

# 2015 社会责任报告

Corporate Social Responsibility Report





# 目录

02. 致辞

03. 公司

09. 员工

23. 客户

29. 供应商

32. 股东

37. 社区

50. 展望



# 01 致辞

企业是社会的一分子，在创造价值回报股东的同时，还应同时考虑对员工、对客户和对社会的责任，不能只为了赚钱而赚钱，赚钱的最终目的是为了做大事业，从而推动我们去做更多有利于社会和大众的事情。

关于员工：员工是企业最宝贵的财富，企业的发展壮大应该同员工的成长相促进，无论是中期还是长期人才战略，都须具有三个关键体系：一是吸纳人才；二是留住人才；三是对人才的持续开发与培养。员工的背后，是一个个家庭，企业应当给与员工足够的回报和职业尊严，分享企业成长所带来的经营成果，这是企业对员工的责任。

关于客户：客户给我们的每一个包裹都是对我们的信任，是把信任和嘱托交到了我们手上。我们做得不好，就会失去客户对我们的信任。我们尚且不愿意失去一个朋友的信任，更何况是失去客户的信任？

关于股东：员工、客户和股东三者相辅相成，通过提升员工的满意度，会为客户提供更优质的服务，从而带来公司收入和利润持续稳定的增长，最终为股东创造更大的价值。

关于社会：我们做社会公益和慈善事业，不是为了换取什么功名或者奖状，只是为了让这样一种慈悲心得到传延——在得到爱心的同时，用自己的爱心去感染别人，这样我们的社会就能在一股正气之下，越来越稳定，越来越和谐。

我们强调对员工的责任、对客户的责任、对股东的责任、对社会的责任，最主要的目的是希望把这种责任心和善心，带到我们顺丰每个员工的心里，通过培养这样一种氛围，让责任和善的思维方式，能够传播开来，并把这当成是一种信仰，用责任和善的理念，来饱满顺丰精神。

公司概况

顺丰文化

# 公司概况

## COMPANY OVERVIEW



# 公司概况

## 公司业务

顺丰控股股份有限公司（以下简称顺丰控股）是国内领先的快递物流综合服务提供商。物流综合服务能力是行业未来的核心竞争力，服务体系越完整，整体供应链的效率越高，可持续发展能力就越强。经过多年发展，顺丰控股已初步建立为客户提供一体化综合物流解决方案的能力，不仅提供配送端的高质量物流服务，还延伸至价值链前端的产、供、销、配等环节，以客户需求出发，利用大数据

分析和云计算技术，为客户提供仓储管理、销售预测、大数据分析、结算管理等一体化的综合物流服务。其中：公司的物流产品主要包含：商务快递、电商快递、仓储配送、国际快递等多种快递服务，物流普运、重货快运等重货运输服务，以及为食品和医药领域的客户提供冷链运输服务。此外，顺丰控股还提供保价、代收货款等增值服务，以满足客户个性化需求。

### 遍布全球的服务网络



国际标快、特惠业务 51 个国家地区

跨境 B2C 和电商专递业务覆盖 200+ 国家和地区

◎ 数据截至 2016 年 12 月 31 日

顺丰控股同时还是一家具有网络规模优势的智能物流运营商。顺丰控股拥有通达国内外的庞大物流网络，包括航空网络、分点部网络、地面运输网络、中转场网络、客服呼叫网络、产业园网络等等，拥有显著规模优势。同时，公司一贯重视 IT 资源投入，不断提升物流运营和内部管理的智能化水平，是一家具有“天网 + 地网 + 信息网”核心竞争力的智能物流公司。

业务经营模式方面，顺丰控股采用直营的经营模式，由总部对各分支机构实施统一经营、统一管理，在开展业务的范围内统一组织揽收投递网络和集散处理、运输网络，并根据业务发展的实际需求自主调配网络资源；同时，顺丰控股大量运用信息技术保障全网执行统一规范，建立多个行业领先的业务信息系统，提升了网络整体运营质量。

## “三网合一”开放生态系统



国内快递



国际快递



冷运业务



重货业务



仓配业务

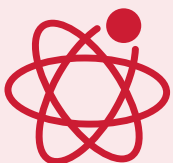
### 综合物流集团

#### 地网

依托于庞大的终端网点、中转分拨网络、运输队伍、配送队伍、客服团队等资源，顺丰控股已建成覆盖全国的快递网络，并向全球主要国家拓展。

#### 信息网

#### 顺丰科技



为客户提供全流程信息监控，并利用大数据分析和云计算技术，提供销售预测、提前发货、数据分析等信息服务

#### 天网

#### 顺丰航空



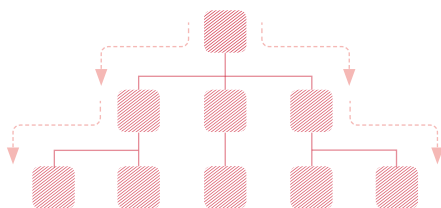
国内全货机数量最多的货运航空公司，无论从全货机数量、航线数还是运力能力均在业内保持领先。

◎未来顺丰控股将于湖北鄂州建设枢纽机场。

## 经营模式

顺丰控股采用直营的经营模式。通过总部对各分支机构实施垂直化的统一经营和统一管理，在网络范围内，按照统一标准组织揽收投递、集散处理和干支线运输，并依托集团众多行业领先和独创的业务信息系统，充分利用大数据和信息化技术，优化网络资源配置和规划，保障整个业务系统的高效、安全运转，并提供高质量、高时效的服务。

