

公司 H 股代码：00598

公司 H 股简称：中国外运（Sinotrans）

公司 A 股代码：601598

公司 A 股简称：中国外运

中国外运股份有限公司

2022 年年度报告摘要

第一节 重要提示

- 1 本年度报告摘要来自年度报告全文，为全面了解本公司的经营成果、财务状况及未来发展规划，投资者应当到 www.sse.com.cn、www.hkexnews.hk 网站仔细阅读年度报告全文。
- 2 本公司董事会、监事会及董事、监事、高级管理人员保证年度报告内容的真实性、准确性、完整性，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担个别和连带的法律责任。
- 3 未出席董事情况

未出席董事职务	未出席董事姓名	未出席董事的原因说明	被委托人姓名
非执行董事	江舰	其他工作安排	邓伟栋
独立非执行董事	宋海清	其他工作安排	李倩

- 4 信永中和会计师事务所（特殊普通合伙）为本公司出具了标准无保留意见的审计报告。
- 5 董事会决议通过的本报告期利润分配预案或公积金转增股本预案
公司已于2022年11月18日派发2022年半年度股息每股现金红利0.10元（含税），共计730,955,207.50元（含税）。董事会建议公司以实施权益分派股权登记日登记的总股本（扣除公司回购专用账户中的股份）为基数派发2022年年度股息，每股派发现金红利0.10元人民币（含税）。截至本年度报告披露之日，公司总股本为7,294,216,875股，公司回购专用账户中的股数为49,280,000股（A股），预计派发现金红利724,493,687.50元（含税），剩余利润作为未分配利润留存，不进行送股或公积金转增股本。该预案尚需本公司股东大会进行审议。如年度派息议案获股东大会批准，则本公司2022年全年每股派息金额合计为0.20元（含税）。

第二节 公司基本情况

1 公司简介

股票种类	股票上市交易所	股票简称	股票代码
H股	香港联合交易所有限公司	中国外运(Sinotrans)	00598
A股	上海证券交易所	中国外运	601598

联系人和联系方式	董事会秘书/公司秘书	证券事务代表
姓名	李世础	卢荣蕾
办公地址	中国北京朝阳区安定路5号院10号楼外运大厦B座	中国北京朝阳区安定路5号院10号楼外运大厦B座
电话	8610 52295721	8610 52295721
电子信箱	ir@sinotrans.com	ir@sinotrans.com

2 报告期公司主要业务简介

2.1 报告期内公司所处行业情况

(1) 国际经济形势严峻复杂，国内经济发展持续恢复

2022年，受全球地缘政治冲突及通胀压力增加等因素影响，全球经济下行压力持续加大，经济增长明

显放缓，世界银行预计全球经济增速将下降至 4.1%，国际货币基金组织(IMF)预计全球经济增速为 3.4%。国内经济受多重超预期因素的反复冲击，需求收缩、供给冲击、预期转弱三重压力持续演化，发展环境的复杂性、严峻性和不确定性上升。2022 年全年国内生产总值(GDP)121.02 万亿元，按不变价格计算，比上年增长 3%(上年同期为 8.1%)，保持稳步增长。外贸规模再创历史新高，结构不断优化，中国对外进出口总值达 42.07 万亿元，比上年增长 7.7% (上年同期为 21.4%)，其中：出口 23.97 万亿元，增长 10.5%；进口 18.1 万亿元，增长 4.3%；分区域看，中国对东盟和“一带一路”沿线国家的进出口增速超过对外进出口总值的增速，占比有所加大；具体来看，中国对东盟、欧盟、美国分别进出口 6.52 万亿元、5.65 万亿元和 5.05 万亿元，分别增长 15%、5.6%和 3.7%；对“一带一路”沿线国家进出口合计 13.83 万亿元，同比增长 19.4%，占中国外贸总值的 32.9%，提升 3.2 个百分点；对 RCEP 其他成员国进出口增长 7.5%。2022 年，海关监管进出口货运量 481,715.2 万吨，同比下降 3.3% (上年同期为 1.4%)，其中进口 309,706.9 万吨，同比下降 4.6%，出口 172,008.3 万吨，同比下降 1.0%。

