

2025 年 4 月 29 日圆通速递投资者调研会议纪要

调研时间：2025年4月29日下午15:30--16:30

调研方式：电话调研

调研人员：申万宏源证券、睿远基金、汇添富基金、嘉实基金、富国基金、东方证券资管、汇丰晋信基金、安信基金、国泰基金、宽远资产、拾贝投资、敦和资产、远信基金、大朴资产、中金公司、中信证券、广发证券、华泰证券、长江证券、兴业证券、东吴人寿、中英人寿、摩根士丹利、花旗、中信里昂、UBS、Goldman Sachs、Y2 Capital、Jefferies等近120家投资和研究机构。

公司管理层：

董事兼总裁：潘水苗

董事局秘书：张龙武

一、由公司管理层简要介绍公司 2024 年度、2025 年一季度经营情况及未来经营计划

2024 年度公司快递业务完成量 265.73 亿件，同比增长 25.32%。公司 2024 年实现营业收入 690.33 亿元，同比增长 19.67%；实现归母净利润 40.12 亿元，同比增长 7.78%，其中，快递业务实现归母净利润 43.07 亿元，同比增长 12.16%。2024 年第四季度，公司快递业务完成量 76.59 亿件，同比增长 23.72%，单季度实现营业收入 196.63 亿元，同比增长 16.18%，实现归母净利润 10.82 亿元，其中快递业务实现归母净利润 11.06 亿元。

2025 年第一季度，公司快递业务完成量 67.79 亿件，同比增长 21.75%。在业务规模稳步提升的基础上，2025 年第一季度公司实现营业收入 170.60 亿元，同比增长 10.58%，实现归母净利润 8.57 亿元，其中，快递业务实现归母净利润 9.47 亿元。

2025 年，公司将继续坚定深耕快递主业，以客户体验为中心，着力提升服务质量，持续增强品牌溢价能力，运用人工智能等先进技术全面推动公司智能化发展，持续提高科技生产力。同时，公司将继续践行国际化发展战略，搭建

国际国内一体化的服务和网络运营体系，全面增强公司综合服务和竞争能力，为股东及广大投资者创造更大的价值。

二、投资者问答环节

（一）在目前的行业竞争态势下，公司将采取什么策略应对行业竞争，提升综合竞争力？

答：公司注重业务量和利润之间的平衡，秉持稳中有进的发展策略，聚焦实现规模增长与业绩提升的协同共振。未来，公司将紧抓人工智能技术变革机遇，结合业务全流程和场景，创新应用自然语言理解、机器视觉、语音识别、地图技术、人机交互、大模型等前沿科技，实现人工智能技术与数字化系统深度融合，全面推进智能化发展，加速培育壮大科技生产力，持续改善服务质量与客户体验，赋能全网经营管理，全面提升综合竞争力。

（二）公司 2024 年度资本开支规模和投向如何？如何展望 2025 年的资本开支情况？

答：近年来，公司综合根据行业竞争和发展情况，坚持稳健投入策略，持续强化基础设施建设，巩固核心资源优势。2024 年度，公司资本开支规模超 67 亿元，主要投向集中于土地购置、转运中心建设和自动化设备采购等。2025 年，综合行业规模增长、竞争格局分化以及公司综合竞争力逐步提升等因素，公司资本开支将保持相对平稳且保有合理弹性的态势，持续夯实可持续、高质量发展根基。

（三）近年来公司成本管控成效显著，请问公司采取了哪些举措？2025 年核心成本降幅有何预期？

答：公司持续深化成本精细管控，通过强化运输过程管理、提升单车装载票数、动态优化干线路由等推动运输成本下降；通过打造自驱型精益中心，精细管控工序效能，逐步提高装卸统筹人员复用率，提升人员操作效能，有序推进中心全员绩效管理，激发操作人员积极性，推动中心操作成本进一步下降。2024 年公司单票运输成本 0.42 元，较去年同期下降 0.04 元，单票中心操作成本 0.28 元，较去年同期下降 0.01 元，该等核心成本合计 0.70 元，较去年同期下降 0.05 元。