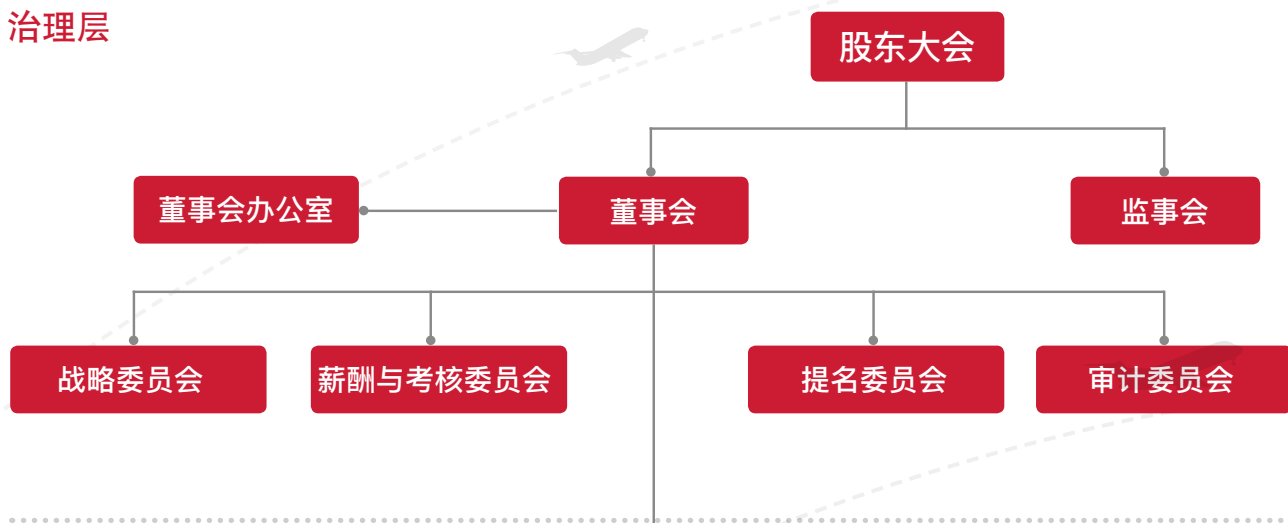
直营模式下在战略上始终保持统一



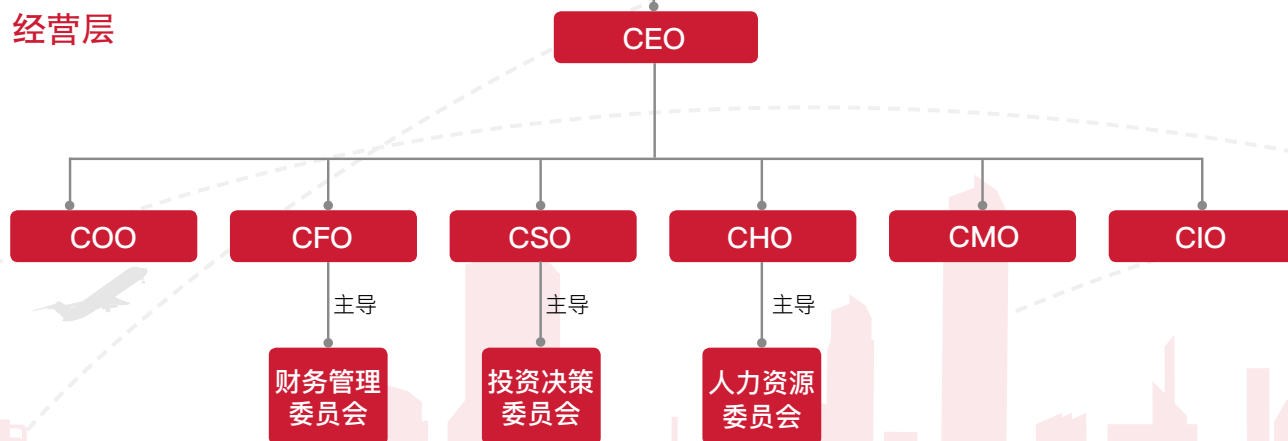
## 公司组织架构

顺丰控股严格按照《公司法》、《证券法》、《上市公司治理准则》、《深圳证券交易所股票上市规则》、《中小企业板上市公司规范运作指引》和中国证监会及深圳证券交易所颁布的其他相关法律法规的要求，制定《公司章程》及其他内部控制规章制度，完善公司内部法人治理结构，健全内部管理制度，规范公司行为。

### 治理层



### 经营层



# 顺丰文化

## 顺丰文化



### 愿景

#### 成为最值得信赖的，基于物流的合作伙伴

以顺丰在物流方面的优势为基础，为合作伙伴提供一体化综合物流优质服务，成为最值得客户信赖、让员工自豪、推动行业成长、受社会尊敬的企业。

致力于满足客户需求并超越客户期望；

致力于为员工打造引以为傲的职业平台和创业舞台；

致力于推动行业的健康发展，与合作伙伴共同成长；

致力于承担更多的社会责任。

### 核心价值观

#### 成就客户

客户为先，创造极致的服务体验；  
 随需而变，成就卓越的客户价值。

#### 我们强调：

- ▶ 以市场为导向，以客户为中心；
- ▶ 注重长远发展，不因短期利益而损害客户价值；
- ▶ 帮助客户取得成就的同时，自身也得到成长。

#### 行为导向：

- ▶ 具备客户意识，从客户的立场思考问题；
- ▶ 精准识别客户需求，提供超越需求的解决方案，创造最佳的服务体验；
- ▶ 具有超前的服务意识，从客户发展的角度构建需求，推动客户向前，帮助客户成功。

## 创新包容

以创新之心，探求未知之路；  
以包容之道，佑护创新前行。

### 我们强调：

- ▶ 创新不分大小，每个人、每件事都可以创新；
- ▶ 倡导互联网思维，善于从互联网之中获得灵感；
- ▶ 创新难免有风险，能包容失败，是实现创新的保障；

### 行为导向：

- ▶ 打破思维惯性，跳出原有的工作模式，站在一个新的角度思考问题；
- ▶ 持续优化现有工作，通过反思总结，不断改善工具和方法，提高工作效率；
- ▶ 以积极的态度面对他人创新，鼓励新创意，为创新提供支持与空间，包容失败。

## 平等尊重

平等相待，视对方为另一个自己；  
彼此尊重，用倾听和理解接纳他人。

### 我们强调：

- ▶ 分工有不同，职务有高低，但每个人的人格完全平等；
- ▶ 公平的人才环境和发展空间；
- ▶ 尊重专业，不让职权压倒一切

### 行为导向：

- ▶ 平等对待每一个人，不以岗位分工、职务高低区别对待；
- ▶ 以职业精神和专业态度做事，对事不对人；
- ▶ 换位思考，考虑他人的需求和意愿，用倾听和理解接纳他人，通过尊重他人获得他人尊重。

## 开放共赢

拥抱变化，在开放中寻发展；  
求同存异，在合作中赢未来。

### 我们强调：

- ▶ 开放平台，共享资源，与合作伙伴共享行业成长；
- ▶ 从整体利益出发，打破本位主义和既得利益，公司利益为上；
- ▶ 员工心态开放，拥抱变化。

### 行为导向：

- ▶ 保持积极开放的心态，主动拥抱变化；
- ▶ 乐于学习、拓宽视野，主动分享成果和经验，与同伴共同成长；
- ▶ 从整体利益出发，相互协作，博采众长，实现团队合作共赢。

## 诚信底线

不作假、不欺瞒

不损害客户及公司利益

不损人利己，不以公谋私

不轻言毁诺，不失信于人

# 03

## 员工

## EMPLOYEE

员工构成

让员工有尊严，  
让快递成为有尊严的工作

员工回报

员工培养机制

员工关怀

员工沟通

职业安全与保障

工会组织





顺丰控股坚信：员工才是顺丰最大的财富。自成立以来，公司持续贯彻“以德为本、以才为先、以绩为导”是顺丰的人才观，秉承“价值观实践、价值贡献”双驱动引导的用人理念，培养员工、发展人才，促进员工与公司共同成长，并使员工能够在公司的成长和经营成果中分享利益。



## 员工构成

截止 2016 年底

 自有员工  
120,000+

 本科以上  
18,000+

 硕士以上  
1,200+

## 让员工有尊严， 让快递成为有尊严的工作

### 营造相互尊重的企业文化

顺丰一直以来都特别强调人与人之间的相互尊重，并把“尊重”作为公司核心价值观的关键词。顺丰认为，只有在公司内部建立相互尊重的环境，才能让员工舒心工作，尽展才智，才能产生内心的自豪感和归属感；员工在公司得到了尊重和认可，才会更好地尊重客户，那么客户才会

尊重我们，更信任我们，这是一个良性的循环。各级人力资源部学习发展组织：负责各组织员工培训管理，是业务部门培训需求挖掘者、解决方案提供者及培训管理工作实施者，专注各组织业务领域的日常经营培训管理工作。

#### 对于尊重，顺丰强调

- ▶ 人格平等
- ▶ 公平的工作环境
- ▶ 相互理解、信任和包容
- ▶ 营造温暖的团队氛围

#### 对于尊重，顺丰强调

- ▶ 平等待人，不要有级别观念，在内部提倡“去总化”
- ▶ 尊重员工的人格尊严和合法权益
- ▶ 尊重员工的观点和意见
- ▶ 关心员工，重视员工合理需求并给予必要的帮助

#### 顺丰对“尊重”的界定： 尊重，以不失人格尊严为前提

- ▶ 当我们的人格尊严受到伤害的时候，当我们受到粗暴对待的时候，我们应不卑不亢，以得体的方式处理，回避粗暴的相互冲突；
- ▶ 当顺丰员工在外界受到不公平、不公正甚至人格尊严受到伤害时，顺丰是员工的坚强后盾，顺丰会动用一切资源和力量维护员工的合法权益，捍卫顺丰人的尊严。

## 收入保障

顺丰的一线小哥实行多劳多得的计提工资，顺丰业务的持续发展，为广大员工的收入提供了坚实保障。2016 年顺丰推出一线增收计划，通过效能提升、拓宽增收渠道、特殊区域专项补贴投入，提升一线员工的收入水平。2016

