

股票代码 002352.SZ

顺丰控股推介材料

2022半年度



免责声明

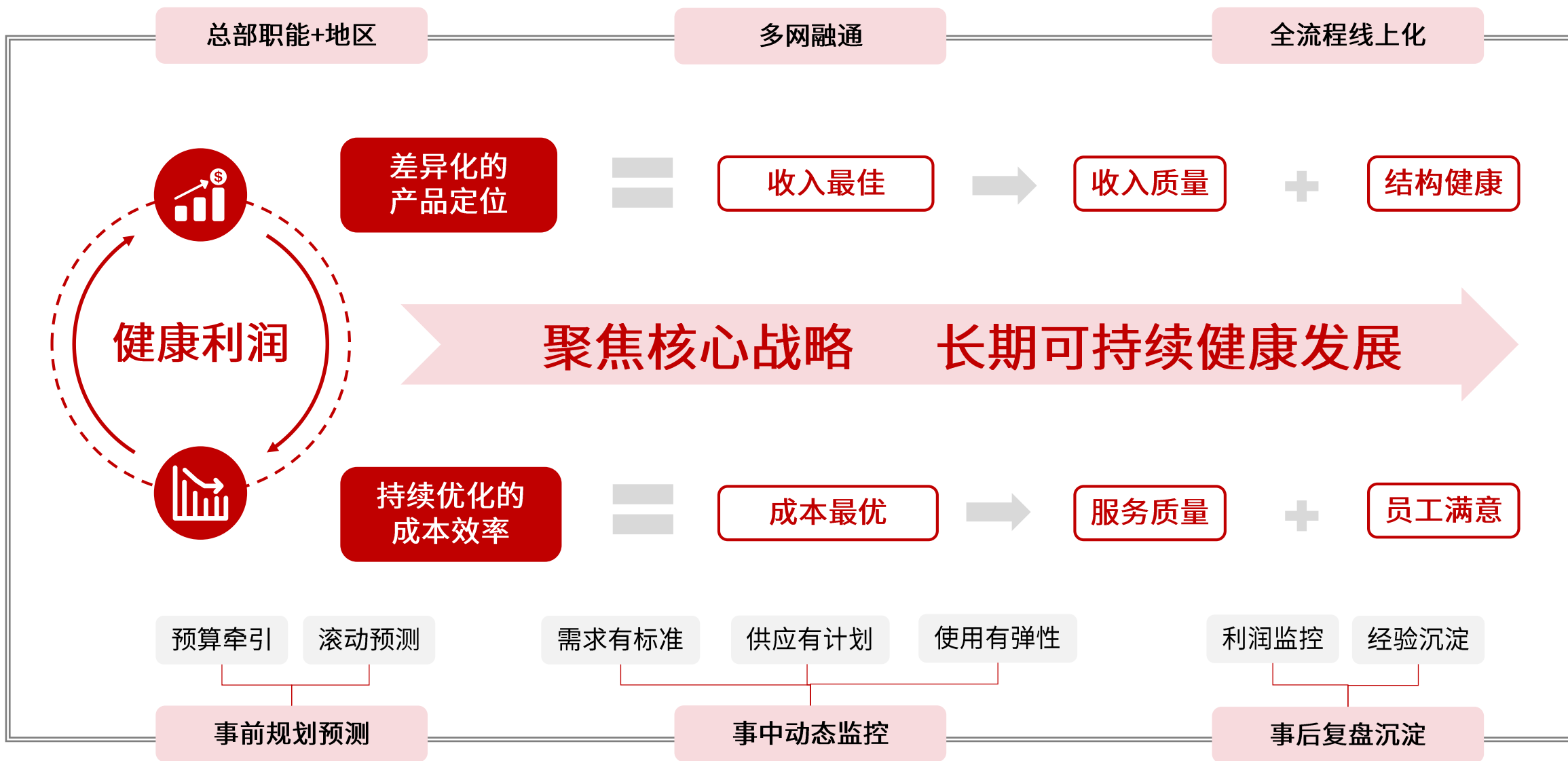
本演示材料由顺丰控股股份有限公司（以下简称“公司”）准备，仅供本次会议和讨论使用。您观看本演示材料或参与本次会议就表明您已经确认并同意如下限制：

- ◆ 本演示材料中包含的所有与公司有关的信息都是公司的专有保密信息，应严格保密。
- ◆ 本演示材料中包含的信息仅供本次会议的出席者使用，不得以任何方式复制、或向任何其他人披露或散发、或在任何其他报告或文件中引用或使用。
- ◆ 本演示材料中包含的信息可能发生变化，公司不承担任何更新该等信息的义务。本演示材料中包含的部分信息来源于第三方渠道等且没有经过独立的验证。敬请投资者予以关注。
- ◆ 本演示材料包括“前瞻性陈述”。除历史事实陈述外，所有公司预计或期待未来可能或即将发生的业务活动、事件或发展动态的陈述（包括但不限于预测、目标及估计）均为前瞻性陈述。受诸多可变因素的影响，本公司的实际业绩或发展可能会与该等前瞻性陈述出现重大差异。上述可变因素包括但不限于：行业竞争、新冠疫情影响、市场风险、法律、财政和监管变化、国际经济和金融市场条件、政治风险、项目审批及其他非本公司可控制的风险和因素。敬请投资者予以关注。

2022半年度业绩发布会日程

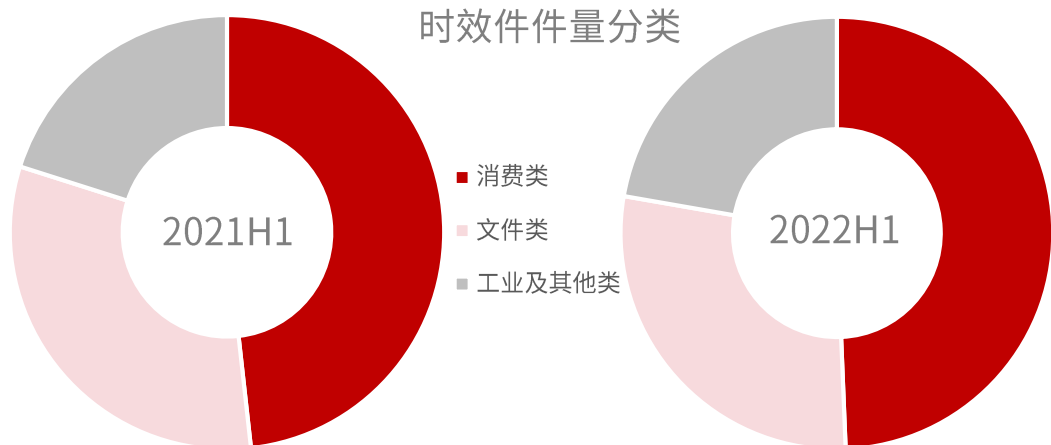
序号	章节
1	2022H1业务回顾
2	2022H1专题分享
3	2022H1财务概况
4	Q&A问答环节

