中通快递
2019年第一季度

2019年05月16日

安全港和免责声明

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2019年未经审计的第一季度业绩、管理层评述以及2019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2019年第一季度业绩为初步、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2019年的财务指引，可能无法按计划的方式来发展业务。我们也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所有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。

投资亮点

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 • 2019年第一季度中通的包裹量市占率达18.6%，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 • 以结果为导向的KPI，驱动业绩表现
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

我们的竞争优势

“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

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

领先的基础建设

- ✓ 过去5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

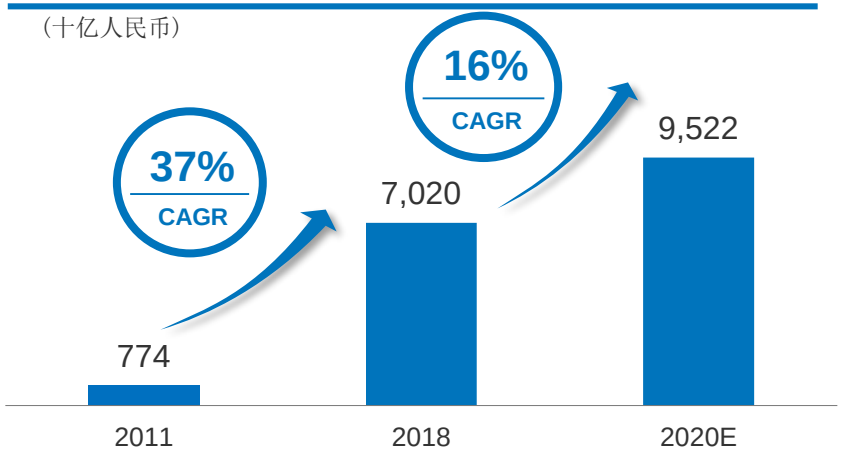
- ✓ 按快递服务公众满意度(1)、72小时送达率(2)及客户申诉率(2)计，中通均在业内领先

