



中通快递

2020年第二季度

2020年08月13日



本演示文稿中包含经修订的1933年《证券法》第27A节、经修订的1934年《证券交易法》第21E节以及1995年《私人证券诉讼改革法》所界定的“前瞻性”陈述。这些前瞻性陈述包括但不限于我们发布的2020年未经审计的第二季度业绩、管理层评述以及2020年的财务预测中。

我们的前瞻性陈述不是历史事实，仅代表我们对预期结果和事件的看法，其中许多看法在本质上具有不确定性，是我们无法控制的内容。我们的实际结果和其他情况可能与这些前瞻性陈述中的预期结果和事件有所不同。我们公布的2020年第二季度业绩为初步、未经审计的结果，经审计后可能会有所调整。此外，我们可能无法达到2020年的财务指引，可能无法按计划的方式来发展业务。我们可能会调整我们的增长战略。此外，还有其他风险和不确定因素可能导致我们的实际结果与目前的预期不同，包括中国电子商务行业发展的情况，我们对阿里巴巴生态系统的重大依赖，我们的加盟商及其员工相关的风险，激烈的竞争可能会对我们的运营和市场份额产生的不利影响，我们的分拣中心、加盟商网点或技术系统的服务中断。有关可能对我们的业务、财务状况、经营业绩和前景造成不利影响的信息和其他重要因素，请参阅我们向美国证券交易委员会提交的文件。

本演示文稿中提供的信息均为截至演示日期的信息。除非应法律要求，否则无论是由于新信息、未来事件还是其他原因，我们都没有义务在本演示稿发布之后更新任何前瞻性陈述。

市场机遇

- 中国电商行业的强劲增长带来可观的发展机遇
- 有利的政府扶植政策和行业监管政策促进市场发展
- 2020年第二季度中通的包裹量市占率达21.5%，位列榜首

战略

- 平台大而强，末端小专精

业务模式

- 自建的分拨中转网络与加盟商网点相结合
- “同建共享”理念，均衡利益，减少摩擦
- 业务高速增长实现规模经济效应、高效运营和成本优势

团队/员工

- 经验丰富的管理层
- 高效执行团队，赋权型组织架构
- 稳定的加盟商网络，连接数以万计的快递员

规模

- 网络覆盖全国最高，重点地区战略布局
- 率先投资于基础建设和自动化创新
- 进入门槛高，良好的规模经济效应

运营优势

- 中央规划及监控，实时数据分析
- 在自动化和生态圈连接方面具有领先的IT技术能力
- 按制度和标准执行,通过数据来跟踪和考核过程与结果

财务表现

- 稳健增长带来优异的盈利水平
- 利润率行业领先，现金流充裕
- 价值为导向的投资机遇带来高增长潜力



“同建共享”理念

- 核心区域管理层同时也是中通的股东
- 中通提供完善的网络合作伙伴加盟和退出机制
- 责任制以分拨中心为单位，充分放权



领先的基础建设

- 过去6年资本支出同业最高，最早投资土地以保障分拨中心建设的合理性
- 对分拨自动化和IT解决方案率先投资和创新



一流的服务质量

- 按快递服务公众满意度⁽¹⁾、72小时送达率⁽²⁾及客户申诉率⁽²⁾计，中通均在业内领先



稳定的网络

- 专门为当地市场订制的成熟的派费和中转费机制，平衡各地合作伙伴的利益
- 同业中派费最高，确保快递员可以获得具竞争力的提成



高效的运营

- 自建的分拣中心可容纳高运力甩挂车
- 增加自有车队的使用，特别是高运力甩挂车的使用

注：

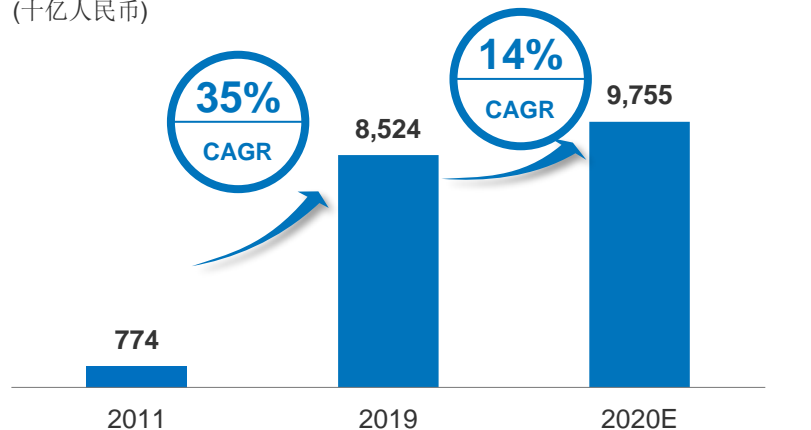
1. 根据零点研究咨询集团和国家邮政局2016年、2017年、2018年和2019年数据

2. 根据国家邮政局2016年、2017年、2018年和2019年数据

市场机遇

中国在线零售商品交易总额 (GMV) 保持强劲增长

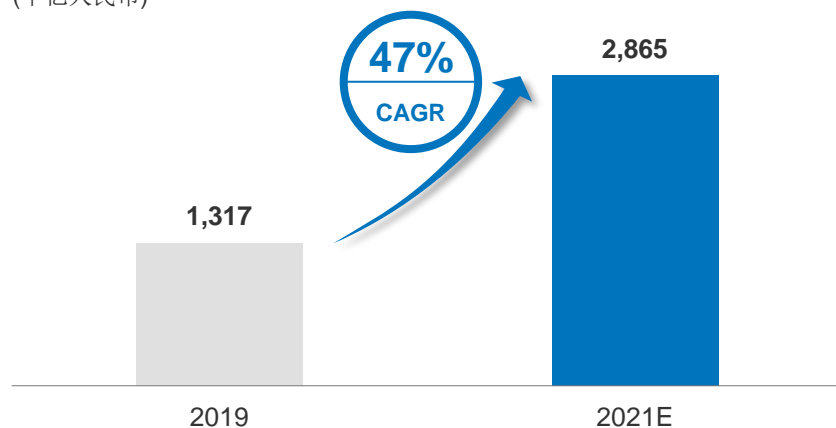
(十亿人民币)



数据来源: 国家统计局

中国社交电商⁽¹⁾ 行业呈现高增长潜力

(十亿人民币)

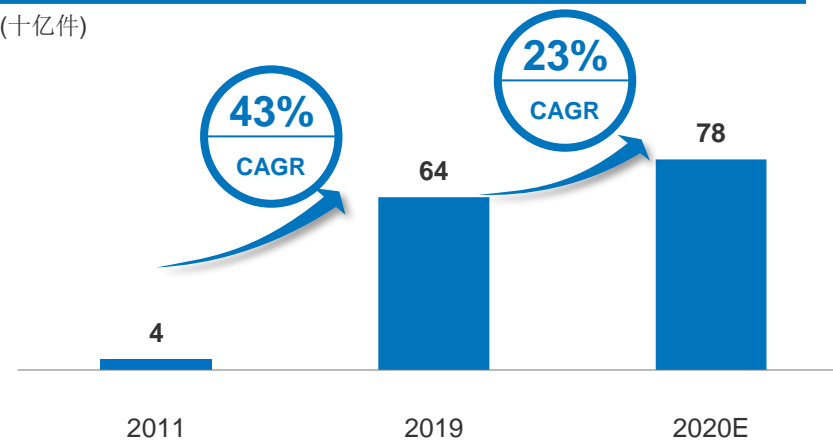


数据来源: 艾瑞咨询

快递行业

受益于电商平台的蓬勃发展 中国快递包裹量维持高增速

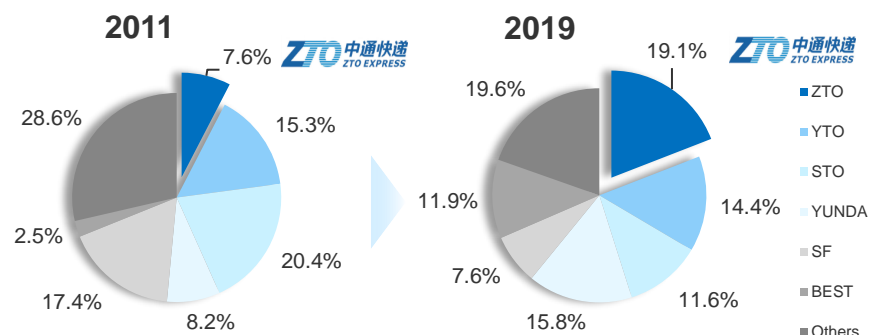
(十亿件)