年，全国各地顺丰一线员工的工资水平不仅远高于当地最低工资水平，且在同行业中具备一定竞争力。良好的、有竞争力的薪酬水平，增强了顺丰一线小哥的工作价值感和获得感。

## 素质形象提升

良好的素质形象是获得他人好感和认同的前提条件，顺丰一直以来高度重视一线收派员的素质形象提升工作，在劳保用品、交通工具、作业流程标准化、服务礼仪培训等方面投入了大量的人财物资源，旨在打造一支“形象好、专业精、服务优”的一线员工队伍。

2016 年，公司开展两次“塑造好形象，争做代言人”活动，共有 633 名收派员参与，70 名收派员被评选上优秀收派员；开展“好形象随手拍·齐分享”，共有 152 名收派员获得优秀收派明星称号并获得奖励；开启素质形象服务窗，共发布 12 期态度行为类投诉案例分享。

## 降低劳动强度

### 设备投入



#### 丰巢柜

作为收派最后一公里的重要举措，截至 2016 年底丰巢柜 39436 个，覆盖 74 个城市，极大缓解了一线员工的派件压力；



#### 智能分拣柜

应用于中转场小件分拣，减少人工识别、分拣工作量，提升中转场自动化水平，提升中转场快件处理量；



#### 自动化分拣设备

自动化分拣设备的投入实现了更高效、安全的分拣与中转，满足客户对时效与质量的需求。

### 流程变革



#### 便利店合作

便利店区域覆盖率达

15.2%

日均处理量超过

20 万票



#### 二程接驳

二程接驳区域覆盖率达

29.4%

减少收派员日均往返趟数

18.7 万趟

日均增加收派员服务时长

2 小时

注：时长 = 创收（多劳多得）

## 增强归属感

### 职业发展

拓宽一线员工职业发展路径，鼓励优秀一线员工进入后备管理层队伍；通过“潜才计划”，顺丰从基层员工中识别潜才近 8000 人，其中超过一半为一线收派员。通过业务自学、岗位历练、集中培训三个阶段，累计培养合格超过 3500 人，

上岗超过 1700 人；

从入职到晋升匹配了丰富的学习课程和资源，全面提升一二线员工的实操技能，收派效能提升 10%。

### 医食住教

通过公司渠道和资源为广大员工争取医食住教方面的优惠政策和资源，截至 2016 年，共计开发医食住教项目达 2900 项，增强了员工的幸福感和归属感。



#### 一线城市新员工过渡性宿舍

针对一线城市新入职外来务工人员住房困难问题，顺丰通过配置过渡性宿舍来满足这部分员工群体的临时住房需求。截至 2016 年，共在一线城市配置宿舍 60 个，今年顺丰重点在一线城市进行大面积优惠房源投入，确保入住人数、住宿环境、住宿安全方面得到持续提升。



#### 一线员工意外险购买情况

顺丰一直致力于为员工创造一个良好、安全的工作环境和职业发展平台。随着公司的发展，公司在逐步提高员工的福利待遇，为员工缴纳社会保险的同时，由公司出资为一线员工购买意外险、雇主责任险等商业保险。截止目前顺丰全日制用工的一线人员意外险购买率达 100%。对于未购买意外险的非全日制一线人员则购买雇主责任险进行补充。

### 人员保留

顺丰高度关注员工保留工作，并结合员工满意度改善，从多个方面推进员工保留工作。2016 年，顺丰一线员工流失率持续下降，且低于快递行业整体流失水平。顺丰鼓励员工长期为公司服务，并在年度评选五年、十年、十五年

长期服务奖以及 Best SFer 之长期贡献奖。截至 2016 年，持续为顺丰服务时间超过 5 年的一线员工超过 17000 人，服务时间超过 10 年的一线员工超过 4000 人，服务时间超过 15 年的一线员工超过 250 人。

截止 2016 年

服务时间超过 5 年

17000 人

服务时间超过 10 年

4000 人

服务时间超过 15 年

250 人

# 员工回报

顺丰控股秉承高绩效高回报的薪酬理念，对于高业绩、高价值贡献的员工，集团提供多元化的薪酬激励路径，给予员工认可和激励，确保公司持续发展的内在动力。

## 薪酬水平



公司以岗定薪，基于岗位价值，科学设置薪酬差距。通过定期的内外部薪酬水平对标分析，考虑市场薪酬给付水平，确定公司薪酬水平定位，保持公司薪酬竞争力。

## 员工激励



公司通过多元化、业绩导向的短期激励和长期激励政策，吸引和保留核心人才，提升员工全面薪酬竞争力，驱动各业务的经营业绩达成。

## 薪酬总额



公司根据业务组织的经营情况和战略定位，公平分配资源，助力公司业务经营。

# 员工培养机制

为保障员工能够同公司同步成长，不断提升员工的管理技能和专业技能，公司已经建立一整套员工培训和成长通道体系。

公司非常重视员工的发展，目前公司高管共有 700+，其中 65% 为内部培养，35% 为外招；且公司每年会在基层招聘飞行学员进行培养，现已有 2 名收派员成长为飞行责任机长。

## 员工培训组织

包括顺丰大学、各级人力资源部学习发展组织、各级管理人员等三个层次的组织和牵引，保障培训和员工成长活动的落地。

培训规划和标准体系的构建者，负责公司整体的培训“规划、研究、标准、协调”。同时兼具顺丰集团人才培养基地职能，专注公司培训资源和培训平台的建设与关键人才培养项目设计、实施。

顺丰大学

各级管理人员

是其下属员工的能力培养责任人，充分发挥“保驾护航”的作用，将下属培养纳入到日常工作中，为公司输出人才。

员工培训组织

负责各组织员工培训管理，是业务部门培训需求挖掘者、解决方案提供者及培训管理工作实施者，专注各组织业务领域的日常经营培训管理工作。

各级人力资源部  
学习发展组织

## 终端移动学习平台

2015 年 12 月，正式启用“顺手学”移动学习 APP，为全员提供移动学习服务，根据人才发展路径模型，建立各级员工学习地图，通过“顺手学”员工可以随时随地随需利用碎片时间进行学习；持续开发微课程，已上线课程总

数 4491 门课程，其中一二线员工 2472 门课程，包括营运操作类 1214 门，产品和服务知识类 184 门，企业文化类 65 门，安全类 221 门，其他类 788 门；

### 上线课程



运营操作类

1214 门

产品知识类

184 门

企业文化类

65 门

安全类

221 门

其他类

788 门

### 员工培训模块

包含管理者培养、在职员工培养、新员工培养以及学习平台构建四个模块，通过线下实体教学、线上互联网学习平台等方式开展便捷的学习和培训活动。

### 完善的分层培养体系

从一二线员工、专业人员到各层级管理者，设置了全面的能力提升课程包

## 能力提升课程

### 区总及高管

- ▶ 配任务、补短板、扩视野

### 高级经理

- ▶ 创新培养模式
- ▶ 贴近业务场景
- ▶ 拓互联网思维

### 网点负责人

- ▶ 聚焦短板能力
- ▶ 经典定制开发
- ▶ 引领贴近实战

### 专业人员

- ▶ 聚焦关键群体
- ▶ 优化人员结构

### 基层员工

- ▶ 优化培训形式
- ▶ 及时更新课程

### 讲师队伍建设

讲师评选、激发讲师活力，赋能培训、提升技能

### 学习资源开发与管理

“微丰杯”（83 个组织、3109 门），微课体系、贴合业务（业务开发、激活个体）

### 学习系统推广与管理

顺手学 37.9 万人，培养移动学习习惯，专项活动（高峰应对、特色经济）

## 一线员工培养

对于一线员工技能培训，顺丰建立了完整的培训体系、庞大的师资队伍和先进的终端移动学习平台。

### 培训体系：

| 类型      | 描述                                                      |
|---------|---------------------------------------------------------|
| 新员工岗前培训 | 员工上岗前需经过师带徒培训、集中理论培训、模拟通关实操考核及理论考核环节的培训考核，员工技能达标后才能独立上岗 |
| 新起点专项培训 | 针对特定项失误较多的员工开展专项技能强化培训                                  |
| 新业务项目培训 | 针对业务更新\新上线项目对员工进行新知识培训                                  |

