

证券代码：002120

证券简称：韵达股份

韵达控股集团股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2026-001

投资者关系活动类别	<input checked="" type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input 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	中金公司、中信证券、兴业证券、长江证券、华泰证券、广发证券、国泰海通、民生交运、申万宏源、中信建投、招商证券、中邮证券、国海证券、国盛证券、天风证券、Morgan stanley、瑞银证券、高盛证券、中信里昂、南方基金、大成基金、平安基金、招商基金、海富通基金、民生加银基金、汇丰基金、东海基金、博远基金、泰信基金、光大人寿、建信人寿保险、交银康联人寿、阳光资管、金石投资、益恒资管、观富资管、华宝信托、兴业银行、美团战投、睿扬私募、大朴资产、泰旻资管、HGNH International Asset Management、SEAHAWK CHINA DYNAMIC FUND、MCI Fund Management、Essence Securities Asset Management Company Limited、GREENWOODS ASSET MANAGEMENT LTD 等 74 个机构共 105 位投资者。
时间	2026 年 4 月 27 日（周一）
地点	电话会议
上市公司接待人员姓名	1、董事兼执行总裁符勤先生 2、董事会秘书杨红波先生 3、证券事务代表何强先生 4、IR 总监刘思彤女士
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 公司董事会秘书杨红波先生介绍了公司 2025 年年度及 2026 年第一季度的主要经营指标概况： 2025 年年度核心指标：

业务量方面：公司累计完成快递业务量约 256.01 亿票，同比增长达到 7.64%；

收入方面：公司累计完成营业收入 514.75 亿元，同比增长达到 6.04%；

利润方面：公司实现利润总额 15.94 亿元，实现归属于上市公司股东的净利润为 11.71 亿元，实现归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润 11.45 亿元；

毛利率方面：受“反内卷”及快递行业进入传统旺季、公司服务质量提升以及产品结构优化等影响，第四季度公司单票快递服务业务收入改善明显，经营活动产生的现金流量净额、快递服务毛利率同比环比双升，25 年 Q4 毛利率为 8.7%，同比提高 0.4 个百分点。

现金流方面：2025 年公司经营活动产生的现金流为 36.84 亿元；

费用方面：公司四项费用合计为 18.33 亿，同比下降 1.45 亿，同比下降 7.35%，连续 3 年下降；

单票收入：公司单票快递服务业务收入 1.98 元，同比下降 1.52%；

单票成本：快递核心经营成本为 0.61 元，同比下降 10.29%，其中：单票运输成本 0.33 元；单票中转成本 0.28 元；

单票费用：单票费用为 0.07 元，下降比例为 13.9%；

单票利润：截至 2025 年底，公司单票归属于上市公司股东的净利润为 0.05 元，同比下降，主要受上半年市场竞争因素影响；第四季度起公司盈利能力有所修复，单票归属于上市公司股东的净利润为 0.07 元；

资产负债率方面：2025 年末，公司资产负债率为 42.96%，较 2024 年下降 4.71 个百分点，连续 4 年下降。

2026 年第一季度的核心指标：

业务量方面：公司累计完成快递业务量 57.10 亿票，同比

下降 6.02%，主要系公司主动优化货品结构等阶段性因素影响，影响逐步收窄；

收入方面：公司累计完成营业收入 125.76 亿元，同比增长达到 3.18%；

利润方面：公司实现归属于上市公司股东的净利润为 4.87 亿元，同比增长 51.67%；实现归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润 4.56 亿元，同比增长 47.72%；