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

巨大的市场机遇

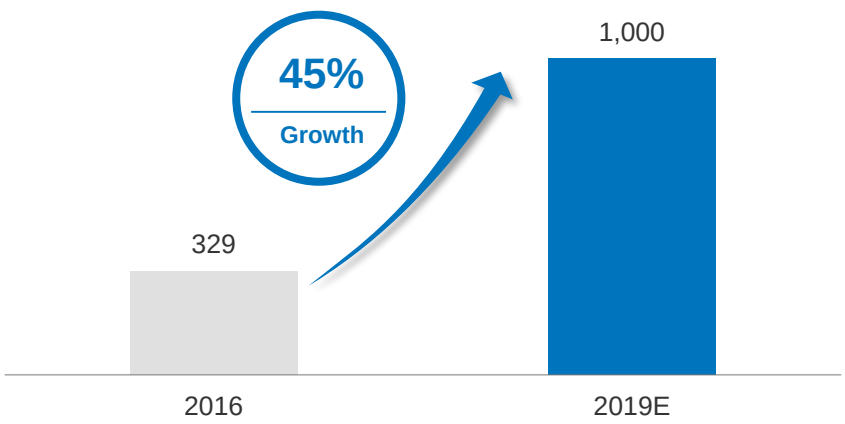
市场机遇

中国在线零售商品交易总额（GMV）保持强劲增长



数据来源：中国互联网络信息中心，国家统计局

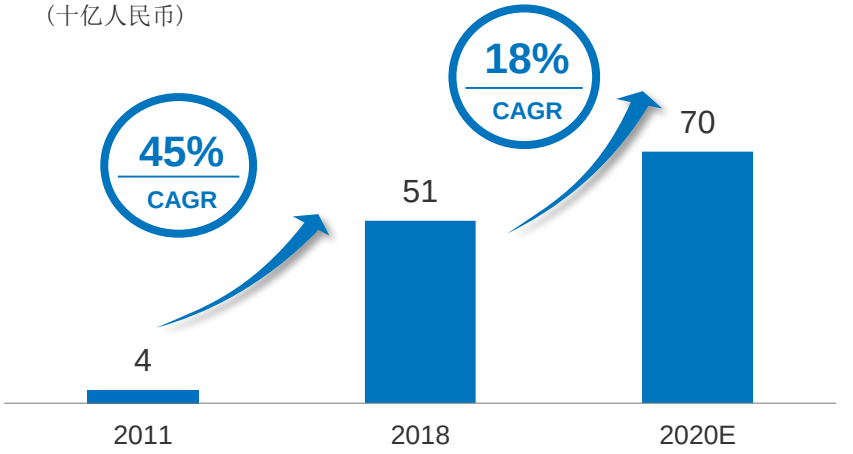
中国微商(1) 市场呈现高增长潜力



数据来源：艾瑞咨询

快递行业

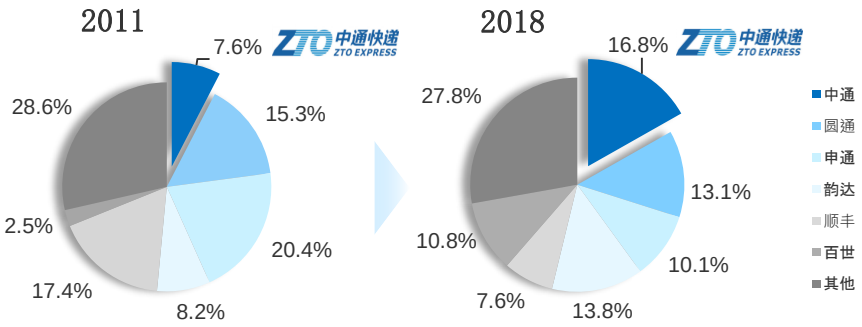
受益于电商平台的蓬勃发展 中国快递包裹量维持高增速



数据来源：中国邮政局发布的*“十三五”规划*

中通不断扩大市场份额，第一季度市场份额18.6%

按包裹量计



数据来源：公司年报

注：
1. 微商是借助社交软件等移动平台宣传及销售商品的在线商户

公司历史及重大里程碑

2002~2009
- 中通快递于2002年5月在上海成立
- 上海中通吉自2009年提供快递服务

2013
- 集合上海中通吉与15个加盟商的资产进行重组后成立中通快递
- 红杉资本投资中通快递

2014
- 收购8个区域加盟商及其资产

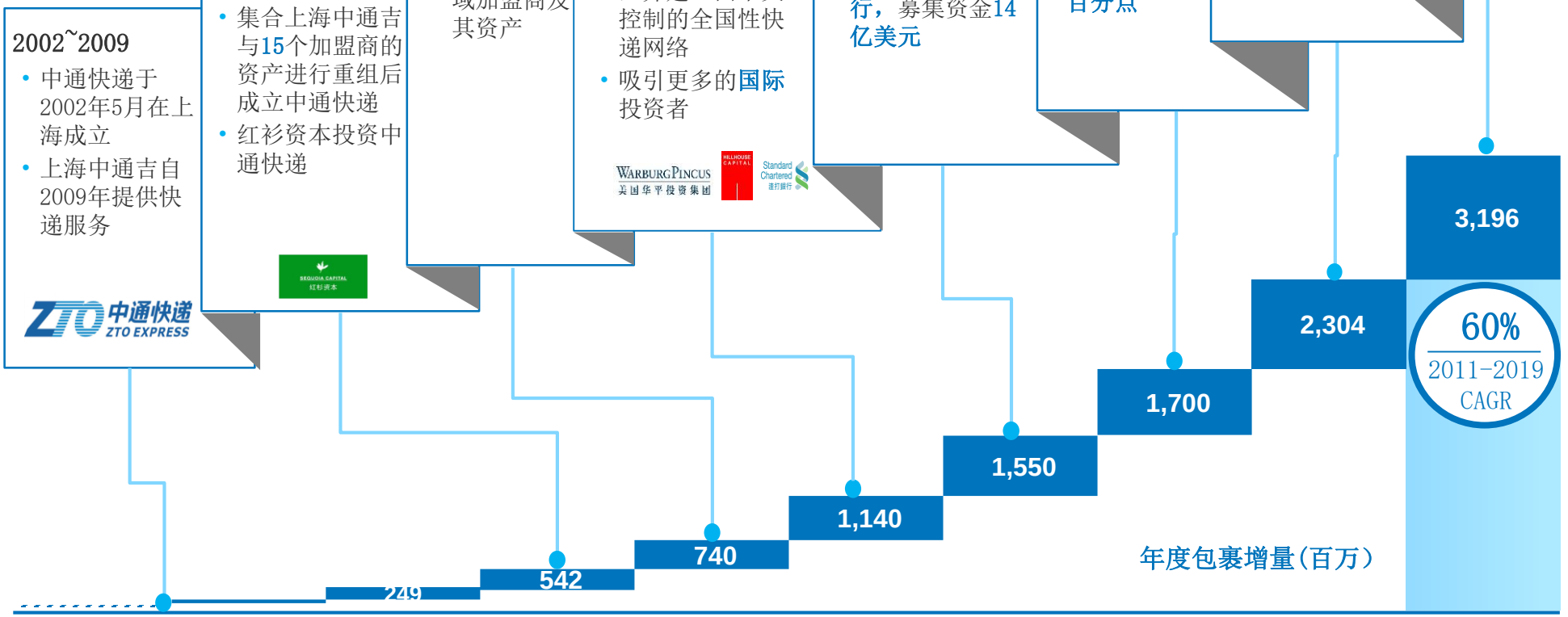
2015
- 电子面单使用率达70%
- 收购16个加盟商，并建立由中央控制的全国性快递网络
- 吸引更多的国际投资者

2016
- 市占率进一步提升，包裹量居全国首位
- 于10月在纽交所完成首次公开发行，募集资金14亿美元

2017
- 中通吉获高新科技企业认
- 全年业务量增速比行业增速高10个百分点

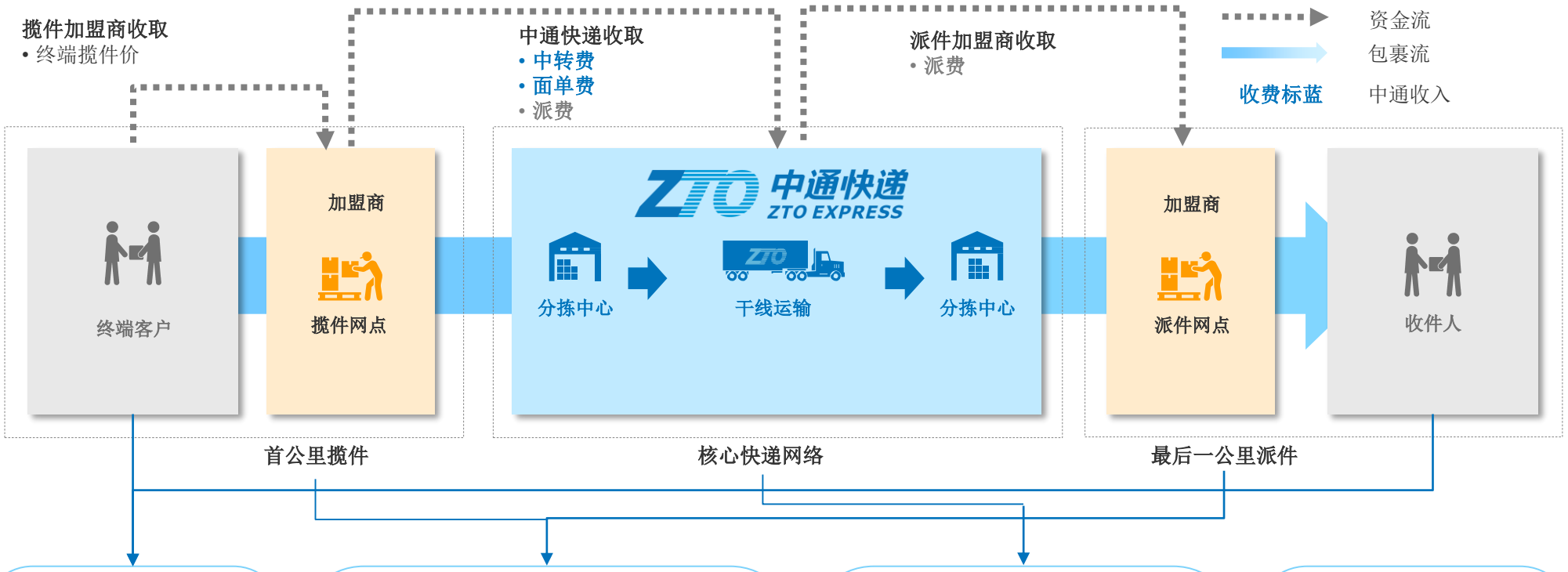
2018
- 获阿里巴巴、菜鸟13.8亿美元战略入股，持股比例约为10%

2019
- 中通快递纳入MSCI指数
- 提高全年业务量增速目标，比行业增速高15个百分点



	2002	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019E
包裹量		2.79亿	5.28亿	10.7亿	18.1亿	29.5亿	45亿	62亿	85亿	117亿
市场份额		7.6%	9.3%	11.6%	13.0%	14.3%	14.4%	15.5%	16.8%	18.9%

独特的加盟商业务模式（“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

~4,500 直接加盟商[1]

~29,800 揽件/派件网点

我们的核心网络

87 分拣中心[2]

5, 700+ 车辆[3]

2,200+ 干线线路[4]

>98% 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

22.64亿 包裹量[5]
2019年第一季度

注：
1. 截至2019年3月31日，共有超过4,500个直接加盟商；直接加盟商通过合作协议开展业务
2. 包括78个自营分拨中心和9个由加盟商运营的分拨中心
3. 拥有超过4,850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2019年3月31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