数据来源: 国家邮政局

中国快递行业集中度持续提升

(按包裹量计)

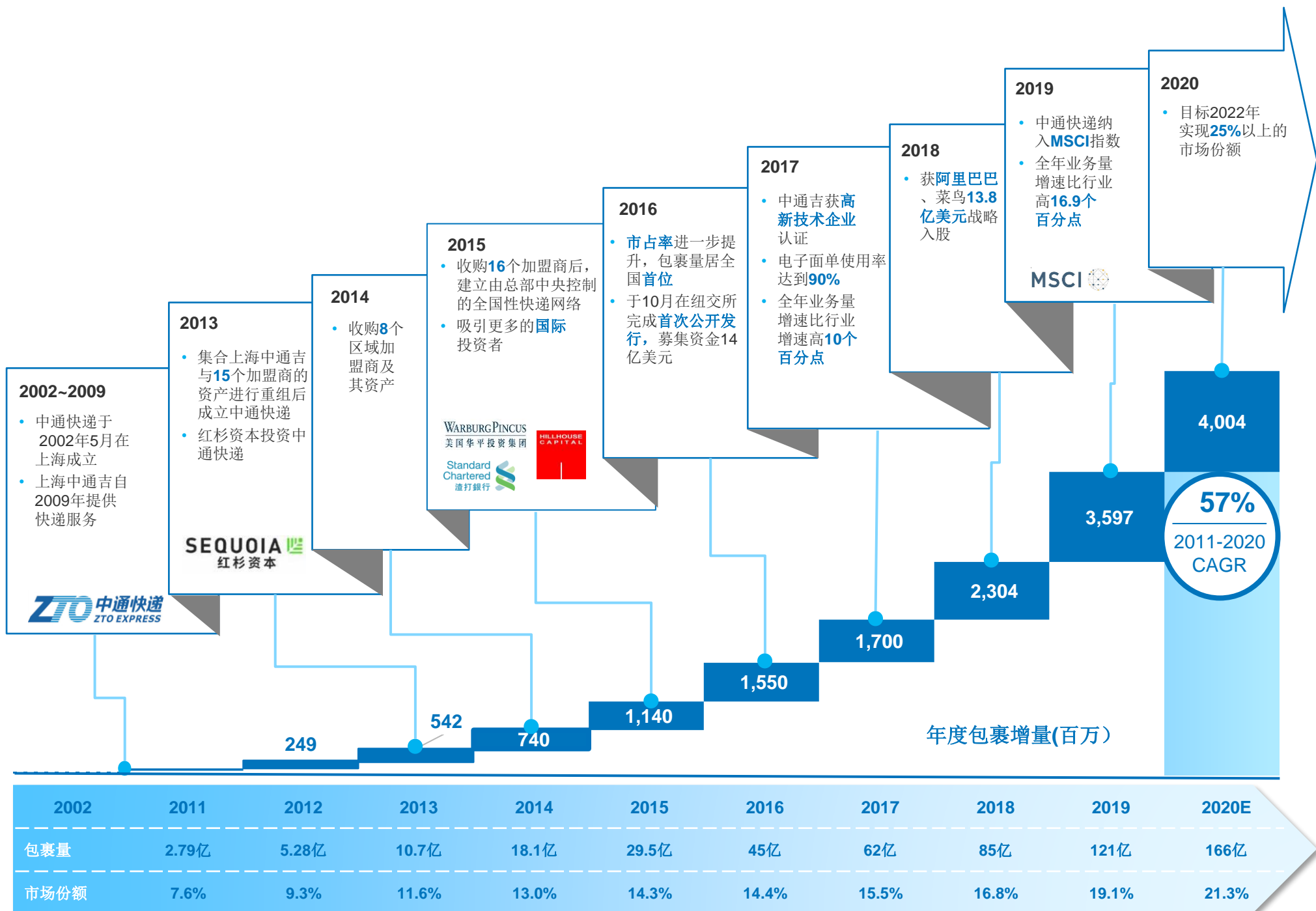


数据来源: 公司年报

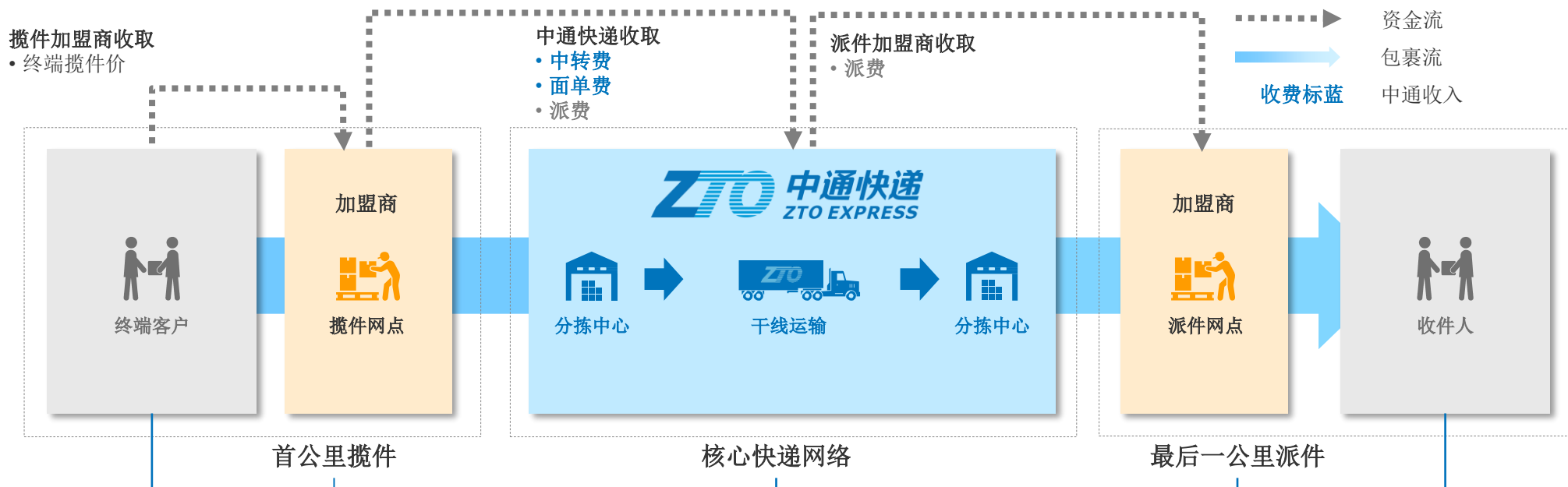
注:

1. 社交电商是借助社交媒体、支持社交互动的在线媒体来推广和销售产品和服务

公司历史及重大里程碑



独特的加盟商业模式 (“NPM”)



我们的终端客户

- 电商客户
- 企业客户
- 个人客户

我们的加盟商

我们通过加盟商提供揽件和派件服务

加盟商也是我们的直接客户，我们向他们收取中转服务费及面单费

- ~5,000 直接加盟商¹
- ~30,000 揽件/派件网点

我们的核心网络

- 90 分拣中心²
- 9,900+ 车辆³
- 3,400+ 干线线路⁴
- >99% 城市和乡镇覆盖率

我们的业务规模

- 自2016年以来中通快递包裹量市占率全国第一
- 45.95亿 包裹量⁵ 2020年第二季度

注：
 1. 直接加盟商通过合作协议开展业务
 2. 包括81个自营分拨中心和9个由加盟商联营的分拨中心
 3. 拥有约9,050辆自有车辆和超过850辆归属于桐庐通泽物流有限公司的车辆，桐庐通泽物流有限公司由我们的员工多数持有
 4. 截至2020年6月30日，仅包括分拨中心之间的干线线路
 5. “包裹量”指由加盟商使用我们的面单揽收的包裹数量

- 中国电商的爆炸式增长需要具有可扩展性和灵活性的快递业务模式
- 加盟商模式的快递公司正在从直营模式的快递公司夺取市场份额
- 中通快递在加盟商模式的快递公司中不断获取更多市场份额