单票收入：公司单票快递服务业务收入 2.17 元，同比上升 9.77%，主要系市场价格修复、密度件填仓等因素贡献单票价格上升；

单票成本：快递核心经营成本为 0.69 元，其中：单票运输成本 0.37 元；单票中转成本 0.32 元；

单票费用：公司四项费用合计为 4.84 亿，单票费用 0.08 元，与去年同期相比较为稳定；

单票利润：公司单票归属于上市公司股东的净利润为 0.09 元，同比修复 0.03 元；

单票毛利方面：2026 年第一季度快递单票毛利 0.18 元。

公司就投资者在本次说明会中提出的问题进行了回复：

1、看到公司一季度取得不错的业绩，请展望一下 26 年的快递价格？

近几年受宏观经济、淡旺季、货品结构、成本变化等各方面因素的影响，快递价格总体波动向下。但从 2025 年第四季度以来，行业的价格信号发生了积极变化。

首先，国家政策层面的引导。党的二十届四中全会审议通过的“十五五”规划建议明确提出“综合整治‘内卷式’竞争”、“强化反垄断和反不正当竞争执法司法”等一系列要求，政策方向非常清晰且坚定。

其次，法律层面的变化。去年以来，在全国建立统一大市场

场背景下，涉及消费、营商环境与市场主体竞争的多项法律法规在修订完善，从立法与执法层面予以公平市场竞争的法治保障。

在此背景下，受市场充分竞争影响的部分行业积极实施反内卷。从实际效果看，快递行业价格修复的水平、走势、持续性等，比市场预期的要好，加盟商经营情况在持续改善，追求高质量发展越来越成为快递行业发展的共识。

第三是供给与需求端。从公开信息来看，一是消费端正处于底部修复向好过程，快递需求持续增长，特别是直播与农村快递增长未来是重要动能；二是这两年快递企业资本开支总体处在收敛过程中。

综合以上情况，既有政策面的牵引，又有增量需求端驱动，还有企业端边际变化，谨慎乐观判断 2026 年快递价格会保持总体稳定，并受市场因素、淡旺季因素正常波动，个别月份可能稳中还会向好。

2、过去的 2025 年到现在，想请问一下公司在经营管理方面做了哪些重点工作？

近年来，公司聚焦快递主业，目标与注意力朝快递底盘倾斜，扎扎实实地复盘网络运营与管理，总结来说就是“调整”、“巩固”、“优化”：

“调整”方面，主要为调整网络结构布局。网络是加盟制快递企业的核心资源，既包括总部的转运，也包括网点的揽派，运营的效率、质量与成本，决定了快递服务的品质与未来。目标是建立一个橄榄型、具有产能弹性、多级转运协调的网络体系。2025 年，公司一方面，在上半年优化调整了部分分拨功能，总体形成一个枢纽为主、地区为辅、网格仓补充的多级转运体系。经过调整，有利于降低揽派操作次数、提高运营效率以及降低全网操作成本。

另一方面，继续推进“橄榄型”网络建设，对于部分弱小

网点进行整合，加大科技投入奖励，对具有投资能力、具有市场开拓能力的加盟商进行持续赋能，逐步打造一张辐射更加合理、对流更加均衡、服务更加优质、竞争更加有力的“橄榄型”服务网络。目前，公司网络底盘和发展基础进一步夯实，从网点稳定性、投资能力、服务质效上看，目前都处于一个稳定、甚至步步进取的状态。

“巩固”方面，主要是巩固公司原有的资产、资源、科技优势。资产资源是快递服务网络的载体，是经营发展的生产力，公司近年来一直保持了可比优势。2025年，公司将继续巩固优势：

一是，把总部的自动化能力向网点延伸，推行网点自动化；

二是，总部的资本开支，方向主要是重要区域的分拨建设、车辆的更新、设备的迭代改造等，持续巩固公司的优势地位；

三是，科技驱动力上，往AI方向进行倾斜。近年来，公司的科技创新工作路径清晰，沿着“自动化-信息化-数字化”进行投入与实践。2025年公司重点探索AI技术在快递行业的应用，既会借助外部的通用AI技术，也会基于大数据打造快递垂类的技术，大力推进“智能货架”普及，鼓励无人车探索应用，探索智能机械臂等更多先进生产力进分拨，从揽转运派签、分拣、运输、客服、商家等各维度进行探索运用，目标是提品质、降成本。2025年，韵达获得了上海市科技进步二等奖。

