



2024年中期业绩 演示材料

2024年8月



通过参加包含本次演示的会面，或通过阅读演示材料，阁下同意受以下限制约束：

- 本次演示所涉及的信息由极兔速递环球有限公司（“公司”，与其子公司及综合并表实体合称“集团”）的代表为集团在投资者会面中的演示而准备，旨在提供信息。此演示包含了第三方研究获得的数据和信息。公司并未对这些来源获得的数据和信息进行独立验证。本次演示所含任何部分不得构成或作为任何合同、承诺或投资决定的基础或者依据。
- 任何人均未对本材料所包含的任何信息或意见的公正性、准确性、完整性或正确性做出任何明示或者默示的陈述或保证，任何人也不应依赖本材料所包含的任何信息。本材料无意提供（阁下亦不应依赖本材料将提供）关于集团财务、业务、发展前景的完整而全面的分析。无论公司或其各自的任何控制人、董事、管理人员、合伙人、雇员、附属人士、代理人、顾问或代表，均无须为由本次演示或其内容引起的或其它与本次演示相关的任何损失承担义务或责任（不论基于疏忽或其他原因）。
- 本次演示基于现行有效的经济、法律、市场及其他条件。本演示材料所载的信息可能会更新、完善、修改、验证和修正，且此信息可能会进行重大更改。后续发展可能会影响本次演示中包含的信息。公司或其各自的任何控制人、董事、管理人员、合伙人、雇员、附属人士、代理人、顾问或代表均无义务对本材料中包含的信息予以更新、修订或确认。
- 在本次演示中传达的信息包含一些具有或可能具有前瞻性的陈述。这些陈述通常包含“将要”、“可能”、“期望”、“预测”、“计划”和“预期”及类似含义的词汇。前瞻性陈述就其性质而言包含风险和不确定性，因为其涉及并依赖于将在未来发生的事件和情况。可能另有一些重大风险尚未被公司认为构成重大风险，或公司及其顾问或代表尚未意识到该等风险。针对这些不确定因素，任何人不应依赖这些前瞻性陈述。公司没有责任更新前瞻性陈述或修订其以反映未来的事件或发展。
- 本次演示中包含的集团财务数据系根据国际财务报告准则编制（除非另有说明），该准则在某些重大方面不同于其他国家的公认会计准则。本次演示中包含某些非国际财务报告准则下的财务业绩指标，例如“经调整净亏损”或“经调整EBITDA”。该等指标的提出是由于公司认为其有助于确定公司经营业绩。但是，该等指标不应被视为经营活动产生的现金流的替代、流动资金的计量、净利润的替代，也不应视为根据国际财务报告准则得出的其他计量方法而产生的反映公司业绩的指标。由于该等指标并非国际财务报告准则下的衡量指标，因此其不能与其他公司提出的类似名称的指标相比较。
- 本次演示及于此所载资料并不构成或组成任何对公司证券的出售要约或发行或对公司或归属于任何司法管辖区的任何子公司或关联方的证券的购买或认购要约的招揽或邀请的一部分。本次演示不包含任何可能导致其（1）被视为是《公司（清盘及杂项条文）条例》（香港法例第32章）第2（1）条（“《公司条例》”）所指的招股章程，或《公司条例》第38B条所指的广告或招股章程的摘录或节本，或载有《证券及期货条例》（香港法例第571章）第103条所指的广告、邀请或含有广告或邀请的文件，或（2）在香港，于未遵守香港法律或未能援引香港法律项下可获得的任何豁免的情况下向公众发出的要约，且如有实质变更，恕不另行通知。
- 本公司证券未曾且将不会根据经修订的《1933年美国证券法》（“《证券法》”）或美国任何州的法律进行注册。本次演示不构成在美国购买或认购证券的任何要约或邀请或该等要约或邀请的一部分，也不会直接或间接地在美国（包括其领土和属地、美国任何州和哥伦比亚特区）或进入美国分发。除在豁免于或不受《证券法》登记要求的交易中，本公司证券不会在美国发行或出售。公司的证券不会在美国进行公开发售。通过审阅本演示材料，阁下将被视为已表示并认同阁下及阁下代表的客户(i)为《证券法》144A规则定义下的合格机构投资者，或(ii)打算参与任何“离岸交易”投资（如《证券法》S条例所定义）的美国境外人士（《证券法》S条例项下的）。阁下并将被视为已表示并认同阁下及阁下代表的客户是《证券及期货条例》（香港法例第571章）及该等条例下制定的规则所定义之向专业投资者。
- 本次演示及于此所载资料仅提供给阁下作为参考，应严格保密，且不得被全部或部分的以任何形式复制或以任何方式分发给其他任何人。特别是，在本次演示中出现的任何信息或本次演示材料的任何副本均不能在美国、加拿大、澳大利亚、日本、香港或任何有相关禁止性规定的其他司法管辖区直接或间接地复制或传播给任何人。任何对以上限制的违反都可能构成对美国或其他国家证券法律的违反。本演示材料及其所载的任何信息不构成对任何的金钱、证券或其他对价的招揽，且任何基于本演示材料及其所载的任何信息而提供的金钱、证券或其他对价均不会被公司接受。
- 通过参加本次演示，阁下确认您将完全自行负责对集团市场地位以及市场的评估，并且阁下将自行进行分析并对集团业务的未来表现形成自己的观点或看法。公司或其各自的任何附属机构、控制人、董事、管理人员、合伙人、雇员、代理、代表或以上人士的顾问对于阁下或本材料信息披露的对象对本材料中包含的信息的使用或信赖不承担任何责任。任何基于某拟议证券发售而购买证券的决定（如有）应当仅仅基于为该发售而准备的发售通函或招股章程中的信息而做出。在任何情况下，有关各方都应自行对集团和本材料所载数据进行调查和分析。

1	整体概览	4
---	------	---

2	分部业务回顾	9
---	--------	---

3	集团财务回顾	22
---	--------	----

4	核心竞争力及增长策略	28
---	------------	----

5	附录	31
---	----	----

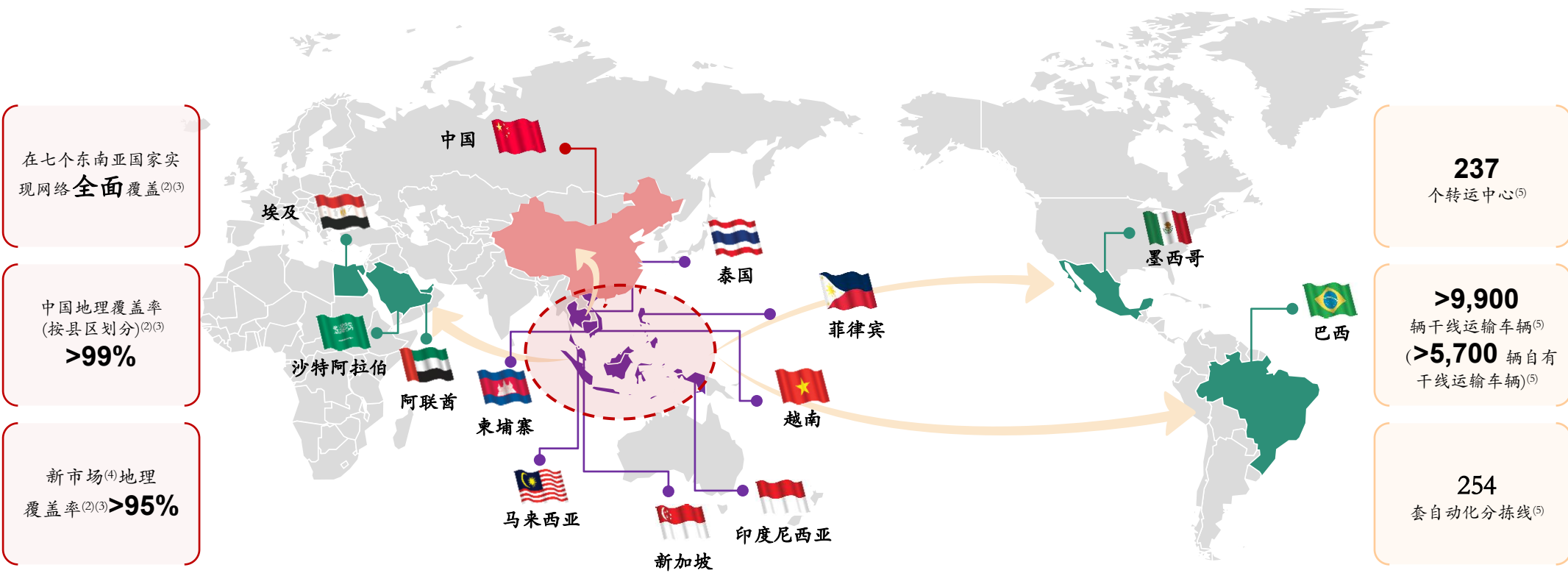


第一节

整体概览



快递服务覆盖13个国家，在东南亚⁽¹⁾和中国处于领先地位，且成功发展至拉丁美洲及中东



注：
1. 东南亚包括印度尼西亚、越南、马来西亚、泰国、菲律宾、柬埔寨和新加坡
2. 根据国家和区县
3. 截至2024年6月30日
4. 新市场包括沙特阿拉伯、阿联酋、墨西哥、巴西和埃及
5. 截至2024年6月30日

抓住所在市场电商和快递发展的巨大机遇

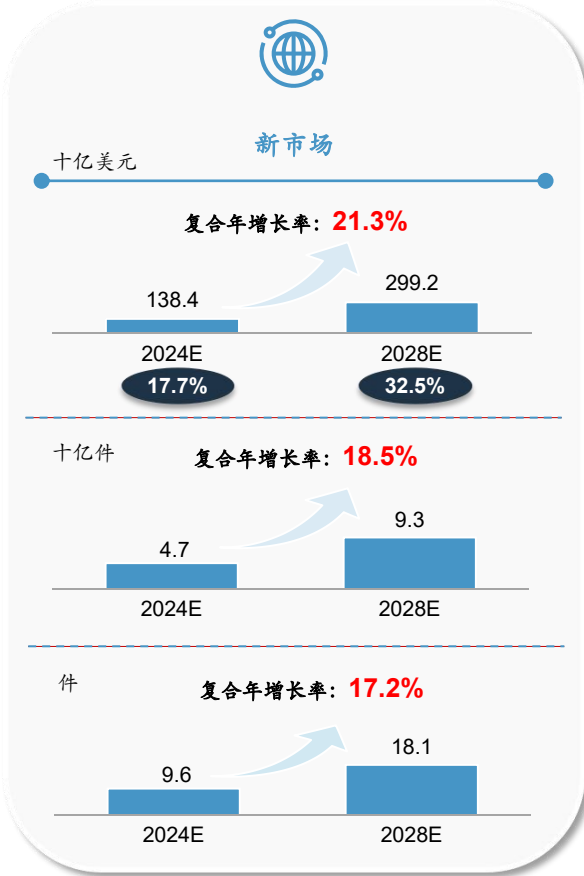
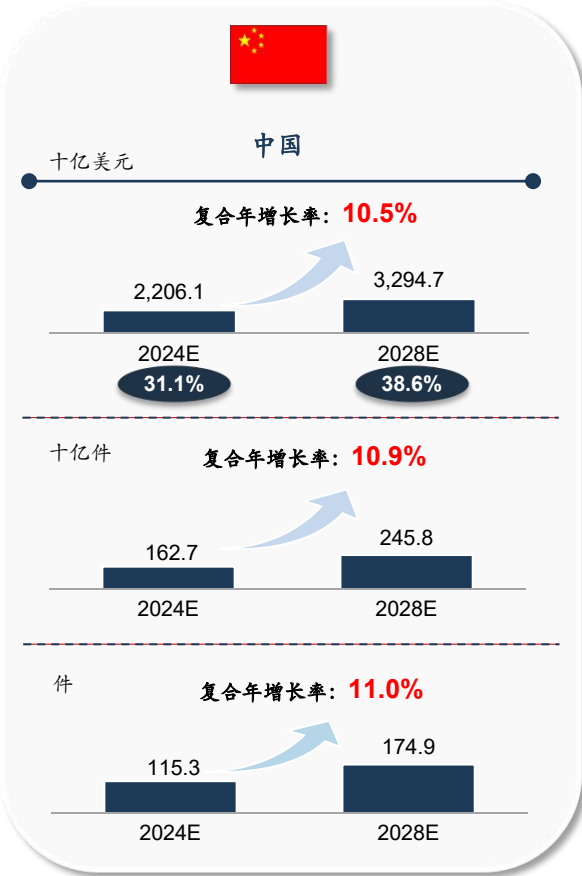
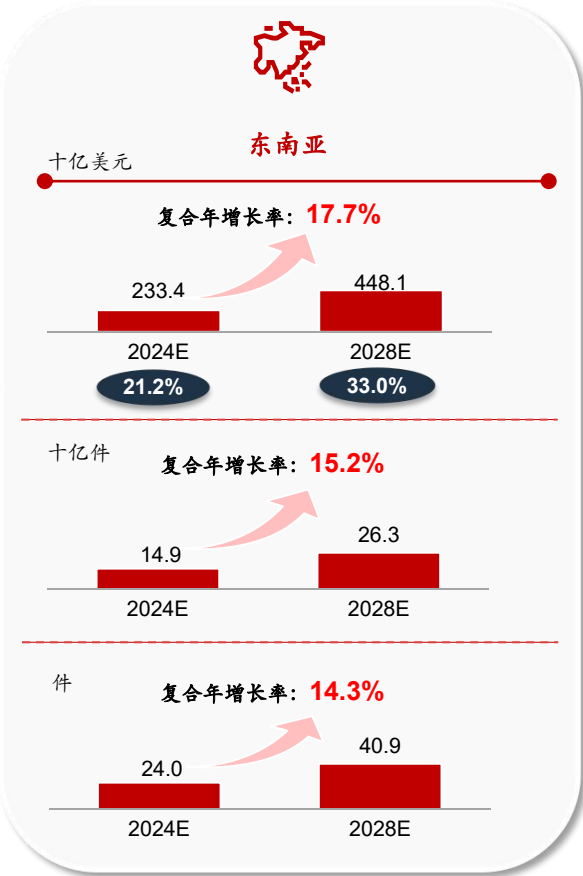
受益于各地零售重心向电商转移，东南亚、中国和新市场的快递服务需求持续增长