加盟商模式最适于促进电商增长



网络可扩展性



网络灵活性



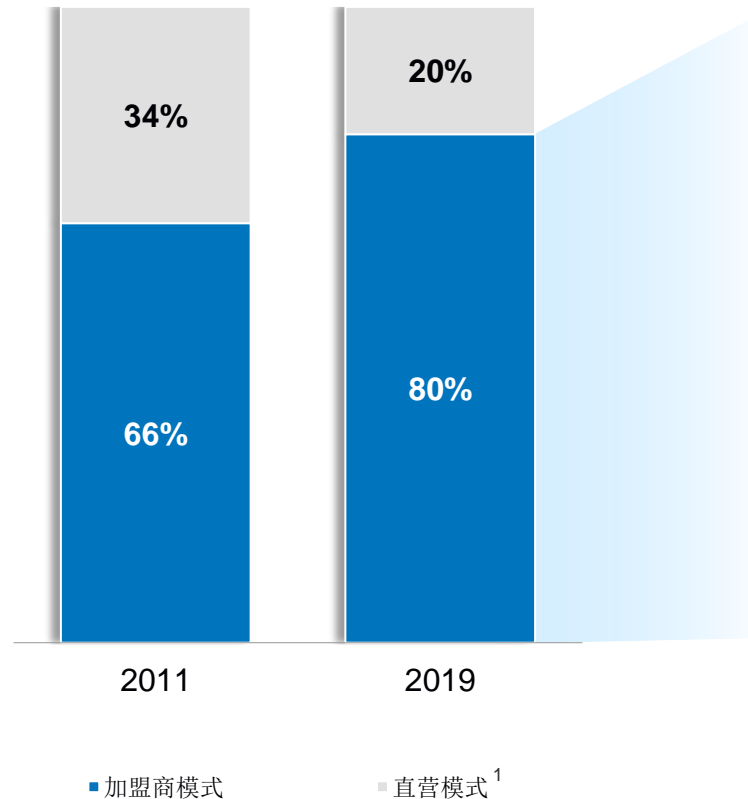
成本投入低
资本回报率高



网络增值

加盟商模式已经成为行业的主导模式

(包裹量)



注:

1. 使用直营模式的包括顺丰、全球邮政特快专递 (EMS)、邮政标快、京东和其他快递公司。京东的市场份额基于假设



赖梅松
创始人、
董事长兼CEO

- 超过18年快递行业管理经验
- 中国快递协会副会长



赖建法
联合创始人、
董事

- 超过18年快递行业管理经验
- 中通供应链管理有限公司前执行董事



王吉雷
董事兼资产管理中心
副总裁

- 超过13年基础设施管理经验
- 中通快递北京直营公司前副总经理



颜惠萍
首席财务官

- 超过28年企业及财务管理经验
- 11年在通用电气(美国和亚洲)的工作经验，以及8年的财务和税务咨询经验
- 5年中国连锁酒店管理经验和4年TMT/物流行业经验



金任群
战略研究发展中心
副总裁

- 超过27年快递行业从业经验
- 天天快递前副总裁、申通快递前副总裁



创新



同建共享



执行能力



精益化管理

领先的菜鸟指数综合评分凸显优质的服务质量



在快递行业中备受认可的菜鸟指数综合评分中

排名领先¹



时效

- 次日达线路达成率及确定性
- 隔日达线路达成率
- 及时揽收率



服务

- 快递员差评率
- 物流差评率
- 虚假签收投诉率



信息

- 信息及时率
- 信息完整率
- 信息准确率

始终保持高客户满意度水平

1

通达系排名第一⁴

快递服务公众满意度
(2014年 - 2020年2季度)²

月平均有效投诉率
< 百万分之一

客户申诉率
(2017年 - 2019年)³

全面的服务质量管控措施

- ✓ 在全国28个省设有呼叫中心，拥有超过1,600名客服代表
- ✓ 雇佣有经验的当地客服代表
- ✓ 一周7天每天工作时段内由客服代表提供实时在线服务；工作时间以外由移动APP的自动服务系统覆盖
- ✓ 持续监测各种KPI指标，例如响应时间和客户投诉率；
- ✓ 全面的培训制度和运营支持

注：

1. 根据菜鸟指数2020年第二季度排名
2. 根据零点研究咨询集团调查数据
3. 根据国家邮政局数据
4. 通达系是指中通快递、圆通快递、申通快递和韵达快递，是中国采用加盟商模式的几大主要快递公司

规模化的全国网络形成高门槛和强大网络效应

99%+ 城市及乡镇覆盖率

90 分拨中心¹

~30,000 网点



- ✓ 全国范围的网络覆盖
- ✓ 在重要地区的规模化效应形成高进入门槛
- ✓ 网络效应降低单位成本
- ✓ 标准化的派件服务
- ✓ 全球连通满足跨境电商需求

注：
1. 截至2020年6月30日，拥有81个自营分拨中心和9个加盟商联营的分拨中心

中央管控 IT系统

- 中央IT系统连接并监测所有网点
- 定制的IT解决方案为加盟商和网点提供最佳管理解决方案
- 所有快递员配备定制的移动APP

绩效奖励机制

- 基于包裹量、服务质量和盈利能力的KPI考核指标
- 完善的奖励机制
- 末位淘汰制以确保网点的竞争力

质量管控 和监测

- 全国范围内拥有超过1,600位客服代表以确保服务质量
- 实时监控和分析包裹量
- 与地区管理层进行定期回顾

培训和提升

- 综合培训以提升加盟商运营效率和服务质量
- 针对服务网点就新系统和产品进行持续的培训
- 实地考察以帮助服务网点提升运营管理

稳定的网络

2019年
加盟商换手率
低于5.0%

绿色包装

电子面单



相较于两联单，每张一联单节约**45%**的热敏纸纸张耗材

相当于2019年为公司节约**6,000万**元的纸张耗材

自2014年起，中通快递在全网推行电子面单。截至2019年底，中通快递的全网电子面单使用率达**99.85%**。

电子面单从四联进化到三联和两联。2019年中通快递开始使用一联单。

环保包装袋



环保包装袋的使用率为传统编织袋的**100倍**以上

单次使用成本节约**50%**以上

- 2019年，中通快递对原有环保袋进行升级。
- “双十一”期间，中通快递在全网投放100万个带有RFID芯片的可回收集包装袋，在全国91个转运中心和各网点循环使用。
- 2019年投入的环保集包装袋累计替代了超过一亿个一次性编织袋的使用，减少产生约1.6万吨垃圾。

环境保护

绿色发展

绿色运输

- 甩挂车的大力应用帮助降低约**55%**的单位快件燃油消耗及**70%**以上的单位污染物排放。
- 在全网使用电力、混合电动、燃料电池作为动力的绿色配送车辆。



2019年底拥有超过**4,650辆**高运力甩挂车

每年可以减少CO₂排放量约

73,000吨

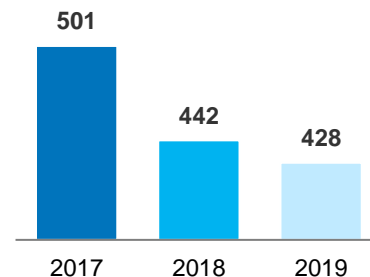


碳强度持续下降

- 过去三年间碳强度持续下降。
- 中通快递计划在未来五年将单个包裹的平均碳排放量降低**20%**。

碳强度

单位：每1万元人民币收入的二氧化碳排放量（千克）



注释：

1. ESG数据截至2019年财年；完整的2019年ESG报告可从<http://zto.investorroom.com>下载

绿色目标

- 中通快递基于国家邮政局提出的绿色包装要求，积极设立2020年总体绿色发展目标。

事项	中通快递目标
可回收包装袋计划使用数量	900万个
可回收文件袋计划使用数量	600万个
宽度45mm以下“瘦身胶带”封装比例	>90%
循环中转袋使用率	>90%
新增废弃物回收装置数量	2万个
一联电子面单使用率	>40%
电商快件不再二次包装率	>70%

环境保护与 公司治理

严格的公司治理

严格的内部管控

- 董事会对公司治理相关问题有明确的职责。董事会共有**9**名成员，其中包括**5**名独立董事，对公司提供客观的监督。
- 中通快递禁止以公司名义进行任何形式的政治参与、贿赂或者旨在进行利益交换的政治捐款。
- 公司建立多样化的监督和报告渠道，包括举报人信箱，**24**小时投诉热线等。
- 设立纪律监察委员会，作为下发并执行《廉洁从业行为规范》的主管部门，调查举报事项，完成报告并提出建议。

维护股东权益

- 中通快递高度重视投资者关系的维护与管理，严格遵守美国证券交易规则、纽约证券交易所上市规则及其他适用的法律法规下的信息披露义务。
- **2019**年，公司共发布新闻稿、公告及相关文件等**50**余份，接待投资机构**900**多家，参加路演超过**20**场。
- **2019**年**11**月**25**日，中通快递在集团总部举办投资者开放日，共吸引超过**100**名投资者代表参加。

