

德邦物流股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2023-001

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（ <u>请文字说明其他活动内容</u> ）
参与单位名称及人员姓名	中金公司、摩根士丹利、中信建投证券、国海证券、华泰证券、星展证券、花旗环球、安信证券、东方证券、长江证券、平安证券、浙商证券、嘉实基金、红杉资本等 63 家机构共计 101 人。
时间	2023 年 5 月 3 日（周三）
地点	电话会议
上市公司接待人员姓名	董事会秘书黄金龙先生
投资者关系活动主要内容介绍	<p>第一环节：2022 年及 2023 年一季度的业绩说明</p> <p>一、营业收入</p> <p>2022 年，全年实现营业收入 313.92 亿元，同比增长 0.10%；分业务看，快递业务：营业收入为 207.85 亿元，同比增长 5.33%；开单货物总重量同比增长 6.84%，公斤单价同比下降 1.42%；总票数 7.49 亿票，同比增长 6.59%。快运业务：营业收入为 96.01 亿元，同比下降 10.09%；开单货物重量同比下降 14.78%，公斤单价同比增长 5.51%。其他业务：其他业务主要为仓储与供应链业务，营业收入为 10.06 亿元，同比增长 6.12%；</p> <p>2023 年第一季度，总收入是 74.17 亿元，同比增长了 5.66%；分业务来看，快递业务：收入是 9.29 亿，同比增长了 6.9%，开单货物总重量，同比增长了 8.23%，公斤单价，同比下降了 1.23%，开单票数是 1.78 亿票，同比增长 6.51%；快运业务：收入是 22.25 亿，同比增长了 1.64%，开单货物总重量，同比增长 2.52%，公斤单价，同比下降 0.86%；其他业务主要为仓储供应链业务，收入是 2.63 亿，同比增长了 19.72%。一季度总体来看，随着外部的经济环境在逐步复苏，公司的业务量、主营收入同比实现正增长。</p> <p>二、营业成本</p> <p>2022 年，总营业成本是 281.92 亿元，同比是下降了 0.97%，毛利率为 10.19%，同比上升 0.98%。其中主要成本变化情况：①人工成本 141.47 亿元，同比下降 1.92%，占收入比减少 0.93 个百分点，主要为公司持续推进末端网络变革，实现原传统门店中文职人员的转型及优化，且公司通过精细化管理提升收派、分拣、运输各环节资源投放的精准性，带来各环节人效的稳步提升，报告期内，公司人工成本占收入比逐渐改善；②运输成本 91.17 亿元，同比增长 0.73%，占收入比同比提升 0.18 个百分点，主要为油价上涨的</p>

影响，同时，在全年油价同比平均上涨超 30%的情况下，公司通过增加自有运力占比、路线优化、车辆利用率提升等举措有效控制了运输成本涨幅；

2023 年第一季度，总营业成本是 68.63 亿元，同比是增长 5.5%，毛利率为 7.48%，同比增长了 0.14%。其中主要成本变化情况：①人工成本 34.79 亿元，同比增长 1.01%，占收入比同比下降 2.16 个百分点。公司持续推动末端网络变革，门店文职人员不断转型、优化，同时，公司通过精细化管理实现资源的精准投入，末端收派环节效率稳步提升，人工成本占收入比同比大幅下降；②运输成本 22.11 亿元，同比增长 16.03%，占收入比同比上升 2.67 个百分点。一方面，为了更好提升客户体验，公司主动增加运输资源投入，提升全程履约能力，同时，受市场运价影响，单位外请成本有所上升，造成运输成本同比增长；另一方面，通过持续推进线路优化、提升自有车辆利用率等精细化管理举措，有效控制运输成本的增幅。

三、期间费用

2022 年全年，公司期间费用 27.65 亿元，同比下降 9.48%，期间费用占收入比下降 0.93 个百分点。其中，管理费用 19.44 亿元，同比下降 13.57%，占收入比同比下降 0.98 个百分点。2022 年，基于扎实的人才基础及数智化系统支撑，公司持续推进组织结构优化、提升流程执行效率，实现了管理费用显著且有质量的下降；