电商零售交易额

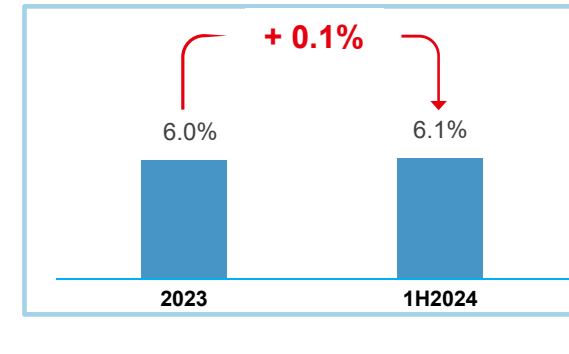
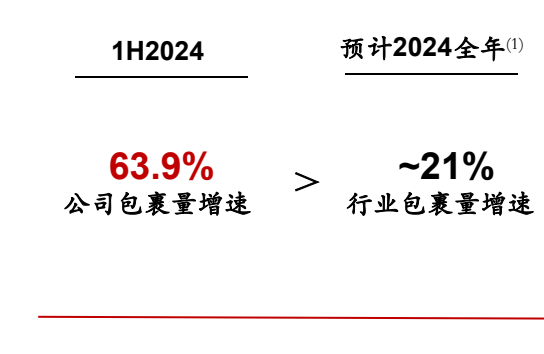
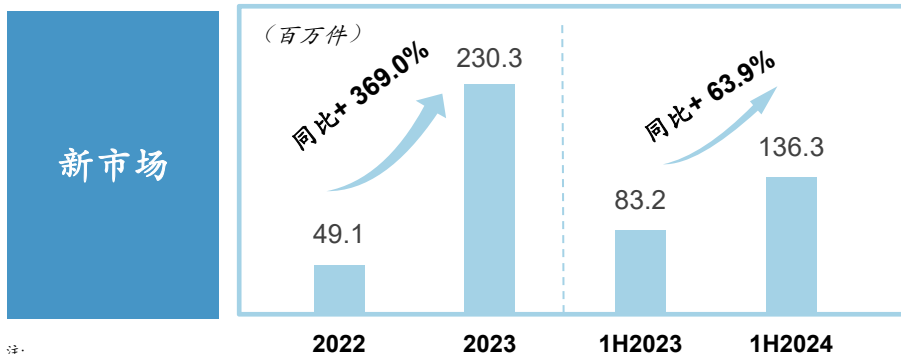
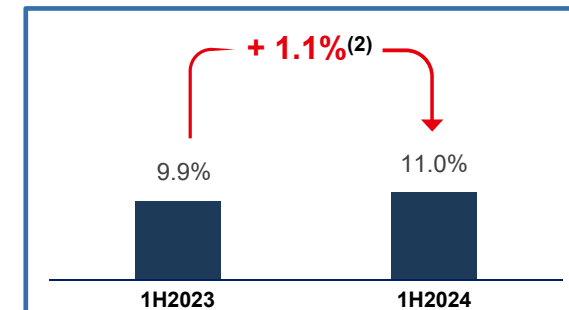
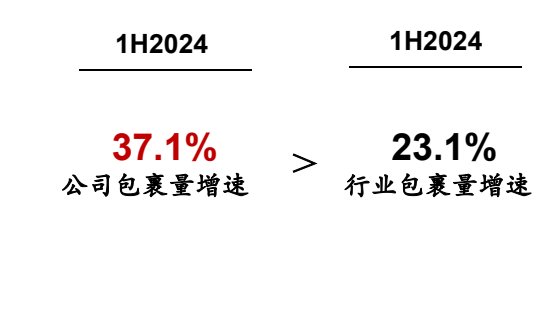
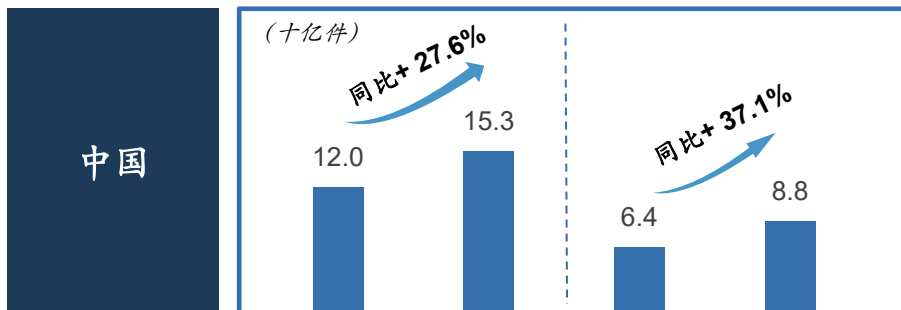
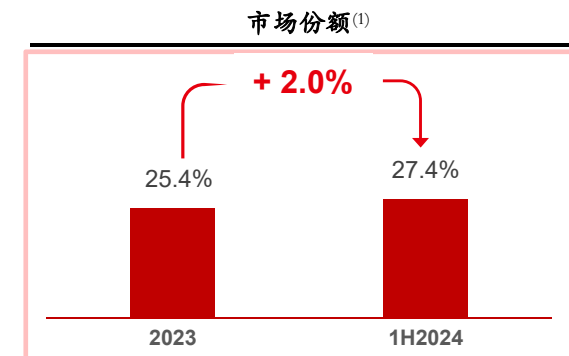
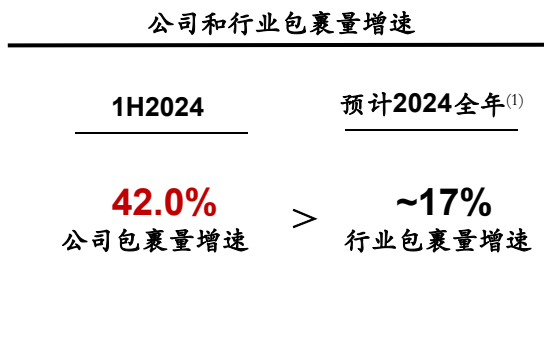
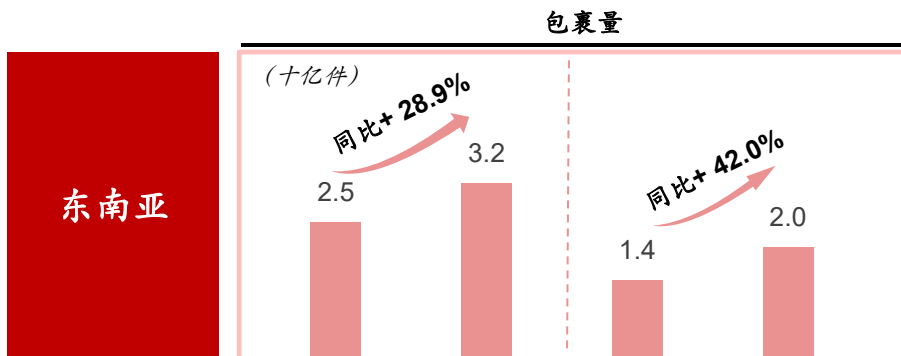
电商渗透率

总包裹量

人均包裹数



注: 行业资料来源于弗若斯特沙利文



注:

1. 行业数据来源于弗若斯特沙利文

2. 根据中国国家邮政局最新数据口径, 重新计算可比口径市场份额

集团快递服务收入

+33.7%
35.5亿美元 1H2023 47.4亿美元 1H2024

集团经调整EBITDA⁽¹⁾

+795.6%
0.4亿美元 1H2023 3.5亿美元 1H2024

集团经调整净利润⁽²⁾

首次盈利
(2.6)亿美元 1H2023 0.6亿美元 1H2024

集团自由现金流⁽³⁾

首次转正
(2.5)亿美元 1H2023 1.8亿美元 1H2024

东南亚经调整EBIT率⁽⁴⁾

+1.5个百分点
7.4% 1H2023 8.9% 1H2024

中国经调整EBITDA

从2H2023开始持续盈利
(0.4)亿美元 1H2023 2.0亿美元 1H2024

中国经调整EBIT

首次转亏为盈
(1.8)亿美元 1H2023 0.6亿美元 1H2024

新市场经调整EBITDA

亏损收窄明显
(0.6)亿美元 1H2023 (0.08)亿美元 1H2024

注：
1. 经调整EBITDA为非国际财务报告准则计量，其定义为年/期内（亏损）/溢利加回1)以股份为基础的付款和开支、2)本公司按公允价值计入损益的金融负债形成的公允价值变动、3)折旧与摊销、4)上市开支、5)财务收入、6)财务成本、7)年内所得税开支
2. 经调整净利润为非国际财务报告准则计量，其定义为年/期内（亏损）/溢利加回1)以股份为基础的付款和开支、2)本公司按公允价值计入损益的金融负债形成的公允价值变动
3. 自由现金流的计算方式是将经营现金流减去资本支出
4. 经调整EBIT为非国际财务报告准则计量，其定义为年/期内（亏损）/溢利加回1)以股份为基础的付款和开支、2)本公司按公允价值计入损益的金融负债形成的公允价值变动、3)上市开支、4)财务收入、5)财务成本、6)年内所得税开支



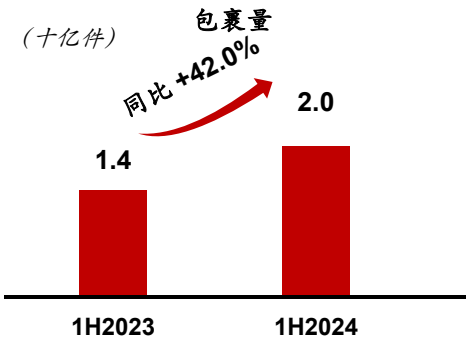
第二节

分部业务回顾



- 于快速发展的东南亚快递市场**持续排名第一**
- **2024年上半年市场份额27.4%**⁽¹⁾，较2023年全年提高**2.0个百分点**

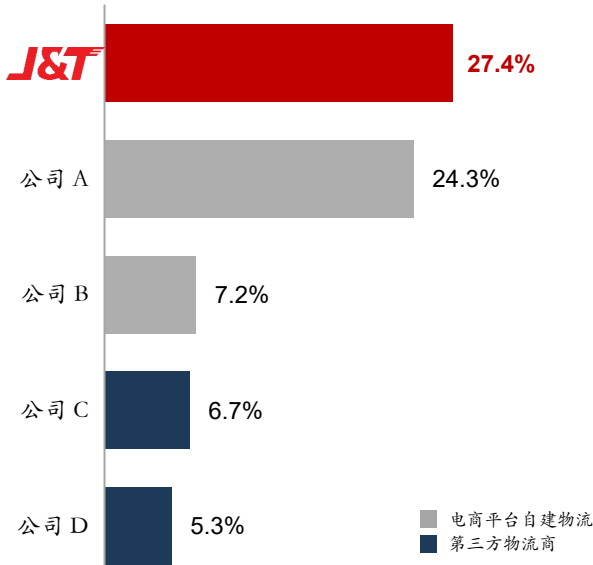
包裹量的增长及驱动因素



- 抓住电商增长机遇、优质的服务质量、有竞争力的价格
- 自2023年起电商自建物流占比达到较高水平，但随着电商竞争加剧，电商平台降低履约成本的需求更加迫切。公司作为**独立电商赋能者**，能够集成所有电商平台的单量，以规模效应和复制中国快递经降低快递成本，从而**协助电商平台提升竞争力**和电商渗透率

东南亚处于领先地位

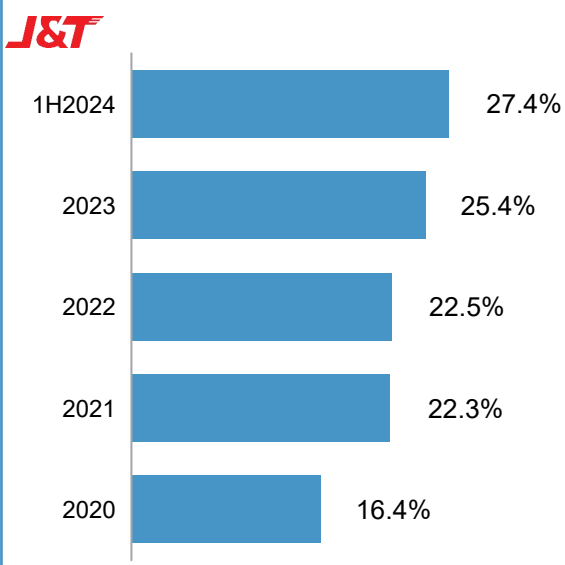
2024年上半年东南亚快递市场包裹总量: **74亿件**



(2024年上半年按包裹量计的市场份额)