(2) 我国物流行业实现恢复性增长，发展质量稳步提升

面对复杂多变的外部环境，我国物流行业内驱动力增强，供应链一体化服务能力进一步优化，整个物流行业保持韧性恢复，发展质量稳步提升。2022年全国社会物流总额347.6万亿元，同比增长3.4% (上年同期为9.2%)；物流需求结构持续优化，工业物流需求总体稳定，电商物流需求实现较快发展，再生资源物流需求高速增长。2022年，全国物流业总收入12.7万亿元，同比增长4.7% (上年同期为15.1%)，多式联运的加速推进、国际服务网络覆盖范围的持续扩大、物流领域智能化、自动化等关键技术的创新和应用等推动物流服务不断向高质量迈进。从物流行业景气水平来看，景气指数除4月份外，总体保持在48-50%区间，物流业景气水平整体趋缓。

(3) 国际海运市场需求减弱，运价水平持续回归

根据克拉克森数据，从需求端看，2022年，受国际政治经济形势的影响，全球贸易增速下滑，全球海运市场面临需求减弱的压力，2022年全球海运集装箱贸易量预计为2.01亿TEUS，同比下降3%。从供给端看，2022年，全球集装箱船队总运力规模达到2,573.9万TEUS，同比增长4.1%，港口拥堵状况明显改善，全球主干航线综合准班率指数呈回升态势，已由2022年1月的24.09%上升至12月的43.73% (来自上海航运交易所数据)，全球集装箱航线逐步回归原有布局。运价方面，中国出口集装箱运价综合指数(CCFI)上半年持续高位运行，下半年海运运力过剩，海运运价出现快速回落，从7月的3,240点下跌至12月的1,359点，已向2019年水平回归；各出口航线运价持续调整，均呈现不同程度的降幅；全年CCFI均值为2,792点，同比增长6.75%。

2022年，全国港口集装箱吞吐量为2.96亿标准箱，同比增长4.7% (上年同期为7%)；全国港口货物吞吐量156.85亿吨，同比增长0.9% (上年同期为6.8%)，其中外贸货物吞吐量同比下滑1.9%。

(4) 全球空运市场需求下降，运价水平持续回落

根据国际航空运输协会(IATA)的数据，从需求端看，2022年受全球经济持续低迷、通货膨胀、消费能力

等影响，全球航空货运需求整体呈现疲软的趋势，自2022年3月起，各月货运需求均低于2021年水平，2022年全球航空货运需求（按CTKs计）同比下降8.0%（其中国际需求下降8.2%），较2019年下降1.6%。从供给端看，客机的逐步复苏带来腹舱运力的持续增长，但专用货机随着需要的下降有所调整，2022年全球航空货运运力（按ACTKs计）同比增长3.0%（其中国际运力增长4.5%），较2019年下降8.2%（国际运力下降9.0%）。分区域来看，与2019年相比，受俄乌冲突等影响，亚太和欧洲航空公司表现较差，需求和运力均呈现较大下滑，北美航空公司需求和运力均保持增长态势。运价方面，下半年出口航空运价整体震荡下行，运价水平已向2019年水平回归。随着国内经济活动恢复常态化发展，国际航班恢复的进度会进一步加快，承运人、包机人等对货机运力的投放将更趋于理性，空运业务或将告别高毛利时期，运力市场将渐归常态。

根据中国民用航空局统计，2022年我国航空货运持续发力，稳步复苏，全行业货邮运输量607.6万吨，同比下降17%，恢复至2019年的80.7%；其中国际航线263.8万吨，同比下降1.1%。

（5）中欧班列持续稳步增长，中老铁路释放活力

2022年，面对俄乌冲突和海运运价下跌冲击，中欧班列展现出了较强的发展韧劲，全国中欧班列开行16,562列、发送161.4万标准箱，同比分别增长9%、10%。国铁集团实施扩编增吨，中欧班列最大编组数提高到55辆，进一步提升中欧班列运输能力，推动口岸及后方通道扩能改造，主要口岸通行能力有效提升。中老铁路开通运营一周年货物运输强劲增长，开行跨境货物列车3,000列，跨境运输货值超130亿元，跨境货物列车由开通初期的日均2列增加到日均12列，为促进中老经济发展发挥了积极作用。

（6）跨境电商市场规模持续扩张，增速放缓

根据网经社数据，2022上半年中国跨境电商市场规模达7.1万亿元，预计2022年市场规模将达15.7万亿元，同比增长6%（上年同期为13.6%）。2022年，整个跨境电商及物流行业遭遇倒春寒，受通胀高企，海外关税政策多变，海外查验监管更加频繁等影响，导致需求不畅，部分商品和物流线路甚至出现价格倒挂，在地缘冲突、通胀加剧等不利因素的影响下，出口及跨境电商增速均不可避免地出现了放缓迹象。跨境电商中长期仍然有广阔的发展空间，但未来走势将会比较理性。