注释：

1. ESG数据截至2019年财年；完整的2019年ESG报告可从<http://zto.investorroom.com>下载

同心战“疫”，共克时艰



● 关怀社区，保障民生

疫情爆发之初，中通快递就开通了到湖北疫情重点地区的免费绿色通道。截至2020年3月底，中通为湖北运送医疗及救援物资超过700吨。



● 全面守护员工健康

中通快递采取了严格的疫情防控措施。设立1亿元人民币的新冠肺炎疫情防控专项基金，用于一线员工复工后的风险保障。

社会责任

保障员工权益



● 平等和多元化

参考国际劳工组织的规定，中通的员工政策旨在促进：

- 性别平等；
- 同工同酬；
- 民主管理；
- 多元化雇佣等。

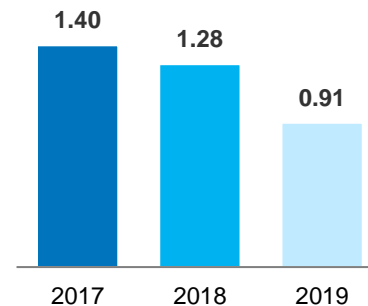
● 职业发展

公司开展一系列人才梯队培训和业务支持培训，发起管理培训生项目培养未来领导人才。



损失工时事故率

单位：每20万工时工伤事故数



● 安全生产管理

中通快递全面落实安全生产政策。损失工时事故率连续两年降低，展现出公司努力改善安全生产。

注释：

1. ESG数据截至2019年财年；完整的2019年ESG报告可从<http://zto.investorroom.com>下载

连接性和可视化



- 实时在中央系统同步数据
- 通过数字设备、移动APP和桌面软件连接所有用户：
 - 揽件员和派件员
 - 加盟商和网点
 - 车辆和司机
 - 发件人和收件人

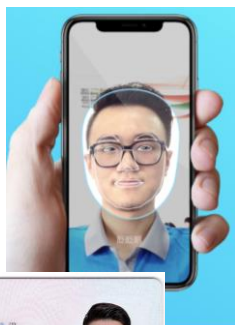
自动化和AI解决方案

- 专有AI算法用于地址识别、编码和基于地理位置的计算
- 部署嵌入集成感应系统的自动化分拣设备，以记录重量和尺寸



综合的IT研发平台

进步与变革



- 公司内部研发能力：拥有超过1,370位技术人才
 - 截至2020年二季度，公司共有163项软件著作权及50项专利
- 先进的技术 例如：面部识别和机器学习

开放与赋能

- 以客户为中心的数据驱动开放平台以实现运营简化和公平的利益分配例如：
 - 对加盟商来说：量身定做最适合的SaaS系统
 - 对快递员来说：透明的揽件和派件收费，从而提升竞争力



运营能力持续提升



自有干线运输车队

- 约有9,050辆自有车辆，包括超过7,100辆15-17米高运力甩挂车
- 增加使用自有、具成本效应、高容量的干线车队



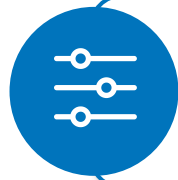
中央线路优化

- 优先考虑全网效率
- 总部集中规划干线线路



分拨中心的扩张与自动化

- 90个分拨中心，其中81个属于自营
- 282套自动化分拨流水线



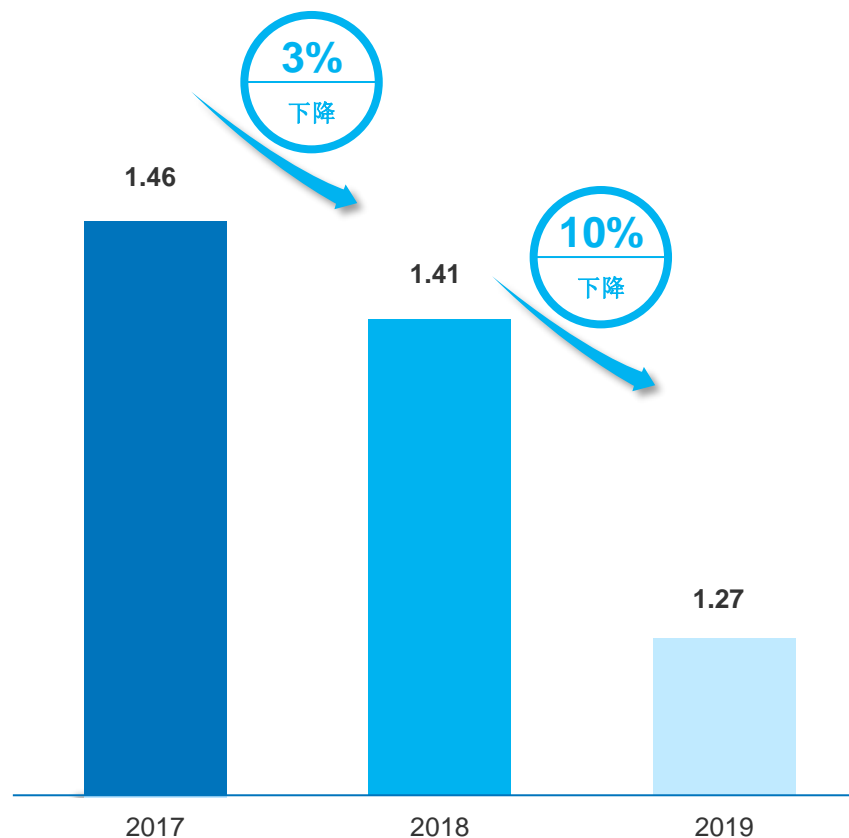
面单电子与技术升级

- 2020年第二季度电子面单的使用率达99.9%
- 加大对技术和数据项目的投资

IT 支持

成本显著降低

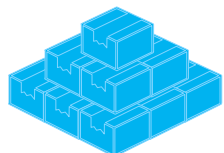
单位成本⁽¹⁾⁽²⁾ (元/票)



注:

1. 所适用期间内的成本和经营性费用的总和除以相同期间的总包裹量
2. 去除2017年第四季度收购的秀驿业务的影响

经营稳定



45.95亿 包裹量, 同比
+47.9%, 超过**36.7%**的
行业平均增幅¹, 包裹量市场份额
达到 **21.5%**



64.02亿元 营业收
入, 同比 **+18.0%**



16.47亿元 经营
性利润, 同比
+10.3%

持续盈利



14.54亿元
净利润, 同比
+6.5%,
22.7% 净利润率



14.54亿元
调整后净利润, 同比
+5.6%,
22.7% 调整后净利
润率



1.85元
基本每股收益,
同比 **+6.9%**

规模显著



9,900+ 辆
干线运输车辆²



~30,000 个
揽件/派送网点



90 个
分拨中心³

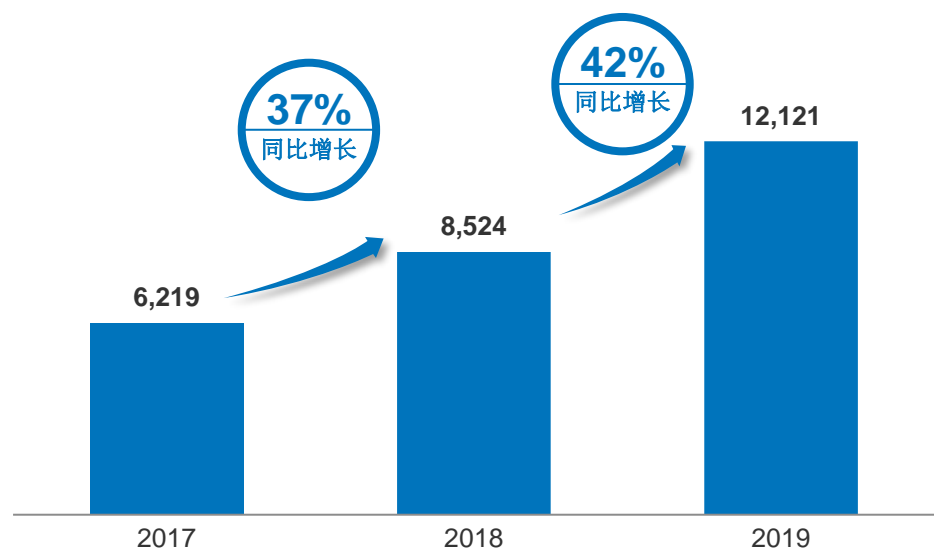
注:

1. 基于国家邮政局的数据计算
2. 截至2020年6月30日, 自有卡车数量从2020年3月31日的6,800多辆增加到约9,050辆, 其中15-17米长尾甩挂车的数量从2020年3月31日的5,000多辆增加到7,100多辆
3. 包括81个自营分拣中心, 以及9个加盟商联营的分拨中心