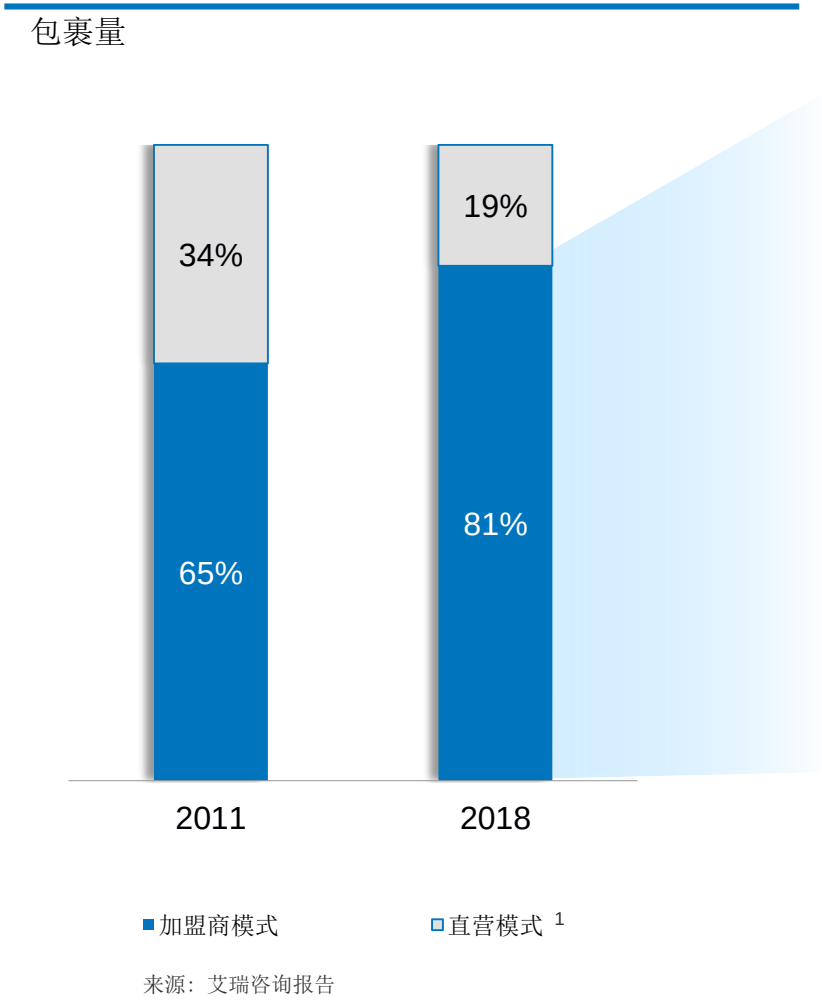
加盟商模式发展迅速

- 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



来源：艾瑞咨询报告

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

经验丰富的管理团队

赖梅松
创始人、董事长兼CEO

- 超过17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17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12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27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3年TMT/物流行业经验

金任群
战略研究发展中心副总裁

- 超过26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**

卓越的服务质量

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行领先 [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

评价
- 物流服务评分
- 物流差评率
- 物流退款率

投诉
- 虚假签收投诉率
- 投诉次日完结率
- 菜鸟申诉率

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 – 2019年第一季度)[2]

月平均有效投诉率
< 百万分之一

客户申诉率
(2017年 – 2019年第一季度)[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1,100名客服代表
- ✓ 雇佣有经验的当地客服代表
- ✓ 一周7天每天工作时间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2019年第一季度排名
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

98%+ 城市及乡镇覆盖率

87 分拨中心[1]

29,800+ 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2019年3月31日，拥有78个自营分拨中心和9个加盟商运营的分拨中心

高效紧密的加盟商管理

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1,100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

2018年加盟商换手率低于

5.0%

持续性研发助力实现数字化

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：拥有接近1,000位技术人才
  - 截至2019年3月，公司共有49项软件著作权
  - 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

高效的运营与成本优势

运营能力持续提升

自有干线运输车队
- 约有4,850辆自有车辆，包括约3,000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

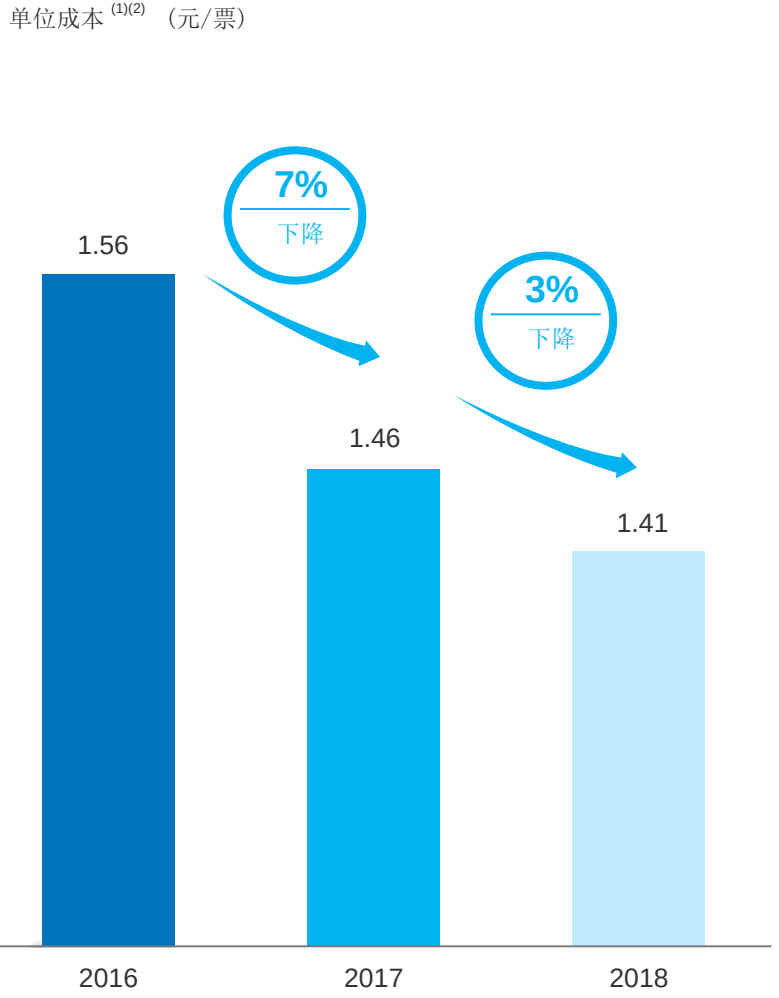
中央线路优化
- 优先考虑全网效率
- 总部集中规划干线线路

分拨中心的扩张与自动化
- 87个分拨中心，其中78个属于自营
- 130条定制的自动化分拨流水线

面单电子与技术升级
- 2019年第一季度电子面单的使用率达99.8%
- 加大对技术和数据项目的投资

IT支持

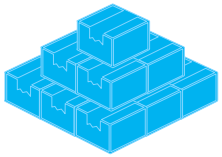
成本显著降低



注：
1. 所适用期间内的收入成本和营业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

2019年第一季度亮点

高速增长



22.64亿 包裹量，同比 **+41.6%**，高于22.5%的行业平均增幅(1)；包裹量市场份额达到**18.6%**

45.74亿元营业收入，同比 **+29.0%**

7.60亿元经营利润，同比 **+8.8%**

盈利卓越

6.82亿元 净利润，同比 **+22.3%，14.9%** 净利润率

9.66亿元 调整后净利润，同比 **+27.6%**，超出预期，**21.1%** 调整后净利润率

0.87元 基本每股收益，同比 **+11.5%**

规模显著

5,700+辆 干线运输车辆(2)