2.2 报告期内公司从事的业务情况

本集团是中国领先的综合物流服务提供商和整合商，秉承“运万物、连世界、创生态，以物流成功推动产业进步”的企业使命，凭借完善的服务网络、丰富的物流资源、强大的专业物流能力与领先的供应链物流模式，为客户提供定制化的专业物流解决方案和一体化的全程供应链物流服务。

本集团的主营业务包括专业物流、代理及相关业务和电商业务三大板块。其中，专业物流是核心业务，聚焦高成长、高附加值的细分行业及其上下游，推动产业高质量发展；代理及相关业务是基石业务，为专业物流业务及跨境电商业务发展提供支撑；电商业务是公司的新兴业务，主要服务于快速发展的跨境电商客户，利用公司的可控运力优势和资源整合能力为客户提供跨境端到端服务，保障客户供应链高效稳定发展。

（1）专业物流

中国外运根据客户的不同需求，为客户提供量身定制的、覆盖整个价值链的一体化物流解决方案并确保方案的顺利实施，包括合同物流、项目物流、化工物流、冷链物流以及其他专业物流服务。

合同物流基于长期的合作关系，为客户提供包括采购物流、生产物流、销售物流、逆向物流等供应链物流管理服务，同时还可提供物流方案设计咨询、供应链优化及供应链金融等增值服务。公司的合同物流业务按照目标行业进行管理，在消费品及零售、汽车及工业制造、电子及高科技、医疗健康等多个行业及领域具有领先的方案解决能力。公司已与境内外众多知名企业建立了良好的长期合作关系。合同物流受宏观经济和国内制造业、消费市场变化等因素的影响。

项目物流主要服务于出口项目，面向电力能源、石油化工、冶金矿业、基础设施、轨道车辆等行业的中国对外工程承包企业，提供工程设备及物资从中国到海外目的地的门到门、一站式物流解决方案设计及执行服务。服务内容包括但不限于提供物流方案设计、海运、空运、陆运、仓储、包装、报关报检、港口中转、大件运输、进出口政策咨询等。公司已在全球，特别是“一带一路”相关国家和地区操作了众多物流项目，具有丰富的项目经验。项目物流主要受中国对外承包工程以及世界各国及地区经济和政治、安全局势等因素的影响。

化工物流主要服务于精细化工行业客户，为客户提供供应链解决方案及物流服务，主要包括危险品及普通包装化工品的仓储、运输配送、国际货代和多式联运等。公司拥有集仓储、运输（含液体罐箱）、货代、多式联运及保税为一体的综合服务体系，形成聚焦华东、华北及西南区域，协同东北、华南社会资源的全网布局。化工物流除受化工行业景气度的影响外，也与行业政策及安全监管要求等密切相关。

冷链物流主要服务于品牌餐饮、零售商超、食品加工制造及流通企业、进出口贸易客户，为客户提供全程端到端一站式服务，主要包括冷链仓干配一体化业务、进出口国际供应链业务。公司已建立全国性的冷链物流网络布局，具有较强的“仓干配”综合性解决方案服务能力、全过程冷链温控与追踪和高标准冷库的设计、投资建设与运营管理能力。

公司专业物流的经营目标是向价值链整合转型。作为公司核心业务，专业物流将以“方案客户化、销售行业化、服务集成化、运营一体化”为目标，以解决方案带动全局，聚焦重点目标行业，做精做深产业链，服务纵向延伸，经验横向复制，形成在目标行业的专业能力和规模优势。

（2）代理及相关业务

中国外运代理及相关业务主要包括海运代理、空运代理、铁路代理、船舶代理和库场站服务等服务。中国外运是中国最大的货运代理公司，拥有覆盖中国、辐射全球的庞大服务体系。

海运代理方面，中国外运主要为客户提供订舱、安排货物出运、提箱、装箱、仓储、集疏港、报关报检、分拨、派送等与水路运输相关的多环节物流服务。中国外运是世界领先的海运代理服务商之一，年处理海运集装箱量超过一千万标准箱，能提供中国各主要港口与全球各国家和地区之间的全程供应链物流服务。