追求可持续健康发展

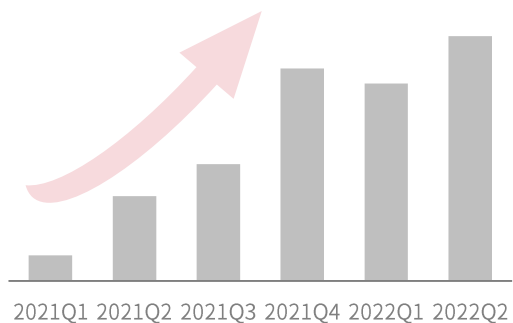


差异化的产品定位：时效件 拓宽业务场景

消费类持续引领 工业及其他增速亮眼



深挖散收市场 退货拓宽时效赛道



凭借独立第三方及散收能力

上半年退货件量同比翻三倍

提升产品极致体验 覆盖多元场景



差异化的产品定位：人无我有 人有我优

某国内领先医药行业客户

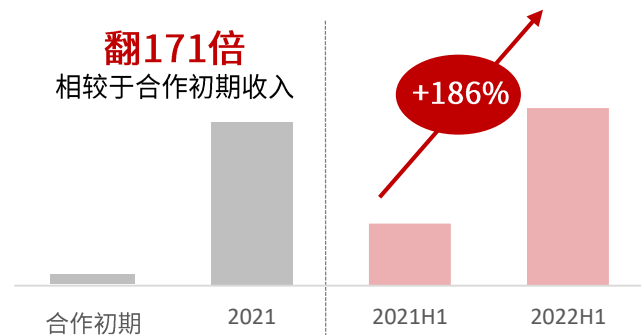
以时效产品切入 不断加大客户钱包份额

看合作场景

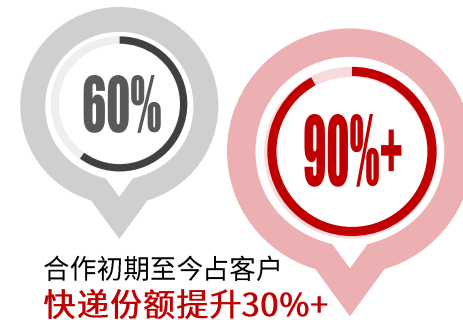


与我司持续合作13年
未来考虑在全国分仓、冷链、国际、科技等方面深入合作

看收入增长



看客户粘性



某全球领先3C行业客户

以时效产品引流 提升新业务合作比重

+41%
2022H1总收入增速

40%
为时效业务

+14%
收入增速

60%
为仓配及科技业务

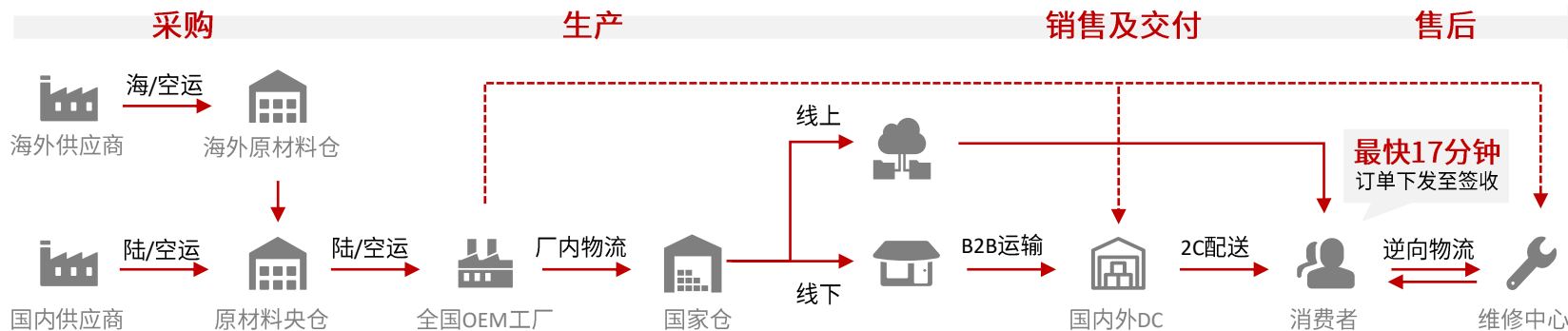
+67%
收入增速

老客户
新业务

+185%
收入增速

助力包材降本 App引流增收

提供全球原材料空运/入厂物流、成品快递仓配一体化、备件及逆向物流等全场景供应链解决方案



科技快速对接

高效物流服务

专业仓储支持

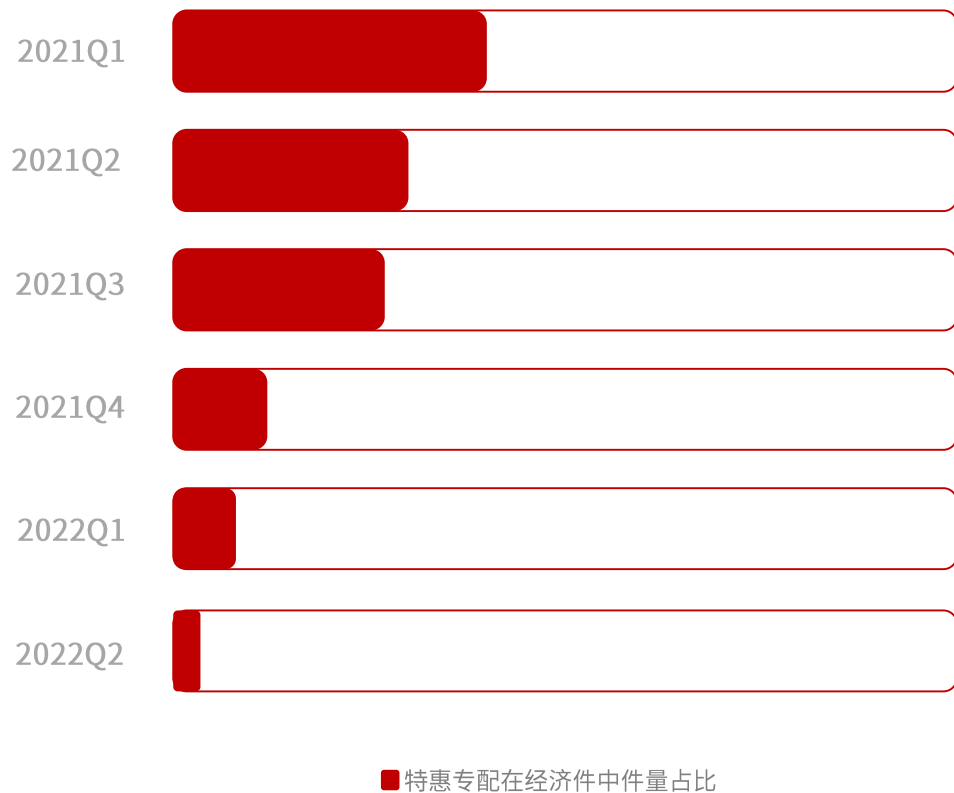
C端极速配送



差异化的产品定位：经济件 产品结构调优

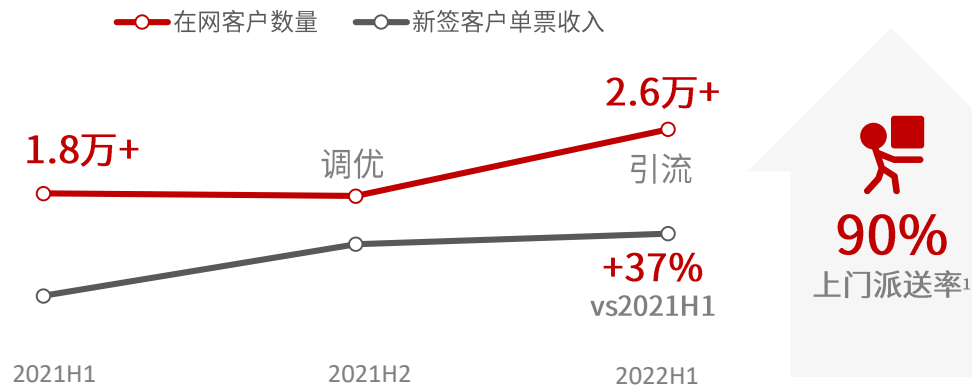
产品结构调优

特惠专配：上半年占比逐渐减小 7月退市

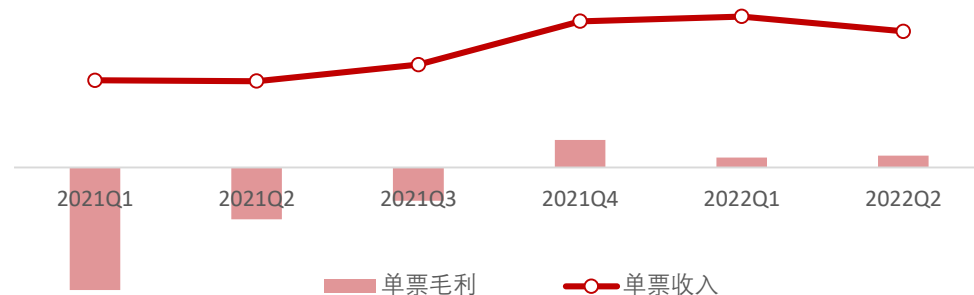


单票效益改善

电商标快：精选客户入网 新签单价提升



直营经济件：单票收入提升 毛利逐步改善²



注1：指2022H1上门派送率，未上门包括但不限于客户主动要求投柜入站、疫情限制等；注2：管报口径，不含丰网速运及仓储服务



差异化的产品定位：大件 聚焦能力升级

提升体验 聚焦能力升级

客满¹ 第一
收入² 第一
货量² 第一

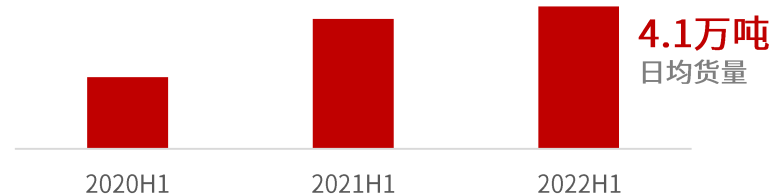
大 构建更“大”范围的场景服务领先能力
 核心工业区 收入同比提升
 产业带模式调优 效益同比提升

