

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：2024-002

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	参与 2023 年度业绩网上说明会的投资者网上提问
时间	2024 年 5 月 21 日（周二）下午 15:00-16:30
地点	公司通过全景网“投资者关系互动平台”（ https://ir.p5w.net ）采用网络远程的方式召开业绩说明会
上市公司接待人员姓名	1、董事长兼总裁聂腾云先生 2、独立董事胡铭心先生 3、副总裁兼财务总监谢万涛先生 4、董事会秘书杨红波先生 5、保荐代表人刘源先生
投资者关系活动主要内容介绍	投资者提出的问题及公司回复情况 公司就投资者在本次说明会中提出的问题进行了回复： 1、公司 2024 年发展规划和经营目标如何？能否预测一下 2024 年公司业绩情况？ 您好，感谢您的关注！一方面，公司会持续加强能力建设，贴近平台服务规则，贴近消费者服务需求，增强服务的主动性、前置性，继续巩固、提升网络的服务能力，目标是把服务品质和链路时效的指数排名稳定在优势水平，这是后续业务量拓展及产品分层根本基础。另一方面，公司会牢牢把握住行业的高增长机会，在保证存量客户稳定性的基础上，公司将重点关注各类因素带来的新增量，例如：基于客单价差异、平台促销和购物车模式的差异，紧紧把握住流量平台获客的机会；基于“快

递进村”、“农产品进城”、“邮快合作”、“交邮合作”等专项工程正持续落地，紧紧把握住农村人口线上购物频次提升的机会；基于行业高质量发展、个体差异化服务的需求趋势，公司将加快门店驿站、网格仓等基础设施建设，分别提升进驿站、派前电联、择时派送等差异化服务的能力，紧紧把握住“客户分群、产品分层”的行业溢价机会，进而形成“服务品质及业务量双升”的良性循环。2024年，公司将继续实施“全面数字化”战略，进一步深化网络精细化管理，持续提升一体式数智化管控能力。同时，公司将持续提升末端服务能力，满足客户多层次、多需求的差异化服务，做好公司快递服务、业务量增长以及成本费用管控等各项重点工作。

2、公司目前会下修转债价格吗？

您好，感谢您的关注！公司于2024年3月18日召开的第八届董事会第九次会议审议通过了《关于不向下修正韵达转债转股价格的议案》，公司董事会决定本次不向下修正“韵达转债”的转股价格，且在未来六个月内，如再次触发“韵达转债”转股价格向下修正条款，亦不提出向下修正方案。同时根据《募集说明书》相关规定，若因公司实施2023年度权益分派方案调整“韵达转债”转股价格，公司会及时履行信息披露义务，敬请关注公司后续公告。

3、公司对快递行业的成长性是如何判断的？未来增量如何？公司将采取怎样的竞争策略？

您好，感谢您的关注！根据国家邮政局统计数据，快递包裹持续释放，1-4月份快递包裹量增长24.5%，行业景气度持续高位运行。我们认为，在经济持续向好、电商平台多元化发展、流量平台快速渗透等积极因素促进下，快递行业发展还将呈现较强的发展韧性，对2024年业务量增长的预期持乐观态度。

2024年，公司将深入实施“基础设施底盘建设、网络竞争能力建设、服务时效能力建设”三项重点工作，持续激发网络

服务能力、网络拓客能力，继续利用资产优势、服务优势、品牌优势等各种优势实施多层次的竞争策略，形成服务水平与业务量双增的良性循环。

4、你们对我们投资者有什么提高回报的措施吗？

您好，感谢您的关注！公司于 2024 年 4 月 30 日披露了《关于 2023 年度利润分配预案的公告》，2023 年年度分配预案为：拟以本次权益分派实施时股权登记日的公司总股本减去公司回购专户股份后的股份总数为基数，向全体股东每 10 股派发现金红利人民币 1.70 元（含税），该事项尚需提交公司 2023 年年度股东大会审议。2023 年，结合公司实际情况和政策导向要求，公司进一步提高股东回报力度，2023 年年度现金分红率预计达到 30%以上，较去年提高 20%。公司一直以来高度重视投资者回报工作，在公司盈利、现金流满足公司正常经营和长期发展的前提下，将实施积极的现金股利分配，公司已经连续七年实现现金分红，并连续两年实施回购工作。

未来，在综合分析企业经营发展需求、股东意愿、行业格局边际变化等因素的基础上，公司将进一步做好股东回报提升的连续性和稳定性工作。

5、公司在加盟商网络稳定、数字化建设、末端收派等方面做了哪些努力？带来了什么样的收益？

您好，感谢您的关注！加盟商是我们网络的重要组成，一直以来公司重视对加盟商的赋能工作。第一，2023 年公司根据市场环境变化，公司及时梳理、优化、调整了一系列政策措施，优化定价策略，强化网络赋能支持力度，激发全网发展信心，增强市场竞争能力与意愿；第二，积极开展对加盟商的管理赋能，从 4 月份开始，公司网管、运营、客服、路由规划等职能部门在全国各大区、各省区进行巡回业务培训，提升加盟商管理经营效率；第三，公司优化“协发委”的组织力量和职能，充分发挥加盟商“离市场最近，最了解市场”的天然优势，吸引优秀的加盟商参与到快递网络的日常管理，及时准确地向总部