连续四年东南亚快递市场第一

2024年上半年极兔东南亚市场包裹量: **20亿件**



(东南亚市场份额)

注:
1. 按包裹量
2. 行业资料来源于弗若斯特沙利文

- 凭借优质的服务质量和有竞争力的价格，为电商和非电商客户提供高品质快递服务；
- 将**中国成熟的设备和车辆的经验输出到东南亚**，帮助各国降低操作和运输成本，提升运营效率

为客户提供高质量的服务

国际电商客户



区域电商客户



知名客户



从设备看中国经验赋能东南亚

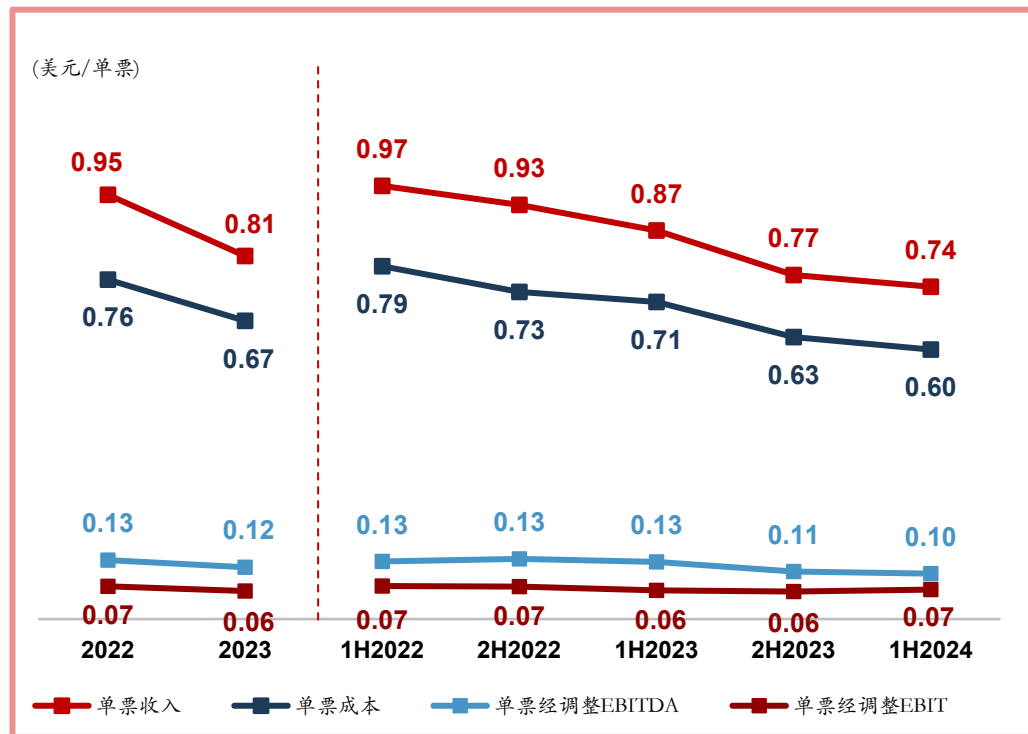
- 将中国成熟的设备、设备系统和经验输出到东南亚，帮助各国**降低操作成本，提升运营效率**
- 截至2024年6月30日，东南亚已投入47套自动化分拣设备，2024年上半年新投入12套
- 2024年成功升级越南河内转运中心，投入2套自动化设备，操作产能达到日均150万，为**越南快递行业最先进的转运中心之一**



从车辆看中国经验赋能东南亚

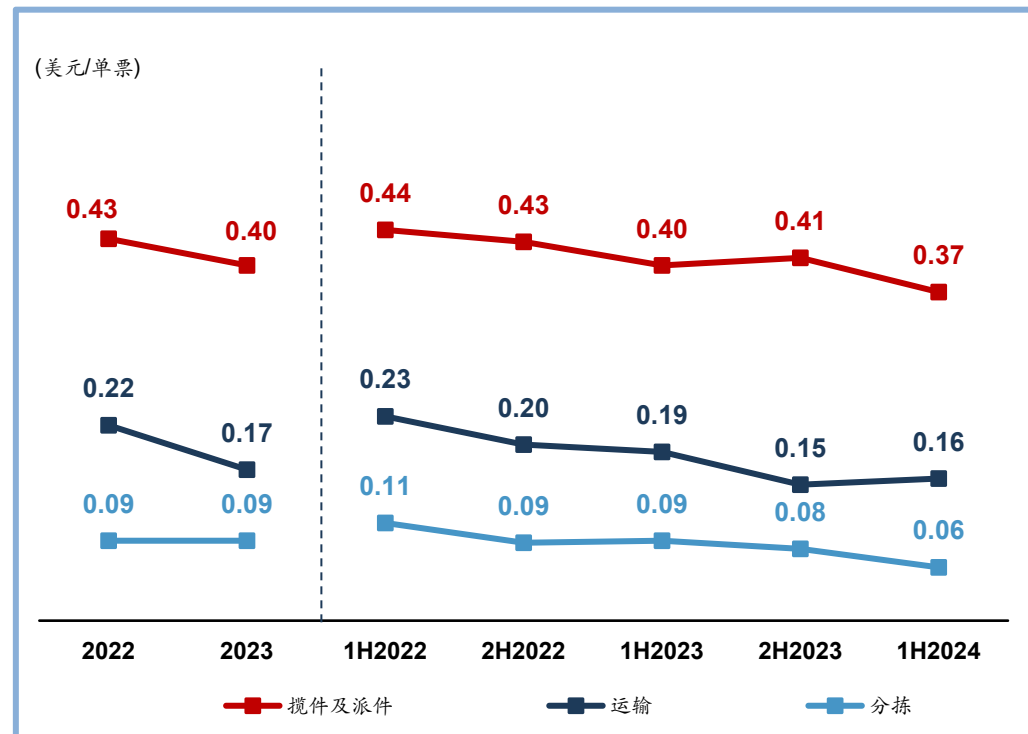
- 帮助东南亚打造高效的自营车队，定制高运力、低能耗车型，引入中国供应商打通销售渠道和维保网络，**全面降低运输成本**
- 截至2024年6月30日，公司在东南亚运营着3,800辆干线车辆，其中自有车辆1,500辆，2024年上半年新投入200辆自有车辆





1H2024 同比1H2023

- 单票收入有所下降，主要因为在成本下降的支撑下，公司提供灵活性的定价策略，以便获取更高的市场份额
- 公司将中国快递经验运用到东南亚，优化各环节运营效率，降低单票成本
- 公司持续运营优化，提升效率，单票经调整EBIT保持相对稳定
- EBIT和EBITDA趋势不同的原因主要是转运中心合并等措施带来的折旧与摊销的下降

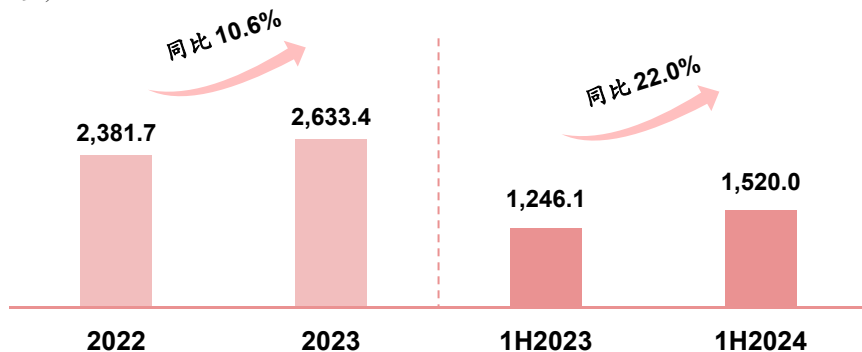


1H2024 同比1H2023

- **揽件及派件成本同比下降：**根据本地运营情况调整网点密度和位置，提高网点运营效率，同时优化管理体系和架构，提高网点人员及快递员的工作效率
- **运输成本同比下降：**建立更高效的自营车队，灵活调整自营车队和第三方供应商的资源，优化路线规划，提高车辆装载率
- **分拣成本同比下降：**对转运中心进行合并及优化，降低单包裹中转次数，在关键转运中心增加自动化分拣设备，提升分拣效率、降低人工成本

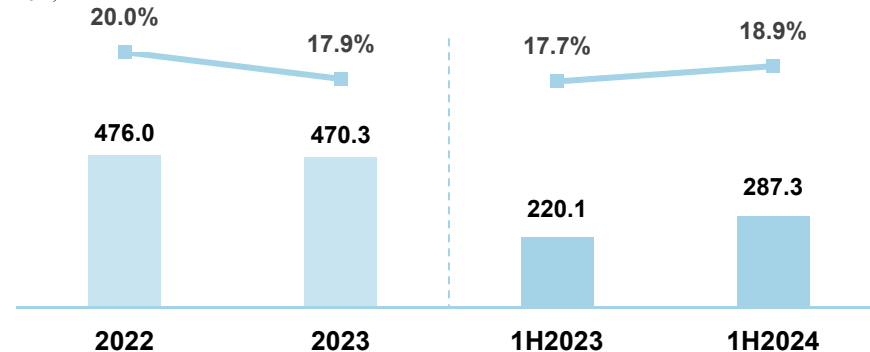
收入及增速

(百万美元)



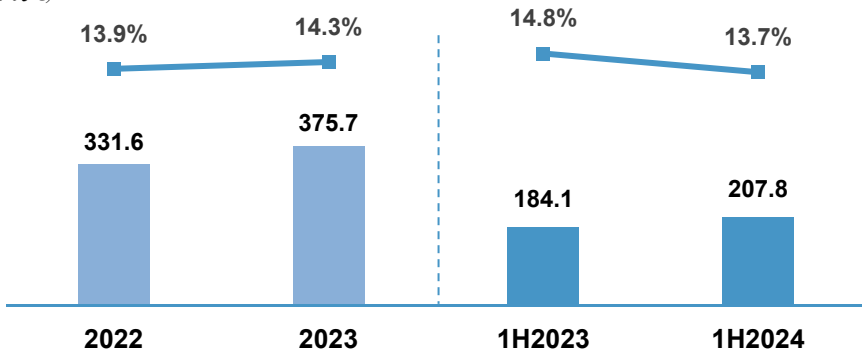
毛利及毛利率

(百万美元)



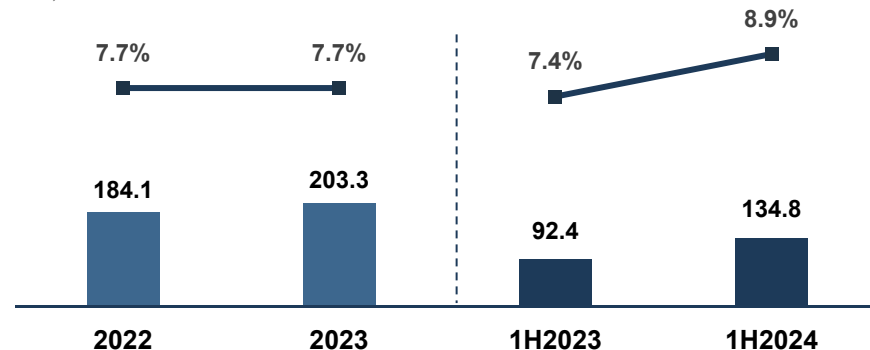
经调整EBITDA及经调整EBITDA率

(百万美元)



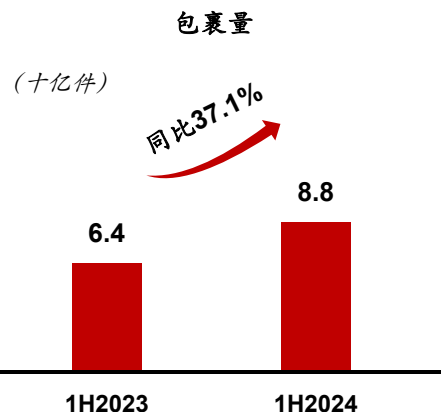
经调整EBIT及经调整EBIT率

(百万美元)



- 2024年上半年交付包裹达**88亿件**，**同比增长37.1%**
- 市场份额持续提高，2024年上半年**市场份额达11.0%**⁽¹⁾，较2023年上半年可比口径提升1.1个百分点

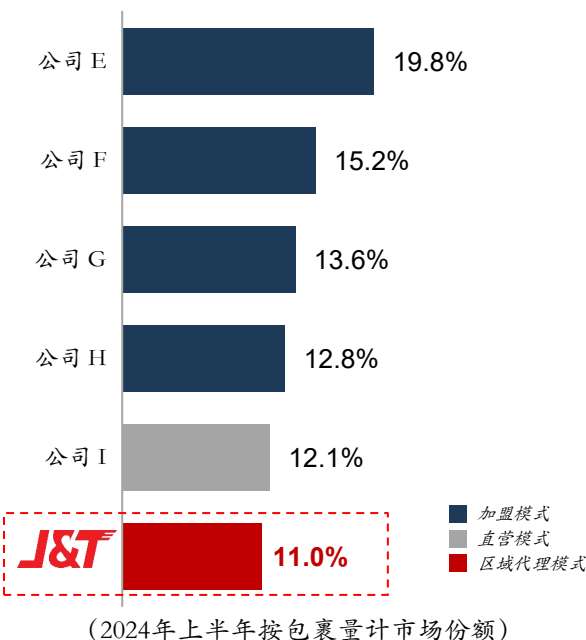
包裹量的增长及驱动因素



- 深化与所有电商平台上客户的合作，抓住社交电商快速增长的机遇
- 不断提升服务质量，提高品牌形象，以增强获客能力；电商平台结构改善，积累优质客户群
- 持续拓展下沉市场，扩大客户群覆盖

