证券代码：002352　　证券简称：顺丰控股

顺丰控股股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2026-09

投资者关系活动类别	☐特定对象调研　☐分析师会议 ☐媒体采访　☐业绩说明会 ☐新闻发布会　☑路演活动 ☐现场参观 ☐其他（年度股东会）
参与单位名称	农银人寿、人保、英大保险、信泰人寿、中英人寿、中信建投。
时间	2026 年 11 月 12 日 星期四 09:00-17:30
地点	北京嘉里大酒店等多个地点
上市公司接待人员姓名	投资者关系处负责人万祯女士、投资者关系处高级经理李晶女士
投资者关系活动主要内容介绍	**Q1：公司近期在股东回报方面的计划是什么？** 答：公司重视股东回报，持续通过回购、分红等多种方式积极回报股东。 回购方面，公司最近一期的 A 股回购方案在今年 3 月底将回购额度上限从 30 亿元翻倍至 60 亿元，该回购方案已实施完毕并于今年 9 月完成约 1.6 亿股 A 股股份的注销。同时，公司今年已完成约 4.5 亿港元的 H 股回购。 分红方面，公司今年中期分红比例已从过去的 40%提升至 45%，并计划 2026 年的年度现金分红比例为 45%，2027 年度提升至 50%，2028 年度则不低于 50%，体现对未来经营基本面的坚定信心。按 2026 年前三季度统计，公司 A+H 股回购约 48 亿元，加上中期分红的 25 亿元，合计约 73 亿元，相当于前三季度归母净利润的 89%。 未来公司会继续坚持价值经营导向，在深耕主业的同时致力于提升

	股东回报，回馈股东的长期支持。 **Q2：请简单介绍一下公司今年第三季度的经营情况？** 答：第三季度，在复杂的外部环境下，公司持续推进经营优化和精益管理，交付了稳健的业绩。 财务表现方面，今年第三季度公司实现营业收入 822.2 亿元，同比增长 4.9%；毛利额同比增长 6.5%，毛利率同比提升 0.2 个百分点；扣非归母净利润 25.3 亿元，同比增长 13.8%，扣非归母净利率 3.1%，同比提升 0.2 个百分点。 收入方面，国内业务基本盘稳固，今年第三季度速运物流收入同比增长 0.4%，单票收入连续 7 个月同比回升，其中第三季度同比提升 7.4%。公司持续深耕生产生活多元场景，调优业务结构，推动资源和产品精准匹配。供应链及国际业务延续上半年强劲的增长态势，第三季度收入同比增长 19.7%。全球贸易环境的不确定性下，中国企业出海的决心和步伐仍在加快，从产品出海到产能出海，且更看重国际供应链稳定性和安全性，顺丰依托全球服务网络和丰富产品组合，将在这一轮历史性机遇中长期受益。 成本管控方面，公司持续推进全链路提效降本，加快智能装备及 AI 技术的规模化应用。在软件层面，构建多场景、多层级智能体集群，并初步实现智能体之间的协同调用；在硬件层面，推动半身机器人、无人车等多种智能装备在仓储、中转、运输及末端派送等环节落地应用。 费用方面，公司通过 AI 赋能数智化管理，提升销售效益，同时保持研发投入平稳和资本结构健康，今年第三季度四项费用率合计同比下降 0.3 个百分点。 **Q3：目前公司降本方面还有多大空间？** 答：公司未来将持续推进网络结构优化及智能装备的规模化应用，进一步挖掘全链路降本潜力。 运营降本方面：1）中转环节，公司将持续推进中转场地整合，逐步

	减少中转节点，拉直线路，从而优化分拣成本和运输成本；同时，公司稳步推进多个转笼中心的建设，通过笼车集中转运，降低破损，提升操作效率。2）运输环节，公司将逐步提升自有车辆占比，加大往返双边线路组合，进一步增加新能源车的购置，以降低燃油依赖，提升运输成本管理效率。3）末端环节，公司将针对电商件的集中揽收、退货件的集中派送，逐步分层运营，使得营运资源与产品精准匹配。 智能装备降本方面：ACR 机器人、半身机器人、无人轻卡/重卡、智能驾驶、无人车等已在仓储、中转、运输、末端派送等环节落地应用。例如机械臂、半身机器人已能在小件中转场完成面单朝上的供件，在大件中转场完成货物托盘码放等日常独立作业。 在外部油价压力下，公司今年前三季度依然实现扣非归母净利润同比增长 11%，一定程度上体现了公司的精益管理能力和经营韧性。 **Q4：供应链和国际业务客户的主要行业分布情况？国际业务如何应对汇率波动的影响？** 答：公司供应链及国际业务板块主要涵盖国际供应链、国际快递、跨境电商物流、国际货代等业务，依托全球物流网络及综合供应链服务能力，为客户提供跨境运输、海外仓储及本地配送等全链路物流解决方案。今年上半年该板块实现营业收入 396 亿元，其中顺丰本体（不含 KLN）收入同比增长 47%。 客户行业分布方面，公司紧抓中资企业出海浪潮带来的历史性机遇，加速落地行业化转型，2026 年上半年在高科技、工业设备、汽车、消费品及零售食品等行业的供应链业务均取得较快增长。其中，高科技行业受益于头部链主客户加快全球化布局，带动跨境物流及海外供应链服务需求增长；工业设备行业赋能企业产能出海，提供跨境端到端运输、售后备件仓配及入厂运输服务；跨境电商领域，随着大型电商平台加快海外市场拓展，以及品牌客户通过海外独立站等渠道出海，相关物流服务需求持续释放。公司将深化行业客户服务，持续拓展全球物流服务网络，不断提升端到端供应链服务能力。