提供专业的市场咨询意见,对网点给予基于业务实质和经营实质的及时的运营帮扶与建议,共同提升网络经营水平,保障网络稳定,提高服务质量,提升品牌影响力;第四,通过帮助加盟商对“网格仓”、门店驿站等末端基础设施建设,不断提升末端服务能力与履约能力,降低末端履约成本;第五,公司积极强化末端建设的数字化能力,通过研发面向加盟商、快递小哥的管理系统,提升加盟商运营效率、降低管理成本。最终实现公司与加盟商一起把握行业高质量发展机会,共同服务好广大客户,“全网一体、共建共享”。

6、公司 2023 年在公司战略上做出了哪些重大调整? 未来的战略规划如何?

您好,感谢您的提问!在以高质量发展为引领的新时代,公司通过优质的服务质量建立良好的市场口碑,获取广大客户和消费者选择并且利用快递规模效应摊薄经营成本费用,为客户提供高性价比快递产品及服务品质,进而形成“服务品质及业务量双升”的良性循环。2023 年公司实施“全面数字化”战略,持续加大数字化投入力度,持续推进数字化经营工具网络赋能,通过数字化升级迭代,进一步深化网络精细化管理,推进落实了诸多优化措施,使网络凝聚力提升、网络效率提高、服务稳定性增强、货品结构优化、提升优质客户质量和数量、成本费用改善。2024 年,公司将继续牢牢把握住行业的高增长机会,充分利用网络持续改善的经营惯性,通过数字化管控系统,发挥协发委的作用及网格仓的优势、加强网络的服务能力,实现网络的均衡发展,积极做大做强快递核心主业,把优质的服务品质进行流量转化,不断扩大标准快递业务,在做有质量、有价值、有利润的优质包裹的同时,合理兼顾产能利用率和边际效应。

7、报告显示,2023 年公司累计完成快递业务量 188.54 亿票,同比增长 7.07%,请问亮眼成绩背后主要原因是什么? 公司对未来的快递单票价格的展望是怎么样?

您好，感谢您的提问！公司深入推进智能分拣基础设施建设，不断提升全网服务能力、运营效率，快递服务履约交付质量稳步提升，基于时效和服务品质的“能力累积效应”加速显现，核心大平台包裹占比稳步增长，带动公司业务量快速增长。

未来，公司将进一步开展稳网络、稳服务、稳客户工作，深入推进末端基础设施建设，不断提升末端服务能力，优化路由，提升全网服务能力和运营效率，持续提升在核心电商平台的服务品质和时效水平，塑造品牌优势，推动优质客户、高客单价客户的数量增长。

8、公司发行的可转债利息是多少？

您好！公司发行可转债票面利率为：第一年 0.20%、第二年 0.40%、第三年 0.60%、第四年 1.50%、第五年 1.80%、第六年 2.00%。可转债采用每年付息一次的付息方式，到期归还所有未转股的可转债的本金和最后一年利息。

9、公司在客户拓展方面做出了哪些努力？取得了哪些成果？

您好，感谢您的关注！公司将始终坚持“以客户为中心”的发展理念，面对当前广大消费日益增长的多元化、多层次、个性化快递服务需求，公司长期坚持做好服务提升工作，把握行业高质量发展机会；通过深化实施数字化战略，以及一揽子措施赋能加盟商网点等，提升业务运转效率；通过将优质的服务品质进行流量转化，集中精力开拓分层产品客户群；通过推广“集包仓”、“网格仓”等末端基础设施建设，不断提升末端服务能力与履约能力，降低末端履约成本。自 2023 年四季度以来，公司快递网络基于服务与时效提升的“能力累积效应”加速体现，获客能力和业务量增长提升明显。2023 年，实现自有散单业务量同比增长超 40%，韵达特快商家合作数逐步提升，合作商家数同比增长超过 25%，业务量同比增长超过 150%。

10、韵达和抖音会加深合作关系吗

您好，尊敬的投资者，感谢您的关注！公司与包括抖音在

内的各大主要电商平台均保持着良好的合作关系。谢谢！

11、与上年同期相比，公司 2024 年第一季度经营情况如何？公司在手订单量情况如何？

您好，感谢您的关注！2024 年第一季度，公司实现归属于上市公司股东的净利润为 4.12 亿元，同比增长 15.02%；实现业务量 49.42 亿件，同比上升 29.14%。2024 年第一季度，公司控本降费方面成果显著。成本方面，一季度单票核心经营成本为 0.76 元，同比下降 24.01%，环比去年四季度下降 9.52%；同时，随着近年来公司实施聚焦战略，对多元业务和配置资源进行合理收缩优化，一季度公司四项费用合计为 5.28 亿，同比下降 0.52 亿，下降比例为 8.92%。