### 师资队伍

目前通过资格认证的一线带岗师傅 1.6 万名，负责新员工岗前实操等技能的传、帮、带，使新员工迅速掌握实操技能；全网专职培训讲师 206 人，等级认证兼职讲师

4454 人。在体系、资源的支撑下，顺丰一线员工在上岗前能够通过必备技能的培训，进而独立上岗，更好地服务客户。

### 技能体系

| 类别  | 辅导内容      | 技能要求                                 |
|-----|-----------|--------------------------------------|
| 营运类 | 装备及场地设备操作 | 熟练使用岗位各种操作工具，能够做到定期维护设备安全。           |
|     | 收派件规划     | 能够通过客户位置、派送时间以及交通情况等规划收派线路，提高收派效率。   |
|     | 收派流程      | 能够依据公司标准操作流程，安全、快捷、准确的完成日常收派件工作。     |
|     | 包装做件      | 能够根据公司要求包装快件、填写运单。                   |
|     | 安全防范      | 能够按照公司安全守则，掌握确保人身安全、行车安全、快件安全的关键要领。  |
|     | 异常处理      | 能够根据公司要求进行异常报备处理，确保快件安全，维护公司形象。      |
| 服务类 | 产品知识      | 能够将公司的产品准确无误的推荐给客户使用。                |
|     | 销售技巧      | 具备销售意识，掌握基本的销售技巧，挖掘客户需求，开发新客户及深耕老客户。 |
|     | 沟通技巧      | 能够不断提升服务质量，为客户提供优质的服务。               |

注：除常规培训外，公司每年还会组织全国性一线员工的职业技能鉴定工作。

# 员工关怀

公司关怀员工的生活和身心健康，通过多方式、多渠道展开员工关怀活动，提升员工的企业归属感和职业自豪

感。公司通过 EAP 项目（员工帮助计划）和 E-HOME 项目（医食住教）两大项目平台，持续开展对员工的关怀活动。

## EAP 项目（员工帮助计划）

通过推出员工身心健康热线、暖丰大使、心理减压舱、暖丰大讲堂等活动，开展对员工深层关怀。



## E-HOME 项目（医食住教）

借助线上、线下渠道定期收集员工的社会资源需求，努力寻求与外部企业合作机会，着力于开发覆盖全员医疗健康、住宿改善、教育提升、生活便利等方面的顺丰专享

政策、服务、优惠及便利通道，为员工提供内容丰富、数量充足的优质社会福利资源。



◎ E-HOME 项目手机端

# 员工沟通

沟通是营造和谐劳动关系，促进企业健康发展的灵丹妙药。多年来，公司已经建立起员工座谈会、民主生活会、管理人员走基层、员工关怀热线、区总热线、移动互联网

零距离沟通平台“回声”、员工满意度第三方年度调查等多种线上、线下方式，努力打造一个透明的、无障碍的企业内部沟通环境。



## 员工投诉

主管部门：人资

投诉专线

BBS 投诉专栏

审计投诉邮箱



## 员工投诉

主管部门：审计

线上渠道

丰声

工会员工热线

线下渠道

员工座谈会

基层走访

区总开放日



项目手机端

# 职业安全与保障

公司于 2015 年成立“安全生产委员会”，将安全生产管理与日常经营相结合，各经营组织第一负责人，直接对安全生产进行负责。持续深入推行“安全生产标准化”管理工作，跟随公司的发展，不断健全与优化安全管理体系和

安全操作规范指引。目前，公司已经拥有完善成熟的安全教育与培训体系，涵盖从员工入职、培训、上岗、工作期间、业余生活等多个不同维度。



◎ 安全教育海报 1



◎ 安全教育海报 2

## 车辆安全管理

作为快递企业，顺丰拥有庞大的运输车辆和驾驶员队伍，车辆管理及驾驶员日常行车安全是员工安全工作的重中之重。顺丰从驾驶员岗位招聘安全管理、驾驶员岗位安

全文化建设、驾驶员岗位行为安全管理和车辆安全技术管理等四方面建立起完整的车辆安全管理体系：

### 驾驶员岗位招聘安全管理

旨在减少安全行车意识差、安全行车技能低的驾驶人进入我司，从源头上减少交通安全危险成分，为我司的减少交通事故率目标奠定良好基础；

### 驾驶员岗位安全文化建设

旨在强化安全行车意识、提升安全行车技能、增强驾驶员群体企业归属感与满意度，使其保持饱满的工作热情与积极的工作心态；

### 驾驶员岗位行为安全管理

旨在提升驾驶员群体安全行车技能，纠正违规驾驶员日常行为，采取“有错必究，有错必罚”的原则，保障驾驶员群体整体安全行车质量的提升；

## 车辆安全技术管理：

| 车辆安全技术管理项 | 关键内容                                         |
|-----------|----------------------------------------------|
| 车辆检查标准    | 顺丰车辆检查分为驾驶员三检（出车前，行车中，收车后），司机组长半月检，季度安全技术大检查 |
| 车辆保养标准    | 根据各车型特点、厂家保养标准，制定最佳的保养规则及保养标准，确保车辆的安全技术状况    |

## 劳保用品投入

基于行业户外作业时间较多、体力投入较大的行业特点，公司按照收派人员、中转作业人员、客户服务人员等不同的职群岗位的工作特性，每年均投入专项资金用于相应的服装、作业装备、劳动防护用品研发和设计，公司高层领导先行试穿试用，尽最大可能地提升员工穿戴设施的舒适性和安全性。

顺丰从员工的安全保护、形象统一、便捷实用为出发点，为一线员工提供各类劳保服装及工具共计 80 余种，2016 年共计投入 2.64 亿元。同时，每年定期对所有配置的员工个人装备进行满意度调研，主动创新并不断听取员工意见，对员工所用劳保工具进行优化创新、选型改型。



# 工会组织

顺丰集团工会建于 2007 年，专职工会干部 192 人，工会代表（义工）约 1.2 万人，会员 10 万余人。下设劳动争议调解委员会、女职工委员会、经费审查委员会。同时 50 家独立法人公司获当地上级工会批复成立了工会组织。

建立规范的工会管理架构，集团工会—派驻工会—分公司工会，主要围绕维护员工合法权益、集体协商、民主管理，协调劳资关系。

## 权益保护

### 维护员工合法权益

工会成立员工关怀热线中心，5 条热线服务于全网员工，为广大员工提供困难帮扶、心理疏导、问题受理、制度咨询、困难调动，2016 年共受理 22246 起员工需求，问题解决率达 94%，承载沟通桥梁，化解劳资纠纷，输出问题至管理层，为稳定团结员工队伍起到了积极意义。

参与公司单方解除员工劳动合同的审核，避免因解除不当而造成员工权益受到伤害。2016 年，工会共受理个案 434 单，对于不符合法律法规要求的个案进行驳回处理，工会参与的案件员工仲裁率低。

### 集体协商

工会与企业建立定期协商制度，每年就涉及员工利益的重要问题进行协商解决。及时将员工的集体意志向资方

进行表达，各分会采取召开工会代表沟通会的形式，通过凝聚职工的集体意识、集体力量，让资方重视集体协商，从而形成有效的沟通，最终实现职工利益的有序表达和工资福利的制度性增长。如在集团层面签定《集体合同》《工资集体协商合同》

### 民主管理

参与涉及员工切身利益的公司规章制度的制定，围绕工资标准、社会保险和住房公积金、休息休假、安全生产等重大问题反映员工意愿诉求，提出工会意见主张。如参与《员工手册》《奖励与处罚管理规定》等公司重要制度制定。