	汇率风险管理方面，公司高度重视国际业务经营过程中的汇率波动风险，设有专业的团队管理相关资金安排，积极应对汇率波动带来的影响。今年上半年公司汇兑损益整体表现为正向收益。 **Q5：公司近期和极兔的合作有什么新进展？** 答：公司与极兔于 2026 年 6 月上旬完成战略持股交割，双方在战略互补、深度协同的背景下开展了多项合作，目前落地的合作项目已覆盖十余个国家。具体合作领域包括：电商末端配送方面，目前在东南亚、中东等多国均已开展合作，依托极兔高效的末端网络帮助顺丰进一步提升履约效率；清关方面，双方携手在中东、墨西哥、中南美洲等区域合作共建清关能力，提升清关时效、调优清关成本；新产品拓展方面，公司与极兔联合开发了马来西亚至中国跨境个人寄件产品，以及菲律宾本地寄件业务；供应链方面，依托顺丰跨境陆运能力，为极兔提供“泰国→老挝”陆运跨境履约服务；国内方面，依托顺丰体系的末端驿站和快递柜，助力极兔提升末端揽派效率。 在区域拓展方面，中长期公司将关注极兔在其他市场的网络建设进展，基于网络稳定性、服务质量和合规运营能力等因素，评估扩大合作的可能性。合作环节上，目前优先集中在海外末端配送，未来将逐步向其他环节拓展。 为确保战略合作顺畅执行，顺丰已向极兔董事会委派董事，双方管理层定期沟通战略方向，并设有日常对接团队保障各项合作的高效推进。 **Q6：公司在经济件业务的定位以及经营策略是怎么样的？经济件业务的成本端如何更好地管理？** 答：公司经济快递业务坚持价值导向、择优拓量的经营策略，通过稳定的时效履约与门到门服务形成差异化竞争。公司深耕优质品类，主动实施业务调优策略，今年第三季度单票收入同比实现高个位数回升。 在成本管控方面，公司通过推进资源和产品精准匹配，将部分电商件集中揽收及退货件集中派送等偏 ToB 的集约化场景剥离，由顺丰同城

	或第三方资源履约，直营网络资源聚焦于高端时效件服务。该策略有效降低了单票成本。 **Q7：快运业务近期发展情况如何？为什么公司能实现较快增长？** 答：公司快运业务今年上半年收入同比增长 12.6%，第三季度仍保持稳健增速。主要受益于以下两个方面： 一是受益高端制造升级趋势。高端制造升级带动工业制造订单呈现碎片化、柔性供应链趋势，小批量、多频次的运输需求持续增长，公司单票 100 公斤以上的工业大件业务实现较快增长。 二是全网型直营网络优势。中国零担物流的市场规模超 2 万亿人民币，行业格局较为分散，市场持续向具备全国网络能力的头部企业集中。公司作为头部直营网络型企业，凭借全国性网络布局和稳定的服务质量，持续抢占市场份额。 **Q8：公司鄂州枢纽的运营情况？** 答：近年来，鄂州花湖国际机场货邮吞吐量保持快速增长。2025 年，鄂州花湖国际机场货邮吞吐量达到 148 万吨，同比提升 44%。鄂州枢纽作为亚洲最大航空货运枢纽，已成为中国企业出海的"空中出海口"。截至 2026 年 6 月底，顺丰已在鄂州枢纽开通 61 条国内航线、25 条国际航线。 与此同时，鄂州枢纽中转模式对网络效益贡献显著：一方面通过货量聚集解决偏远城市直飞不经济的问题，提升时效件次晨达覆盖率及时效稳定性，巩固竞争壁垒；另一方面，凭借“空空中转”“空卡联运”的快捷转运、全能型国际货站高效运营、跨境电商综合试验区持续扩容等，鄂州货运枢纽正以卓越的物流效率吸引众多贸易和产业集聚，成为链接全球市场的重要门户。 **Q9：时效件场景业务的挖掘空间有多少，和机场的合作进展情况如何？** 答：公司持续巩固高端时效件护城河，高端时效件（不含电商退货）

	保持稳健增长，并明显高于社零增速。 服务消费日益成为消费增长的重要引擎，公司持续深耕场景拓展，从被动接单转向主动创造需求，抢占核心渠道卡位，在细分赛道挖掘业务增量。例如，展会方面，公司帮助展商寄送样品和展品，延伸服务参展撤展全环节，今年上半年服务展会超 2,000 场，很多场次创造了单体百万级收入。文旅场景方面，今年 9 月，顺丰的“行李无忧”服务已落地南昌昌北机场。不仅如此，顺丰在景德镇高铁站、九江奥莱、赣州橙墙等地推出了寄递+交通+文旅的一体化服务链，实现了向文旅基础设施提供商的角色升级。 此外，公司也在持续升级服务能力。今年 8 月 18 日，顺丰时效产品体系全面升级，全新推出“顺丰即日”、“顺丰次晨”、“顺丰次日”多元化产品矩阵，以确定性时效能力重新定义产品服务标准，承诺超时即赔让用户寄递无忧，让“快”有标尺、“准”有保障。 展望未来，公司将继续丰富面客触点，持续加强和文旅集团、航司、酒店、景区、演唱会主办方等多方面渠道合作，并围绕客群需求不断升级履约能力，提升客户服务体验，推动时效业务健康增长。
附件清单（如有）	无
日期	2026 年 11 月 12 日