12、公司毛利率低于同行水平，净资产收率却高于同行，请问公司在费用管理方面有什么突出优势？

您好，感谢您的提问！2023 年，公司期间费用合计 22.96 亿元，同比下降 4.39 亿元，下降比例达 16.05%。2023 年以来，公司以“聚焦快递主业”为战略，深入优化资源布局，并根据市场变化情况灵活调整周边业务发展节奏，对期间费用进行优化。未来，期间费用管控工作还将作为公司重点工作之一。

13、快递新规将对公司生产经营产生什么样的影响？

您好，感谢您的关注！快递新规的施行与贯彻落实，对于保障行业稳健发展、高质量发展具有积极的促进、引领作用。近年来，统筹行业发展趋势和格局演变趋势，公司持续进行底盘建设和能力建设，不断优化配送终端体系建设，完善配送上门、驿站或快递柜自提等多元化配送方案，满足客户差异化服务需求，优化触达客户的服务感知；公司积极关注行业政策和服务标准变化，积极贯彻执行相关标准和规定，采取一系列运营措施进一步推动公司高质量发展。持续推进“网格仓”建设，延伸自动化、规模化基础设施对末端服务的能力，降低快递小哥末端服务履约工时，增强其幸福感、认同感和归属感，既有利于促进公司向市场与客户提供差异化服务，又有利于保障公

司快递网络持续进行能力建设和健康发展。

14、公司去年单票核心成本有所下降，主要原因是什么？公司如何构建“成本领先优势”？未来成本下降空间是多少？

您好，感谢您的提问！2023年，公司快递经营成本为2.10元，同比下降10.21%，其中单票核心快递成本为0.87元，同比下降0.11元，降幅达11.18%。未来公司通过以下措施，持续构建“成本领先优势”：在转运中心方面，公司实施多项有效手段提高人均效能、动态调节设备运行时间；干线运输方面，公司通过合理规划运输路线、调整车辆管理模式、提高车辆装载率等方式，降低运输成本；同时随着业务规模逐步修复增长及能源价格相对稳定，公司将积极利用数字化工具提高产能利用率、设备周转率，不断提升末端服务能力，提高快递服务履约交付质量，持续挖掘成本向下的空间。

15、您好，我在查询公司信息时发现，近几年公司 ESG 表现不太好，主流评级大多是 B 左右。您的公司是否有明确的 ESG 指标提升的方案吗？是否会在未来增加 ESG 方面的支出呢？谢谢

您好，感谢您的提问！公司高度重视绿色、创新、可持续发展等工作，已经连续两年发布了《韵达可持续发展报告》，披露公司在 ESG 及可持续发展领域的实践和成绩。2023年，在绿色低碳方面，我们持续响应国家“双碳”政策，从绿色包装、绿色运输、绿色仓储、绿色办公等维度积极践行生态环保温室气体排放量同比下降6.28%；科技创新方面，韵达始终坚持把科技创新作为核心竞争力之一，在不同应用场景中开启了数字化转型，驱动生产运营效率提升、优化运营成本、构建新发展生态；社会公益方面，公司在完善乡村物流网络、支持“快递进村”、助力青年返乡创业及捐资助学等方面持续贡献韵达力量，助力维护稳定、和谐的社会秩序。近期，Wind ESG 评级将公司《2023年度可持续发展报告》的评级升至A，可持续发展能力获得外界认可。未来，公司将进一步做好可持续发展治

	<p>理工作。</p> <p>16、请问公司在低空经济方面如何布局的？</p> <p>您好，尊敬的投资者，感谢您的关注！公司一直高度重视数智化研发投入工作，并积极探索各种包括无人机、无人车在内的缩短运输时效的运输方式，具体请参考公司已经披露的相关定期报告。谢谢！</p> <p>17、公司 2023 年资本开支规模如何？2024 年资本开支又是如何规划的？</p> <p>近年来公司聚焦主业，持续夯实基础设施底盘建设，随着公司在枢纽转运中心、设备自动化智能化、运力运能提升、数字化信息化建设等核心资产方面的投入逐渐完善，公司以产能利用率提升为导向，促使资本开支目标由核心资源能力扩张转向维持。</p> <p>2023 年公司资本开支规模为 25.79 亿元，较 2022 年同比下降 28.90%，资本开支规模连续两年保持下降。未来，公司将结合行业规模增长预期及业务发展实际需要，在兼顾产能利用率提升的同时，合理地把握产能建设节奏。</p> <p>18、请问公司最新的月度业务量怎么样？</p> <p>您好，感谢您的关注！随着快递行业运行整体保持畅通稳定、市场规模持续扩大、发展势头持续向好、公司服务质量不断提升、业务量不断增加。2024 年 4 月，公司完成业务量 19.17 亿件，同比增长 31.75%。</p>
附件清单（如有）	
日期	2024 年 5 月 21 日