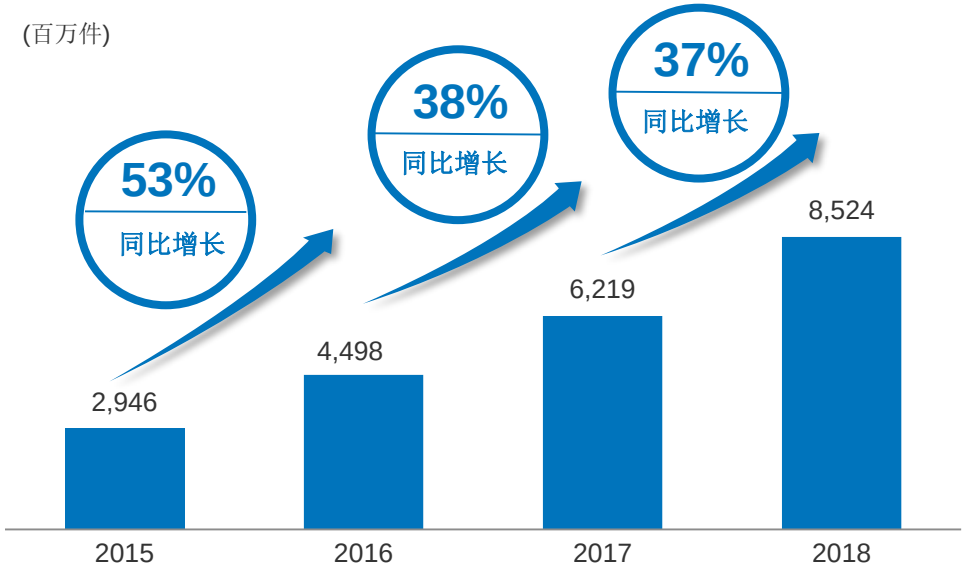
~29,800个 揽件/派送网点(3)

87个 分拨中心(4)

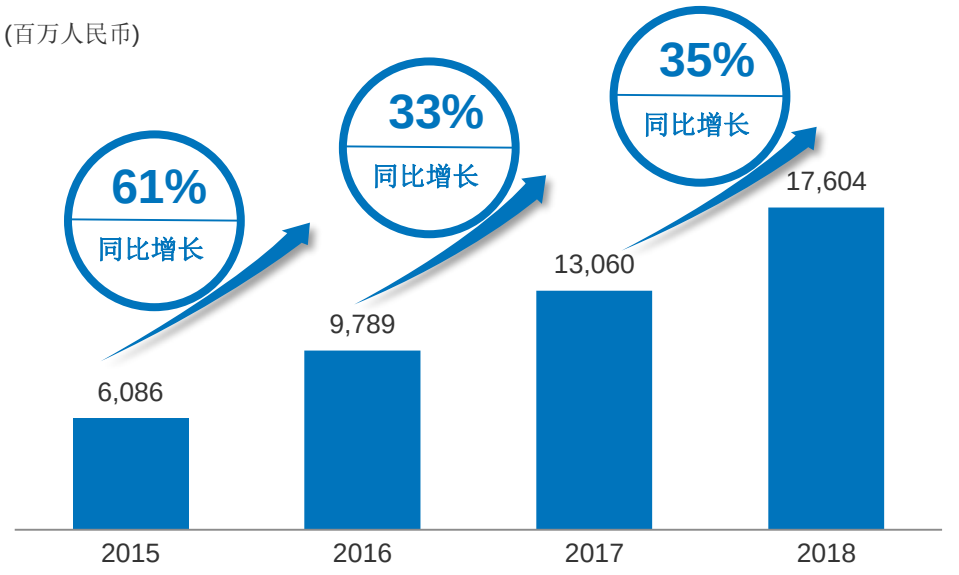
注：
1. 2019年第一季度的行业平均包裹量增速来源于国家邮政局的披露报告
2. 截至2019年3月31日，自有卡车数量从2018年12月31日的4,500辆增加到4,850多辆，其中15-17米长尾甩挂车的数量从2018年12月31日的2,800多辆增加到3,000多辆
3. 截至2019年3月31日全网的服务网点总数，较2018年12月31日大约30,100个的数量有所减少
4. 包括78个自营分拣中心，以及由加盟商运营的9个分拣中心