快 以“快”为主线，坚持时效领先战略
↑ <40小时 全程时长缩短至
🚚 提升20% 短途陆运时效³

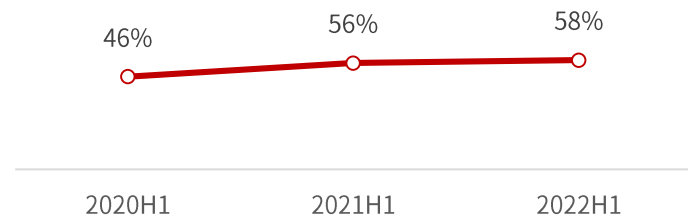
专 夯实生活及生产场景的“专”业服务
👤 提升159% To C送装单量⁴
🏭 100%夜收 To B核心工业区

蓄力长跑 持续稳健发展

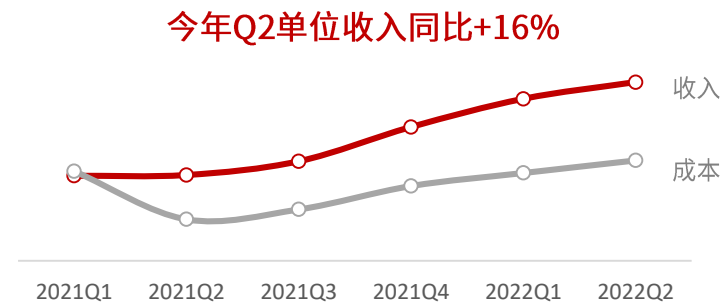
货量⁵ 稳中有升



货量市占率⁶ 持续向好



单位效益⁷ 明显改善



注1: 指2022H1用户净推荐值排名行业第一; 注2: 指2022H1收入及货量行业排名第一; 注3: 指2022H1短途陆运2D达成率同比提升幅度; 注4: 2022H1累计送装单量81.5万单; 注5: 指直营(含20KG+)和加盟日均货量; 注6: 指直营货量市占率, 参考CR2; 注7: 指直营单公斤效益, 2022年数据考虑直营产品范围变化; 注8: 如未特别说明, 本页相关指标为大件管报口径(含航空大件产品)



差异化的产品定位：同城 拓展新消费业态

拓展新消费场景 持续优化业务结构



面向B端商家

拓宽覆盖多样品类

深耕行业解决方案

聚焦直播等快速履约业态



面向C端消费者

从即时配送逐步延伸

多样化、高品质履约服务

覆盖生活/工作场景

科技驱动业务融合 盈利能力持续提升



驱动全场景业务融合调度，实现订单、网络与骑手的最优匹配



无人机服务成功上线，布局智慧末端配送新场景

对商家

- ◆ 加强多元订单对接中台能力，未来流量多极化趋势下开放的服务商首选



对骑手

- ◆ 实现不同群体骑手和业务品类订单最优调度，履约质量和骑手粘性双向提升

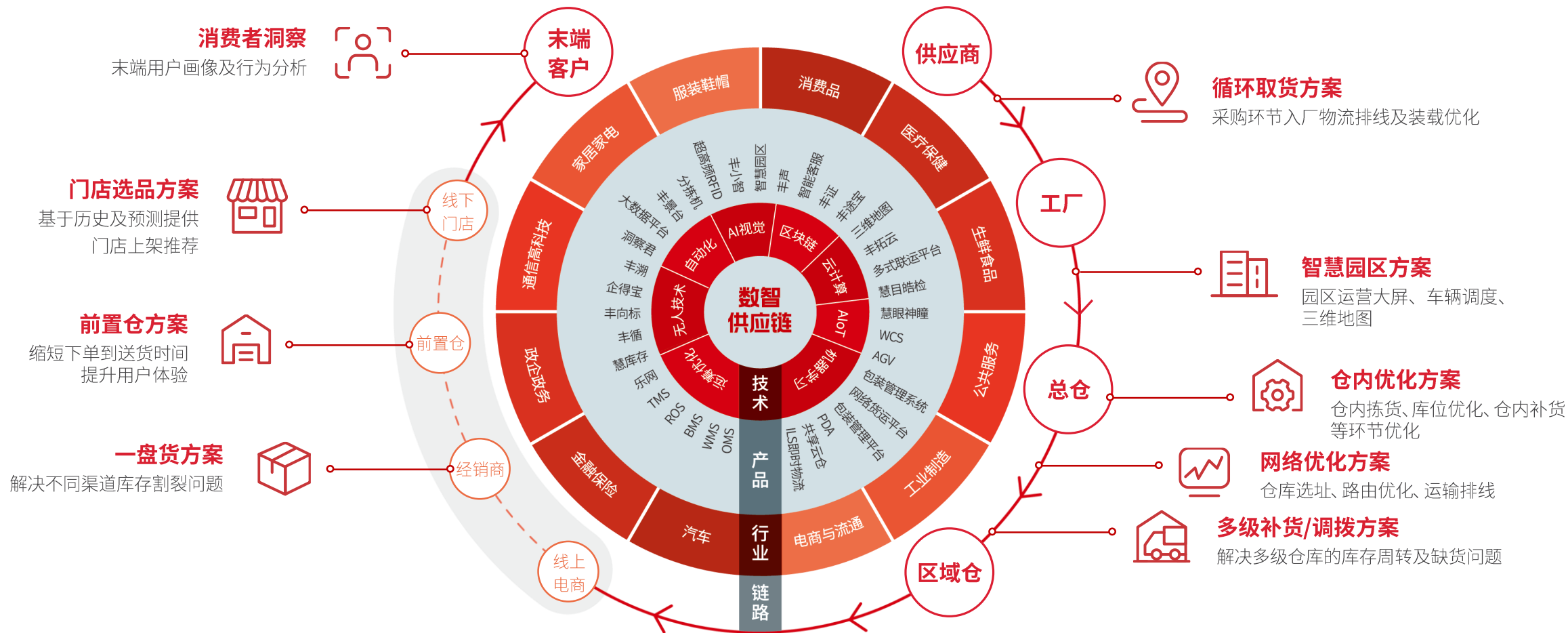
高效稳定的科技能力驱动经营效率持续优化



注1：指截至2022年6月30日过去12个月内至少购买一次特定服务的唯一消费者账户数量；注2：指截至2022年6月30日过去12个月内至少购买一次特定服务的唯一商家账户数量；注3：指与餐饮外卖场景除外的本地消费场景，主要包括同城零售、近场电商及近场服务，包含最后一公里服务；注4：基于顺丰同城公告的毛利情况；注5：如未特别说明，数据期间为2022上半年或截至2022年6月30日



差异化的产品定位：领先的智慧供应链解决方案



持续优化的成本效率：运营举措全景图

运力 精准投入

◆ 陆网资源精益管理



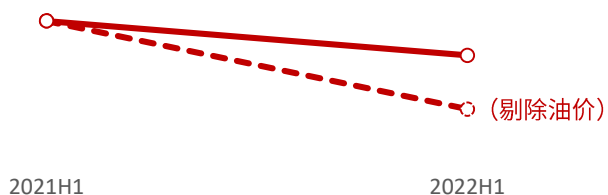
◆ 干支线模式管理创新

干线招采流向聚合

支线薪酬多劳多得

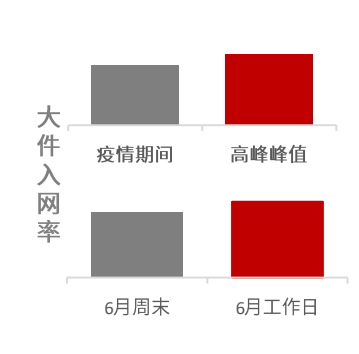


◆ 单公斤运力成本改善



中转 灵活融通

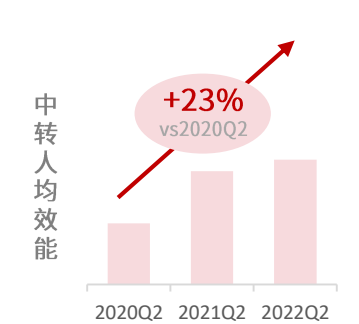
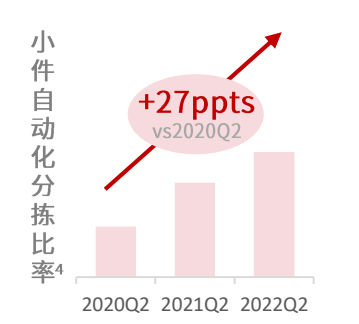
波峰/波谷灵活入网 丰网/仓网反向融通