第二季度强劲反弹，单季包裹量历史新高

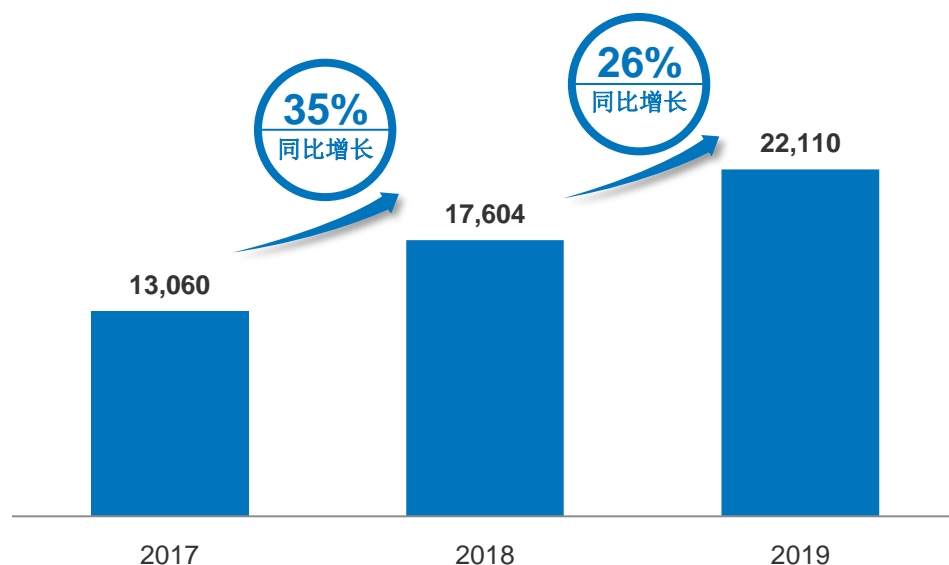
包裹量

(百万件)



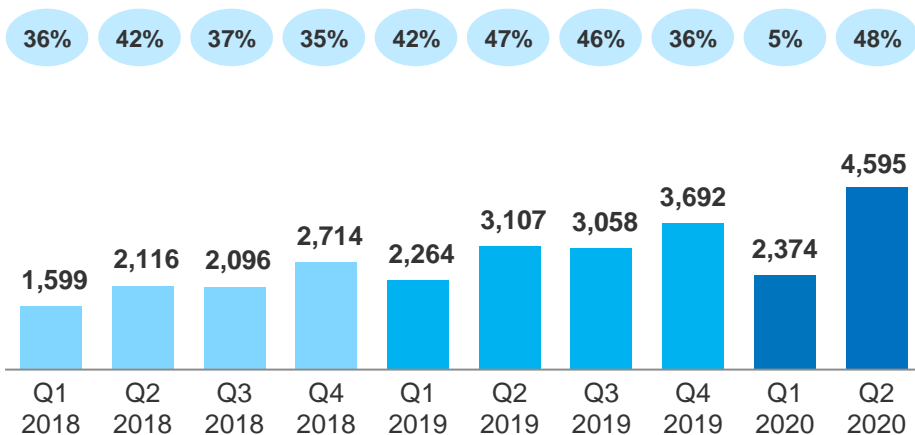
总收入

(百万人民币)