## 工会关怀

2016年集团工会在全网范围内开展了员工关怀项目，为员工办实事，做好事，解难事为出发点，给广大员工和为顺丰服务的人员送去贴心的关怀，人数达到114万人次，费用约2675万元。

在新春期间，慰问1914名家庭困难员工及员工家属

送出价值 **39** 万元礼物



在炎炎夏日里，慰问户外顶着酷暑坚持工作的一线小哥

活动费用 **858** 万元



新春送福

在秋季开学，帮助278名家庭困难员工子女上学读书

资助费达 **92** 万元



夏送清凉

金秋助学

在严冬，慰问户外冒着严寒的一线员工

活动费用 **1200** 万元



冬送温暖

在业务高峰期，关心员工身心健康，

慰问费用为 **300** 万元



业务高峰慰问

关怀工伤、疾病员工，共计慰问5848名患病员工

发放慰问金 **186** 万元



常规慰问

重大疾病保障计划

员工投保率为70%，该计划以低额保费获取最大的保障，2016年获赔员工317人

共计支出 **3498** 万元



## 素质教育

全网各地区工会开展 2560 场次寓教于乐的讲座、沟通会、技能比武，文体活动等“两关心十件事”，渗透员工

精神品德教育，如亲情孝道，社会责任，感恩回报，，提高员工综合素质，塑造劳动者良好形象。

### 两关心十件事



活动类型 / 场次

助力经营

伙伴沟通

点部大管家

管理者沟通

技能比武

关心企业

356

218

513

213

205



活动类型 / 场次

单身联谊

心理解压

安全防范

公益活动

亲子孝道

关心员工

128

159

461

129

178



# 04

# 客户

CLIENT

客户价值

行业价值

客户和消费者权益保护



# 为客户创造价值

面对个人客户，我们送达的是专业的服务与态度。通过全程呵护物品流转的环节，确保实现安全无误的送达；面对企业客户，我们提升网络运营效率，将物品准时地配送至指定地点，并实现最优化的成本效益。

我们为客户提供的不仅仅是物流服务，更是线上线下融合的桥梁，是品牌和消费者的接触点，是用户体验的关键环节，帮助客户的物流从企业的成本中心向价值创造中心转变。以大数据和物联网的实践，让货物的流通更加顺畅，资源利用的效率不断提升。成为客户的大脑，规划并提供专业、完善的综合性解决方案，成为客户的手脚，高效完成价值链中的每一次交付。

因为顺丰，企业可以专注自己所长——无论设计、生产制造或营销。我们帮助客户的商品在产业链中顺畅流通，

使其资金灵活运用，将商品送达每一个消费者手中；因为顺丰，人们可以更便利地生活，不管在都市或农村，无处不在，传递人们的托付，以快速、新鲜和品质，不负期待。

得益于公司的直营经营模式、高密度网络覆盖、强大信息系统建设、密集的陆空运力资源和优秀的企业文化，顺丰控股在消费者满意度和消费者有效申诉两个关键指标方面，一直位于前列。自国家邮政局 2009 年首次公开发布快递服务满意度排名以来，顺丰连续 8 年蝉联第一，根据《2016 年快递服务满意度调查结果》，顺丰在“快递企业总体满意度和得分”榜上排名第一，得分 84.6 分。快递服务申诉率排名方面，2016 年度顺丰控股月平均申诉率为 3.42 件（每百万件快递有效申诉数量），远低于全国平均的 9.32 件，在国内快递服务企业中排名第一。



快递服务满意度

连续 8 年

蝉联第一

2016 年度

84.6 分



月平均申诉率

每百万件快递有效申诉数量

月平均申诉率

3.42 件

国内快递行业排名

第一名

在社会组织举办的行业评选活动中，公司获得的排名和荣誉



2016 年 12 月 顺丰速运有限公司

2016 年度中国物流业大奖  
“双 11”公众最满意快递公司金奖

《物流时代周刊》杂志社、中国物流业大奖组委会



2016 年 12 月 顺丰速运有限公司

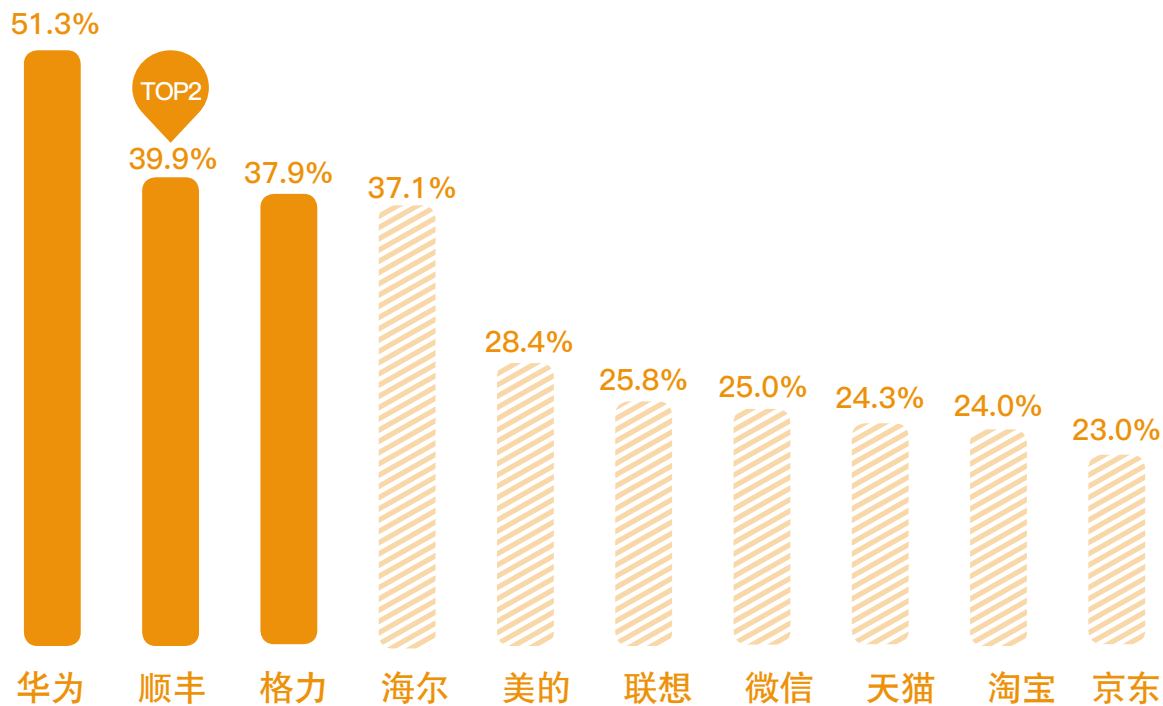
全国电子商务物流企业服务等级综合型 AAAAA

(有效期: 2016 年 12 月 15 日到 2018 年 12 月 15 日)

中国电子商务协会物流专业委员会、  
中国电子商务物流企业联盟、中国标准化研究院

2017 年 3 月，环球网携手环球舆情调查中心发布了《2017 年中国消费者品牌好感度红黑榜》，华为、顺丰、格力跻身网民最喜爱的国产品牌三甲行列。

### 2017 年国产品牌好感度红榜 TOP10



### 助力客户拓展商业覆盖边界

#### 生鲜



过去，生鲜电商等客户，受制于食品易变质，保质期短、保存困难的因素，仅能在周边地区销售

顺丰冷运服务帮助食品生鲜客户将商品派送半径拓展至全国

#### 医药



医药用品、疫苗因对温度依赖严重而易变质

顺丰提供有保障的物流服务，传递健康

#### 3C



数码 3C 产品单价高，易破损的特性为整个电子商务领域最高

顺丰在行业内提倡标准化包装，规范化收寄件流程，并提供保价服务、逆向物流，提升客户在物流环节的服务质量

## 以更快的物流周转帮助客户节约成本，提升效能

### 服装行业在物流环节的痛点

- ▶ 一个新品的生命周期多为两个月，由包装、运输、仓储、配送与退换货等物流环节的大量工作；
- ▶ 服装企业每天需要处理成百上千的SKU，并且服装产品具有品牌、款式、尺码、颜色等多重属性，使得运作的复杂性成倍增加
- ▶ 服装产品每天的贬值率大概为 0.7%，表明如果缩短 7 天流通时间，产品价值可以减少 5% 的贬值，而毛利率增加则可达 9%