2025 年，公司对该等核心成本的改善空间保持乐观态度。公司将强化人工智能技术与业务场景的深度融合，并探索和推广无人化设备升级、自动驾驶等应用，进一步提高管理能效，深挖成本降幅空间。

（四）公司近年来在数字化转型和智能化发展方面取得了哪些成果？

答：公司依托领先的自主创新能力，全面推进数字化转型升级，广泛应用人工智能等先进技术，全面推进智能化发展。截至目前，公司已有较大规模的人工智能应用落地推广，赋能业务运营，即公司搭建并完善智慧路由系统，可根据历史订单量、成本等要素实时、动态计算和优化路由调整方案，进一步促进运输成本下降，提升干线运输时效；公司持续迭代、拓展智能客服的应用场景，强化人机交互，推动服务前置和及时响应，稳步提升服务品质；公司推进数字孪生在转运中心管理和运营中的运用，实现管理人员对格口、小车、供件台的实时监控，以及异常情况的预警提醒，可进一步帮助管理人员及时发现问题，降低运营风险，提升运营效率。同时，公司亦在推进快递员配备 AI 助手项目，提升快递员揽派效率，改善消费者寄递体验。

未来，公司将继续探索人工智能在快递业务管理和运营中的应用，全面推动加盟网络智能化发展，提高经营管理能效。

（五）公司散单业务有何成效？2025 年散单业务的规划如何？

答：2024 年，公司持续强化末端揽派能力建设，加强与电商平台对接，推动逆向物流等业务发展，并依托智能算法，实现营销策略精准化、差异化投放，强化散单业务营销，助力散单和逆向物流等业务持续增长。2024 年度，公司散单和逆向物流快件同比增长超 70%。2025 年，公司将继续深化与电商平台的对接与合作，改善末端服务体验，拓宽个人寄递渠道，扩大个人散件规模，综合提升散单和逆向物流快件占整体业务量的比重。

（六）公司 2025 年“一号工程”的实施计划如何？将如何赋能加盟商的经营管理？

答：近年来，公司秉承打造“非直营的类直营化”的理念，全面推动“一号

工程”——加盟网络数字化、标准化建设落地见效，提升全网服务及管理水平。业务过程中，在提炼过往方法、标准和经验的基础上，公司项目组直接入驻加盟商，为加盟商制定经营管理改善方案，并升级优化财务等系统应用，赋能加盟网络提质降本增效，综合提升全网经营实力。同时，公司持续优化“客户管家”系统模块，提升智能客服的响应能力和服务效率，助力加盟商多渠道拓展客户，增强客户粘性。截至目前，“一号工程”已基本实现加盟商全覆盖，全网综合经营实力显著提升。

（七）最近关注到公司加盟商在推广升级后的客户管家，公司如何利用 AI 技术赋能客户，增强客户粘性？

答：针对传统电商软件成本高、功能分散的痛点，公司近期升级推出了客户管家 ERP 系统，新增“店铺经营分析”和“智能库存管理”两大核心功能，帮助电商商家实时监控销售数据，实现全流程管控出入库及退换货等。该等功能推出后，客户管家系统将深度打通商流、物流全链条，商家可直接处理异常工单、追踪包裹动态，动态分析和管理商流状态。该等功能将于今年重点推广，进一步为客户赋能，提升客户服务体验，增强客户粘性。

（八）公司如何展望航空货运和国际业务未来的经营情况？

答：近年来公司持续深化践行国际化发展战略，积极布局海外市场，着力发展国际快递、国际货运及供应链业务，国际综合服务能力稳步提升。截至目前，公司充分利用遍布全球的服务网络及自有航空等资源优势，国际业务服务网络已覆盖 6 个大洲、150 多个国家和地区，清关网络已覆盖全国主要口岸和海外部分重点口岸。同时，公司自有航空机队数量达 13 架，累计开通 150 多条货运航线，强化覆盖亚洲全域、东欧核心区域的优质航线布局。

公司认为，航空货运和国际业务在目前复杂的国际市场环境中展现出了良好的发展韧性，依托业务结构优化及产品体系升级，未来将整体维持稳中有进的态势。