包裹量大幅增加推动收入强劲增长

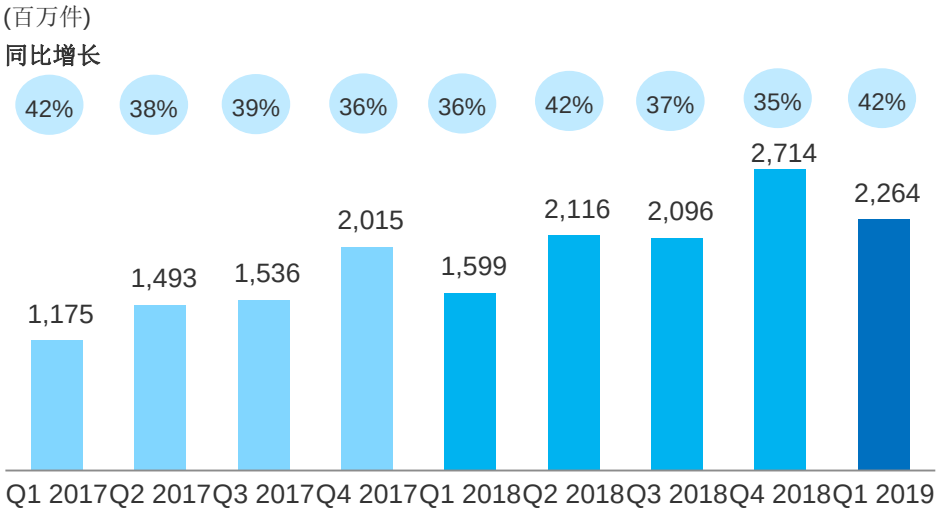
包裹量



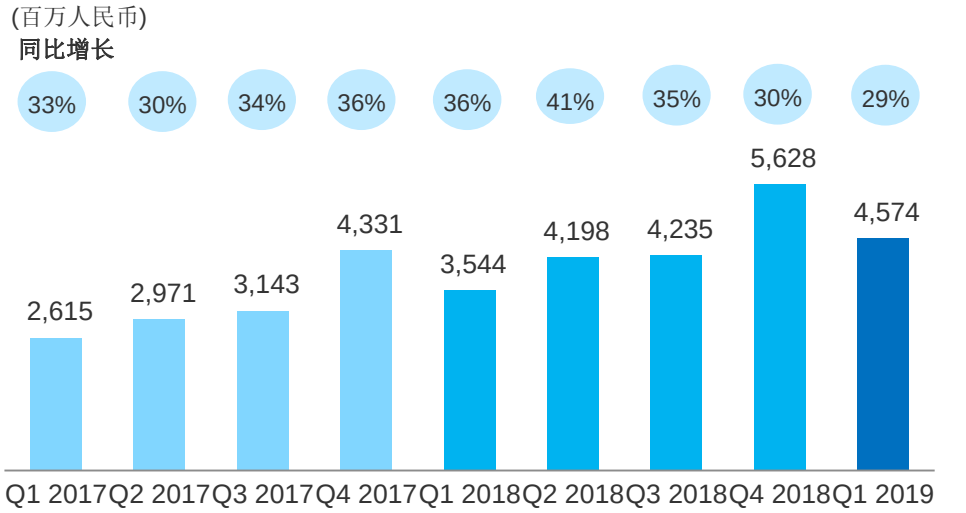
总收入



季度包裹量

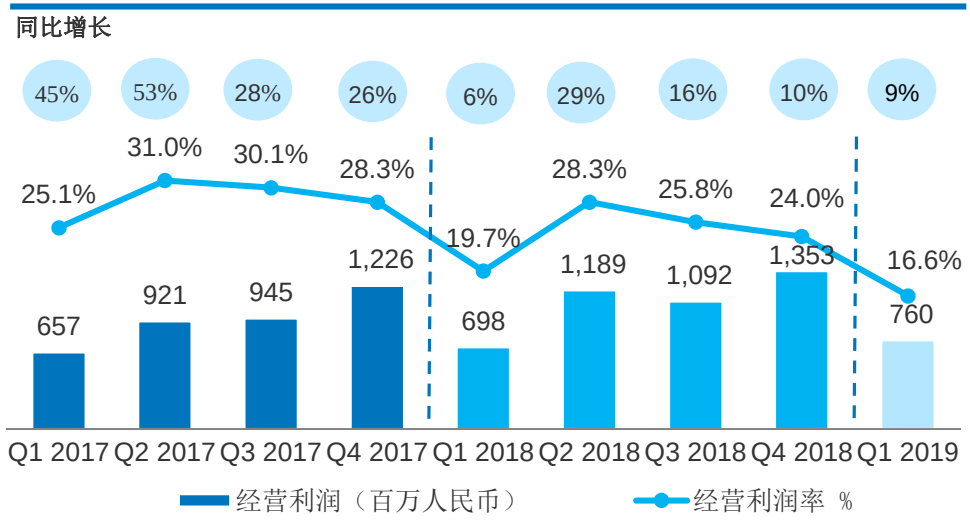


季度收入

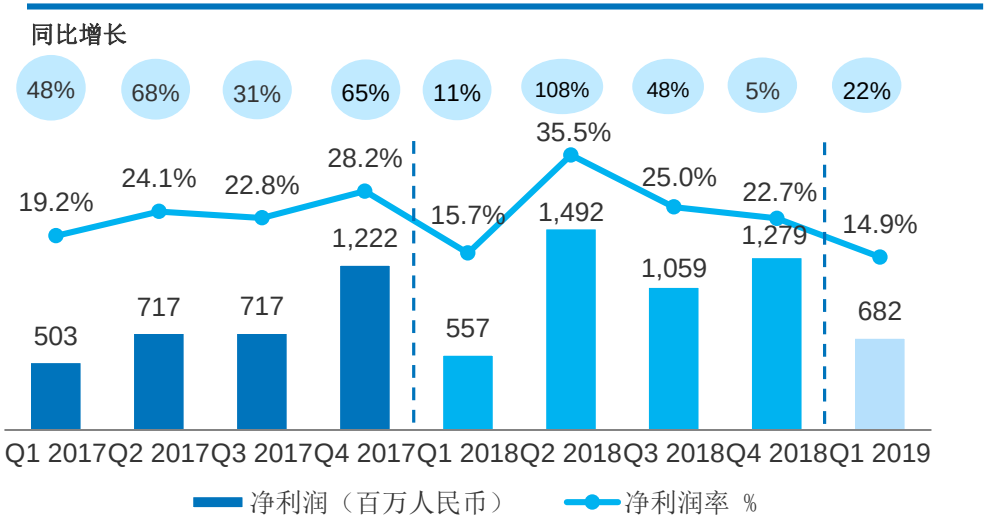


强劲的利润增长和健康的利润率

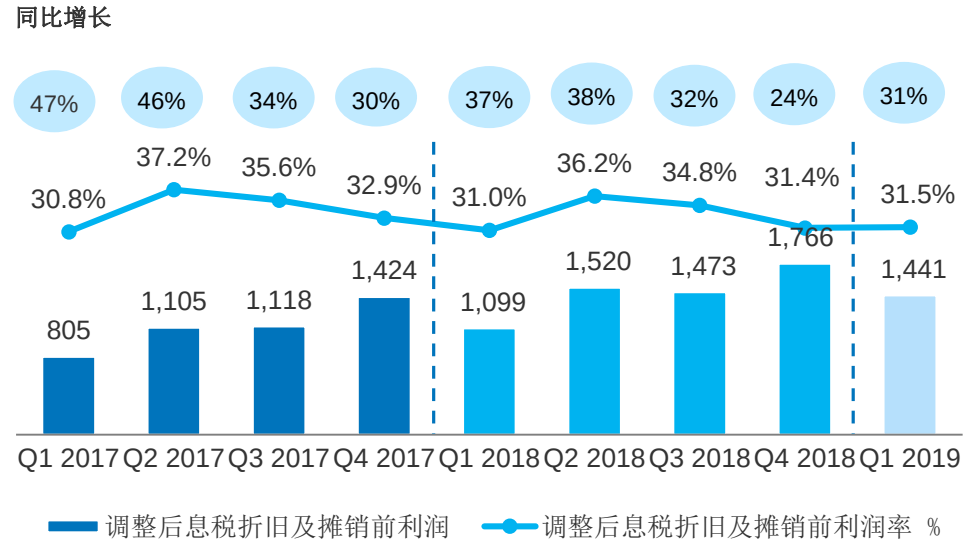
经营利润和经营利润率



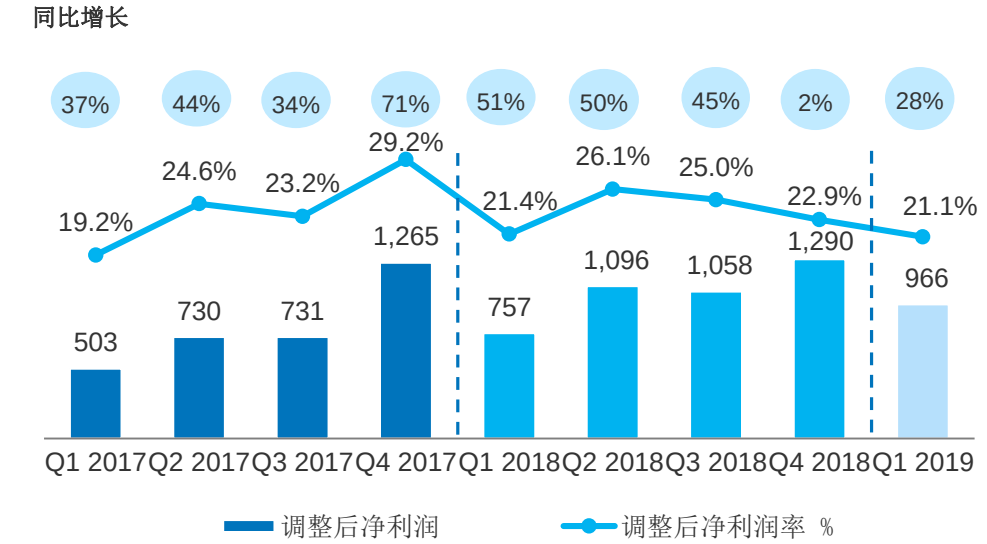
净利润和净利润率



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



调整后净利润[2] 和调整后净利润率

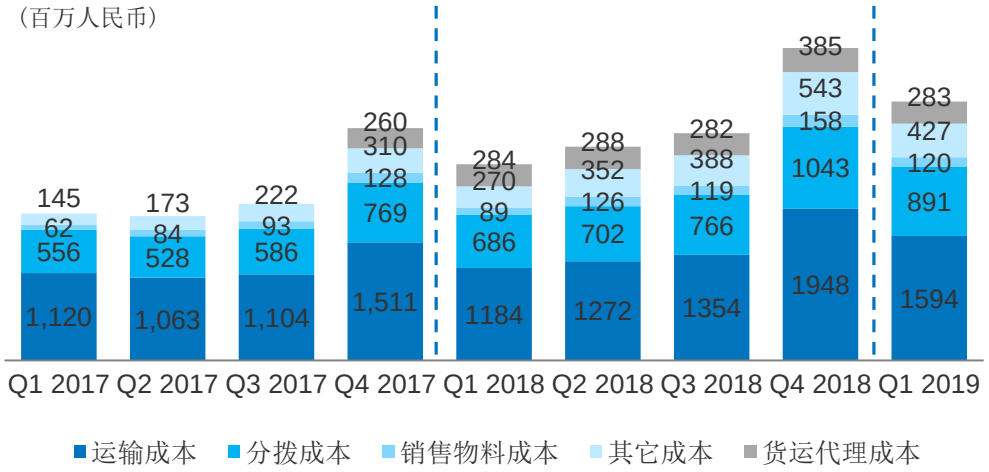


注：

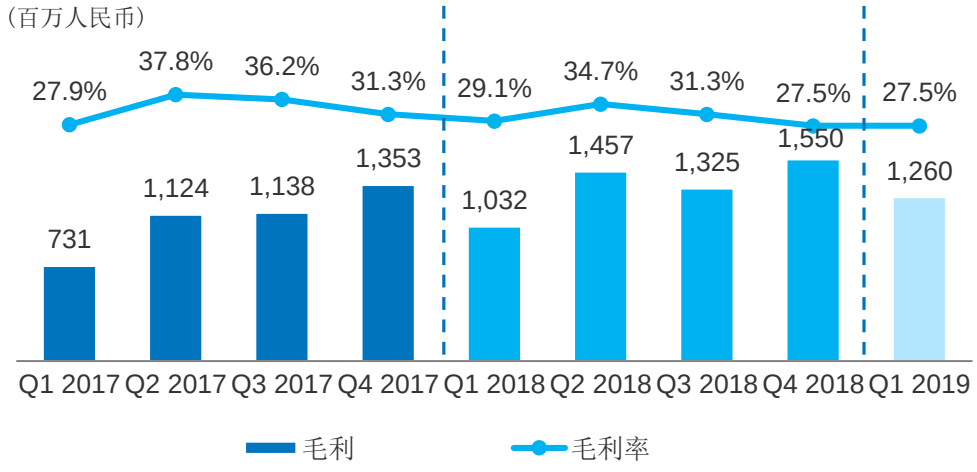