丰网 协助大网集包 支线带货填仓 高峰场地支援

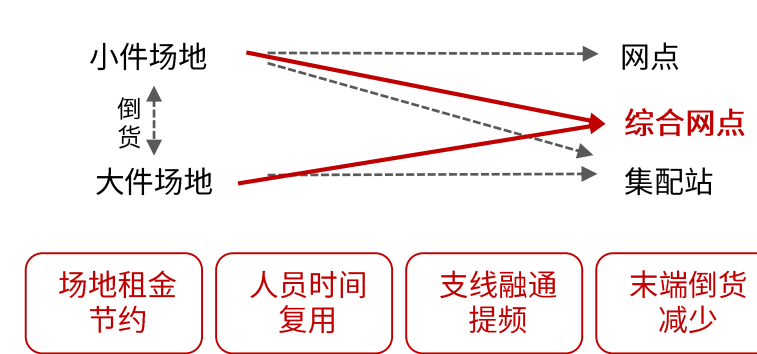
仓网 加大仓内揽收 仓内小件建包 仓网够量直发

加大自动化投入 提升中转人效

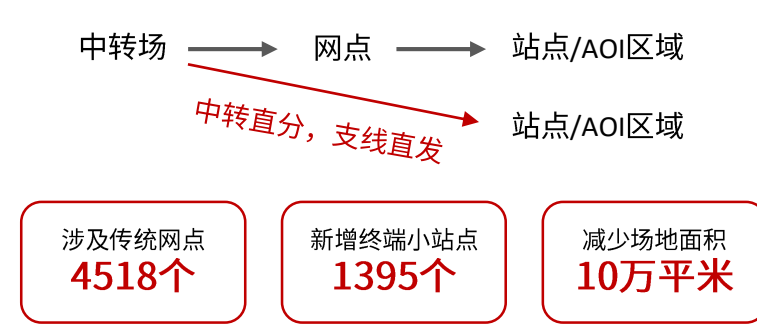


末端 深化整合

◆ 大小件共建综合网点



◆ 基于直分直发的网点排布



- 场地租金节约
- 人员时间复用
- 支线融通提频
- 末端倒货减少
- 涉及传统网点 **4518个**
- 新增终端小站点 **1395个**
- 减少场地面积 **10万平米**

夯实“一张网络”的运营底盘 保障“三种时效”的差异化服务

注1: 黄色底纹为四网融通相关; 注2: 指2022H1一级相同流向平均供应商数同比降幅; 注3: 2022年6月自营车单车日均任务里程同比增幅; 注4: 3KG以下且体积偏小的轻小件, 生鲜等特定品类除外

持续优化的成本效率：多网融通 管理升级

场地

- 一二线融通率 **66%**，较去年底 **↑3ppts**
- 三四线融通率 **84%**，较去年底 **↑14ppts**
- 场地净减少 **47个**，较去年底减少 **5.5%**

操作

- 大件入网率6月同比 **↑2ppts**，日均释放小件场地产能 **267万票**，占比约 **3%**
- 中转场运作员效能同比 **↑8%**

线路

- 融通提频干线占大件线路约 **14%**
- 小件干线装载率同比 **↑9ppts**
- 大件干线装载率同比 **↑3ppts**
- 30T高运力车占比6月同比 **↑17ppts**

末端

- 大小件网点整合，成立 **242个** 综合网点
- 中转直派优化集配站 **141个**
- 丰网自派率较去年底 **↑22ppts**

时效提升

缩短至 **39.5h**
大件全程时长

同比提升 **4ppts**
大件800km以下2D达成率
800km以上3D达成率

成本节省



No.1

连续13年快递服务总体满意度和公众满意度

注1：节省成本为 融通后 vs 假设不融通 成本降低程度，剔除了部分非融通因素影响；注2：部分指标受疫情及运营模式变化缺乏一致可比性，故未延续披露

2022半年度业绩发布会日程

序号	章节
1	2022H1业务回顾
2	2022H1专题分享
3	2022H1财务概况
4	Q&A问答环节

鄂州机场：“快”资源先发“硬”优势



短期2023

产品端

特快时效提升

+13ppts **+8ppts**

核心城市2D12¹ 核心城市2D18

产品能力提升

- ✓ 供应链一体化产品
- ✓ 航空冷链产品
- ✓ 跨境电商
- ✓ 医药/生鲜供应链等

成本端

合理排布机型
提升装载

控制新增直飞
做大枢纽

短期增量业务爬坡
但成本压力可控



长期2025

产品端

产品覆盖：**更广泛**

产品时效：**更快捷**

产品分层：**更细化**

国际航线
链接全球

成本端

轴辐式网络**提装载**

宽体机主导**降成本**

强分拨能力**增效率**

估算空网
单位成本²
下降10%-20%

注1：指2023年规划的次日中午12点前到达的达成率相较于2021年底提升幅度，以此类推；注2：2025年轴辐式模式下和点对点模式下空网单公斤成本估算



嘉里融通：“全”球化的综合“软”实力



商机推介转换

双计激励促发展

交叉销售



港澳药械通产品

医药到家服务

新业务拓展



东南亚跨境产品

跨境冷链业务

联合产品开发



顺航GSA签约嘉里

境内营运资源融通

资源融通



嘉里融通：交叉销售及联合产品案例

交叉销售案例

联动嘉里 中标现有某国际3C头部客户的国际快递及越南仓业务

主导	中标路线	业务类型	商务	方案	系统对接	客服热线	揽收	出口报关	航班	进口报关	落地配送	仓储
顺丰主导	新加坡 - 泰国	国际快递										
嘉里主导	中国/新加坡/泰国 - 越南	国际快递										N/A
	越南仓	国际仓储								N/A		