空运代理方面，中国外运主要为客户提供提派、报关报检、仓储、包装、订舱及操作、航空干线运输代

理和卡车转运等专业化空运货运代理服务。作为国内领先的空运货代企业，中国外运积累了丰富的操作经验，为保障供应链的稳定性，与国内外重点航空公司（如南航、汉莎、国航、ASL航空、阿特拉斯、海南航空等）、核心海外代理和国内物流服务商建立了稳定的战略合作关系。2022年，公司运营了18条定班包机线路，航线涉及欧洲线、美洲线、亚洲线等国家和地区，把控海外渠道，可为客户提供全程化、可视化、标准化的空运全供应链物流服务。

铁路代理方面，中国外运是国内领先的铁路货代服务商，可为客户提供散杂货和集装箱等多种方式的铁路代理服务和信息服务，包括国内铁路代理服务、国际铁路代理服务（含过境铁路代理服务）以及海铁联运在内的全程供应链服务。截至2022年12月31日，公司国际班列自营平台在长沙、沈阳、深圳、东莞、新乡、泉州、德阳等地累计开通线路50余条（其中周班常态化运行14条）；公司国际班列累计发运8,600余列，近100万标准箱，其中中欧班列超过7,300列，近83万标准箱。同时，参与中老泰通道建设，建立中老铁路双向运输及跨境转运、箱管等综合服务能力，完成中老泰铁路服务产品1.8万标准箱。

船舶代理方面，中国外运是中国领先的船舶代理服务公司，在中国沿海、沿江70多个口岸设有分支机构，并在香港特别行政区、日本、韩国、德国、泰国等地设立代表处，为船公司提供船舶进出港、单证、船舶供应及其他船舶在港口相关业务等服务。

库场站服务方面，中国外运为客户提供货物储存及装拆箱、货物装卸、发运、分拨配送等相关服务，中国外运拥有丰富的仓库和集装箱场站资源，并在广东、江苏、安徽及广西省拥有11个自营内河码头，是公司提供优质、高效的货运代理和综合物流服务的重要依托。

公司代理及相关业务主要受全球贸易情况、中国出口集装箱运价、中国港口集装箱吞吐量、航空货邮运输量以及市场供求关系等多种因素的影响。

公司代理及相关业务是业务发展的基石，将紧密围绕客户需求，强化客户驱动，注重价值创造和模式创新，延伸服务链条，深挖客户和供应商价值，推进平台化和产品化建设，逐步向全程供应链方向转型。

（3）电商业务

中国外运电商业务包括跨境电商物流、物流电商平台和物流装备共享平台。**跨境电商物流业务**主要指为满足跨境电商客户的物流需求，通过整合干线和海外仓资源进行标准化产品的开发和设计，现已面向市场推出欧洲、美国、南美、日韩等国家和地区的电商小包产品和FBA头程产品，服务范围涵盖上门揽收、国内（保税）仓库管理、进出口清关、国际段运输、海外仓管理、末端配送等。跨境电商物流业务主要受跨境电商规模、海关政策等因素的影响。**物流电商平台**指公司通过统一在线物流电商平台—运易通向平台客户提供各种线上化公众服务和数字化全链路服务，其中公众服务涵盖运价查询、订单可视化追踪、在线支付等；全链路服务区域涵盖中日韩、东南亚等。**物流装备共享平台**指公司提供集装箱和移动冷库等物流设备租赁及追踪、监控服务。

公司将抓住物流电商和电商物流两条主线，以技术创新和商业模式创新整合内外部资源，在推动主营业

务全面线上化的基础上，大力发展跨境电商业务，并积极探索物流电商平台模式；强化科技创新，推进产业链接。

3 公司主要会计数据和财务指标

3.1 近5年的主要会计数据和财务指标

单位：百万元 币种：人民币

	2022年	2021年		本年比上年 增减(%)	2020年	2019年	2018年
		调整后	调整前				
总资产	77,825.77	74,306.36	74,302.89	4.74	65,818.70	61,905.29	61,513.63
归属于上市公司股东的净资产	34,866.03	33,101.22	33,098.98	5.33	30,448.00	28,448.18	23,245.32
总负债	40,957.33	39,256.06	39,254.83	4.33	33,567.92	31,640.57	35,588.24
营业收入	108,816.72	124,348.39	124,345.53	-12.49	84,536.84	77,655.11	77,318.35
归属于上市公司股东的净利润	4,068.26	3,713.52	3,713.41	9.55	2,754.42	2,804.14	2,704.62
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	3,534.75	3,389.24	3,389.24	4.29	2,354.37	2,073.10	1,106.40
经营活动产生的现金流量净额	5,118.25	4,164.56	4,164.90	22.90	3,956.39	3,322.17	2,014.74
加权平均净资产收益率(%)	11.93	11.69	11.69	增加 0.24个 百分点	9.35	10.29	11.97
基本每股收益(元/股)	0.55	0.50	0.50	10.28	0.37	0.38	0.45
稀释每股收益(元/股)	0.55	0.50	0.50	10.28	0.37	0.38	0.45