1. 调整后的息税折旧及摊销前利润是按非美国会计准则处理的财务指标，定义为未计折旧、摊销、利息支出和所得税费用前的净利润，进一步调整以除去（i）股权激励费用；（ii）处置股权投资和子公司的收益，及（iii）股权投资减值
2. 调整后的净利润是按非美国会计准则处理的财务指标，定义为净利润除去（i）股权激励费用；（ii）处置股权投资和子公司的收益，及（iii）股权投资减值

成本效率

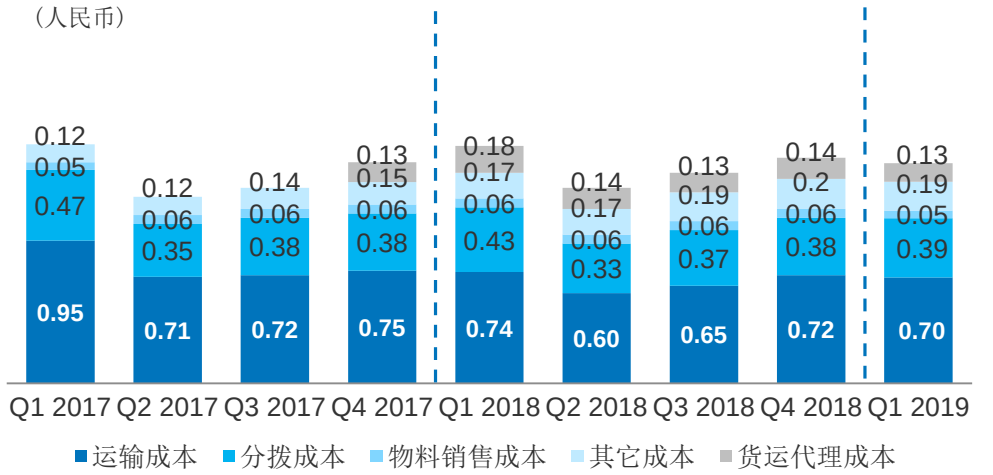
营业成本-细分



毛利和毛利率



单票营业成本[1]



2019年一季度主要要点

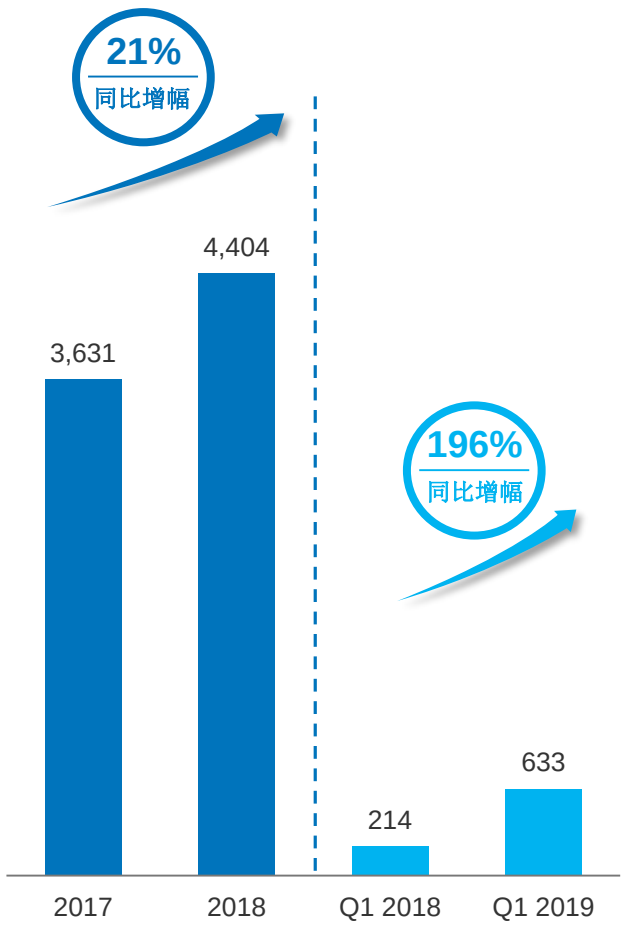
- **运输成本效率 –**
  - ✓ 增加长尾甩挂车的使用
  - ✓ 优化路由规划
  - ✓ 自有车队比重提升
- **分拨成本效率 –**
  - ✓ 提高自动化设备利用率
  - ✓ 严格控制临时工数量
- **单票销售物料成本 –**
  - ✓ 和电子面单使用率的提高一致（高达99.8%）
- **毛利率略有下降，** 主要因为 (1)由竞争导致的快递单价下降，(2)收购的秀驿国际毛利仅2.1%，(3)低毛利的直客业务量增长99%，以及(4) IT相关成本增加 5,779万元