东南亚跨境产品

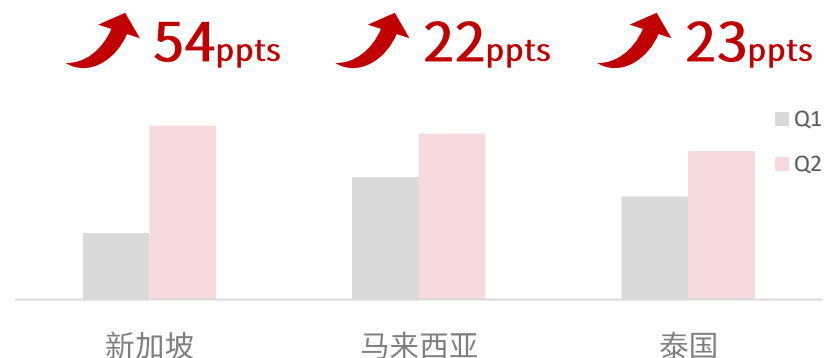
基于顺航和嘉里资源 提升跨境产品竞争力 看齐国际头部同行

收件段	优化揽收模式，升级智能下单体验
中转段	整合中转链路，匹配最优时效运力
清关段	强化自营清关能力，提升效率
配送段	融合嘉里东南亚本土网络资源

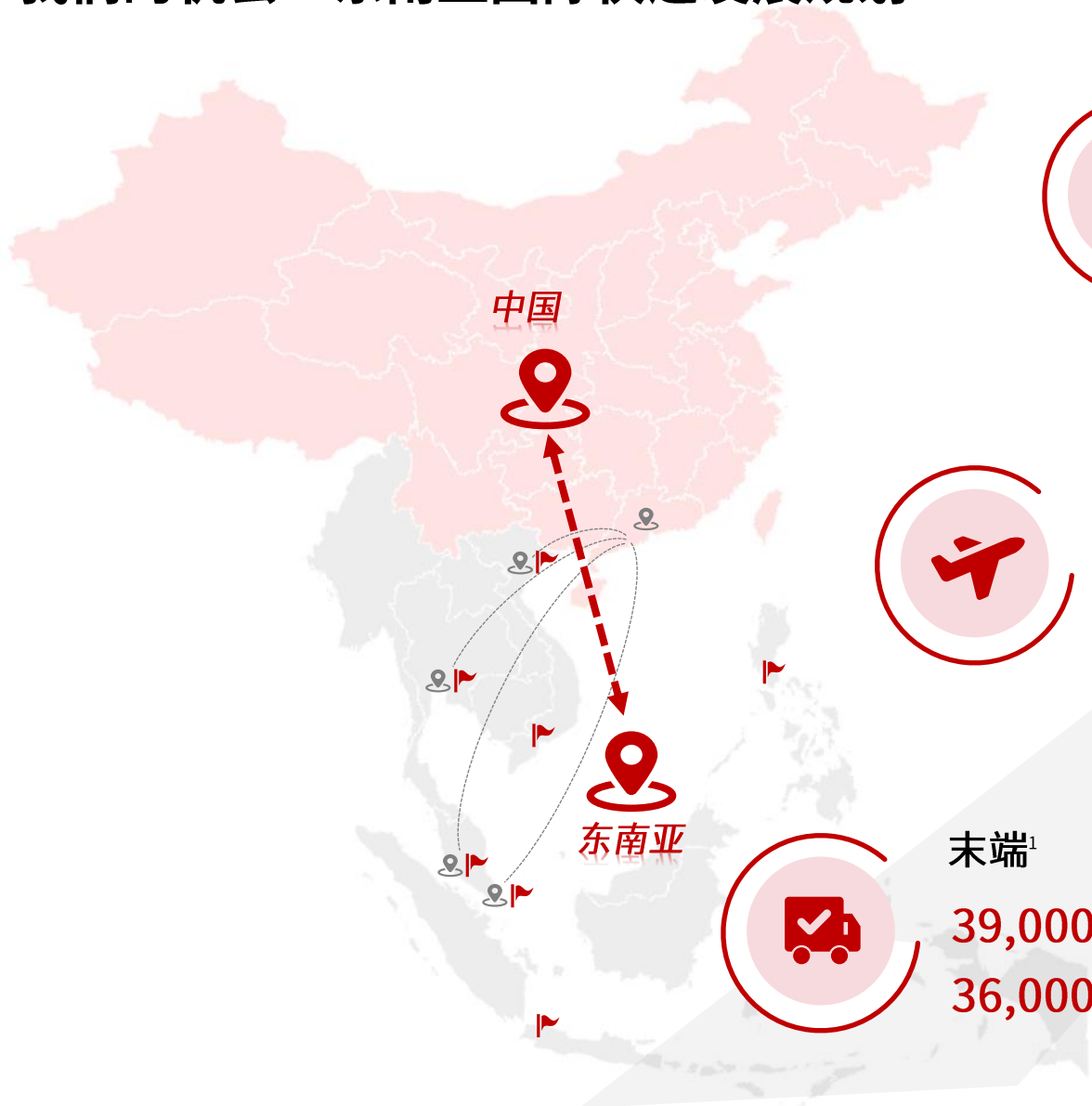
48小时

国际快递
门到门时效可达

2022年核心线路时效达成率环比



我们的机会：东南亚国际快递发展规划



清关

7个东南亚口岸

24H清关服务



航班

72架自有全货机

5~7班/周新马泰越流向



末端¹

39,000+管理车辆

36,000+服务点

第三阶段：限时达

国际加急、国际特快
国际标快、国际特惠

产品分层

精准承诺

第二阶段：限日达

国内口岸城市至
东南亚口岸城市D+1

货机夜航

揽收变革

第一阶段：定日达

全国核心城市至
东南亚主要城市D+2

航班加密

班次优化

注1：截至2022年8月嘉里物流快递末端资源

同心战疫，共克时艰

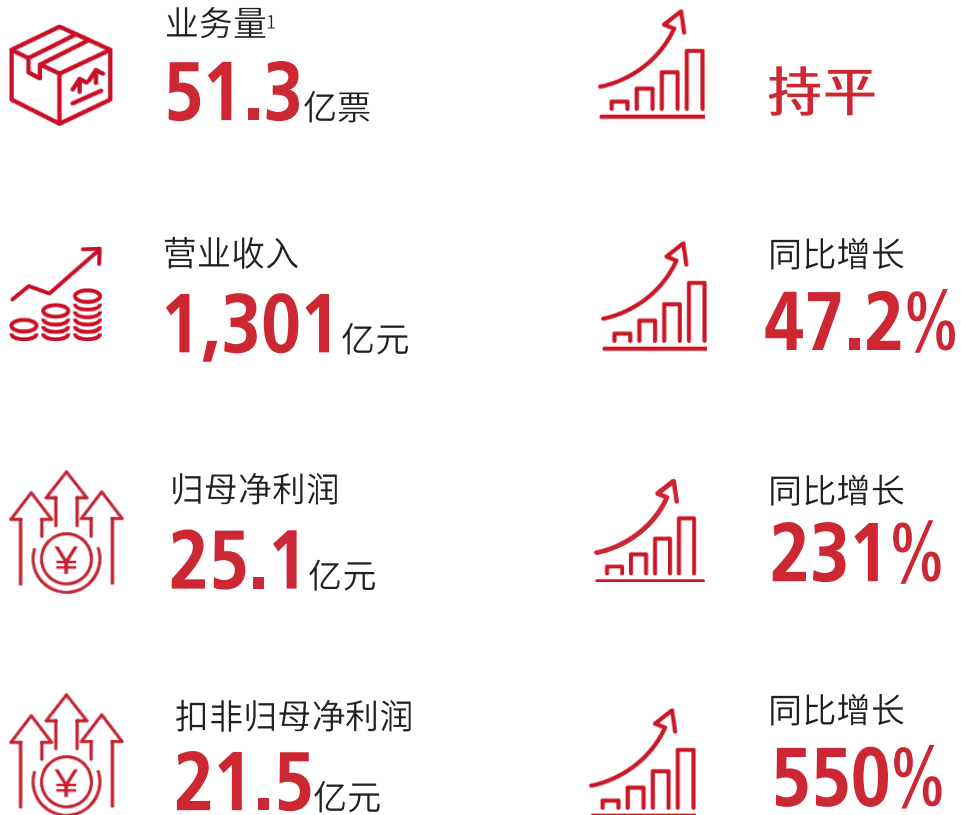


2022半年度业绩发布会日程

序号	章节
1	2022H1业务回顾
2	2022H1专题分享
3	2022H1财务概况
4	Q&A问答环节