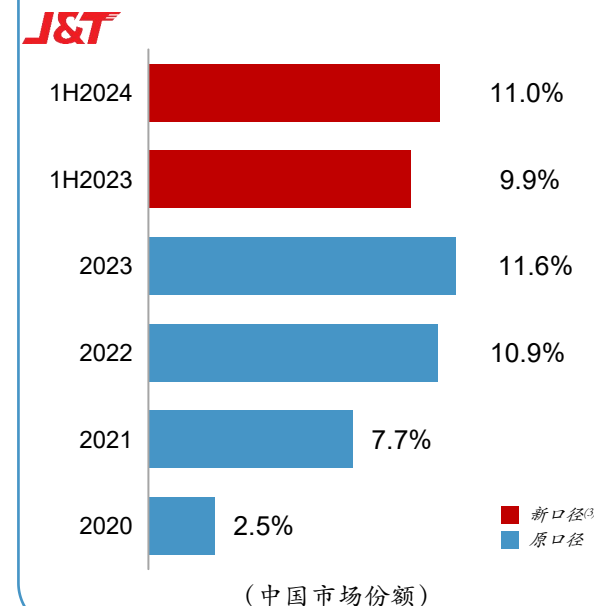
成为市场前6大物流服务提供商⁽¹⁾

2024年上半年中国快递市场包裹总量:**802亿件**



市场份额持续提升

2024年上半年极兔中国市场包裹量:**88亿件**

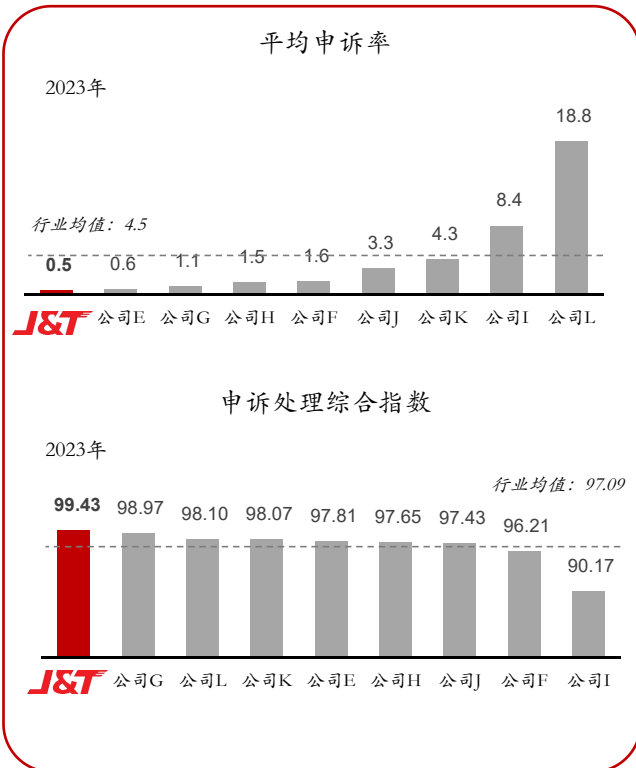


注:

1. 按包裹量
2. 行业资料来源弗若斯特沙利文，中国国家邮政局
3. 根据中国国家邮政局说明，2024年部分邮政快递企业调整快递业务口径，因此行业总量和市场份额需按新口径

- 2023年公司申诉率⁽¹⁾、申诉处理综合指数⁽²⁾等**服务质量指标保持行业领先水平**
- 持续拓展下沉市场，凭借不断优化的服务质量，多元化产品，优化客户结构

服务质量指标行业领先



合作品牌客户数量大幅增长



- 成立**专项计划进行品牌客户开拓**，提升公司品牌形象和知名度
- 在鞋服行业发达的福建，公司通过主动拜访与交流，与多个著名鞋服品牌先后建立合作关系，并在合作过程中获得品牌客户的认可，将合作推广至全国

重点项目突破

持续扩展下沉市场：持续扩展对乡村地区和偏远地区的覆盖，在下沉市场获得业务增量，并解决当地物流配送难题

(1)**集运项目：**与电商平台合作，新增甘青宁等偏远地区集运业务

(2)**助农项目：**推动快递进村，对农产品包裹设置绿色通道，缩减运输时间



注：

1. 申诉率指每百万单从客户收到的申诉单量，数据来自中国国家邮政局

2. 申诉处理综合指数的评估参数包括一次性解决率、逾期率、企业非标准响应率、企业虚假响应率、工作满意度，数据来自中国国家邮政局

- 公司持续在各环节进行营运优化，**组建高效的干线运输车队**，**推动网点自动化水平的提高和末端能力建设**，促进各环节效率提升和成本下降

组建高效运输车队

- **投入自有车辆，降低运输成本：**截至2024年6月30日，中国有4,200辆自有干线车辆，较2023底新增400辆
- **提升高运力车型⁽¹⁾比例：**随着业务量的快速增长，公司加大高运力车型的使用，持续提升运输效率，高运力车型占比较2023年底提升15个百分点



增强末端能力

- **驿站直送：**优化及缩短派送链路，提高末端效率
- **无人快递车：**帮助网点提升派送效率，降低运营成本。将更多的时间投入于客户开发及服务质量提升
- **助力加盟商投入自动化设备：**支持加盟商投入自动化设备，提升网点自动化水平，进而提高运营效率



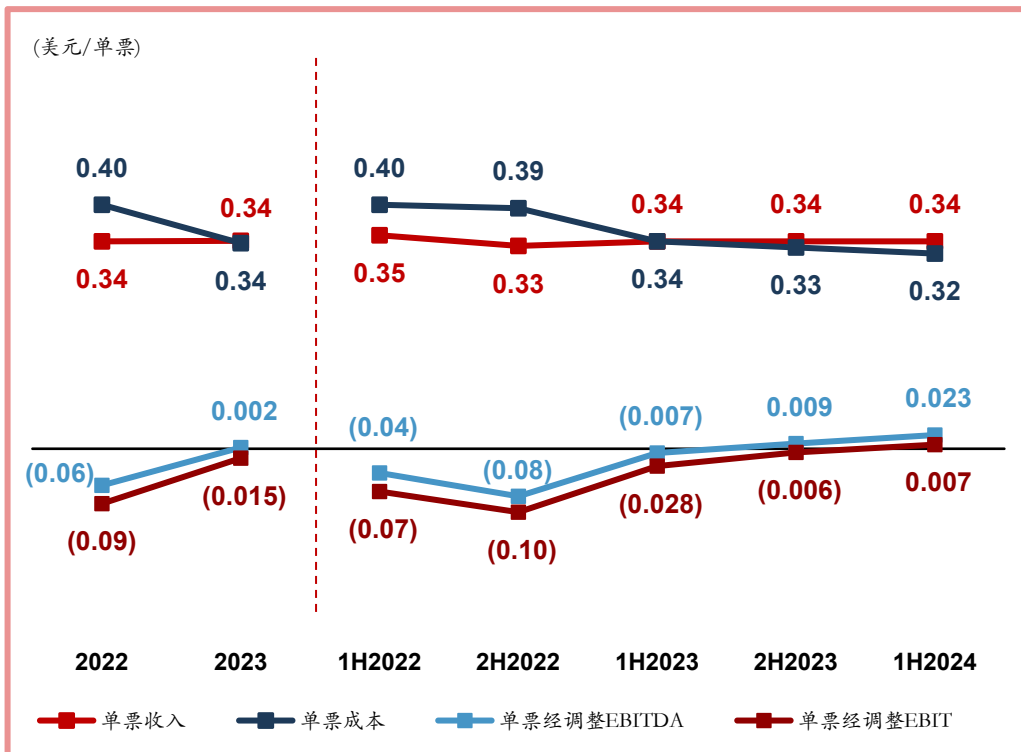
升级转运中心

- **投入自动化设备：**截至2024年6月30日，公司在中国运营着83个转运中心，投入了205套自动化分拣设备，2024年上半年新投入6套
- **自建转运中心：**在关键交通枢纽地区选择性的自建转运中心，提高网络承载能力和物流效率。扬州、广州自建转运中心分别预计2024年Q4和2025年投入使用



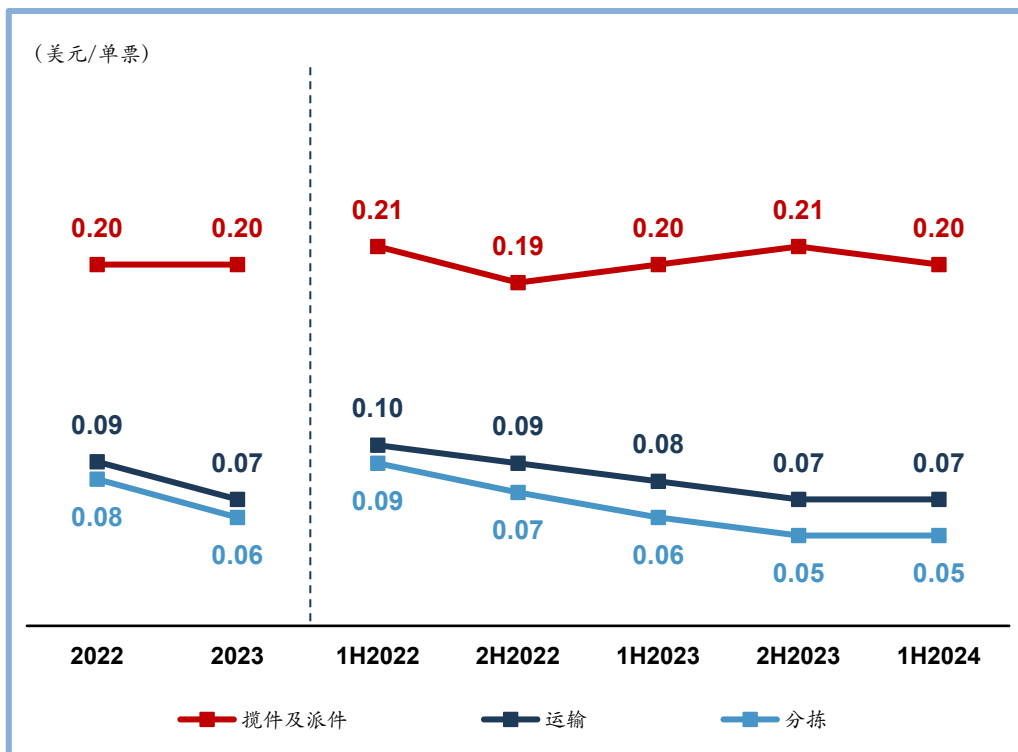
注：
1. 高运力车型指15米以上高运力甩挂车

中国 - 单票盈利能力进一步提升



1H2024 同比1H2023

- 公司件量结构持续优化，推动全网市场营销以获取更多优质客户，同时逆向件和散单稳步发展，使得单票收入保持稳定
- 单量增长带来的规模效应，以及运营上的精细化管理，单票成本持续下降
- 单票收入保持不变，单票成本下降，使得单票EBIT转亏为盈



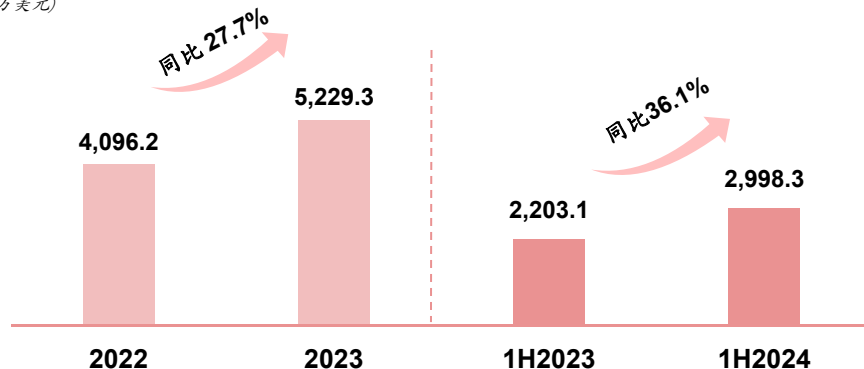
1H2024 同比1H2023

- **揽件及派送成本相对稳定：**末端派送费用保持相对稳定，持续增强末端网络能力
- **运输成本同比下降：**增加自有车辆数量，加大高运力车型的使用，降低单边运力占比，提升车辆装载率，降低运输成本
- **分拣成本同比下降：**持续优化管理，如自动化设备的投入及更新迭代、通过培训提高人员操作效率、对设备进行提速等

中国 - 首次实现经调整EBIT转亏为盈

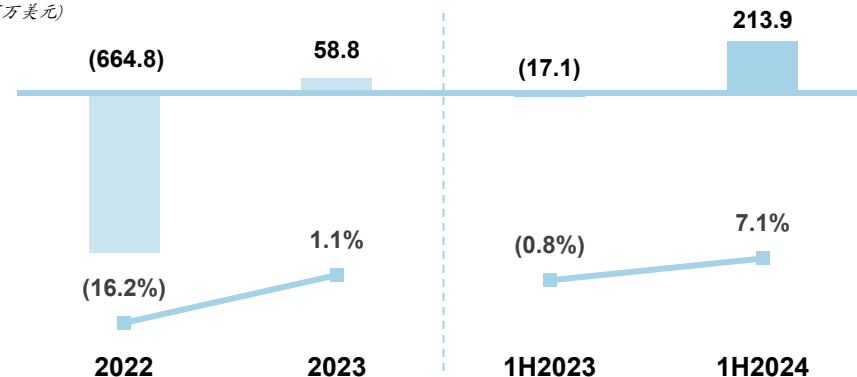
收入及增速

(百万美元)