“优化”方面，核心是优化管理精度，主要体现以下几个方面：

内部流程改革，公司成立了标准化和流程效率委员会，主要是建立标准的、透明的组织机制和流程机制，形成透明规范、流转顺畅、授权清晰的管理机制；

完善安全生产管理，公司成立了新的安全管理中心，建制度、定职责、塑机制，把国家、政府及公司安全管理要求落实到位；

精益经营管理，公司在全网推动 7S 管理，全网统一操作、服务、管理标准。同时持续优化成本费用管理，公司延续了过去三年的思路，持续推进精益管理思想，切实把成本挖潜执行到位。

3、看到公司最近几年资本开支都维持在 25 亿元左右，想请问一下公司当前产能利用率怎么样，以及今年的资本开支计划？

近几年，公司率先进行了核心资产构建，形成了资产资源与产能的先手优势。2025 年公司对部分分拨网络布局进行了调整，并在件量策略上进行微调，所以产能能力和利用率是动态变化的，基本处于接近经济状态，同时也能为未来预留产能能力和空间。

2025 年，公司通过政策引导加盟商参与到网络建设中来，前端的集包仓、后端的网格仓的布局数量都有了很大的提升，网络的产能弹性明显增强。

2026 年，公司会保持和过去两年基本一致的开支趋势。结构上，以设备、车辆等资产的替换性产能投入为主；同时根据业务发展的实际需要，在局部产能不足的区域进行适当投入。

4、今年以来看到行业增速放缓，请领导展望今年快递行业增速？

2026 年一季度，全行业快递业务量同比增长 5.8%，相比前两年有所放缓，也客观反映了行业发展的阶段性特征，但分析影响消费与快递需求的基本面，快递行业的增长还会持续。

第一是消费政策牵引。“十五五”明确提出，将大力提振消费，构建以内需为主导的经济增长模式，强调投资于人、优化供给结构、提升消费能力和改善消费环境。所以，“以旧换新”“乡村振兴”等政策红利牵引动能还将持续，消费补贴的力度在加强，补贴的品类在扩大，这些直接会拉动一些增量消费。

第二是增量空间扩大。农村市场还有巨大的消费潜力和挖潜空间。中西部地区去年上半年增速达到 25.5%，远超全国平均水平。今年一季度，中西部占比进一步提升到 32%。背后的驱动力：

一是“快递进村”的力度在加大。随着共配模式加快推广，“快邮”合作不断深化，“交邮”合作逐步扩大，以及部分平台推出进村补贴等，对于推动电商下沉、快递进村有促进作用，农村快递的巨大增长潜力得到释放。二是电商下乡、直播带货还在持续下沉，对于拉动农村消费有积极贡献。

第三是高质量发展的转折。2025 年四季度以来，快递价格持续修复，服务质量回升。在国家政策与法律的牵引与托底之下，市场竞争的逻辑正在发生深刻变化，正从价格博弈转变为持续提高网络能力和服务品质上来，服务质量水平将成为更加重要的获客因素。

5、看到公司 2025 年的核心两项成本管控上做的都不错，想问一下公司 2026 年一季度的成本怎么样？以及全年的成本预期？

2026 年一季度公司的核心两项成本是 0.69 元，其中运输成本 0.37 元、转运中心成本 0.32 元，与去年同期基本持平，但在快递服务单票收入修复的情况下，2026 年第一季度的毛利率同比提升、环比去年四季度持平。

2026 年，在新的发展战略指引下，“精益管理”是在经营与管理中长期坚持的五大原则之一，在精益管理的措施与方法上，公司还有更多需要探索与挖掘。比如，智能辅助驾驶、车线拉直、AI 动态调度、网格仓和集包仓的集约效应还在持续释放，总部与网点共同降本机制也在形成正向循环。因此，公司判断全年单票核心成本持续下降的趋势还会延续。