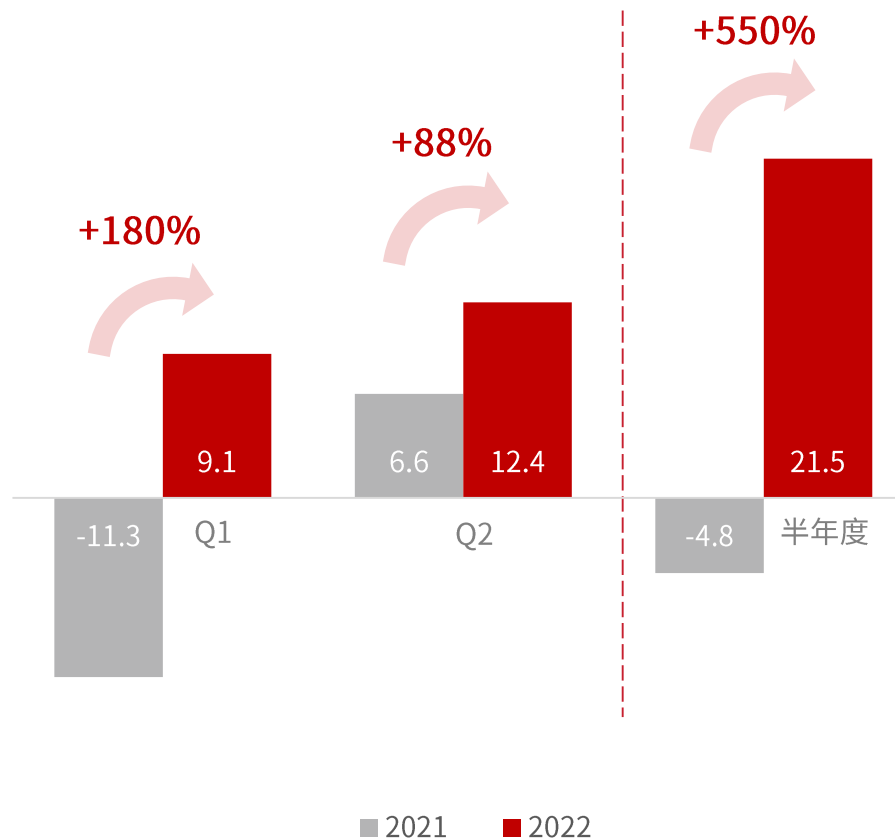
2022半年度业绩：盈利能力同比大幅提升

2022半年度关键指标



分季度扣非归母净利润

单位:亿元



注1: 业务量不包含嘉里物流快递件量, 也不包含公司国际货运及代理、供应链的业务量



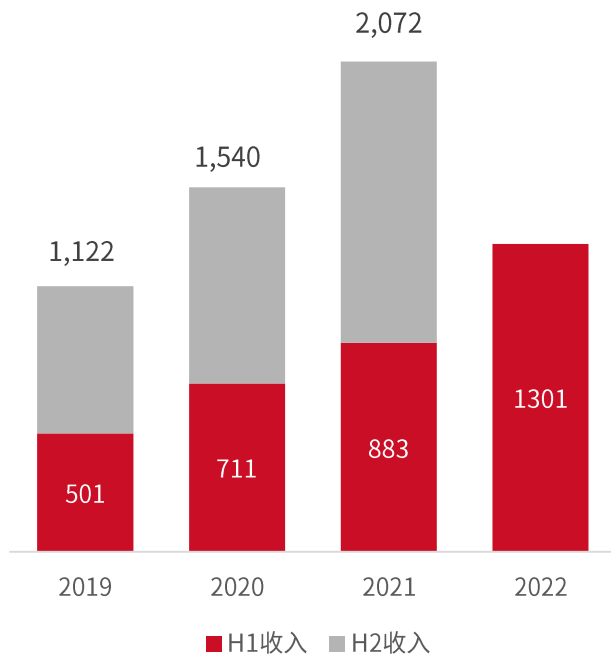
营收及业务量：单票收入同比回升，产品结构调优成果稳固

营业收入

单位:亿元

顺丰增速 23.4% 37.3% 34.5% 47.2%

● 全年增速
● 半年增速

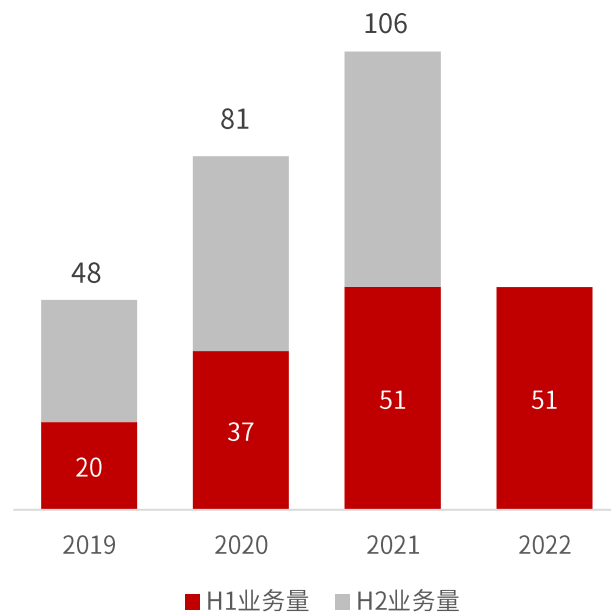


业务量²

单位:亿票

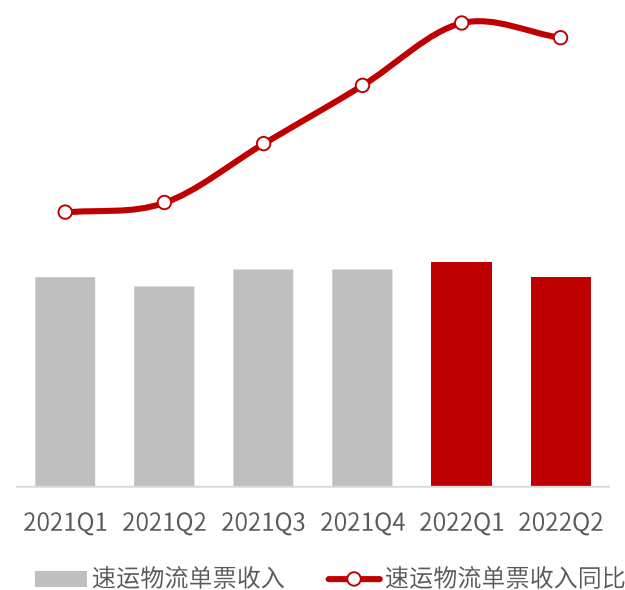
顺丰增速 25.8% 68.5% 29.7% 持平

行业增速¹ 25.3% 31.2% 29.9% 3.7%



单票收入³

单位:元/票



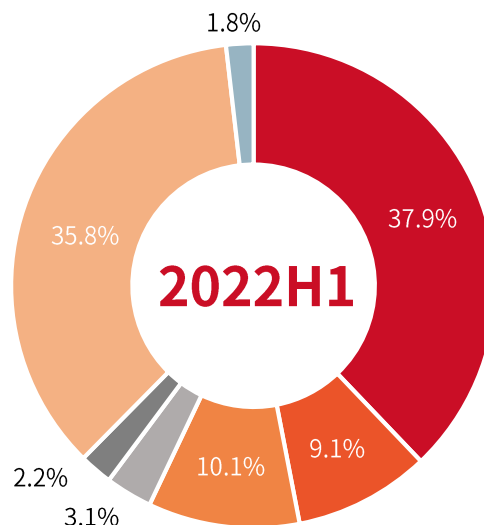
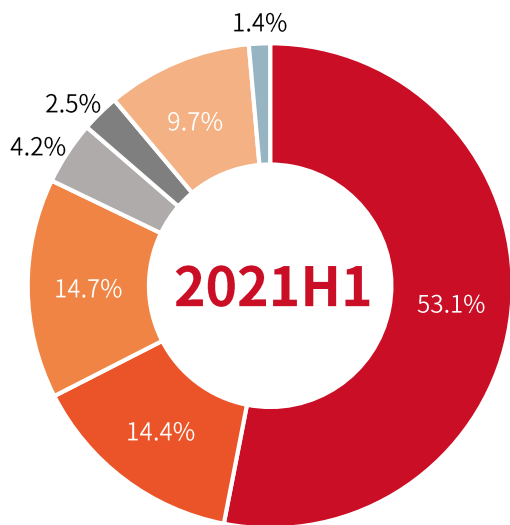
注1: 行业增速基于国家邮政局公布的全国快递服务企业业务量; 注2: 业务量不包含嘉里物流快递件量, 也不包含公司国际货运及代理、供应链的业务量; 注3: 单票收入统计不包括供应链及国际业务和其他非物流业务的数据



