对复杂多变的局势，确保完成 2023 年各项目标任务。在成本管控方面，一是以全面预算管理、全面成本管控为抓手，厉行节流降本，强化采购、销售、财务的成本意识；二是成立降本增效领导小组和工作小组，将降本增效工作抓牢抓实。在业务方面，要打好组合拳，做好提质增效，一方面要夯实运营管理基础，盘活存量资产、提高船舶作业效率、优化业务流程、规范业务操作、减少沟通内耗等；另一方面要围绕客户需求提升服务水平和能力，充分发挥自身资源优势，创新市场营销模式，提升稳定客户占比，赢取市场先机，真正实现提质增效的目标，推动公司健康有序高质量发展。

### **（三）客户服务：业务延伸，提升品质**

2023 年，安通将持续整合水、公、铁等运输资源，进一步丰富服务产品，延伸多式联运、场站经营、后方市场运作等供应链服务，向综合物流服务商转型，为客户提供端到端的绿色安全、经济高效的全程物流服务。同时，深入了解客户运作模式，提供更好的增值服务，推动服务标准化和个性化的融合发展，通过精细化管理来促进服务品质的提升。

### **（四）精细化管理：强化协同，数智化赋能**

2023 年，公司将从加强基础管理入手，更加关注管理细节，向精细化管理迈进，继续坚持向综合素质要效益，向高水平管理要效益，向数智化发展要效益。一是内部强化 IT 团队建设，外部引入专业资源，建立健全管理业务和支持业务决策的信息系统；二是加强对公司管理层与基层员工的培训，全面提升综合素质，将领导力、管理能力、业务能力等素质转化为发展动力；三是紧密高效协同，包括总部部门间的协同，总部与片区、网点间的协同，以及公司与外部供应商、客户的协同，以高效协同实现提质增效；四是加强数智化转型，全员树立数智化思维，稳步推进公司“数字化”向“数智化”的进程，实现智能化的分析与管理，帮助公司优化现有业务价值链和管理价值链，实现从业务运营到服务的创新，为

公司精细化管理、高质量发展助力赋能。

（本页以下无正文）

（本页无正文，为公司总裁关于 2022 年度总裁工作报告之签字页）

安通控股股份有限公司

总裁：

2023 年 4 月 14 日