3.2 报告期分季度的主要会计数据

单位：元 币种：人民币

	第一季度 (1-3月份)	第二季度 (4-6月份)	第三季度 (7-9月份)	第四季度 (10-12月份)
营业收入	29,641,338,920.13	25,550,135,355.84	25,201,628,514.79	28,423,620,664.26
归属于上市公司股东的净利润	982,486,300.96	1,344,192,619.08	1,216,098,140.00	525,483,061.35
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润	899,687,775.53	1,237,981,430.58	1,102,742,198.67	294,336,962.06
经营活动产生的现金流量净额	-1,460,576,806.65	2,133,566,837.24	1,254,981,883.26	3,190,275,666.15

季度数据与已披露定期报告数据差异说明

适用 不适用

4 股东情况

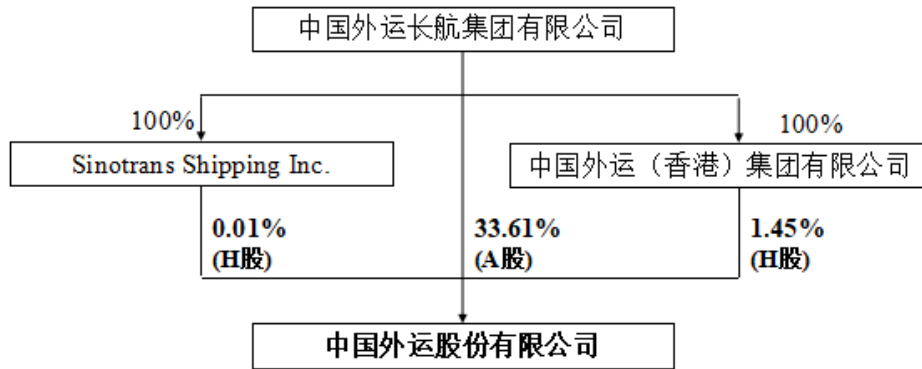
4.1 报告期末及年报披露前一个月末的普通股股东总数、表决权恢复的优先股股东总数和持有特别表决权的股份的股东总数及前 10 名股东情况

单位：股

截至报告期末普通股股东总数（户）					63,392		
其中：A 股股东户数					63,266		
H 股股东户数					126		
年度报告披露日前上一月末的普通股股东总数（户）					63,299		
其中：A 股股东户数					63,173		
H 股股东户数					126		
截至报告期末表决权恢复的优先股股东总数（户）					/		
年度报告披露日前上一月末表决权恢复的优先股股东总数（户）					/		
前 10 名股东持股情况							
股东名称 （全称）	报告期内增 减	期末持股数量	比例（%）	持有有限 售条件的 股份数量	质押、标记或 冻结情况		股东 性质
					股份 状态	数量	
中国外运长航集团有限 公司	0	2,472,216,200	33.61	0	无	0	国有法人
HKSCC NOMINEES LIMITED	-45,696,000	2,061,845,399	28.03	0	未知	未知	境外法人
招商局集团有限公司	0	1,600,597,439	21.76	0	无	0	国有法人
香港中央结算有限公司	-44,138,202	110,511,456	1.50	0	无	0	境外法人
DEUTSCHE POST BETEILIGUNGEN HOLDING	0	35,616,000	0.48	0	未知	未知	境外法人
陈经建	-1,070,103	15,284,900	0.21	0	无	0	境内自然 人
中国农业银行股份有限 公司—中证 500 交易型 开放式指数证券投资基金	4,545,700	13,585,614	0.18	0	无	0	未知
蒋春生	900,000	12,285,300	0.17	0	无	0	境内自然 人
中国农业银行股份有限 公司—大成睿享混合型 证券投资基金	10,596,800	10,596,800	0.14	0	无	0	未知
中国人寿保险股份有限 公司—分红—个人分红 —005L—FH002 沪	9,036,541	9,532,641	0.13	0	无	0	未知
上述股东关联关系或一致行动的说明	中国外运长航为招商局的全资子公司。						
表决权恢复的优先股股东及持股数量的 说明	无						

