

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：2023-003

投资者关系活动类别	<input type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input checked="" 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、高毅资产、华泰保兴基金、兴银基金、万家基金、长信基金、诺德基金、富国基金、半夏投资、巨杉资本、和谐汇一、正心谷、兴业证券、中金公司、申万证券、国海证券、中信证券、中信建投证券、华创证券、海通证券、招商证券、安信证券、华泰证券、光大证券、浙商证券、首创证券、汇丰前海证券、摩根大通证券、高盛证券等机构共 98 位投资者
时间	2023 年 8 月 29 日 15:00-16:00
地点	电话会议
上市公司接待人员姓名	1、副总经理兼财务负责人梁波 2、董事会秘书郭林 3、IR 负责人何敏
投资者关系活动主要内容介绍	<p>一、由公司管理层简要介绍公司 2023 年上半年经营情况</p> <p>2023 年上半年，公司秉承“正道经营、长期主义”的发展理念，坚定“打造中国质效领先的经济型快递”战略目标，坚持“业务规模、服务体验及利润”三驾马车并驾齐驱、均衡发展的经营策略，通过落地实施多项战略举措，公司顺利实现了在市场份额、快递时效以及服务质量方面的稳步提升。具体来看：</p> <p>在业务量方面，上半年公司完成业务量 77.2 亿件，同比增长 35.9%；市占率为 12.97%，同比提升 1.88 个百分点。其中，二季度业务量 43.7 亿件，同比增长 46.4%，市占率为 13.37%，同比提</p>

升 2.33 个百分点，环比提升 0.89 个百分点。

在业绩方面，上半年，公司实现营业收入 190.86 亿元，同比增长 27.6%；归母净利 2.18 亿元，同比增长 15.7%，扣非归母净利润 2.18 亿元，同比增长 31.7%。

二、公司就投资者在本次说明会中提出的问题进行了回复

1、上半年，公司单量增速持续领跑行业，取得了积极的成绩，请问公司做了哪些方面的工作？

回复：上半年，公司完成业务量 77.2 亿件，同比增长 35.9%，公司实现单量持续增长有多方面的因素：（1）有节奏规划的持续性产能提升，奠定单量增长基础。2022 年底常态产能已达到 5,000 万单/日，2023 年底常态产能将提升至 6,000 万单/日；（2）不断提升的全链路时效。公司高度重视时效及服务质量的改善，近两年年均投入超亿元进行专项提升时效质量提升，重点通过增加中心班次、车辆发货频次、路由拉直以及终端多频派送等方式进行重点提效；（3）精准的政策投放。基于网点管家、客户管家等数据平台产品，把网点政策定价细化到每一个网点及部分客户；（4）稳定高效的末端网络。申通的末端网点基本完成扁平化，随着公司经营改善，网点自身资本投入也在不断加大，通过硬件投资扩大其自身产能及经营效率，从而降低自身成本提升时效，跟上公司总部全网的发展趋势，这也让网点在终端的获客能力增强；（5）大客户拓展能力持续提升。公司坚持“和客户共成长、同发展”的合作理念，与优质的品牌客户达成了长期合作关系。2023 年上半年，大客户数量及日均件量同比增长均超过 1 倍，核心品牌客户同比增长 4 倍。同时，公司陆续推出了客户管家、超级商家平台、对客服务产品以及大客户全场景解决方案来满足不同品牌客户的个性化需求。

总而言之，公司实现单量持续上涨既有自身能力建设产生的积极影响，同时也有总部、省区及网点“三位一体”的全面发力，由此产生全网单量和信心的回归。

2、上半年公司的单票成本下降明显，主要是采取了哪些措施降低成本？

回复：2023 年上半年，公司快递业务单票成本 2.25 元，同比下降 0.19 元，降幅达到 7.8%。成本的下降主要由于得益于以下几方面：（1）快递业务量的增长。23 年上半年，公司完成快递

业务量 77.2 亿件，同比增长 35.9%，单量增长持续释放规模效益；

(2) 持续推进三年百亿产能提升项目，上半年已有赣州、泰州、贵阳等 17 个产能提升项目顺利完工投产，进一步扩充全网的吞吐产能，做大做强枢纽吞吐能力；(3) 分拣成本方面，进一步优化转运中心布局，持续投入自动化设备、优化设备及工艺、自研设备开发管理系统，促进转运中心的人效、时效、坪效提升；(4) 运输成本方面，2023 年上半年末，公司自有干线车辆约 4,900 辆，同比增加约 400 辆，自有车队整体运能得到较大提升，并通过数智化系统应用及时调整运力结构，提升车辆转载率。

3、上半年，我们对于申通的时效体验确实有明显改善，请问公司主要采取了哪些措施？

回复：2023 年上半年，公司围绕“发申通，好快省”的品牌战略，持续加强自身能力建设，实施了多套提效组合拳，全链路时效基本稳定在 44 小时左右，时效跻身第一梯队。

具体来看：(1) 上半年已有赣州、泰州、贵阳等 17 个产能项目顺利完工投产，在转运中心上扩容调优，保障中转网络畅通；(2) 上半年，新增直发路由 357 条，战略性开线 168 条，通过智能化系统对线路维度的货量增长情况进行实时监控，依托大数据合理制定全链路改善计划；(3) 优化前后端操作标准，促进票件快速中转，提高时效履约达成率；(4) 依靠强大的科技支撑，通过“时效控制塔”的事前规划、事中监控管理、事后分析，使决策更智能。