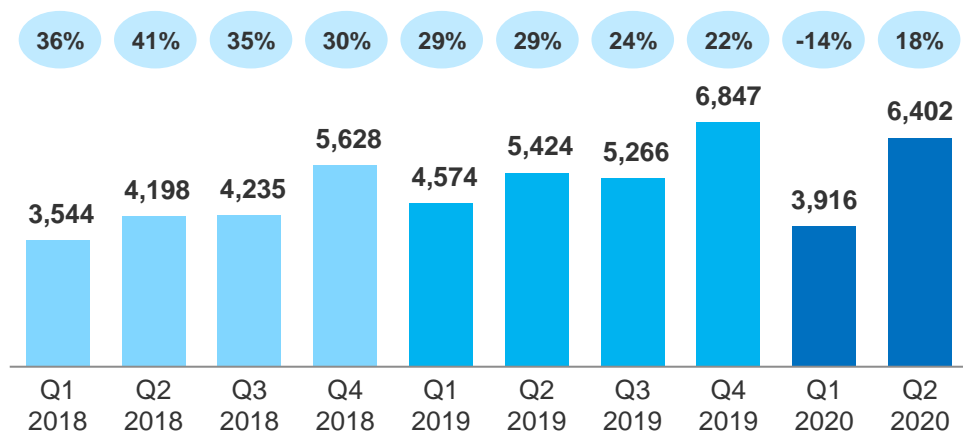
季度包裹量

(百万件)
同比增长

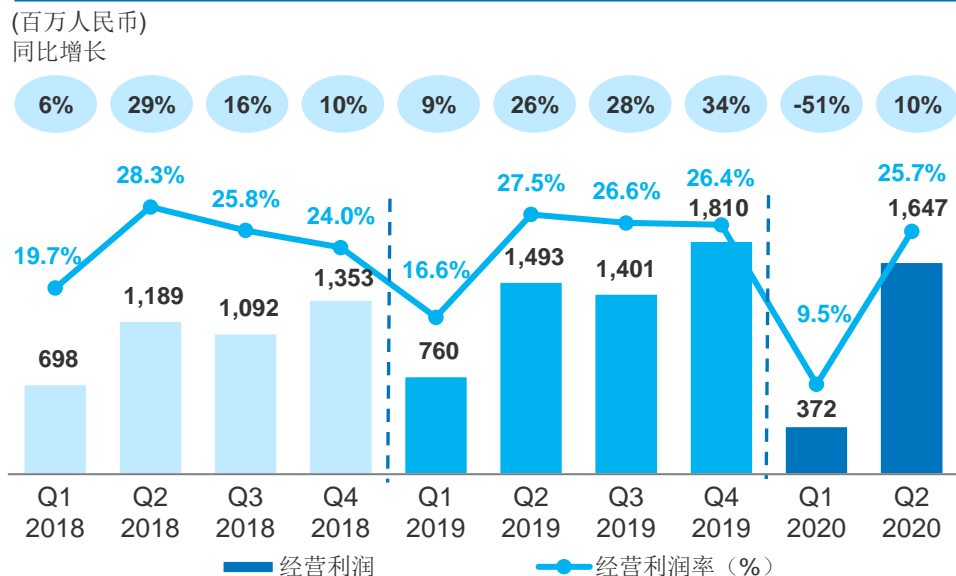


季度收入

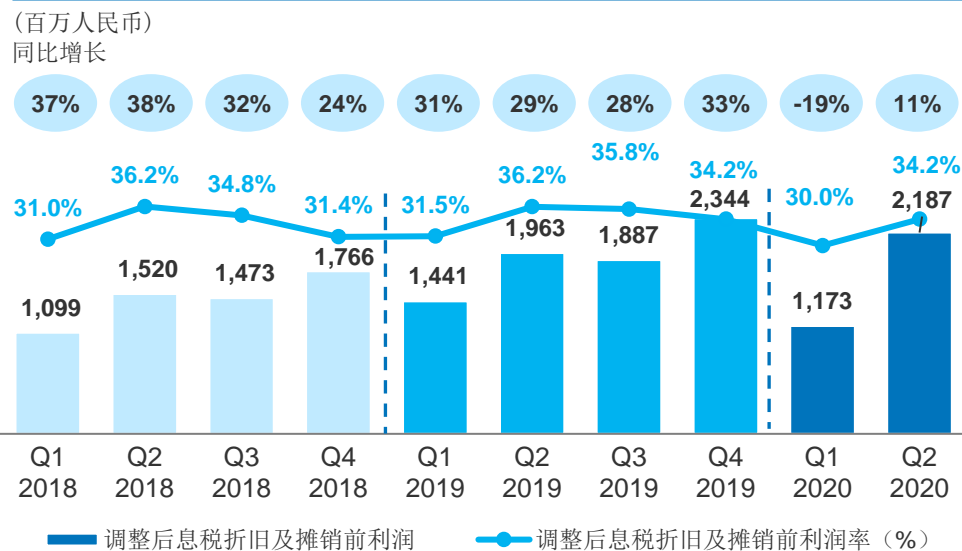
(百万人民币)
同比增长



经营利润和经营利润率



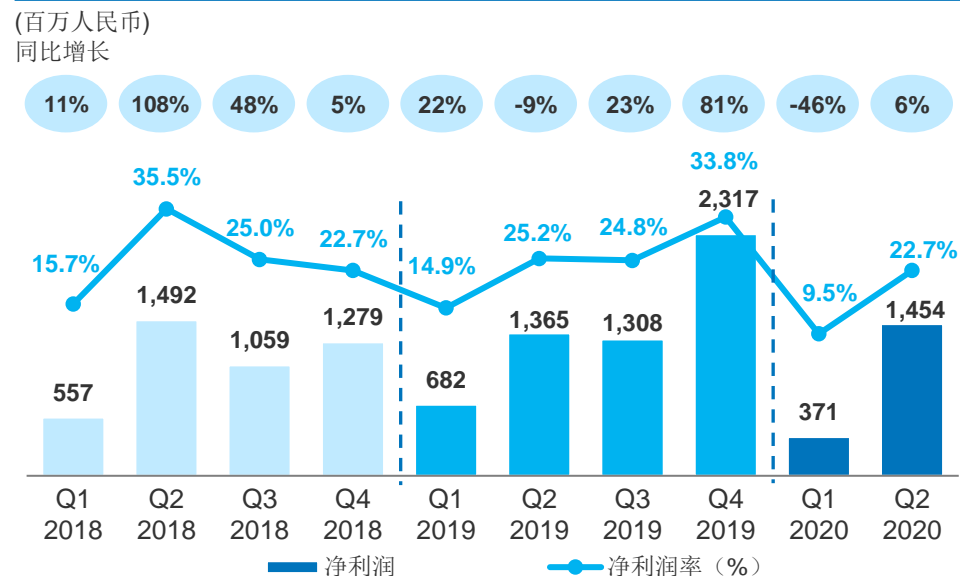
调整后息税折旧及摊销前利润¹和调整后息税折旧及摊销前利润率



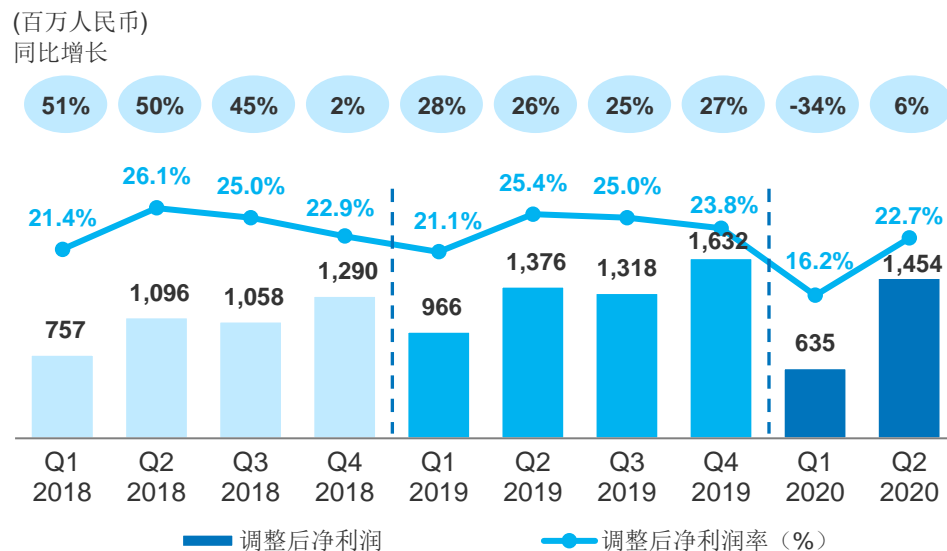
注:

1. 调整后的息税折旧及摊销前利润是按非美国会计准则处理的财务指标, 定义为未计折旧、摊销、利息支出和所得税费用前的净利润, 进一步调整以除去 (i) 股权激励费用; (ii) 处置股权投资和子公司的收益, (iii) 股权投资减值及 (iv) 未变现的股权投资收益
2. 调整后的净利润是按非美国会计准则处理的财务指标, 定义为净利润除去 (i) 股权激励费用, (ii) 处置股权投资和子公司的收益, (iii) 股权投资减值及 (iv) 未变现的股权投资收益

净利润和净利润率

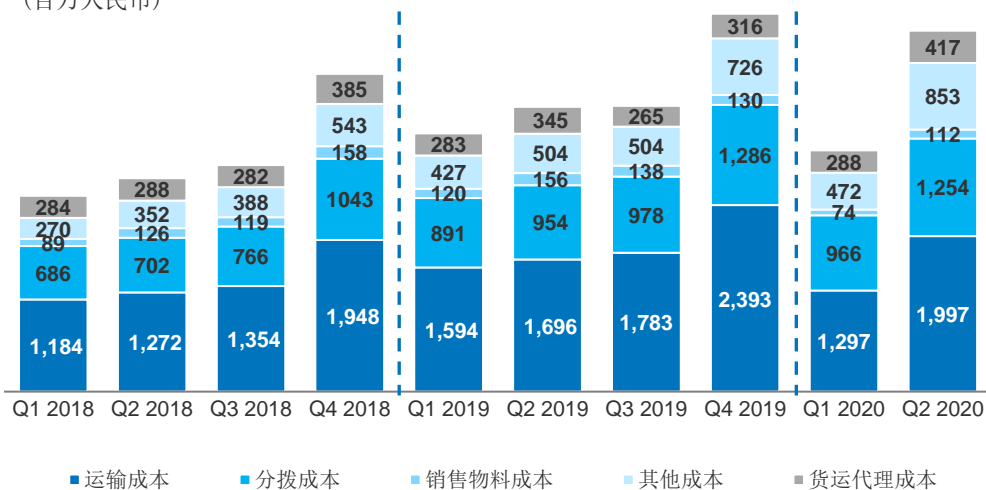


调整后净利润²和调整后净利润率



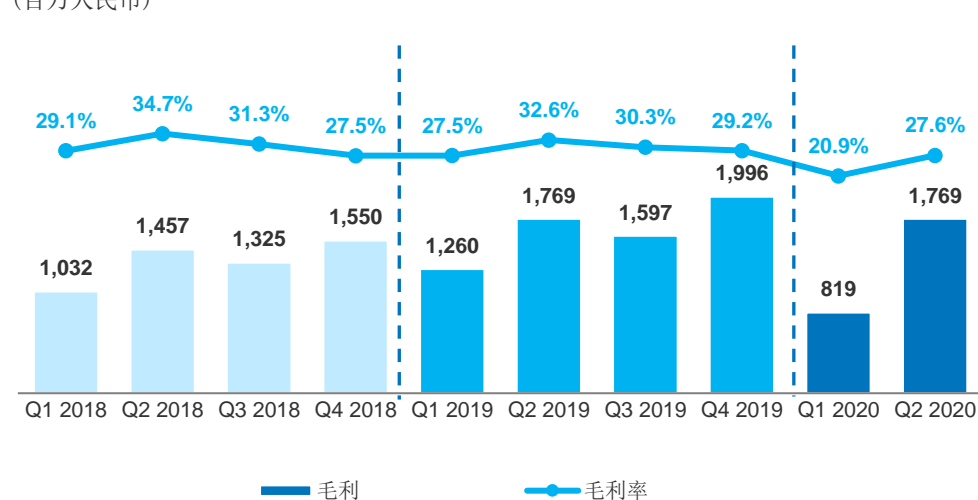
营业成本 - 细分

(百万人民币)



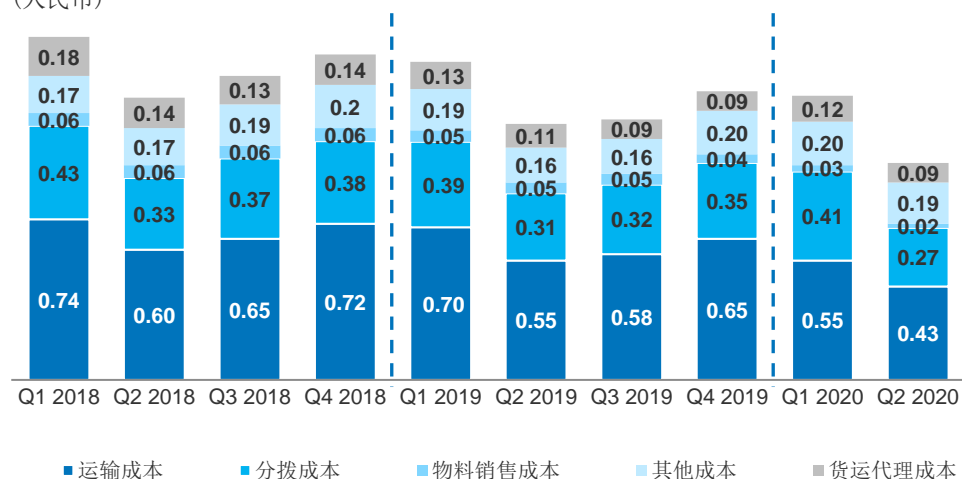
毛利和毛利率

(百万人民币)