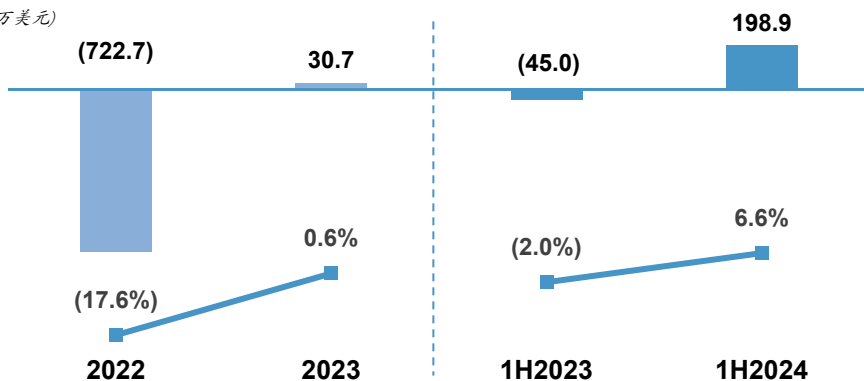
毛利及毛利率

(百万美元)



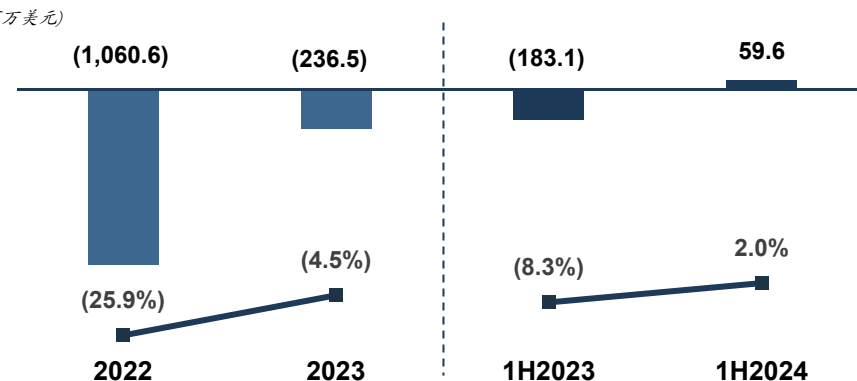
经调整EBITDA及经调整EBITDA率

(百万美元)



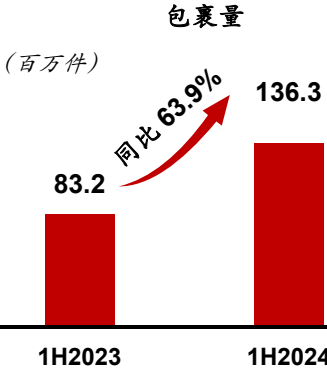
经调整EBIT及经调整EBIT率

(百万美元)



- 2024年上半年交付包裹达**1.4亿件**，同比增长**63.9%**，市场份额达**6.1%**⁽¹⁾
- 赋能电商合作伙伴在新市场的迅速发展

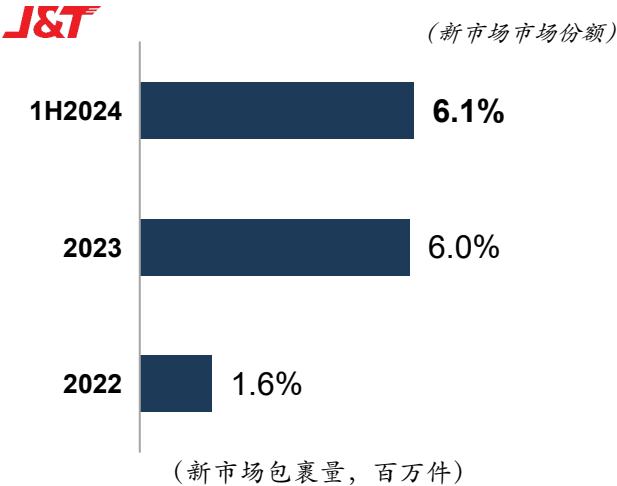
包裹量的增长及驱动因素



- 抓住电商行业尤其是跨境电商的增长红利
- 扩展与TikTok、Shein、Temu等在新市场增长迅速的国际化电商平台及Noon等本土电商的合作关系
- 持续投入基础设施建设，提高网络承载能力

业务量和市场份额持续提升

2024年上半年新市场快递市场包裹总量: **22.3亿件**



2023年公司在巴西、墨西哥、沙特阿拉伯和埃及均**排名前五**⁽¹⁾

与合作伙伴共同成长

国际电商客户

SHEIN TikTok kwai



AliExpress

区域电商客户

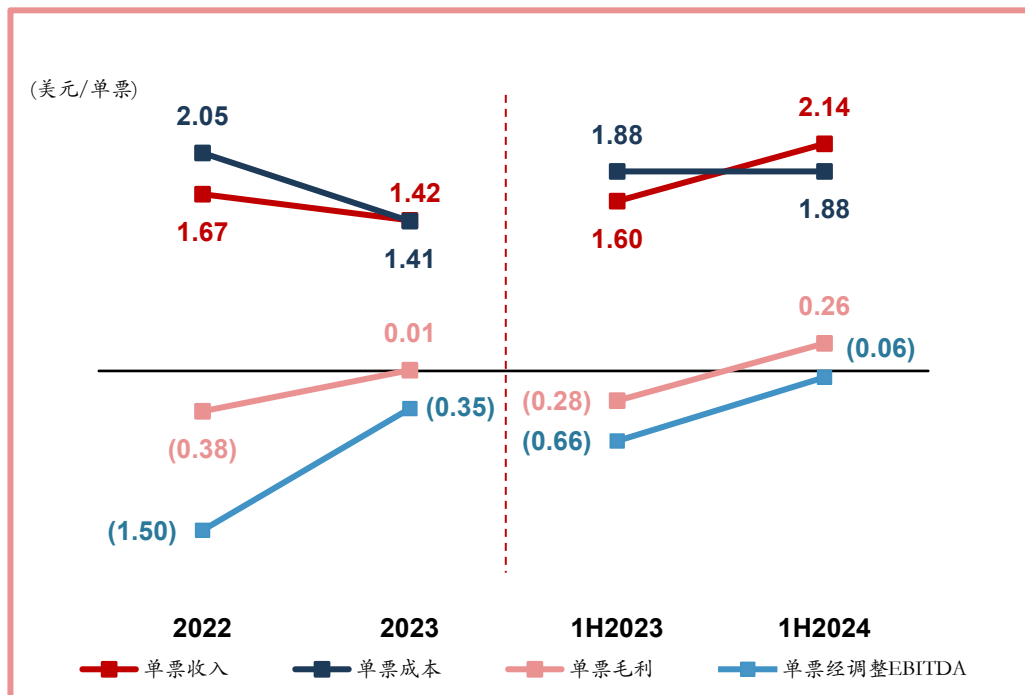
Taager.com

FASTCO

noon

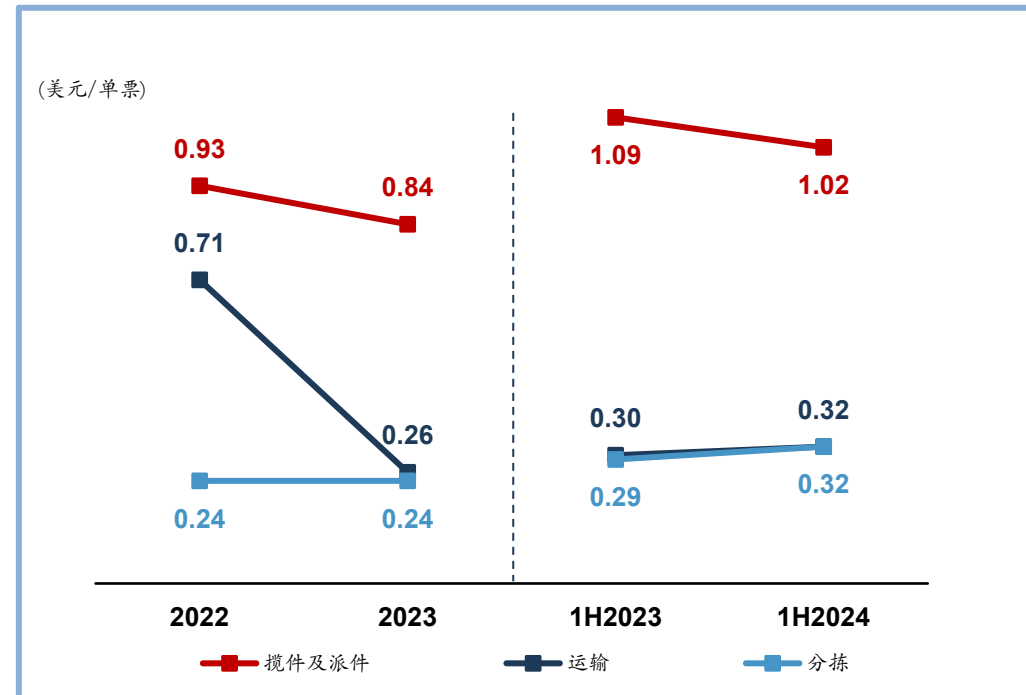
salla

注:
1. 按包裹量
2. 行业资料来源于弗若斯特沙利文



1H2024 同比1H2023

- 单票收入同比增长，单票成本保持相对稳定，主要因为不同国家业务量结构的变化、高质量非电商客户数量的增加，以及与战略电商客户合作模式的改变
- 单票毛利转正，单票EBITDA亏损收窄明显

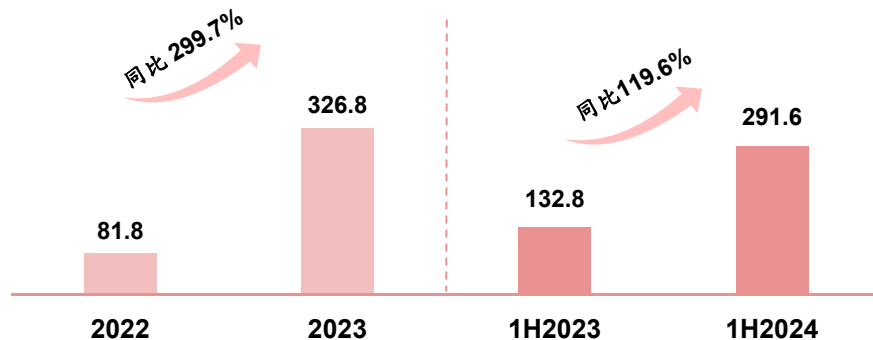


1H2024 同比1H2023

- 新市场规模效应显现，但新市场仍在快速发展期，各环节单票成本的趋势随着业务的不同发展阶段而变动，仍需更长时间展现稳定趋势

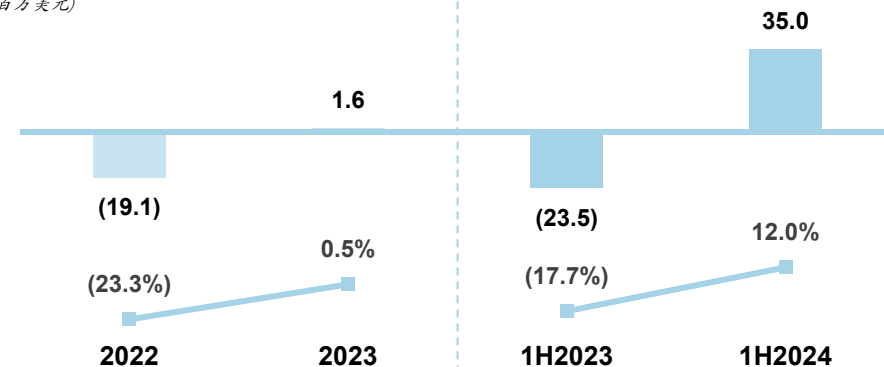
收入及增速

(百万美元)



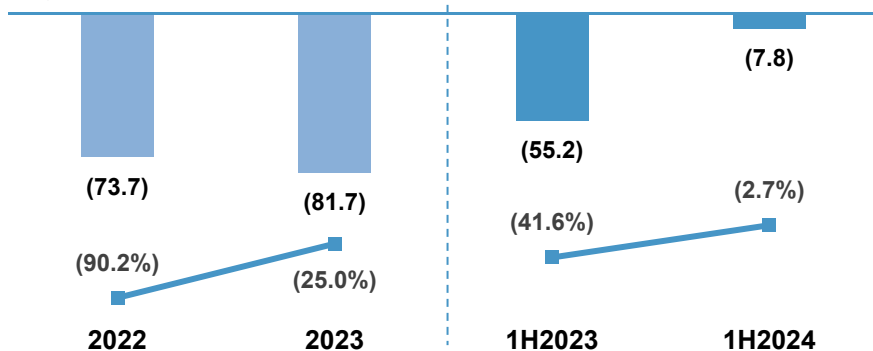
毛利及毛利率

(百万美元)