### 解决方案

- ▶ 顺丰的“智慧云仓”产品，利用大数据分析，智能分配SKU，减少库存量，降低调配成本，缩短配送时长
- ▶ 从供应链到销售的综合解决方案，从原材料采购配送环节入手，减少客户备货成本，缩短原料到销售时长



### 效果

- ▶ 顺丰的“快”减少时间贬值成本，提升效能
- ▶ 减少物流周转，节约周转成本



## 成就客户，通过物流服务为客户的客户创造惊喜体验

1. 顺丰为客户提供的物流服务的品牌是消费者的接触点，是用户体验的关键环节

2. 在电商五星评价体系中，物流服务是评价整个购物体验中极为重要的环节，占据 30% 的评价权重

3. 2016 年上半年物流快递类投诉占比达 4.20%，成为电子投诉的第五大问题。——《2016 年（上）中国电子商务用户体验与投诉监测报告》



顺丰通过快速、准确、高效的物流服务提升客户体验，提升电商客户用户满意度。



◎ 物流服务评价页面

## 行业内唯一承诺保托寄物价值的快递服务企业

### 普通保价

在快递服务过程中，寄件人可对托寄物内容向顺丰声明价值，并缴纳相应的费用。当货物在运输过程中发生损坏或遗失时，顺丰将按照托运人的声明价值赔偿一定损失，保价业务极大地保障了寄件人的利益，避免物流环节的因素造成的客户损失。

#### 服务优势



- ▶ **安全保障：**专业包装，并凭有效证件签收；
- ▶ **物超所值：**保价费低，最低仅 1 元；
- ▶ **操作简单：**运单上填写保价内容；
- ▶ **专业理赔：**专业售后服务团队，快速理赔；
- ▶ **赔付时效快：**3 天内完成赔付

### 顺丰特安

顺丰特安是为有寄递高价值物品（单票声明价值超过 2 万元）需求的客户提供特殊监控、专车派送、专业理赔的服务。

#### 服务优势



- ▶ **安全无忧：**专人专车收派，凭有效证件签收；
- ▶ **特殊监控：**全程跟踪监控，各环节每四小时异常示警；
- ▶ **高额保障：**最高声明价值每一运单号 RMB100 万；
- ▶ **收费灵活：**费率灵活，保额越高，优惠越多；
- ▶ **专业理赔：**专职售后服务团队，快速理赔；
- ▶ **赔付时效快：**7 天内完成赔付

## 行业价值

### 提升快递行业的服务标准，拉动行业整体水平

#### 运用自动化分拣设备等高科技手段



运用全自动/半自动分拣、快件识别扫描、自动建包、异常包裹处理全流提升分拣准确度、降低成本，提高效率；通过车联网、智能交互、信息采集、实时通信的基于互联网和物联网的技术实现车、人、货物互通互联，对超速、疲劳驾驶、实时影像等故障预警，做到事前预防；自动化监控系统是通过部署在各个场地和设备中的多种传感器，对场地、设备的运行状态、技术指标进行时时采集和分析，并通过监控平台将相关数据及时传递给相关管理人员，为故障预警、设备日常运维保障、临时调度、异常应对提供信息支持。

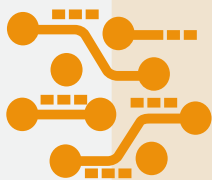
## 利用航空机队成为国内第一家推出时效产品的快递公司

2003 年初，顺丰与扬子江快运签下合同，成为国内第一家（也是唯一一家）使用全货运专机的民营速递企业。

目前，顺丰已有 51 架全货运包机（36 架为顺丰旗下顺丰航空的自有全货机），使用 6591 个散航航班，客机腹舱航线 1840 条，日平均使用航班数量 2819 班次。成为国内时效最快的快递公司之一。受此感召，国内物流企业纷纷跟进，提升了全行业时效水平。



## 利用大数据不断满足客户各类需求



顺丰控股自 2016 年开始建立以大数据驱动的仓库选址、商家销量预测、库存分仓策略和智能调拨方案；首次在快递行业面向企业客户提供大数据产品，运用大数据计算与分析技术，聚焦智慧物流和智慧商业，为客户提供物流仓储、市场开发、精准营销、产品运营等方面的决策支持，助力客户优化物流和拓展生意。

## 服务品质树立行业标杆

环球网联合环球舆情调查中心就国产品牌相关话题展开网民对国产品牌好感度的调查。顺丰以最为快速和相对优质的服务排名最受欢迎快递品牌榜第一，有 87.2% 的受访者表示最喜欢顺丰。

根据国家邮政局《关于邮政业消费者申诉情况的通告》数据统计，2016 年度，顺丰月平均申诉率为 3.42 件（每百万件快递有效申诉数量），远低于全国平均的 9.32 件。顺丰控股近两年申诉率连续处于国内同行最低水平。通告对比了行业中 10 家快递公司全程时限、寄出地处理时限、运输时限等 6 个指标情况，顺丰控股在 6 项指标排名中全部位列第一。