4.2 公司与控股股东之间的产权及控制关系的方框图

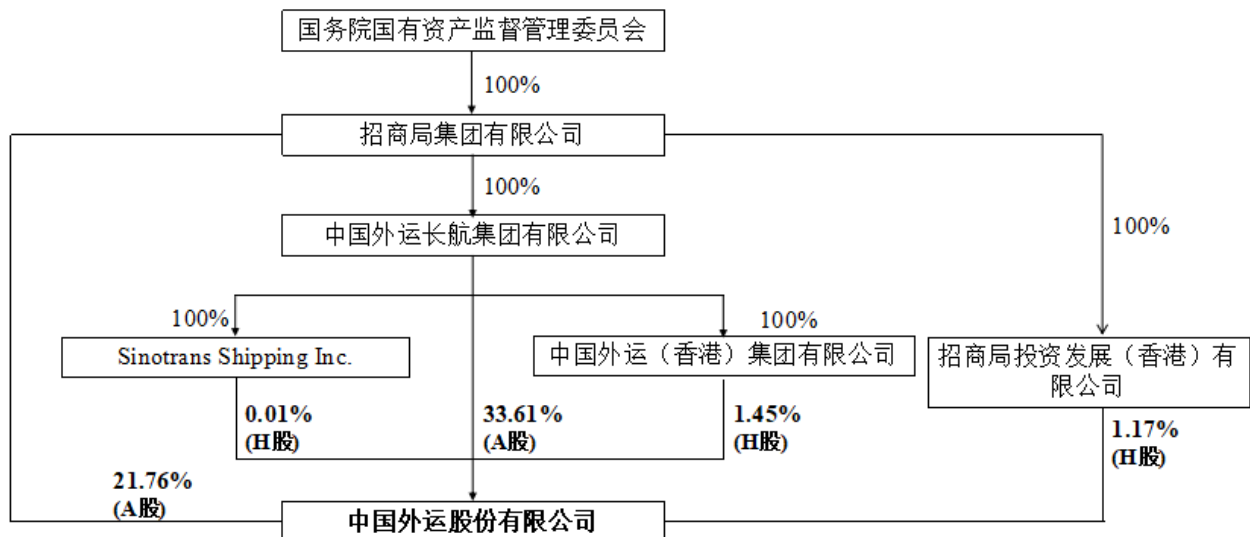
√适用 □不适用



注：上图持股比例是基于本公司于2022年12月31日已发行股份数目总额7,355,104,875股（包括2,099,188,000股H股及5,255,916,875股A股）计算。

4.3 公司与实际控制人之间的产权及控制关系的方框图

适用 不适用



注：上图持股比例是基于本公司于2022年12月31日已发行股份数目总额7,355,104,875股（包括2,099,188,000股H股及5,255,916,875股A股）计算。

4.4 报告期末公司优先股股东总数及前10名股东情况

适用 不适用

5 公司债券情况

适用 不适用

5.1 公司所有在年度报告批准报出日存续的债券情况

单位:亿元 币种:人民币

债券名称	简称	代码	到期日	债券余额	利率(%)
中国外运股份有限公司2021年面向专业投资者公开发行公司债券(第一期)	21外运01	188446	2026-07-26	20	3.15(注)
中国外运股份有限公司2021年度第一期中期票据	21中外运MTN001	102101041	2024-06-09	20	3.5

注：第3年末发行人调整票面利率选择权和投资者回售选择权。

报告期内债券的付息兑付情况

债券名称	付息兑付情况的说明
中国外运股份有限公司 2021 年面向专业投资者公开发行公司债券（第一期）	2022 年 7 月 26 日按时兑付 2022 年度利息 6,300 万元人民币
中国外运股份有限公司 2021 年度第一期中期票据	2022 年 5 月 30 日按时兑付 2022 年度利息 7,000 万元人民币。

报告期内信用评级机构对公司或债券作出的信用评级结果调整情况

适用 不适用

5.2 公司近 2 年的主要会计数据和财务指标

适用 不适用

单位：元 币种：人民币

主要指标	2022 年	2021 年	本期比上年同期增减（%）
资产负债率（%）	52.63	52.83	减少 0.2 个百分点
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后净利润	3,534,748,366.84	3,389,237,742.16	4.29
EBITDA 全部债务比	0.51	0.48	6.25
利息保障倍数	11.77	11.69	0.68