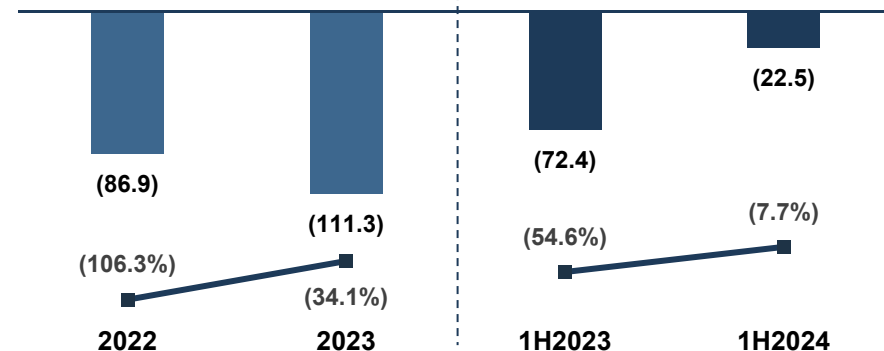
经调整EBITDA及经调整EBITDA率

(百万美元)



经调整EBIT及经调整EBIT率

(百万美元)





第三节

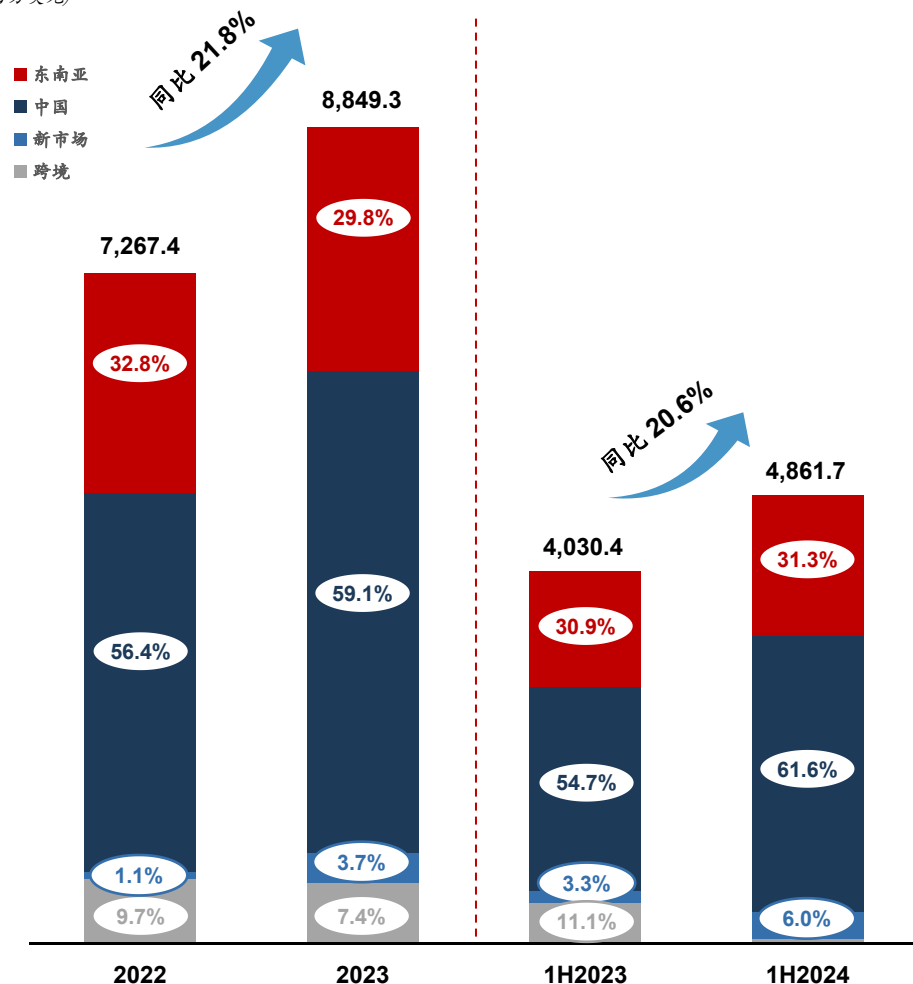
集团财务回顾



包裹量增长驱动收入增长，毛利率持续提升

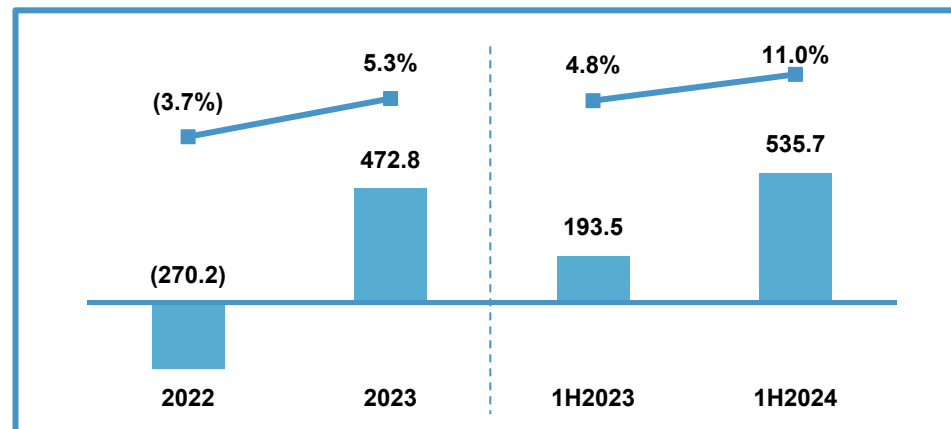
总收入

(百万美元)



毛利及毛利率

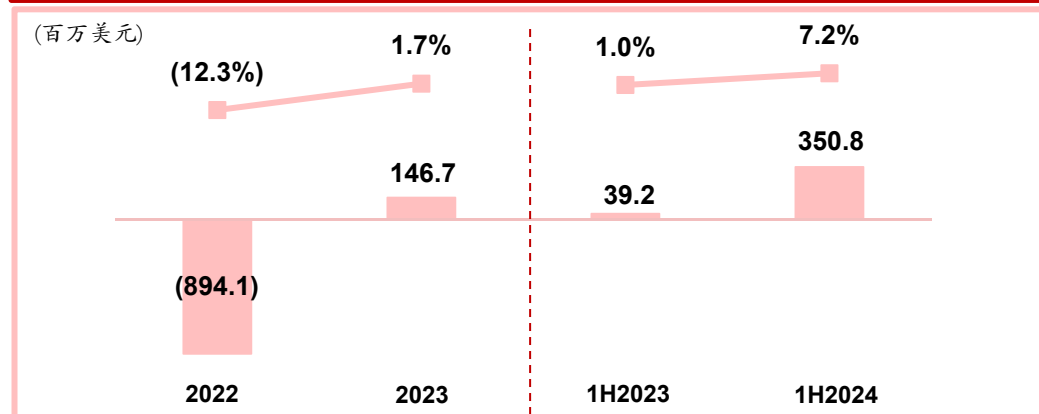
(百万美元)



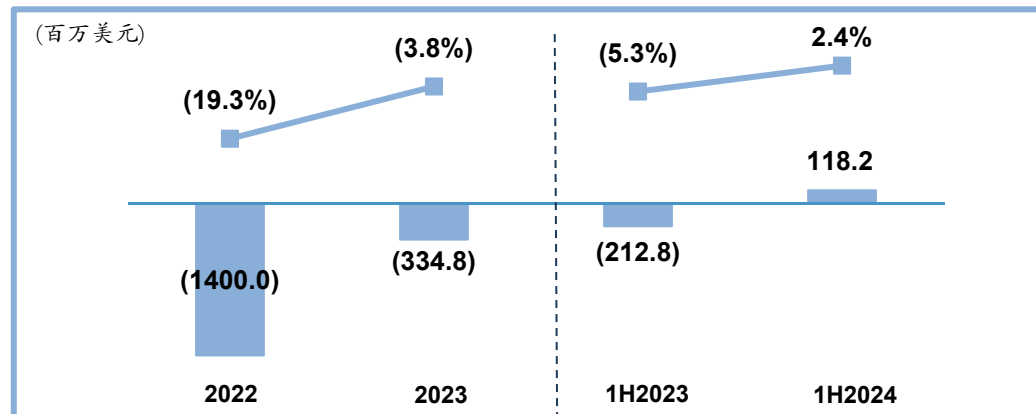
- 2024年上半年集团收入为48.6亿美元，同比增长20.6%
- 2024年上半年，中国收入占比61.6%、东南亚收入占比31.3%、新市场收入占比6.0%、跨境收入占比1.1%（跨境小包业务在2023年Q4关停）
- 集团毛利率持续提升

利润率显著提升

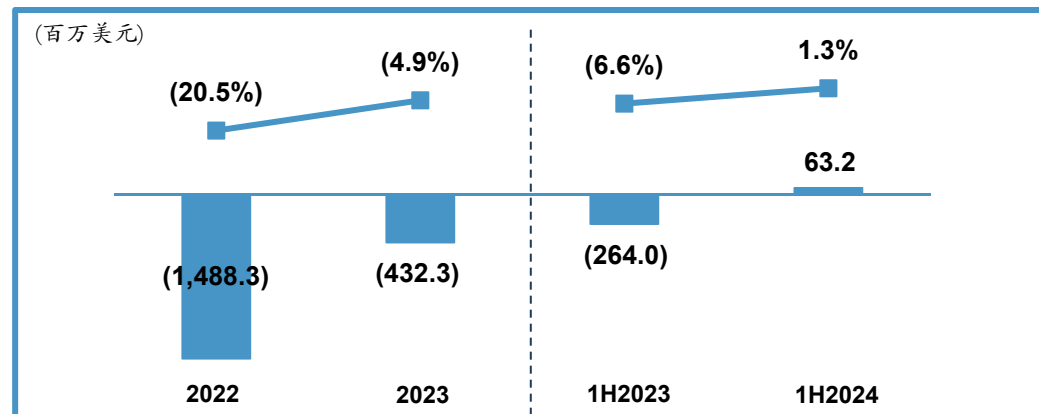
经调整EBITDA及经调整EBITDA率



经调整EBIT及经调整EBIT率

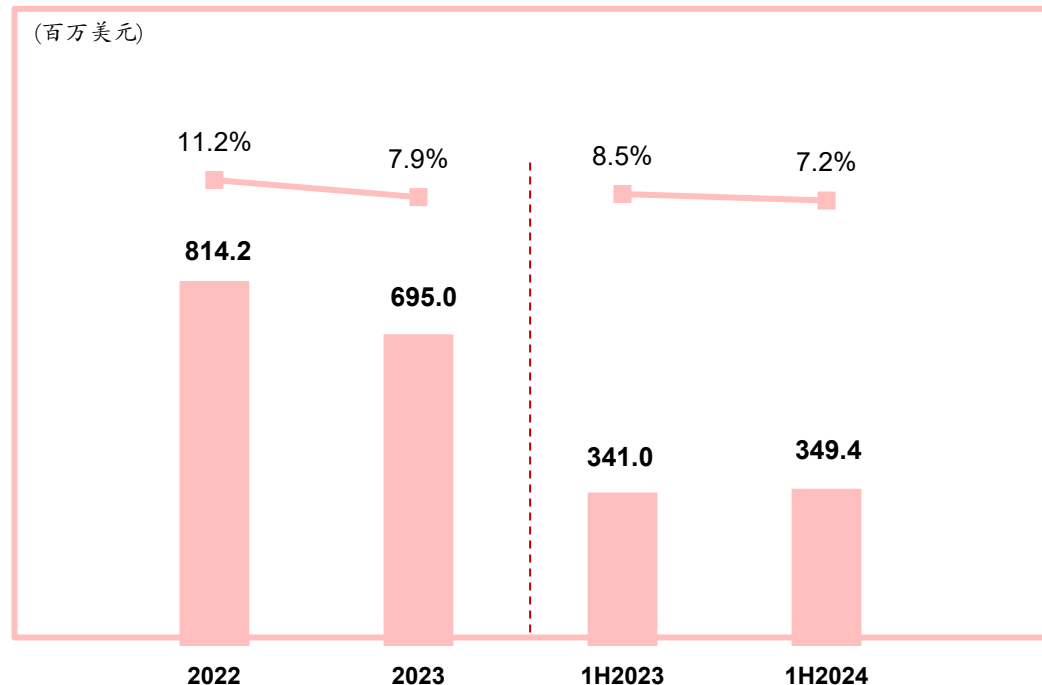


经调整净利润及经调整净利润率



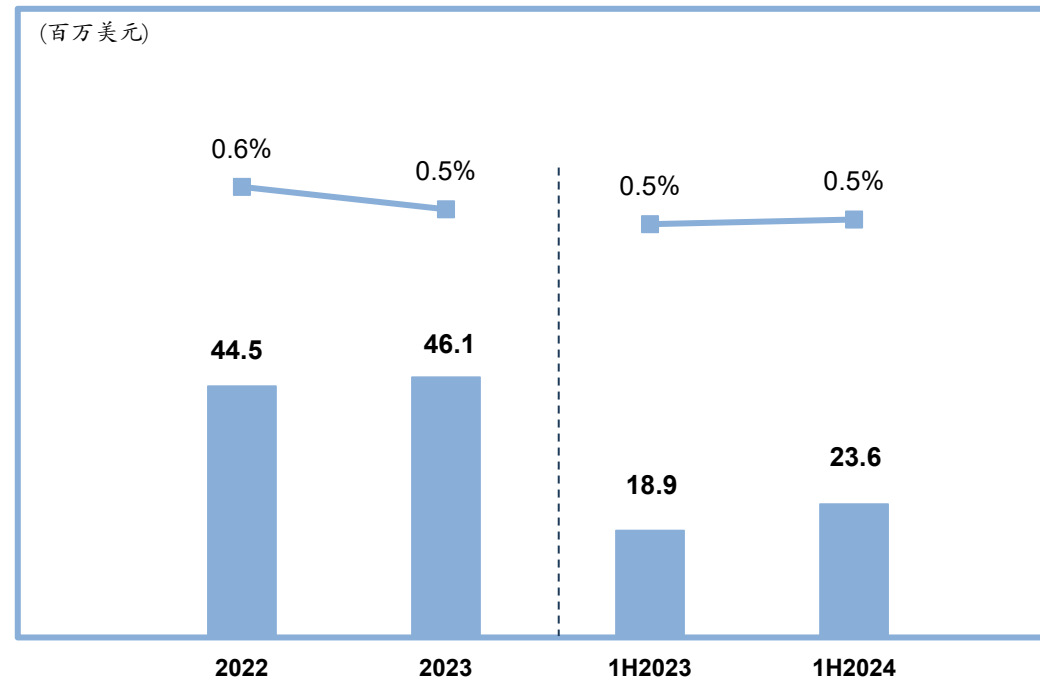
- 集团经调整EBITDA率持续提升，2024年上半年提升至7.2%。集团经调整EBITDA增长至350.8百万美元，其中东南亚贡献207.8百万美元、中国贡献198.9百万美元、新市场亏损7.8百万美元
- 随着东南亚持续盈利、中国经调整EBIT首次转亏为盈、新市场亏损收窄，集团经调整EBIT及经调整净利润首次实现盈利