4、近几年，我们关注到公司在持续推进加盟商扁平化的工作，想问加盟商扁平后是否有利于总部利润的修复？

回复：公司上市后持续推进网点扁平化工作，截止 2023 上半年，公司全网独立网点达到 4,950 余家，全国地市级区域网络覆盖率达 100%，区县级网络覆盖率达 99.5%，网点扁平化进入后半程。

在网络结构优化的基础上，公司于 2022 年全面启动网格化服务项目，强化总部对加盟商的链接和赋能。公司依托“网点管家”“片区管家”“申行者 APP”等工具，赋能网点数智化管理。除了做好网格化管理，片区管家也积极做好网点的“参谋”，为网点引入总部供应链金融等合作资源，解决自动化设备投入的需求，2023 年上半年网点新增自动化设备 71 套，投入资金总额约 1.3 亿元，

网点自动化效率大幅提升。

接下来，公司仍将继续推进网点优化工作，从服务质量、创收能力、发展意愿、投资能力等多维度动态监测网点情况，制订明确标准并针对落后网点实施主动汰换措施，促进网点与公司同步发展，实现总部与网点在单量规模以及盈利方面的双赢。

5、近期感觉行业竞争激烈，公司如何平衡好份额、服务体验及利润修复的关系？

回复：当下这个时点是快递行业的传统淡季，价格在这个季节会有一些波动，这个波动包含一部分的价格竞争，同时也包含轻小件货重的影响，我们认为这个波动还是在公司的预期范围内的。

份额方面，公司高度重视业务规模的提升，这也是未来竞争格局改善的重点。展望未来，公司目标是要持续实现高于行业平均水平的件量增速，这样公司才能在未来的行业格局当中站稳脚跟，因此当下公司将市场份额目标摆在了十分重要的位置。

服务体验方面，公司会持续在服务品质上继续投入，持续提供稳定高效的服务能力，有助于增强客户的使用粘性，提高公司的品牌溢价，增强获客能力，这也是申通要打造“好快省”服务能力的关键。

利润方面，公司也高度重视实现优异的业绩回报广大投资者。目前公司时效稳定在 44 个小时，通过超级商家平台、按需配送、区域时效件等产品，满足客户个性化需求，树立“好快省”品牌心智，在品牌溢价上我们有望逐步发掘提升点，带动公司整体盈利水平稳步增长。除了总部的利润，公司也高度重视网点的盈利能力，公司与末端网点始终保持共生共赢的合作关系，网点盈利了，才能实现长效稳定，因此我们注重增强网点的稳定发展及在一线的核心竞争力。

6、对今年旺季行业的需求及价格预期是怎样的？

回复：快递行业需求主要受上游电商需求的影响，2023 年 1-7 月快递行业业务量 703 亿件，同比增长 15.5%，实现两位数增长。

展望下半年，随着国家经济政策的陆续出台以及宏观经济逐步复苏，将带动快递需求回暖。一般 10 月份快递将逐步进入旺季，旺季期间，快递企业需要加大产能投放，储备分拣人力以及预留

	<p>部分干线运力以备旺季需求，这期间由于成本因素的传导，快递的价格可能会有所回升，但回升幅度以及持续时间需要关注四季度上游电商的需求预期。</p> <p>7、展望 2023-2025 年，公司对资本开支规划和投资结构是怎么样的？</p> <p>回复：公司围绕打造“中国质效领先的经济型快递”的战略目标，坚定实施三年百亿级产能提升项目，一方面快速补齐过去公司在产能吞吐方面的短板，提升中转运营效率，另一方面着眼长远建设多元化业务协同的智慧物流中心，为公司未来差异化产品及业务的协同发展奠定坚实基础。</p> <p>上半年公司业务规模快速增长，部分周期出现了日均 6,000 万单的订单，为了匹配产能和业务量增速，公司新增部分产能投放安排，全年预计实施 37 个产能提升项目和 18 个优化改造项目，预计年底常态吞吐产能将达到 6,000 万单/日以上。</p> <p>2024 年及以后，公司将根据行业发展情况、公司的件量规模以及公司规模效益情况合理安排产能提升规划。</p> <p>8、菜鸟未来对菜鸟速递、申通快递是如何定位的？未来和申通的协同会有哪些？</p> <p>回复：菜鸟速递是由服务天猫超市配送业务升级而产生的自营品质快递业务，主要提供半日达、当/次日达、送货上门以及夜间揽收等高品质服务；申通是致力于打造中国质效领先的经济型加盟快递网络，主要为商家提供全平台的经济型快递服务，建立“好快省”的客户服务心智，因此双方在快递业务模式、目标市场以及产品定位上有较大差别。</p> <p>目前申通与菜鸟在菜鸟裹裹、送货上门、菜鸟仓次日达等业务方面均有合作，未来双方将寻求和探索更多的合作空间。</p>
<p>附件清单 (如有)</p>	<p>无</p>
<p>日期</p>	<p>2023.08.29</p>