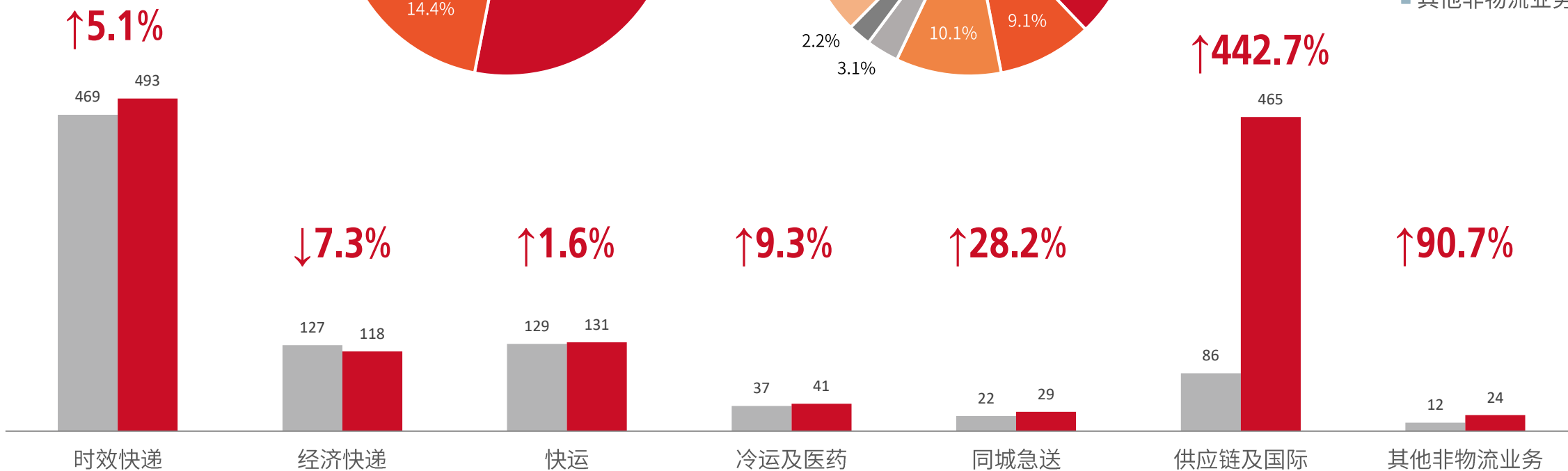
分板块收入：供应链及国际占比超三成

单位：亿元

■ 2021H1 ■ 2022H1



- 时效快递
- 经济快递
- 快运
- 冷运及医药
- 同城急送
- 供应链及国际
- 其他非物流业务



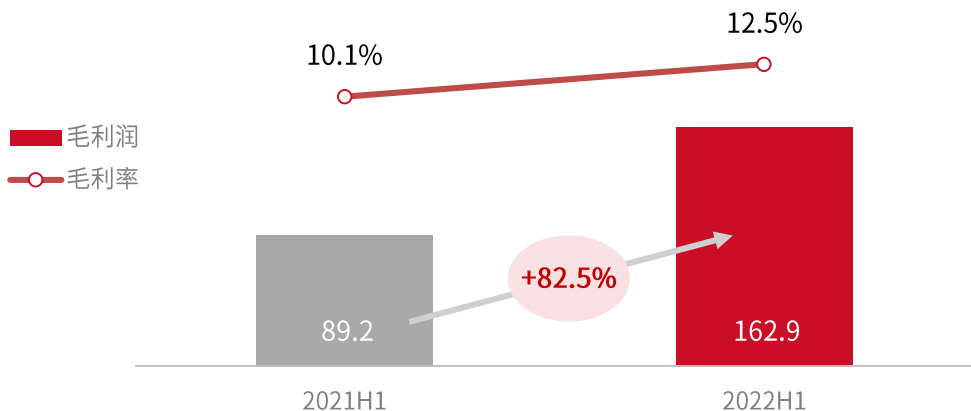
注：因公司持续梳理优化产品体系，上半年各业务板块的产品归属有所调整，主要包括将电商退货产品、顺丰干配产品从经济快递业务分别划归入时效快递业务和快运业务，并据此对2021年同期数据追溯调整



毛利润及毛利率：精益经营助力毛利回升，有效对冲外部挑战

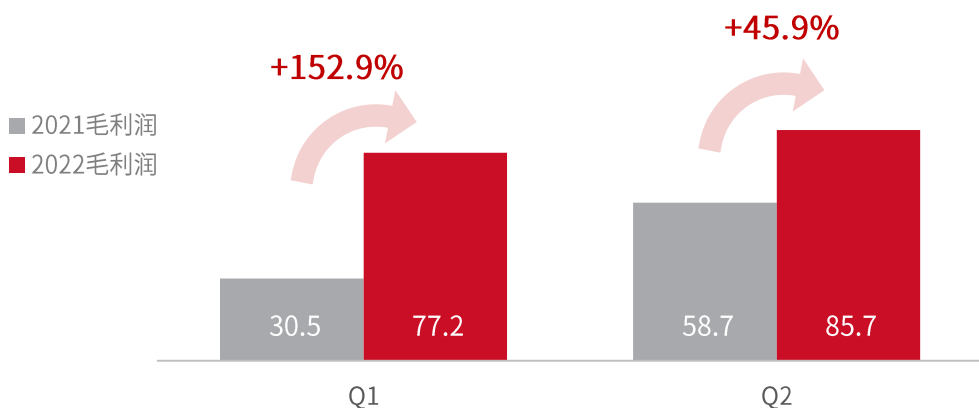
毛利润/率

单位:亿元



分季度毛利润

单位:亿元



外部挑战

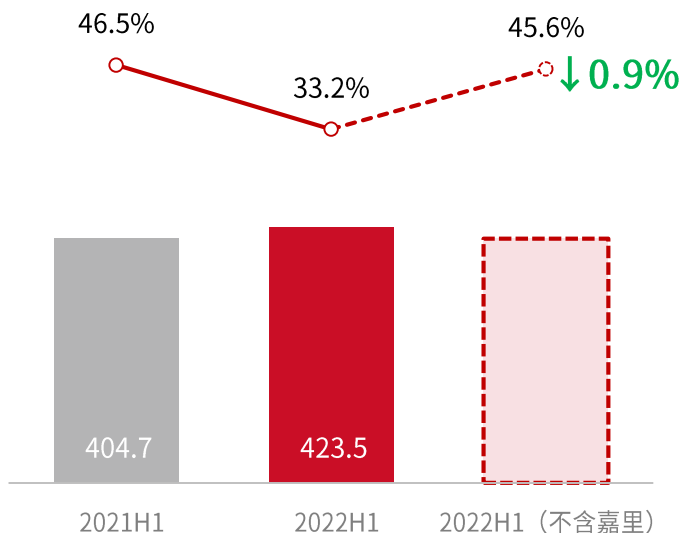
- 国内部分城市封控，3-5月业务量波动
- 燃油价格及外包运力价格上涨

改善原因

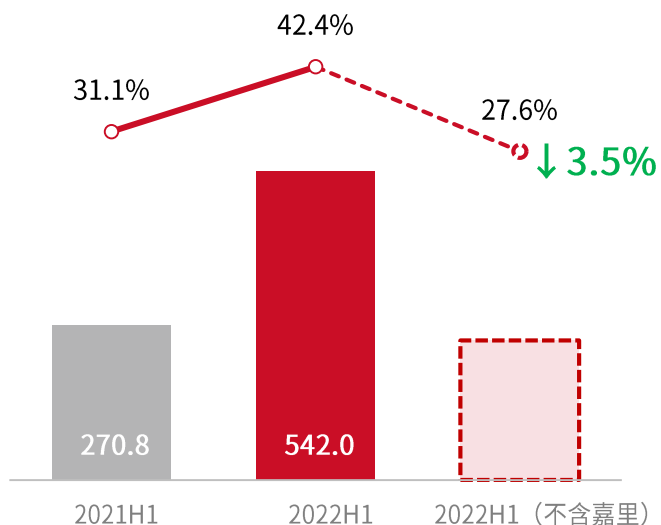
- ✓ 坚定聚焦核心物流战略，强调长期可持续健康发展
- ✓ 坚持差异化竞争，产品结构调优成果显现，单票收入提升
- ✓ 深化变革、精益经营，推动多网融通，提升资源效益
- ✓ 新业务盈利能力改善
- ✓ 去年四季度起合并嘉里物流业绩