经调整销售、一般及行政开支⁽¹⁾ 及其占收入比



- 经调整销售、一般及行政开支占收入比从2023年上半年的8.5%下降为2024年上半年的7.2%，公司运营效率提升

研发费用及其占收入比

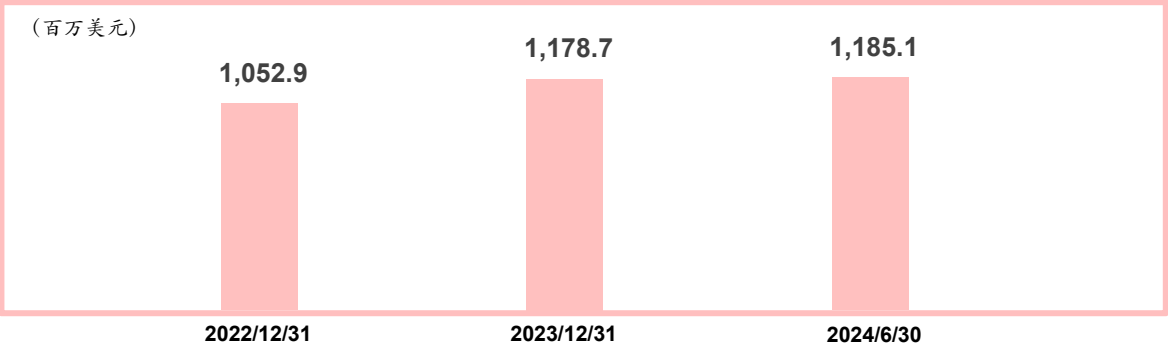


- 研发费用占收入比相对稳定
- 截止2024/6/30，全球拥有约1,400名研发人员

1. 调整方法为剔除以股份为基础的付款及开支分别在2022年、2023年、2023年上半年及2024年上半年的281.4百万美元、1,462.4百万美元、1,426.9百万美元及32.2百万美元的影响

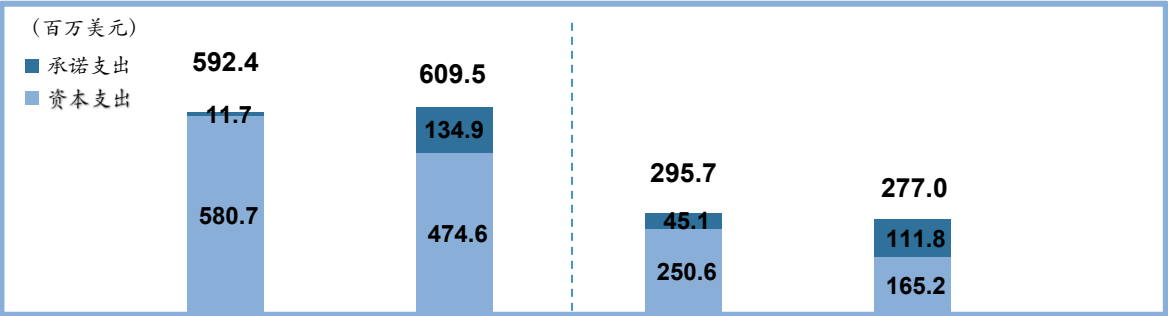
基础设施投资

物业、厂房及设备



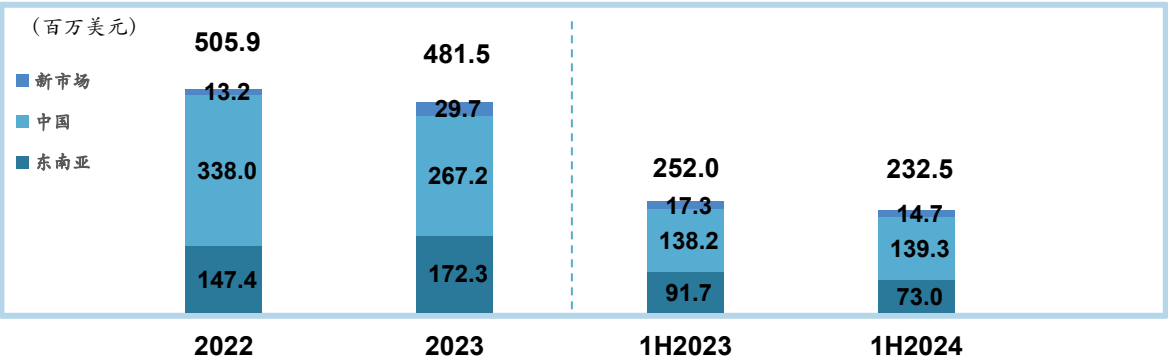
- 物业、厂房及设备的上升是由于公司对其全球网络的持续投资

资本支出及承诺支出



- 资本支出主要与在物业、厂房及设备，无形资产和投资物业方面的投资有关
- 承诺支出中主要为自建转运中心项目中已签订合同但尚未发生的支出
- 对于土地、自建转运中心谨慎投资

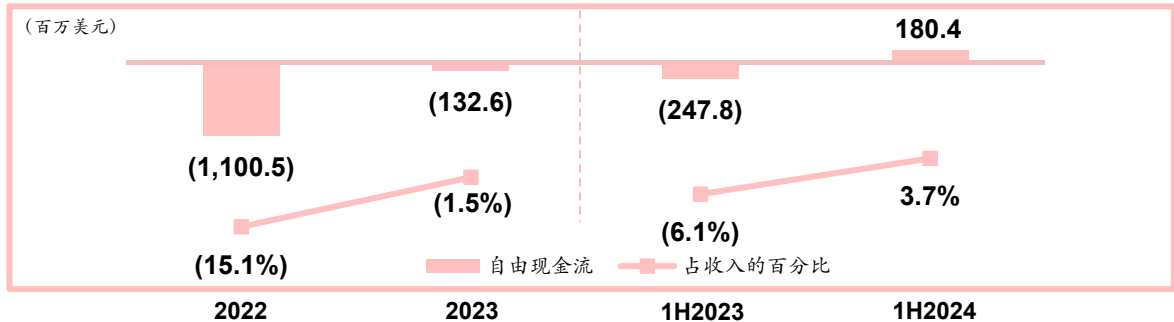
折旧和摊销



- 折旧和摊销主要包括车辆、设备等固定资产，以及租赁物业的使用权资产的折旧费用
- 2023年上半年、2024年上半年的折旧和摊销费用中，租赁物业对应的所有权资产的摊销金额分别为1.3亿美金、1.1亿美金

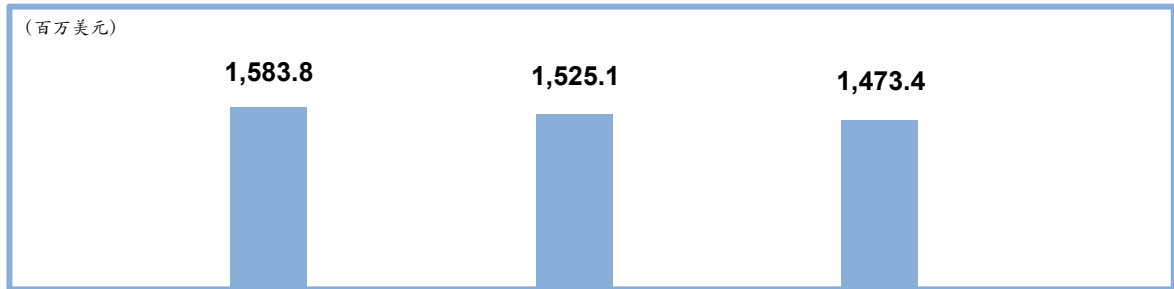
持续稳定的资本支出和健康的现金水平

自由现金流⁽¹⁾



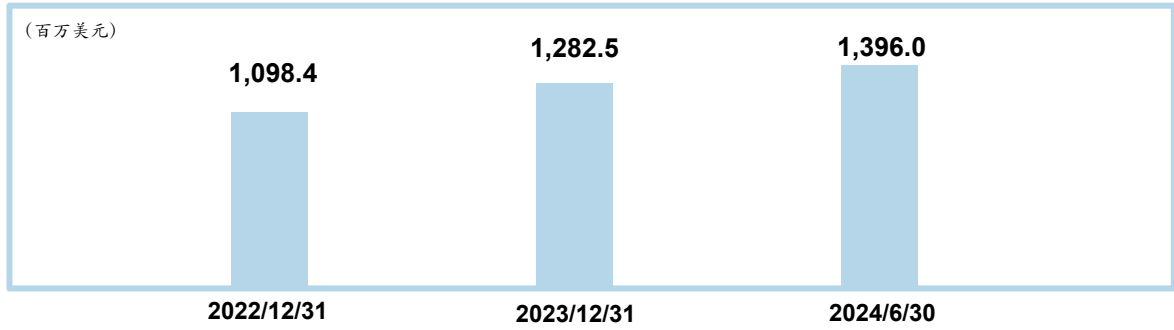
- 2024年上半年自由现金流首次转正，为1.8亿美金
- 公司现金流健康，并持续改善

现金水平⁽²⁾



- 账上保持充裕的现金
- 可覆盖现有的有息债务，包括银行贷款及来自金融机构的借款

借款



- 未偿借款主要包括于2025年到期的10亿美元金融机构借款⁽³⁾以及与日常运营相关的银行借款。
- 公司有切实可行的融资计划置换10亿美金借款，预计2024年内完成

注：
1. 自由现金流的计算方式是将经营现金流减去资本支出
2. 现金结余包括现金和现金等价物，以及受限制现金
3. 利率为5.75%



第四节

核心竞争力及增长策略



核心竞争力



1

克服东南亚运营挑战，持续引领东南亚市场

2

独立电商赋能者，为各所在市场降低物流成本，推动电商发展

3

可扩展的区域代理模式推动所有市场的迅速渗透及增长

4

强适应性的技术系统且持续创新以赋能全球运营

5

满足区域客户及市场需求的优质服务

6

富有企业家精神及经验丰富的管理团队和区域代理，致力于培养领导者并促进我们网络的发展

1  巩固我们的领先地位并继续扩大我们的市场份额

2  加深与所有电商平台的合作

3  进一步加强基础设施建设，持续提高网络质量和能力

4  加强精细化管理，提高运营效率

5  抓住新机遇，开拓其他市场

6  持续投入科技创新及环境可持续发展

J&T EXPRESS

J&T EXPRESS
— Express Your Online Business —

附录



合并资产负债表

单位：千美元

	2024/6/30	2023/12/31
非流动资产		
投资物业	168	278
物业、厂房及设备	1,185,135	1,178,690
使用权资产	486,366	503,073
无形资产	942,853	974,525
以权益法入账的投资	2,620	2,729
递延税项资产	55,866	53,813
其他非流动资产	31,615	25,423
按公允价值计入损益的金融资产	572,510	725,577
	3,277,133	3,464,108
流动资产		
库存	24,041	34,756
贸易应收款项	540,703	555,978
预付款项、其他应收款项及其他资产	1,131,353	971,496
按公允价值计入损益的金融资产	207,347	49,957
受限制现金	45,232	41,921
现金及现金等价物	1,428,189	1,483,198
	3,376,865	3,137,306
总资产	6,653,998	6,601,414

单位：千美元

	2024/6/30	2023/12/31
权益		
股本	18	18
股份溢价	9,061,736	9,061,736
其他储备	(189,402)	(185,273)
累计亏损	(6,099,210)	(6,126,799)
	2,773,142	2,749,682
非控股权益	(330,137)	(270,083)
总权益	2,443,005	2,479,599
非流动负债		
借款	125,414	1,071,313
租赁负债	291,675	304,316
递延所得税负债	14,109	15,808
员工福利义务	12,339	13,082
金融负债-JNT KSA股份赎回负债	59,773	36,740
按公允价值计入损益的金融负债	589,634	595,782
	1,092,944	2,037,041
流动负债		
贸易应付款项	450,448	466,904
客户垫款	287,958	272,231
应计费用及其他应付款项	884,762	888,942
租赁负债	183,748	204,341
递延所得税负债	30,465	30,601
借款	1,270,599	211,236
按公允价值计入损益的金融负债	10,069	10,519
	3,118,049	2,084,774
负债总额	4,210,993	4,121,815
总权益及负债	6,653,998	6,601,414