单票营业成本¹

(人民币)



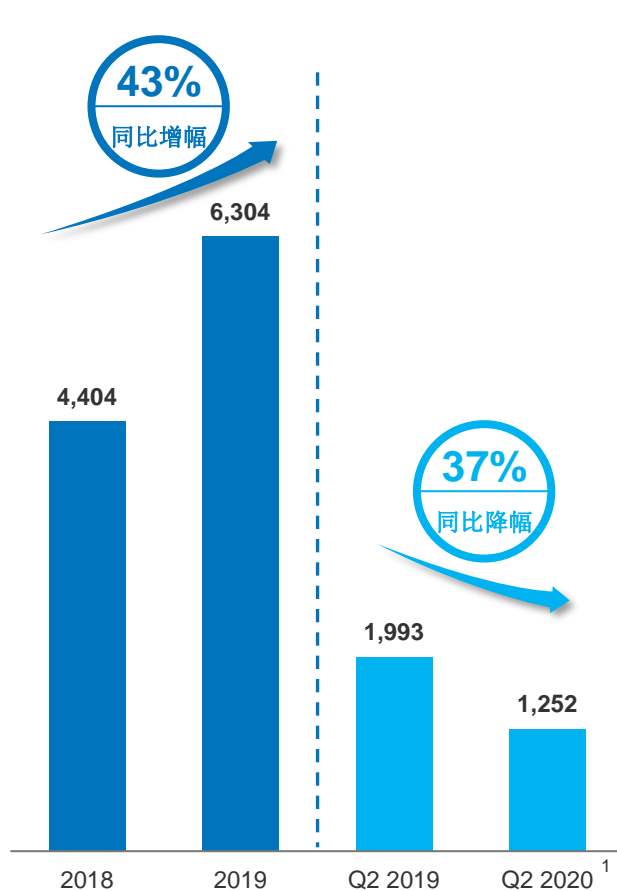
2020年二季度主要要点

- **运输成本**
 - 自有车队持续扩大，长尾甩挂车比例提升
 - 二月中旬至五月上旬，过路费减免
 - 受疫情影响，国际原油市场供需失衡，油价下跌
- **分拨成本**
 - 自动化设备增加且利用率提升
 - 优化分拨中心人力资源配置
- **单票销售物料成本**
 - 低成本的一联单电子面单使用比率提升
- **毛利率下降**，主要因为以下因素的综合影响：（1）业务量增长迅速，（2）生产运营效率提升，（3）受竞争影响，单票收入降低

注：
1. 单票成本由成本除以季度内处理的包裹量计算而得

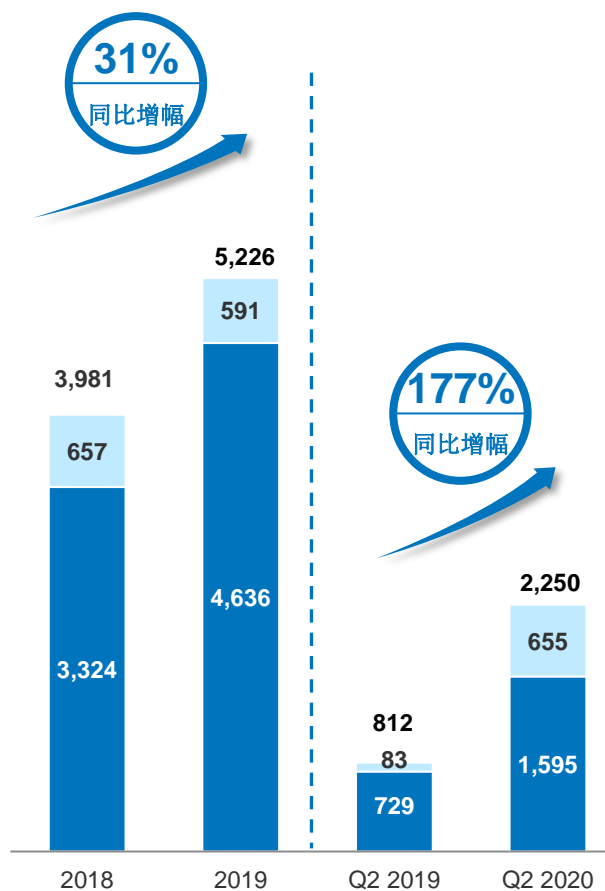
经营性现金流变化

(百万人民币)



资本开支变化

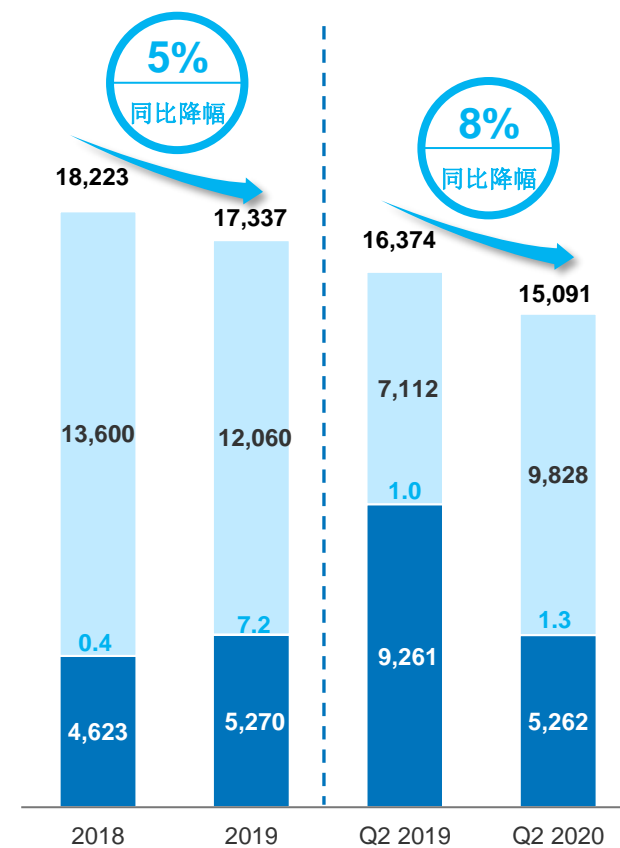
(百万人民币)



■ 购买厂房、设备和车辆 ■ 购买土地使用权

资金状况²

(百万人民币)