注：
1. 单票收入成本由收入成本除以季度内处理的包裹量计算而得

强劲的现金流和持续投资、扩大产能

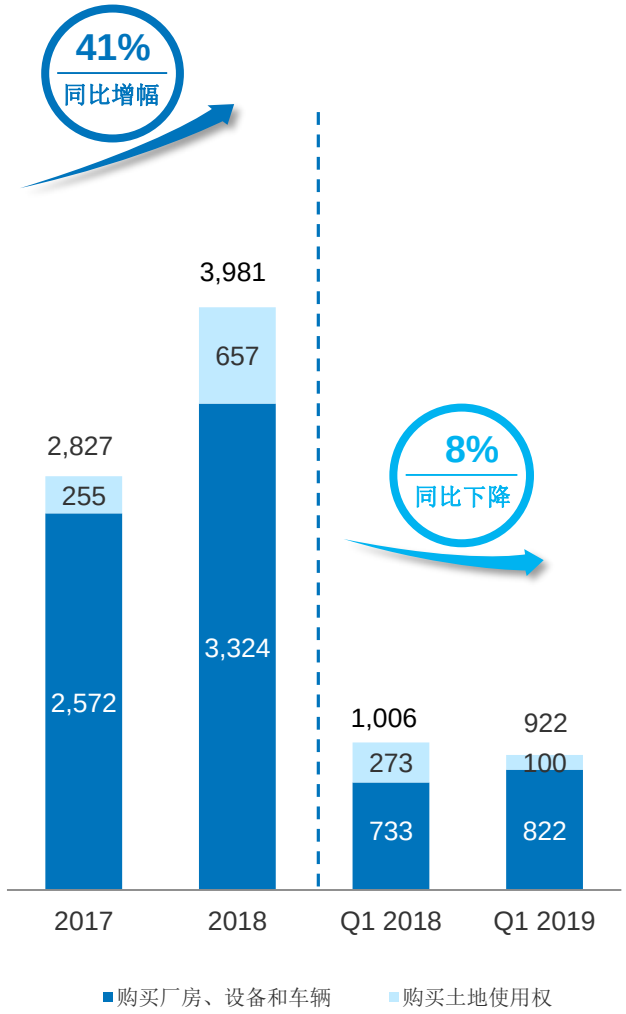
经营性现金流变化

（百万人民币）



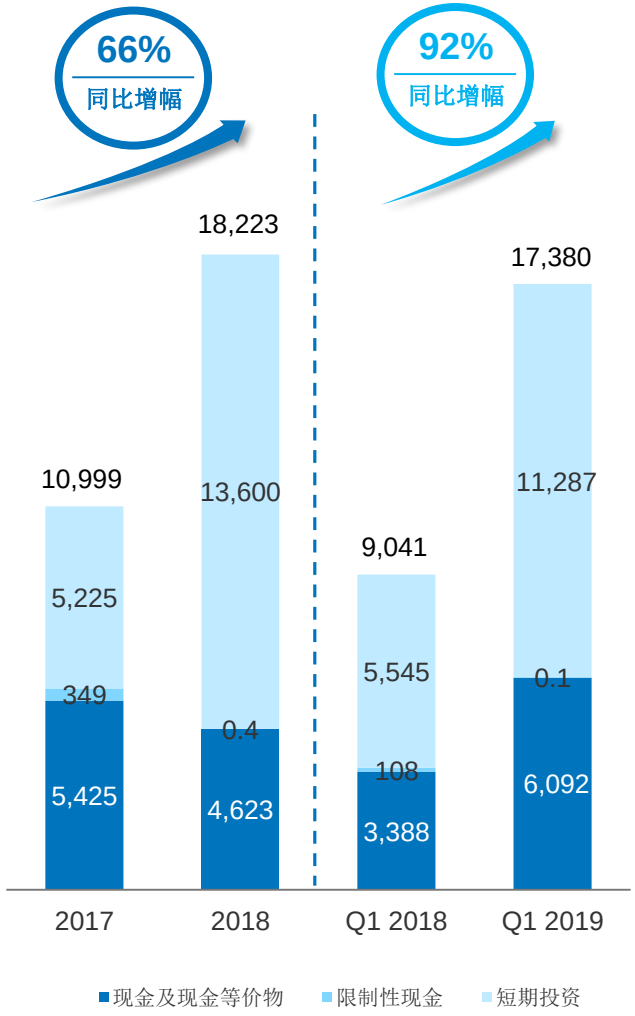
资本开支变化

（百万人民币）



年末账上现金变化[1]

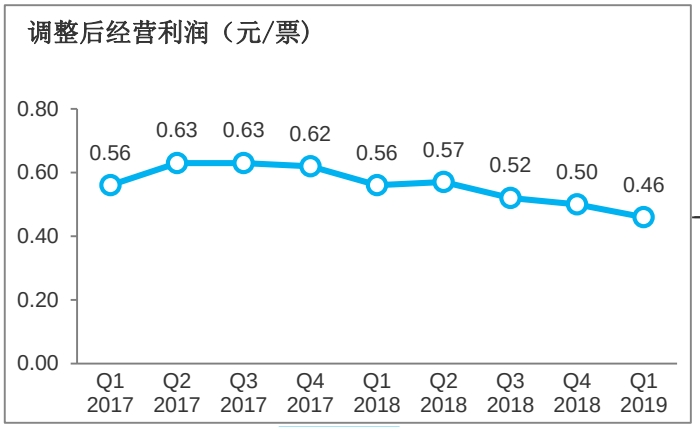
（百万人民币）

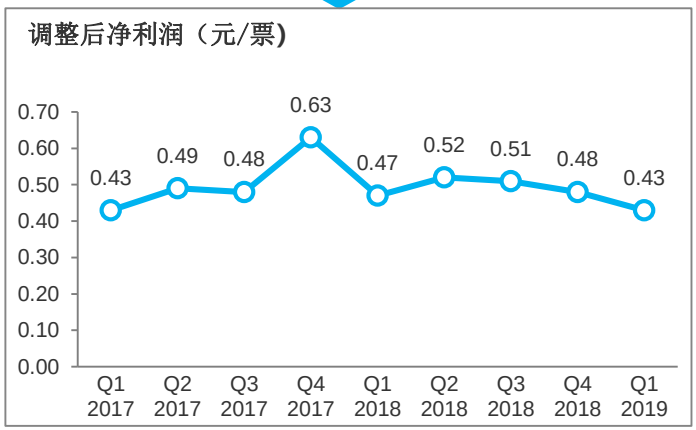


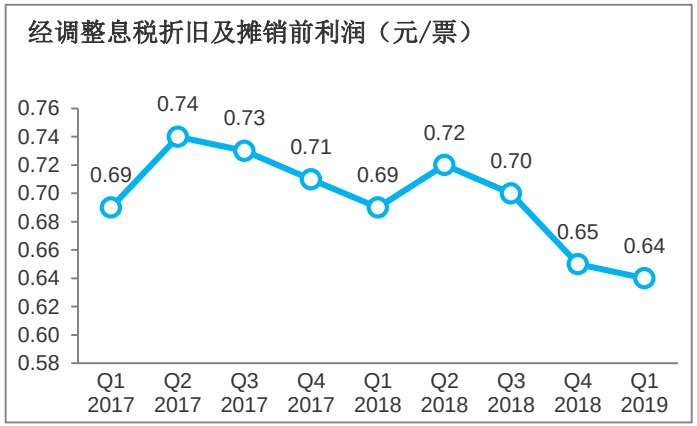
注：

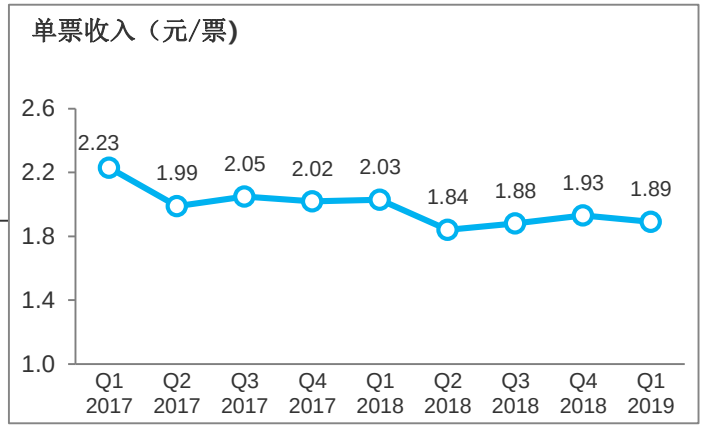
1. 包括现金及现金等价物、限制性现金和短期投资；2018年5月公司收到阿里巴巴等集团战略投资金额13.8亿美元