第三节 重要事项

1 公司应当根据重要性原则，披露报告期内公司经营情况的重大变化，以及报告期内发生的对公司经营情况有重大影响和预计未来会有重大影响的事项。

1.1 报告期内总体经营情况

2022 年，受全球地缘政治冲突、通胀高企、需求疲软、能源供应短缺等影响，世界经济下行风险加大，全球贸易增长动能减弱。国内经济受多重超预期因素的反复冲击，需求收缩、供给冲击、预期转弱三重压力持续演化，发展环境的复杂性、严峻性和不确定性上升。2022 年上半年，全球海运和空运运价仍高位运行，下半年在全球海运集装箱贸易量下滑、全球航空货运需求下降和有效运力持续恢复的双向挤压下，全球海运运价急剧下滑，空运运价震荡下行，主要航线价格水平向 2019 年水平回归。

2022 年对于中国物流行业是极具挑战的一年。面对各种风险挑战，公司在稳中求进中实现稳中向好。2022 年，公司实现营业收入 1,088.17 亿元，稳住了千亿规模；归属于母公司净利润 40.68 亿元，同比增长 9.55%，主要是因为公司深耕合同物流细分行业，创新服务模式，带动利润上升，以及美元兑人民币大幅升值导致汇兑收益增加。公司财务指标保持稳健，流动性充足。

（1）持续优化业务和客户结构，提升经营质量

业务方面，公司持续优化业务结构，较之五年前合同物流业务发展规模显著增长，成为应对市场挑战的关键增长极，空运业务占比明显提升，海运业务经营质量稳步改善。公司整体业务结构更加均衡，抗风险能力加强，为公司稳健高质量发展奠定了良好的基础。客户方面，全面扩大战略客户和核心直接客户的合作规

模，公司核心直接客户收入规模近 500 亿元，同比提升 10%，占比明显提升。

(2) 聚焦“双链”“双循环”，产品通道和解决方案取得重点突破

水运方面，继续推进东南亚水运通道建设，相继开通了华南、华东、华中至东南亚集装箱水运通道，打造了日韩全链路产品，提升了长江内支线运输的规模化和集约化水平。

空运方面，在稳定欧美航线优势的基础上，推进在拉美等重点地区的市场拓展；公司全年共运营 18 条包机航线，稳定运营 8 条包机航线，实现可控运力 22.8 万吨，同比增长 3.17%；持续开发跨境电商小包、FBA 头程、海外仓等标准化产品和全链路产品。

陆运方面，基于自营常态化班列线路，公司积极打造中欧精品班列，建立了国际班列网络化、集约化、专业化发展的运营体系，国际班列累计发运近 100 万标准箱；2022 年，新增 6 条自营班列线路，中欧班列全年发运 28.15 万标准箱，箱量同比增长 27%，市场占有率提升 2.4 个百分点至 17.6%；作为首批参与中老铁路的运营方之一，公司中老泰通道建设取得突破性进展，首次打通了中国—老挝—泰国铁路多式联运通道，先行开通中老泰冷链班列。2022 年，铁路代理业务量同比上升 21.3%，收入同比上升 42.73%。

汽运方面，持续优化和推广汽车运输管理信息平台（SDCC 系统），在线运力已达 10 万台；加强汽运通道的一体化精益运营，通过货源集约、整合运力、统一运营和统一调度，重点打造了 22 条优势货量线路。

多式联运方面，公司充分发挥全网运营优势，采用海空联运，港转港、陆转水等产品方式保障供应链畅通、安全和稳定。同时，公司“日韩—威海—欧亚四线四品海陆空联动国际多式联运”项目获评国家级示范工程。

合同物流深耕细分行业，加大智慧物流技术的应用，积极复制推广“3PL+4PL”，凝练行业解决方案、延伸服务链条，实现拓增量、提质效。①汽车行业瞄准入厂物流难点痛点，打造“循环取货+产前仓”服务模式，提升路径规划、货物追踪、仓库选址等专业能力，助力客户实现供应链成本降低。②医疗健康行业针对高精密度医疗设备跨境运输的物流需求，结合公司跨境通道、海外资源、运作能力等优势，打造“专有能力和全程可控”解决方案，助力客户节约运输成本，实现医疗设备跨境业务突破。③快消及零售行业针对客户日益增长的电商渠道销售需求，为客户制定基于“科技+BC 同仓”的全渠道解决方案。电子及高科技行业针对电子行业客户自动化的趋势，为客户提供自动化建设和运营过程中的专项提升方案，实现从规划到落地的闭环管理，助力客户实现自动化效能提升。2022 年，合同物流实现收入和分部利润的双位数增长。