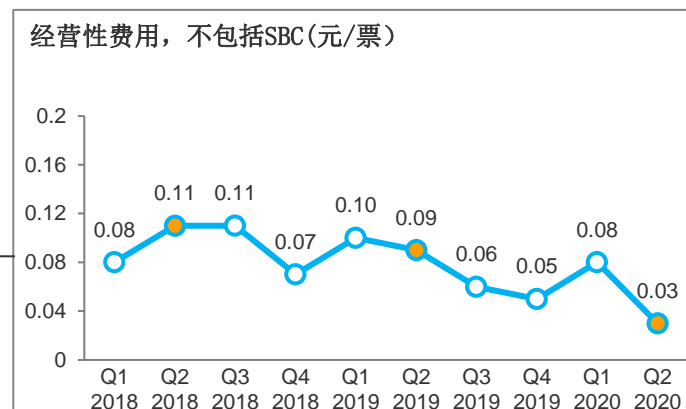
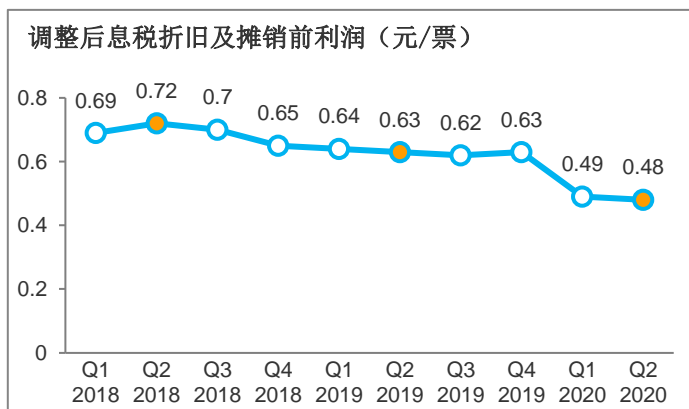
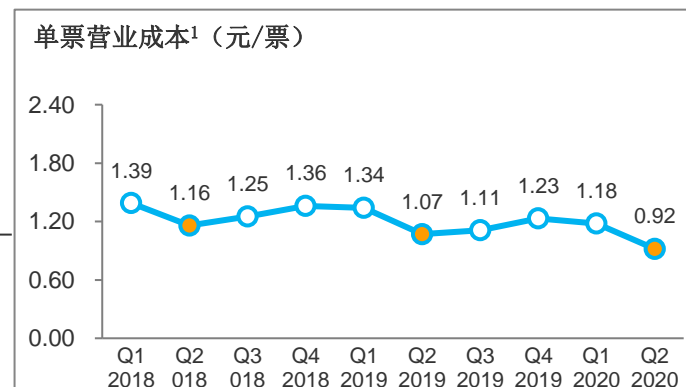
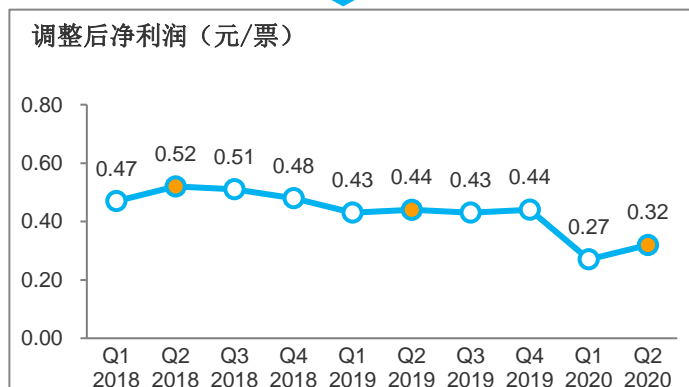
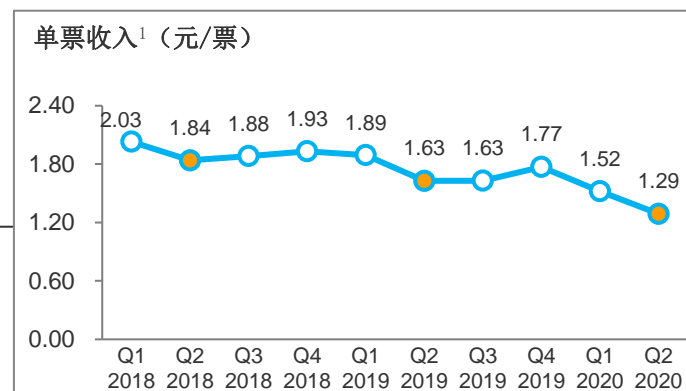
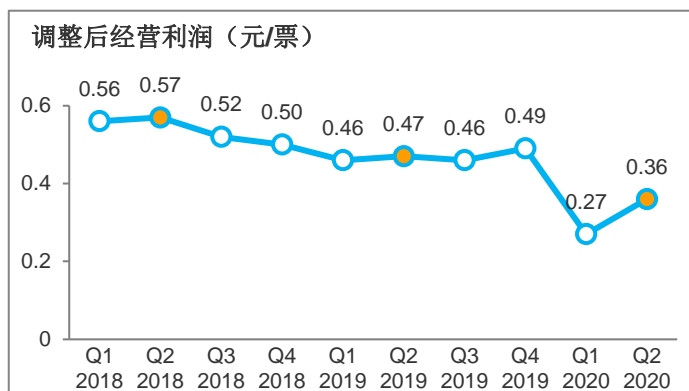


■ 现金及现金等价物 ■ 限制性现金 ■ 长短期理财

注:

- 与2019年二季度比下降7.41亿，主要由于：1) 提供给加盟商的贷款增加；2) 自有车队规模扩大导致预付燃料和过路费增加
- 包括现金及现金等价物、限制性现金和长短期理财产品

单票经济效益



=

-

-

注:
 1. 不包含货代业务
 2. 四舍五入处理, 数字相加可能与总数不符

(非) 美国通用会计准则调节表

截至以下日期前的3个月

	2019年06月30日	2020年06月30日
	(百万人民币)	(百万人民币)
调整后息税折旧及摊销前利润		
净利润	1,365	1,454
加：折旧	283	408
加：摊销	15	18
加：利息费用	-	9
加：所得税费用	289	298
息税折旧及摊销前利润	1,952	2,187
加：股权激励费用	11	-
投资减值	-	-
减：处置股权投资和子公司的收益，税前	-	-
未变现的股权投资权益	-	-
调整后息税折旧及摊销前利润	1,963	2,187
经调整的息税折旧及摊销前利润率	36.2%	34.2%
调整后净利润		
净利润	1,365	1,454
加：股权激励费用	11	-
投资减值	-	-
减：处置股权投资和子公司的收益，税后	-	-
未变现的股权投资权益	-	-
调整后的净利润	1,376	1,454
调整后的净利润率	25.4%	22.7%

(非) 美国通用会计准则调节表

	2017年 6月30日	2017年 9月30日	2017年 12月31日	2018年 3月31日	2018年 6月30日	2018年 9月30日	2018年 12月31日	2019年 3月31日	2019年 6月30日	2019 9月30日	2019 12月31日	2020 3月31日	2020 6月30日
调整后息税折旧及摊销前利润 (千元人民币)	RMB '000	RMB '000	RMB '000	RMB '000	RMB '000	RMB '000	RMB '000	RMB '000	RMB '000	RMB '000	RMB '000	RMB '000	RMB '000
净利润	716,923	717,230	1,221,874	557,455	1,492,227	1,059,377	1,278,854	681,647	1,365,095	1,307,681	2,316,844	370,973	1,453,572
加: 折旧	127,083	138,757	135,002	176,197	186,200	202,669	243,940	271,423	283,409	288,818	366,459	392,580	408,426
加: 摊销	8,702	8,455	12,760	10,670	12,693	11,709	9,641	11,293	14,676	13,882	14,606	15,648	17,602
加: 利息费用	5,029	2,479	2,452	773	3	4	-	-	-	-	-	291	9,134
加: 所得税费用	233,323	237,670	8,759	154,280	350,858	201,355	222,639	191,858	288,803	266,297	331,337	129,772	298,302
息税折旧及摊销前利润	1,091,060	1,104,591	1,380,847	899,375	2,041,981	1,475,114	1,755,074	1,156,221	1,951,983	1,876,678	3,029,246	909,264	2,187,036
加: 股权激励费用	13,492	13,492	13,492	199,744	27,983	10,876	10,876	284,264	10,800	10,800	10,800	264,154	-
投资减值	-	-	30,000	-	-	-	-	-	-	-	56,026	-	-
减: 处置股权投资和子公司的收益, 税前	-	-	-	-	549,733	12,904	-	-529	-	-	-2,330	-	-
未变现的股权投资权益											754,468	-	-
调整后息税折旧及摊销前利润	1,104,552	1,118,083	1,424,339	1,099,119	1,520,231	1,473,086	1,765,950	1,441,014	1,962,783	1,887,478	2,343,934	1,173,418	2,187,036
调整后息税折旧及摊销前利润率	37.17%	35.57%	32.89%	31.01%	36.21%	34.79%	31.38%	31.50%	36.19%	35.84%	34.24%	30.00%	34.16%
调整后净利润(千元人民币)	RMB '000	RMB '000	RMB '000	RMB '000	RMB '000	RMB '000	RMB '000	RMB '000	RMB '000	RMB '000	RMB '000	RMB '000	RMB '000
净利润	716,923	717,230	1,221,874	557,455	1,492,227	1,059,377	1,278,854	681,647	1,365,095	1,307,681	2,316,844	370,973	1,453,572
加: 股权激励费用	13,492	13,492	13,492	199,744	27,983	10,876	10,876	284,264	10,800	10,800	10,800	264,154	-
投资减值	-	-	30,000	-	-	-	-	-	-	-	56,026	-	-
减: 处置股权投资和子公司的收益, 税后	-	-	-	-	424,540	11,756	-	-529	-	-	-2,330	-	-
未变现的股权投资权益											754,468	-	-
调整后净利润	730,415	730,722	1,265,366	757,199	1,095,689	1,058,497	1,289,730	966,440	1,375,895	1,318,481	1,631,532	635,127	1,453,572
调整后净利润率	24.58%	23.25%	29.22%	21.36%	26.10%	25.00%	22.92%	21.13%	25.37%	25.04%	23.83%	16.22%	22.70%



纽约证券交易所代码: ZTO

网站: www.zto.com

邮箱: ir@zto.com