6、看到公司开头介绍四项费用连续三年下降，也想请公司介绍一下在管理上有做了哪些具体举措？

四项费用下降，背后是公司对“精益管理”边界理解的升级。过去三年，公司对于期间费用的变化，进行了针对性的分析，并采取了不同的举措进行节降。

一是调整了战略，将“资源扩张”拉回“资源聚焦”，聚焦快递主业，对部分周边业务进行收缩，促进了管理费用、销售费用的持续下降；

二是合理利用资本市场，在国际和国内两个资本市场进行资本结构优化，先后偿还了美元债和资产证券化债务，享受了利率下行红利；

三是探索应用数字化、AI 工具，全链路数智化系统陆续投入运用，从客服端，到网络仲裁，从时效管控，到现场分拨安全监测，从货量预测，到智能路由、辅助驾驶，从人工干预，到自动预警、自动工单、自动生成考核，AI 正在重构精益管理的逻辑。

公司当前也提出了“全栈 AI”的科技战略，在 AI 的逻辑之下，预计成本费用还有继续优化空间。

7、我们注意到公司已发布了增持和回购公告，目前公司股价处于相对低位，而基本面已明显改善。请问管理层能否介绍一下本次增持和回购的具体考虑、规模及后续安排？是否在向市场传递强烈的信号？

公司已经连续 9 年实施分红，过去连续 2 年进行股份回购，并且 2025 年完成了大股东增持。2025 年度，公司利润分配预案为：每 10 股派发现金红利 2 元（含税），分红比例占当年归母净利润的 49.37%，股息率接近 3%，体现了公司积极地回报股东的理念。

关于公司回购股份和控股股东增持，一是公司基本面稳健向好，2025 年公司夯实的网络底盘能力正在转化实物量，这是信心的基本逻辑；二是当前市场价值与公司基本面存在预期差，本次回购和增持有利于提升股东价值；三是大股东增持，

以及对公司员工适当激励，有利于形成经营合力，也表达了我们对公司经营发展的坚定信心。

8、展望一下今年的重要工作？

今年是“智链·领航”战略落地的第一年，也是公司布局未来五年高质量发展的起点。核心思路为：夯实底盘，提升品质，规模进取。这不仅是年度任务，更是公司面向未来的战略投资。具体从五个方面展开。

第一，夯实底盘能力。全网协同夯实底盘，总部转运中心升级、末端能力规划；网点建设区域转运中心、深化自动化、应用无人技术。公司要在“十五五”期间跑赢行业发展趋势，网络底盘能力就是护城河。

第二，AI能力建设。成立一级AI中心，从组织上保障；业务上全流程引用AI，从预测到配载；管理上用AI赋能决策。AI对公司来说是重新定义快递运营方式的核心引擎。未来三年，AI能力将成为影响公司成本、时效、体验的重要因素。

第三，锚定服务目标。服务品质是所有能力建设的落脚点。公司的目标是到2026年第三季度，关键服务指标在行业中的排名得到提升，提供服务履约的确定性，积累品牌溢价。

第四，以质换量提规模。通过改善网络服务品质，吸引更多优质的客户；通过网络密度增加，提高网络对流效益。持续优化业务量结构，提高高质量包裹的比例。

第五，成本费用及精益管理。从运营到分拨、从人效到运输，用技术抠效率，守住安全底线。省下来的资源，全部再投入到AI、无人技术、网点赋能上，形成“降本→投入→增长”的正向循环。

2026年是“智链·领航”的起跑之年。公司将扎实做好网络底盘夯实工作，深化AI应用，持续优化履约时效和服务质量。公司始终坚信只要方向对、动作实，一定能走出一条属于自己的高质量发展之路。

附件清单（如有）	
日期	2026年4月27日