## 客户和消费者权益保护

顺丰控股为客户和消费者提供较高售后服务保障，理赔标准和平均赔付时效超出行业平均水平，保障了客户的权益。公司良好的品牌形象、服务口碑和高效、安全的服

务质量，得到了中国乃至世界知名品牌的认可和肯定，并获得华为、小米、苹果、李宁、特步等客户授予的优秀物流供应商、年度最佳物流供应商等奖项和荣誉。

# 05

# 供应商

SUPPLIER

阳光采购

供应商管理体系

研发创新

沟通&协同



# 阳光采购

发放阳光采购函，告知供应商权利、申诉渠道，用阳光助力共赢。



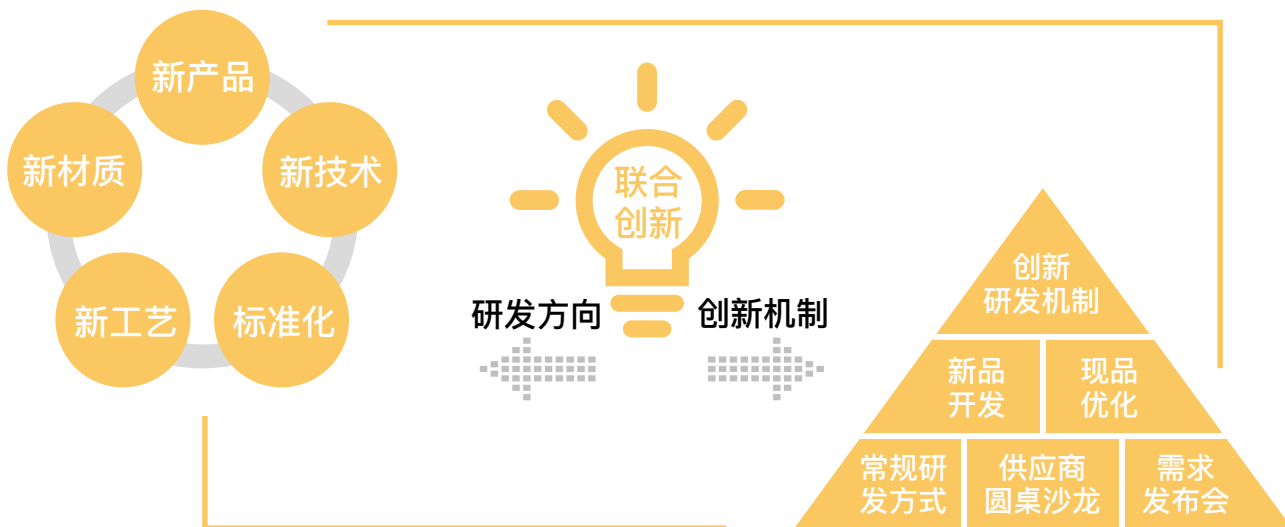
# 供应商管理体系

公司通过内部控制程序，引入内部审计部门参与采购环节的业务审核，并通过微信公众号、易信公众号、企业公众邮箱等网络途径，建立投诉渠道。



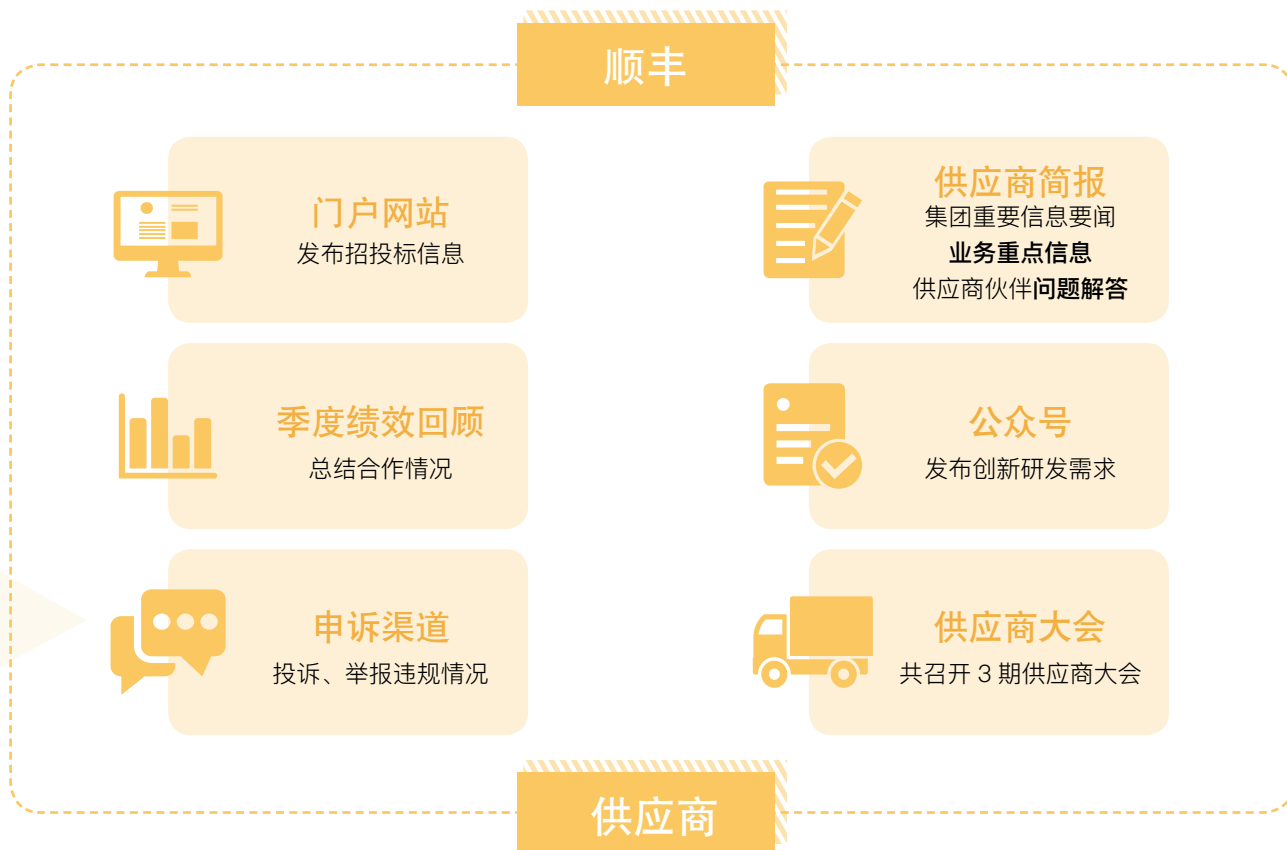
# 研发创新

秉持绿色环保的创新理念，以内部创新机制为依托，结合外部供应商资源，联合研发，同时打造开放平等的创新平台，促进与社会资源的融合，推动行业包装标准的提升。



# 沟通 & 协同

建立协同机制，提升协作效率。



# 06

# 股东

## SHAREHOLDER

回报与增长

公司治理结构

内部控制和风险管理

信息披露与透明度

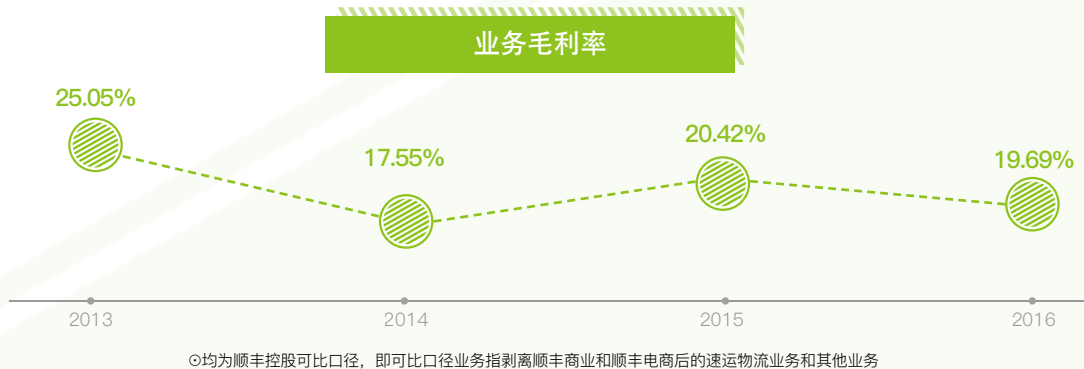
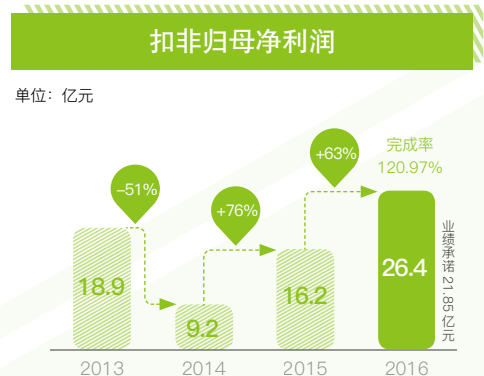
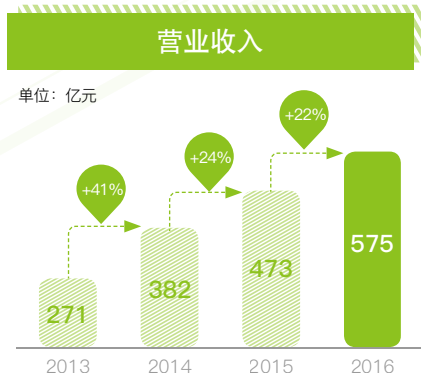


# 回报与增长

## 经营业绩

报告期内，公司实现营业收入 574.83 亿元，持续经营业务可比口径同比增长 21.51%；归属上市公司股东的净利润为 41.80 亿，相较 2015 年持续经营业务部分归属上市公司股东净利润 19.67 亿，同比增长 112.51%。扣除非经常性损益后归属上市公司股东净利润为 26.43 亿元，

较 2015 年度持续经营业务扣除非经常性损益后归属于上市公司净利润 16.23 亿，同比增长 62.85%。公司不仅圆满达成 2016 年承诺利润 (21.8 亿元)，而且超额 4.63 亿元，为今后顺利实现 2017 及 2018 年度承诺利润奠定了良好基础。