成本项：人工成本、运力成本占收入比同比改善

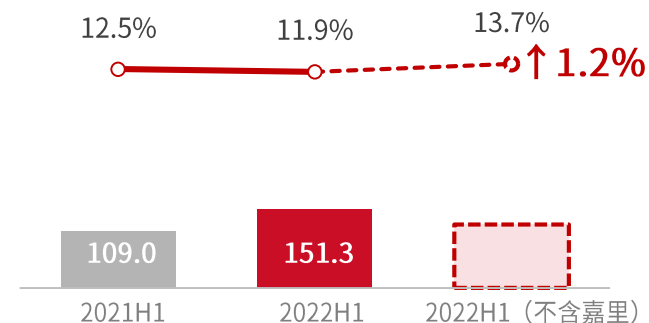
人工成本及占收入比 单位:亿元



运力成本及占收入比 单位:亿元



其他经营成本及占收入比 单位:亿元



➢ 网点封控导致收派与仓管人效有所下降

外部挑战

- ✓ 中转场地融通及自动化, 中转人效提升
- ✓ 产品结构调优, 低毛利件量减少

改善举措

➢ 燃油单位成本上涨

➢ 叠加疫情封控运力紧张, 外包单位成本上涨

- ✓ 深化大小件、直营与加盟的干支线线路融通
- ✓ 运力采购总部直管, 优化线路外包与定价模式
- ✓ 干支线装载率提升

➢ 疫情封控导致产能利用率不及预期, 场地和设备等固定成本未有效摊薄

- ✓ 场地融通共建, 管控增量, 场地数量净减少
- ✓ 资本开支占收入比下降

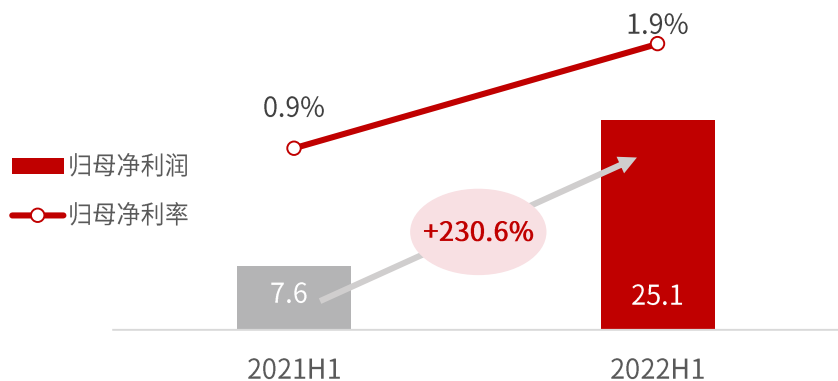
注：成本占收入比中的收入指物流及货运代理收入



净利润及费用项：费用率稳中有降，净利润大幅提升

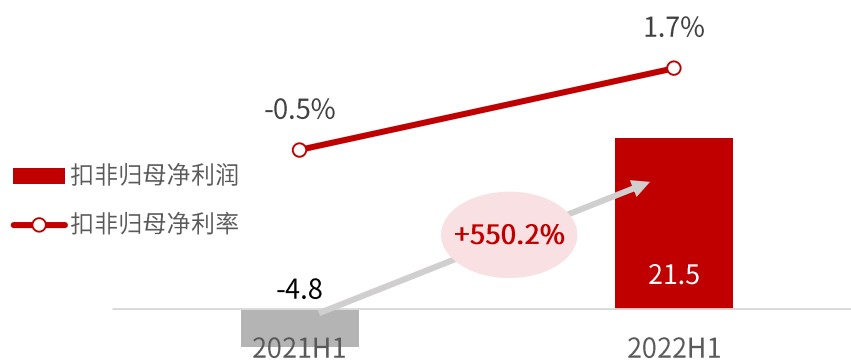
归母净利润/率

单位:亿元

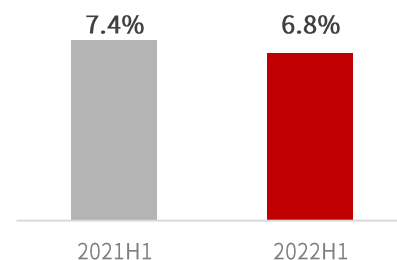


扣非归母净利润/率

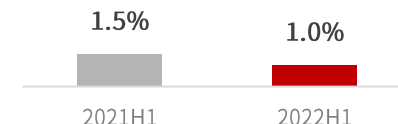
单位:亿元



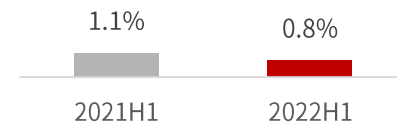
管理费用占收入比 ↓ 0.6%



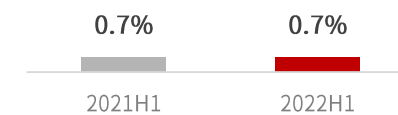
销售费用占收入比 ↓ 0.5%



研发费用占收入比 ↓ 0.4%



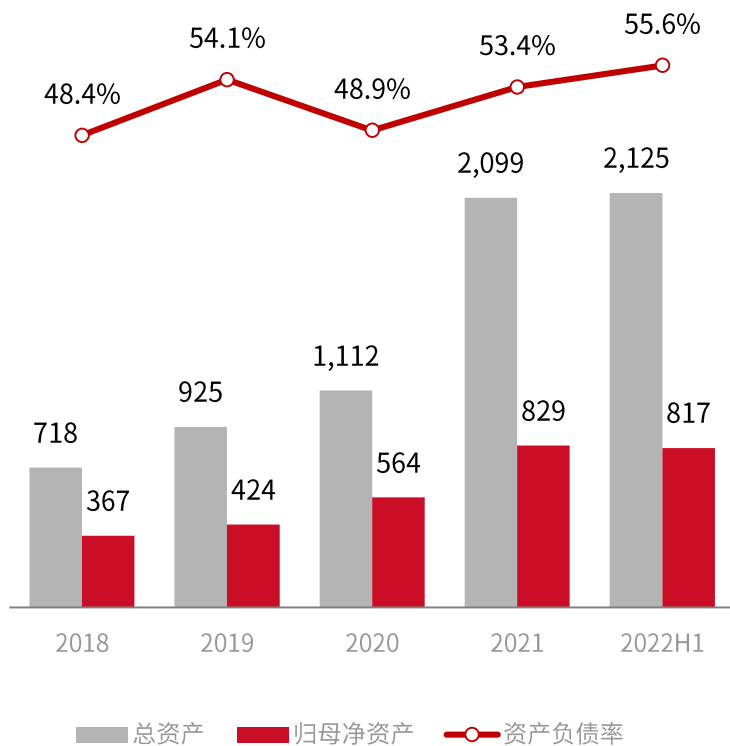
财务费用占收入比 持平



资产结构及现金流：经营净现金流大幅提高，资本支出占营收比下降

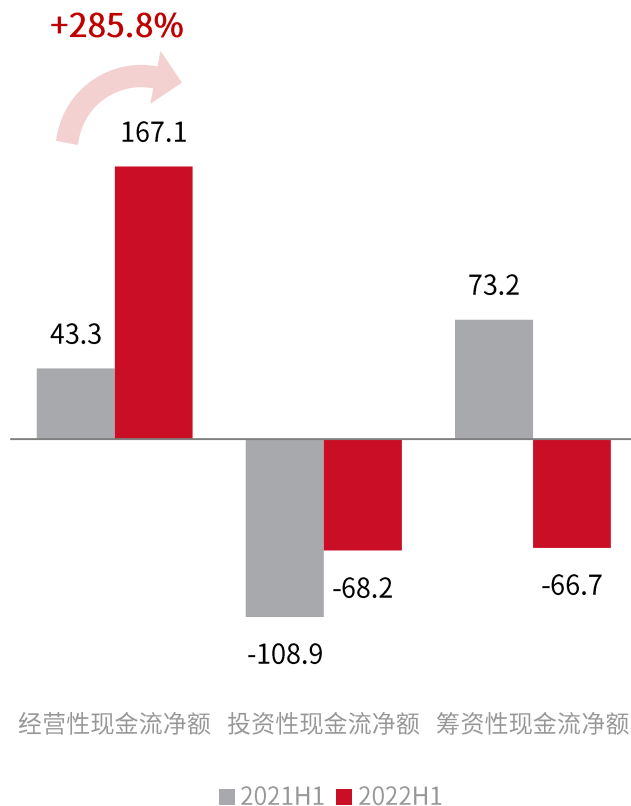
资产结构

单位:亿元



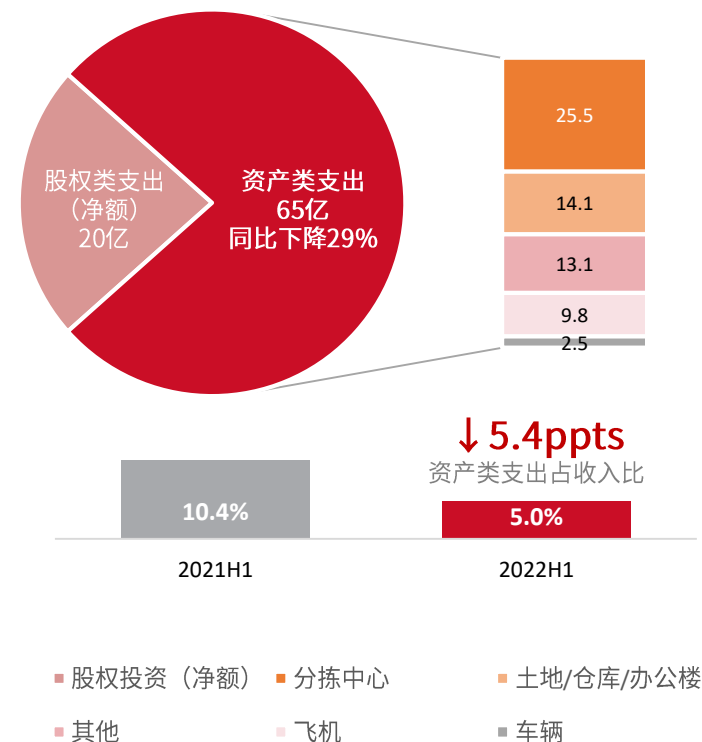
现金流净额

单位:亿元



资本支出情况

单位:亿元



发展的驱动因素

01

短期

经营韧性、精益管理、宏观经济改善

02


中期

鄂州机场助力时效件增长、国际业务开启第二增长曲线

03

长期

2025发展战略、股权激励牵引、收入健康增长、净利润率稳步提升



构建数字生态 成就全球客户 实现共同富裕 享受美好生活

构建数字时代的智慧供应链生态，成为重塑全球商业文明和生产方式的底盘，助力全球企业实现卓越！

为消费者提供更便捷、更可靠、更贴心的服务，做幸福生活的传递者！