合并利润表

单位：千美元

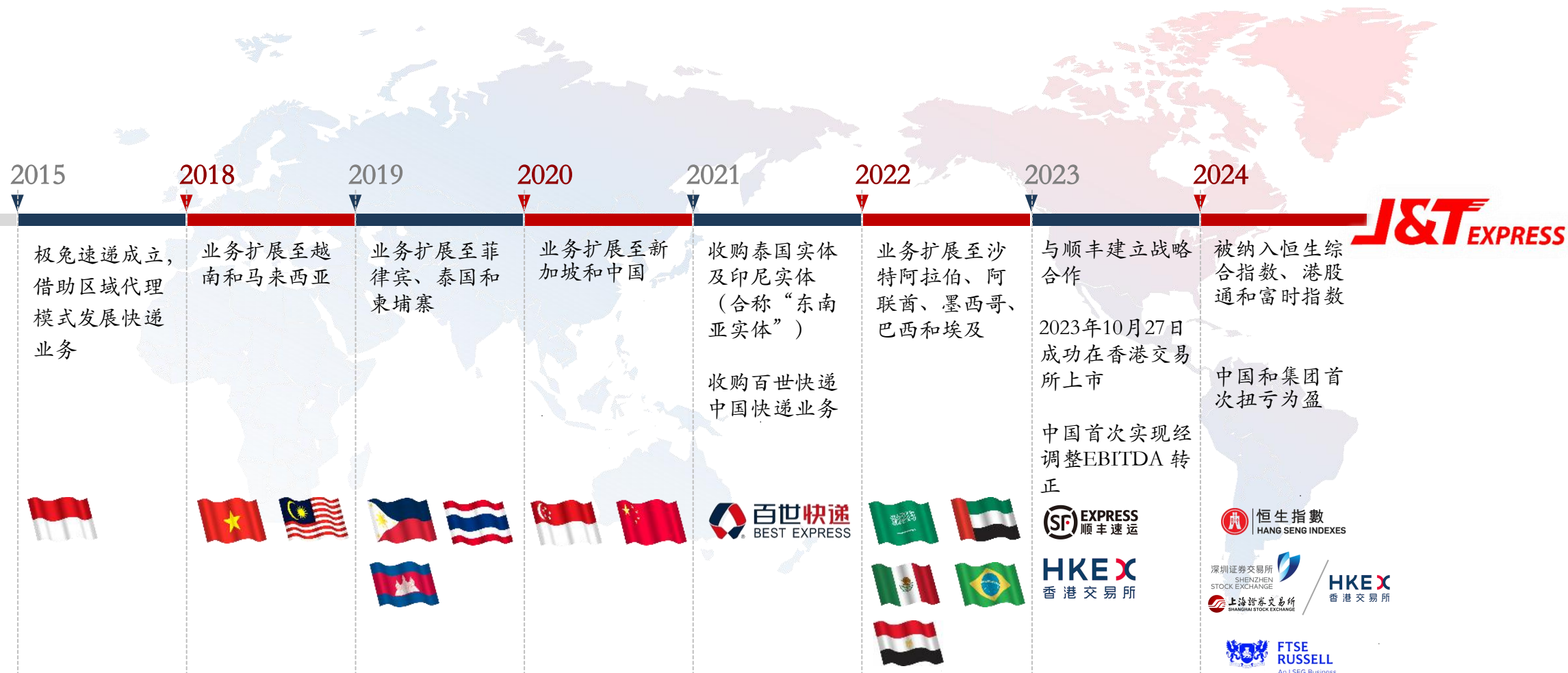
	2024年上半年	2023年上半年	2023年	2022年
收入	4,861,696	4,030,439	8,849,251	7,267,428
营业成本	(4,325,964)	(3,836,899)	(8,376,453)	(7,537,666)
毛利/（毛损）	535,732	193,540	472,798	(270,238)
销售，一般及行政开支	(381,660)	(1,767,875)	(2,157,413)	(1,095,528)
研发费用	(23,565)	(18,874)	(46,091)	(44,483)
金融资产减值亏损净额	(12,438)	(11,814)	(26,928)	(37,219)
其他收入	3,148	12,228	46,263	98,149
其他亏损净额	(6,192)	(43,423)	(55,179)	(40,246)
经营溢利/（亏损）	115,025	(1,636,218)	(1,766,550)	(1,389,565)
财务收入	17,243	11,367	24,755	22,002
财务成本	(62,197)	(56,002)	(105,089)	(99,499)
按公允价值计入损益的金融资产及负债的公允价值变动	(28,912)	1,020,747	707,925	3,050,694
分占联营公司业绩	(92)	(84)	(237)	(302)
除所得税前（亏损）/溢利	41,067	(660,190)	(1,139,196)	1,583,330
所得税开支	(10,041)	(6,579)	(17,182)	(10,763)
年内（亏损）/溢利	31,026	(666,769)	(1,156,378)	1,572,567
以下人士应占：				
本公司拥有人	27,589	(640,967)	(1,100,988)	1,656,168
非控股权益	3,437	(25,802)	(55,390)	(83,601)
非国际财务报告准则计量：				
经调整净利润/（亏损）	63,248	(264,026)	(432,277)	(1,488,297)
经调整EBITDA	350,782	39,169	146,694	(894,090)
经调整EBIT	118,243	(212,812)	(334,761)	(1,400,037)

综合现金流量表



单位：千美元

	2024年上半年	2023年上半年	2023年	2022年
经营活动所得/（所用）现金净额	345,631	2,797	341,953	(519,817)
投资活动所用现金净额	(266,311)	(366,038)	(858,847)	(859,757)
融资活动所得现金净额	(114,708)	64,171	500,897	881,328
现金及现金等价物增加/（减少）净额	(35,388)	(299,070)	(15,997)	(498,246)
年初现金及现金等价物	1,483,198	1,504,048	1,504,048	2,102,448
汇率变动对现金及现金等价物的影响	(19,621)	(9,714)	(4,853)	(100,154)
年末现金及现金等价物	1,428,189	1,195,264	1,483,198	1,504,048



可扩展的区域代理模式推动所有市场的迅速渗透及增长

- 极兔建立了一个**高度适应性**的区域代理模式
- 区域代理对于**极兔总部在各个市场的战略执行起到了至关重要的作用**，负责管理区域日常运营。区域代理亦通过相关的区域运营主体管理极兔的网络合作伙伴

极兔区域代理模式概览



区域代理模式的核心优势

 设置业绩激励，与区域代理共享成功
利益文化一致

 根据各个市场建立最佳运营方案，并成功将该模式推广到不同国家/地区
高度灵活性与适应性

 凭借技术系统，克服各市场的运营挑战
强大的运营掌控力

 在不投入大量资本前提下，减少单位成本、提高经营杠杆
更低的成本与资本投入

- 参考TCFD¹建议，从治理、风险管理、管理策略、指标与目标四个层面，构建气候变化管理体系。
- 聚焦业务领域重点环节，从全链路展开绿色行动，打造绿色物流。通过绿色包装、绿色运输、绿色采购、绿色运营与办公等方面努力降低温室气体排放，助力减缓气候变化。



绿色包装

- **循环箱**：成立快递循环箱研发团队，2022年3月Red Box成功研发并投入使用，截至2024年6月底，已投放超43,000个，累计使用次数超60万次。
- **循环中转袋**：截至2024年6月底，累计使用循环中转袋约2,700万个，使用次数超14.7亿次。
- **可降解包装**：在末端网点推广使用全降解防水袋，截至2024年6月底，已累计投放超490万个。
- **降解&瘦身胶带**：推广适用可降解胶带，2024上半年新采购超4万卷可降解胶带。



绿色运输

- **使用新能源车**：推进干线、支线运输环节的清洁能源车辆应用，降低温室气体排放。截至2024年6月底，共计引入681台天然气牵引车。
- **提升运输效率**：为每辆网络班车配备北斗定位设备，合理规划运输路线，提高能源效率，减少污染物排放。
- **推进“公转铁”**：首次使用集装箱班列承运快件，实现公路转铁路多式联运。截至2024年6月底，运送包裹超510万件。
- **驾驶员培训**：面向驾驶员开展油耗管控及节能减排培训，提高驾驶员的节油意识。



绿色采购

- **优选绿色产品**：自2022年起推动合作的包装供应商进行绿色产品认证，优先选择通过“绿色产品认证”的包装供应商。截至2024年6月底，通过绿色产品认证的包装供应商比例达100%。
- **强化可持续采购**：2023年编制并发布《可持续采购政策》，强化供应商环境、社会方面的管理，致力打造绿色供应链。



绿色运营与办公

- **建设绿色标准化网点**：网点收派车辆采用新能源车辆、设置包装废弃物回收装置、使用LED等节能照明设备和节能办公设备。截至2024年6月底，共设置超过2,700个快递包装绿色回收箱。2024上半年累计回收超233万个纸箱。
- **发展光伏**：截至2024年6月底，共有7个转运中心投入使用光伏设施，累计面积超12万平方米；自建项目中扬州宝应、广州花都均已计划增设屋顶光伏。
- **绿色办公**：中国区总部制定节能减排方案，通过定期统计各楼层耗电量、设置各楼层节电激励目标，促进员工绿色办公。

注：
1. TCFD即气候相关财务信息披露工作组（Task Force on Climate-related Financial Disclosures, TCFD）。

- **为员工：**保障员工权益与福利、职业健康与安全，努力打造多元、平等、包容的工作环境，赋能员工成长与发展。
- **为客户：**搭建完善的产品体系，并为有需求的客户提供个性化的增值服务和定制化产品；完善信息安全与隐私保护管理机制，并持续提升客户服务质量，提高客户及消费者满意度。
- **为社区：**发挥业务优势，聚焦乡村振兴、灾后援助、绿色环保等方面开展各类公益行动，为运营所在地社区发展贡献力量。

为员工

- **权益与福利：**保障员工权益并完善福利体系，畅通员工沟通渠道，打造多元、平等、包容工作环境。
- **健康与安全：**围绕运输安全、转运中心及网点运营安全、寄递安全等重点运营环节落实安全管理行动，强化安全培训，保障员工职业健康与安全。
- **成长与发展：**设置适用不同岗位、不同层级的培训方案与职业发展路径，为员工提供多样化的培训，支持员工与公司共同成长和发展。



为客户

- **产品与服务：**通过智能化的基础设施，数字化的物流网络，为客户提供全场景化的物流解决方案；针对快件运输的全生命周期，建立“时效、服务、信息”三大服务保障抓手，不断优化快件运输流程，提升客户服务质量。
- **信息安全与隐私保护：**全面实施全球网络安全与隐私保护，并通过信息安全内部审计、信息安全与隐私保护意识培训，持续提升信息安全能力。J&T获得了ISO 27001、ISO 27701等多项权威管理体系认证。



为社区

- **乡村振兴：**推广快递进村，搭建乡村寄递服务网络，助力乡村振兴；支持乡村教育发展，为偏远地区学校师生提供物资支持。
- **灾后援助：**为受自然灾害（暴雨、山火、地震、洪灾等）影响的地区运输物资、捐赠物资，提供力所能及的援助支持。
- **绿色环保：**在新加坡、菲律宾、沙特等运营所在地开展植树、沙滩/地面清理等环保活动；发起绿色快递视频创新大赛、废弃物再生利用等环保公益专项，带动社会公众广泛参与。



- **风险管理**：搭建全面风险管理体系，通过三道风险防线之间的协调配合，共同识别、评估、管理和防范风险。
- **合规管理**：构建高效、严谨的合规管理体系，落实各项合规管理制度，坚持合规经营。
- **商业道德**：制定严格的反腐败和反贿赂制度，持续推进廉洁教育，强化商业道德管理，营造风清气正商业环境。

风险管理

- **三道风险防线**：包括由核心业务部门组成的第一道风险防线，以及内控、风控、合规、督导、审计及监察等职能组成的第二、第三道风险防线，为公司风险管理提供支持及保证服务。
- **风险意识培训**：设立“兔兔医生”和“兔子警长”内部订阅号分别分享内控、风险管理以及廉洁反腐败相关知识。通过开展风险管理相关培训，帮助全网树立对各类风险的防控意识。

第三道防线	保证	内审					外审
第二道防线	支持	财务	法务	合规	内控	风控	
第一道防线	核心价值创造	市场	网管	运营	采购	客服等	
第二道防线	支持	督导	质量控制	信息安全	安全管理	信息科技等	
第三道防线	保证	稽核			监察		

成为健康、长久的企业

合规管理

- **监管合规**：对公司遵守适用的法律法规、各项监管要求及行为准则的监督与管理。
- **治理合规**：遵守相关公司治理原则及上市规则的监督与管理。
- **合规培训**：加强集团各层级员工、各国家子公司员工、代理区员工、加盟商员工的合规意识及能力培训。

公司合规管理架构

企业管治委员会

合规风险工作组

合规风险管理团队

商业道德

- **制度建设**：制定《集团商业行为与道德准则》明确杜绝腐败和贿赂的要求，以及《廉洁守则》《集团利益冲突管理办法》等细则。
- **落实监察**：建立专门的监察团队，负责接受舞弊投诉和举报线索，进行调查并根据调查结果采取相应的纠正措施。
- **廉洁培训**：通过廉正教育培训、监察通报、制度解读等形式向员工宣贯公司反腐败制度和举措。