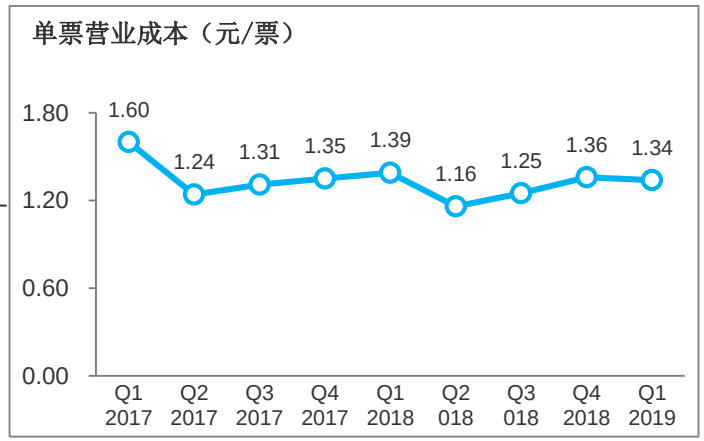
单票经济效益

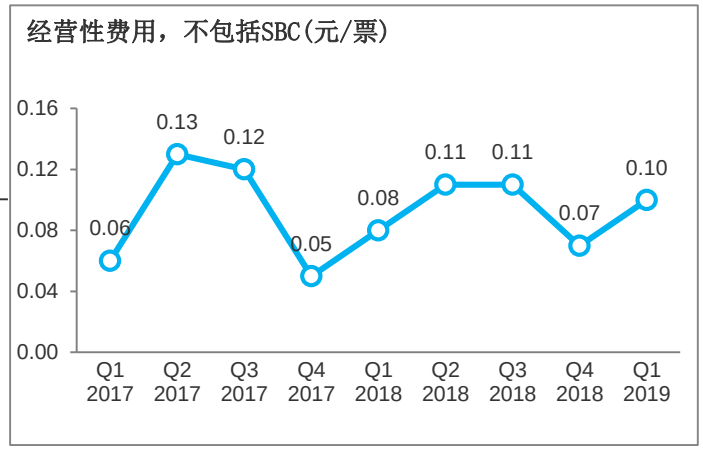












注：
1. 未包含货代业务
2. 四舍五入处理，数字相加可能与总数不符

（非）美国通用会计准则调节表

	截至以下日期前的3个月	
	2018年03月31日	2019年03月31日
调整后息税折旧及摊销前利润	（百万人民币）	（百万人民币）
净利润	**557**	**682**
加：折旧	176	271
加：摊销	11	11
加：利息费用	1	-
加：所得税费用	154	192
息税折旧及摊销前利润	**899**	**1,156**
加：股权激励费用	200	284
减：处置股权投资和子公司的收益，税前	-	-1
调整后息税折旧及摊销前利润	**1,099**	**1,441**
经调整的息税折旧及摊销前利润率	*31.0%*	*31.5%*
调整后净利润		
净利润	**557**	**682**
加：股权激励费用	200	284
减：处置股权投资和子公司的收益，税后	-	-1
调整后的净利润	**757**	**966**
调整后的净利润率	*21.4%*	*21.1%*

注：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

	截至以下日期的3个月												
	2016年3月31日	2016年6月30日	2016年9月30日	2016年12月31日	2017年3月31日	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
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	**338,814**	**425,802**	**547,177**	**739,811**	**502,870**	**716,923**	**717,230**	**1,221,874**	**557,455**	**1,492,226**	**1,059,375**	**1,278,854**	**681,647**
加：折旧	**51,008**	**62,453**	**89,174**	**99,032**	**122,011**	**127,083**	**138,757**	**135,002**	**176,197**	**186,200**	**202,669**	**243,940**	**271,423**
加：摊销	**4,688**	**5,349**	**6,310**	**6,963**	**7,595**	**8,702**	**8,455**	**12,760**	**10,670**	**12,693**	**11,709**	**9,641**	**11,293**
加：利息费用	**3,644**	**4,742**	**3,766**	**834**	**5,708**	**5,029**	**2,479**	**2,452**	**773**	**3**	**4**	**-**	**-**
加：所得税费用	**122,018**	**171,954**	**186,468**	**251,547**	**166,609**	**233,323**	**237,670**	**8,759**	**154,280**	**350,858**	**201,355**	**222,639**	**191,858**
息税折旧及摊销前利润	**520,172**	**670,300**	**832,895**	**1,098,187**	**804,793**	**1,091,060**	**1,104,591**	**1,380,847**	**899,375**	**2,041,980**	**1,475,112**	**1,755,074**	**1,156,221**
加：股权激励费用	**38,634**	**83,366**	**251**	**251**	**251**	**13,492**	**13,492**	**13,492**	**199,744**	**27,983**	**10,876**	**10,876**	**284,264**
加：投资减值	**-**	**-**	**-**	**-**	**-**	**-**	**-**	**30,000**	**-**	**-**	**-**	**-**	**-**
减：处置股权投资和子公司的收益，税前	**-9,551**	**-**	**-**	**-**	**-**	**-**	**-**	**-**	**-**	**-549,733**	**-12,904**	**-**	**-529**
调整后息税折旧及摊销前利润	**549,255**	**753,666**	**833,146**	**1,098,438**	**805,044**	**1,104,552**	**1,118,083**	**1,424,339**	**1,099,119**	**1,520,230**	**1,473,084**	**1,765,950**	**1,441,014**
调整后息税折旧及摊销前利润率	**28.00%**	**32.96%**	**35.40%**	**34.40%**	**30.77%**	**37.17%**	**35.57%**	**32.89%**	**31.01%**	**36.21%**	**34.80%**	**31.38%**	**31.50%**
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	**338,814**	**425,802**	**547,177**	**739,881**	**502,870**	**716,923**	**717,230**	**1,221,874**	**557,455**	**1,492,226**	**1,059,375**	**1,278,854**	**681,647**
加：股权激励费用	**38,634**	**83,366**	**251**	**251**	**251**	**13,492**	**13,492**	**13,492**	**199,744**	**27,983**	**10,876**	**10.876**	**284,264**
加：投资减值	**-**	**-**	**-**	**-**	**-**	**-**	**-**	**30,000**	**-**	**-**	**-**	**-**	**-**
减：处置股权投资和子公司的收益，税后	**-9,551**	**-**	**-**	**-**	**-**	**-**	**-**	**-**	**-**	**-424,521**	**-11,756**	**-**	**-529**
调整后净利润	**367,897**	**509,168**	**547,428**	**740,062**	**503,121**	**730,415**	**730,722**	**1,265,366**	**757,199**	**1,095,688**	**1,058,495**	**1,289,730**	**966,440**
调整后净利润率	**18.80%**	**22.27%**	**23.30%**	**23.20%**	**19.24%**	**24.58%**	**23.25%**	**29.22%**	**21.36%**	**26.10%**	**25.00%**	**22.92%**	**21.13%**

注：四舍五入处理，数字相加可能与总数不符

纽约证券交易所代码：ZTO

网站: www.zto.com

邮箱: ir@zto.com