(3) 聚焦高质量发展，战略布局与资源配置进一步优化

公司把握东南亚发展机遇，加快海外网络布局，设立新加坡公司，完成越南、老挝等国重点口岸的网点布局，实现东盟国家级骨干物流网络的全覆盖；推进香港地区机构资源整合，开启了中国外运在港一体化运营。与此同时，国内积极布局长三角、环渤海、粤港澳大湾区、西部陆海新通道等战略区域，并参与国家物流枢纽建设。

(4) 聚焦数字化转型，开启科技赋能智慧物流新模式

以全面数字化转型为主线，推动业务重构与运营重塑。优化数字化转型的组织体系，进一步明确数字化转型的方向、目标和路径，启动客户体系及客户关系管理系统建设。公司主系统整合及能力建设不断加强，主系统覆盖主营业务收入超过 65%。

重点打造赋能型创新体系，形成了以智能盘点装备、运输及调度优化算法、智能化关务共享单证服务等为代表的“数系列”“智系列”创新成果。运用“场景+科技”的模式，将科技与物流解决方案深度融合，加速分行业数智化解决方案的落地应用；构建“客户+科技”的模式，提升与客户的战略合作粘性，与重要客户共同打造新型履约交付中心；加强对前沿科技的持续投入，2022 年开通了多条 L4 级高度自动驾驶线路，累计里程达 30 万公里。报告期内，中国外运共新获得专利 22 件（含发明专利 15 件）、软件著作权 15 件。

（5）聚焦“双碳”战略，打造绿色物流

2022 年，发布了中国外运“双碳”战略规划和绿色物流白皮书，积极参与绿色物流相关行业标准制定；启动了仓库清洁能源应用、氢能重卡、碳足迹计算器等“双碳”试点示范项目，积极推动减碳科技与业务的融合应用，持续形成绿色物流解决方案；设立了新能源科技合资公司，谋求绿色发展新机遇。

1.2 分部经营及分部利润情况（其中分部利润为分部营业利润剔除对合联营企业的投资收益的影响）

专业物流

2022 年，本集团专业物流服务的对外营业额为 274.54 亿元，较上年的 241.83 亿元增长 13.52%；分部利润为 9.21 亿元，较上年的 8.25 亿元增长 11.71%；主要是因为公司深耕合同物流细分行业市场，做强做优存量业务，并不断开拓新业务，带动合同物流收入同比增长 21.02 亿元，增幅 11.63%，分部利润同比增长 0.89 亿元，增幅 13.76%。

代理及相关业务

2022 年，本集团代理及相关业务的对外营业额为 694.86 亿元，同比下降 19.12%；分部利润为 19.87 亿元，同比下降 9.16%；主要是因为海运运价同比下降，全球贸易需求减弱，海运代理业务量下降；且公司优化业务结构，减少部分利润率低的业务，导致海运代理收入和分部利润均同比下降；空运代理相关燃油成本以及因俄乌冲突产生的飞机绕行成本均同比上升，且包机补贴和空运运价同比下降，导致空运代理分部利润下降。

电商业务

2022 年，本集团电商业务的对外营业额为 118.77 亿元，同比下降 16.67%；分部利润为 1.77 亿元，同比下降 28.89%，主要是因为受欧盟税改及海外市场需求收缩等因素影响，电商物流出口货量降幅明显，同时，燃油成本及因俄乌冲突产生的飞机绕行成本上升、包机补贴和空运运价同比下降，导致跨境电商物流业务收入和分部利润下降。

1.3 主要业务运营数据

2022年，公司**合同物流**4,133.7万吨，2021年3,829.8万吨；**项目物流**569.4万吨，2021年573.6万吨；化

工物流368.2万吨，2021年338.2万吨；**冷链物流**97.7万吨，2021年102.7万吨。

2022年，公司**海运代理**1,302.3万标准箱，2021年1,388.6万标准箱；公司**空运通道**业务量78.1万吨（含跨境电商物流13.4万吨），2021年80.4万吨（含跨境电商物流17.0万吨）；**铁路代理**39.8万标准箱，2021年32.8万标准箱；**船舶代理**2,764.5万标准箱，2021年2,648.0万标准箱；**库场站服务**2,528.2万吨，2021年2,375.0万吨。

2022年，公司**跨境电商物流**31,071万票，2021年39,838万票；**物流装备共享平台**7.6万标准箱 / 天，2021年7.8万标准箱 / 天；**物流电商平台**104.3万标准箱，2021年136.6万标准箱。

2 公司年度报告披露后存在退市风险警示或终止上市情形的，应当披露导致退市风险警示或终止上市情形的原因。

适用 不适用