2023 年第一季度公司产生期间费用 5.41 亿元，同比减少 23.13%，占收入比同比下降 2.73 个百分点。其中，管理费用 3.65 亿元，同比减少 25.07%，占收入比下降 2.02 个百分点，主要为基于夯实的人才基础建设及数智化系统支撑，公司持续推进组织优化、流程精简，管理费用显著且有质量下降；财务费用 0.35 亿元，同比减少 47.07%，占收入比下降 0.46 个百分点，主要为随着经营改善及良好的现金管理，银行借款等有息债务在期规模同比减少，利息支出随之减少。

四、盈利情况

基于以上的收入、成本、费用情况：2022 年，公司实现归属于上市公司股东的净利润为 6.49 亿元，同比增长 339.08%；扣除非经常性损益后归属于上市公司股东的净利润为 3.13 亿元，同比增长 250.60%；2023 年第一季度，公司实现归属于上市公司股东的净利润 0.73 亿元，同比增长 191.26%；扣非后归母净利润 0.04 亿元，同比增长 102.75%。

第二环节：问答环节

问题一：公司一季度收入实现正增长，而且同比增速改善，对后续市场需求的判断？

回答：从去年 12 月份开始外部经济环境整体呈现稳步复苏的趋势，公司专注于大件运输市场，客户主要为中小型制造企业与批发企业，业务发展与宏观经济景气度协同度高，尤其快运业务与国内制造业发展联系更加紧密。所以，随着国内经济环境逐步复苏，公司业务量、主营收入增速也得到了改善。展望后续市场需求，外部经济环节逐步改善的大方向应该不会变，但改善的节奏不会太快过程可能还会有波动，所以需求端整体应该也会呈现波动改善的趋势。

问题二：对于市场的竞争，公司是怎么规划应对的？

回答：公司作为直营制企业，核心业务是聚焦大件运输市场，过去大件市场也经历了激烈的价格战，行业竞争格局也发生了比较大的变化。现阶段行业价格战已逐步回归理性，大件运输市场已逐步从过去单纯的价格竞争转为服务品质的竞争，行业也进入到更高质量的发展阶段。公司发展规划是聚焦核心业务，持续强化核心业务的竞争力，基于公司更长远的发展，公司将在今年加大资源的投入来提升产品的核心竞争力，例如增加运输资源的投入提升履约能力、增加网络覆盖提升标准派送的范围等，助力公司收入健康、可持续的增长。

问题三：公司线上收入占比情况，针对电商平台有没有什么增收的举措？

回答：从公司收入结构看，电商平台订单收入占比不到 1/3，公司主要的收入还是来源于线下。从增速变化看，目前线上电商平台的收入增速是远高于线下的增速，所以公司也非常关注电商平台客户的发货体验，过去几年我们关注比较多的是菜鸟的指数排名，综合排名也从过去比较靠后逐步提升至 2022 年的第二名。今年公司会加大对其他线上渠

道客户发货体验的关注，例如：对抖音指数的关注，公司今年也通过增加资源的投入及加强各个环节的精细化管理，在抖音平台的综合得分有明显的改善，对应的综合排名也呈现稳步提升的趋势。

问题四：公司的管理费用改善较为明显，未来还有多大的空间？

回答：从2021年开始，随着人才升级策略落地后，公司持续推进组织优化、流程精简，管理费用占收入比呈现稳步且有质量的下降。对于未来的规划，公司还是期望后台职能人员在为前端业务提供更好支撑的同时，通过持续的流程优化、智能化系统的建设，进一步提升自身的效率。

问题五：公司与京东物流业务协同推进的节奏？

回答：公司与京东物流的业务协同在稳步的推进，公司在3月发布了《关于公司2023年度日常关联交易预计的公告》，公告中对2023年度日常关联交易进行了预估，其中预估2023年德邦股份为京东集团股份有限公司及其控制的企业提供劳务服务产生的关联交易金额约22.8亿元。