## 股东分红

公司实行持续、稳定的利润分配政策，重视对股东合理、稳定的投资回报，同时兼顾公司的可持续发展。《公司章程》规定：在满足现金分红条件时，公司每年以现金方式分配的利润不少于当年实现的可分配利润的百分之十。公司最近三年以现金方式累计分配的利润不少于最近三年实现的年均可分配利润的百分之三十。

2016 年度利润分配预案：以 2017 年 1 月 31 日总股本 4,183,678,213 股为基数，向全体股东每 10 股派发现金股利人民币 1 元（含税），共计 418,367,821.3 元，剩余未分配利润结转以后年度。不送股，不转增。

### 2016 年度利润分配预案

总股本

4,183,678,213 股

向全体股东派发现金股利（含税）共计

418,367,821.3 元

# 公司治理结构

## ■ 股东与股东大会

报告期内，公司严格按照《证券法》、《公司法》等法律法规的要求及公司制定的《股东大会议事规则》，规范股东大会召集、召开、表决程序，切实保证中小股东的

权益，平等对待所有投资者，使他们能够充分行使自己的权利。聘请律师列席股东大会并对股东大会的召开和表决程序出具法律意见书，充分尊重和维护全体股东的合法权益。

## ■ 控股股东与公司

公司控股股东严格根据《上市公司治理准则》、《深圳证券交易所股票上市规则》、《公司章程》规范股东行为，

通过股东大会行使股东权利，未发生超越股东大会及董事会而直接或间接干预公司经营与决策的行为。

## ■ 董事与董事会

公司严格按照《公司法》、《公司章程》及《上市公司股东大会规范性意见》等相关法律法规选举产生董事人选，董事会人数及人员构成符合法律法规的要求。公司董事会严格按照《公司章程》、《独立董事工作制度》及《董事会议事规则》、《深圳交易所中小企业板块上市公司董

事行为指引》等相关规定召集召开董事会，各董事认真出席董事会，认真审议各项议案，履行职责，勤勉尽责。独立董事独立履行职责，维护公司整体利益，对重要及重大事项发表独立意见。

## ■ 监事与监事会

公司严格按照《公司法》、《公司章程》及《上市公司股东大会规范意见》等相关法律法规选举产生监事人选，监事会人数及人员构成符合法律法规的要求。公司监事会严格按照《公司章程》及《监事会议事规则》等相关规定

召集召开监事会，各监事认真出席监事会，认真履行职责，对公司重大事项、关联交易、财务状况等进行监督并发表意见。

## ■ 小股东权益保护

公司严格按照股东大会、董事会、监事会以及管理层等“三会一层”的规范进行运作，已经建立完善的法人治理结构和股东权益保障规范体系。公司在召开股东大会时，除现场会议投票外，同时提供网络投票服务，重大事项对中小投资者表决单独计票，以利于更多的股东参与公司决策。会议召开过程中每位股东尤其是中小股东均平等享有发言权和提问权，保证股东能充分行使表决权。会议结束后，邀请、安排与会股东参观生产现场和产品展示厅等，使投资者更直观地了解公司经营情况和未来发展。上述体系建

设和安排，从机制、规则、技术方面保证了体股东能够平等地获取公司信息，并公平地充分享有法律、法规、规章所规定的各项合法权益。

目前，公司资产、机构、人员、财务、业务完全独立于控股股东，并建立了关联交易决策规则，防止大股东违规占用资金或通过关联交易向大股东转移利益等行为，切实保障中小股东的权益。

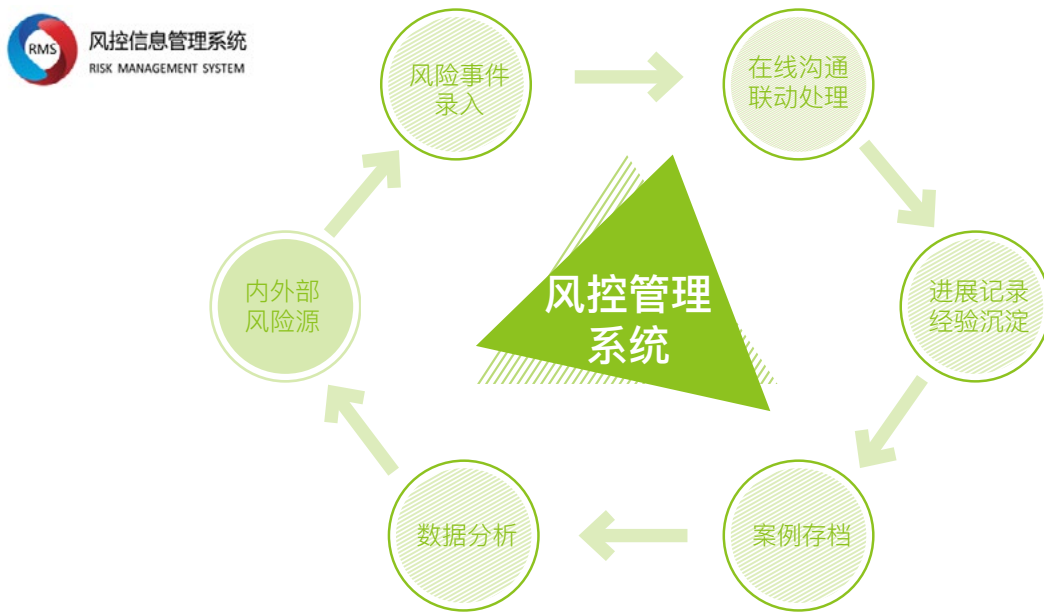
# 内部控制和风险管理

## 体系建设

公司根据《企业内部控制基本规范》及其配套指引、《深圳证券交易所中小板上市公司规范运作指引》等法律法规的规定和要求，以风险导向为原则，结合行业和自身业务特点，建立内部控制和风险管理的规章制度及流程，形成较为健全的内部控制和风险管理體系。

经过多年的发展，公司已建立由业务部门、风控和内

审部门、审计委员会共同组成的内部控制和风险管理“三道防线”，并建立风控信息管理系统 (RMS) 及各类风险事件应急预案库，通过跨职能部门联动，按照“事前有效预防、事中快速应对、事后沉淀总结”规则，有效实施和运营风险闭环管理。



## 贯彻执行

十多年来，公司聘请了普华永道中天会计师事务所（特殊普通合伙）对公司按照严格标准开展第三方审计，并通过内部审计监察控制、风险管理和外部审计相结合的办法，从财务、经营、员工行为、管理有效性等各个维度，持续提升公司的内部控制和风险管理，为实现公司战略目标、

经营合法合规、资产安全、财务安全等提供了保障。2016年度内部控制评价范围内的单位资产总额占公司合并财务报表资产总额的91%，营业收入合计占公司合并财务报表营业收入总额的99%。

# 信息披露与透明度

公司根据《公司章程》、《深圳证券交易所股票上市规则》和中国证监会及深圳证券交易所的相关法律法规的要求，认真履行信息披露义务。公司上市后指定《证券时报》、

《上海证券报》、《中国证券报》和“巨潮资讯网”为公司信息披露的报纸和网站，真实、准确、及时地披露公司信息，确保公司所有股东公平地获得公司相关信息。

## 合作信息披露的媒体



## 投资者关系管理

报告期内，公司严格按照有关法律法规及《深圳证券交易所股票上市规则》履行信息披露，以确保公司所有股东以平等的机会获得信息；此外，公司指定董事会秘书为投资者关系管理负责人，组织实施投资者关系的日常管理

工作，通过电话、邮件、互动易等形式及时解答投资者问题；指定证券事务部为专门的投资者关系管理机构，加强与投资者的沟通，充分保证了广大投资者的知情权。

## 相关利益者

公司能够充分尊重和维护相关利益者的合法权益，实现股东、员工、社会等各方面利益的协调平衡，共同推动公司持续、健康的发展。公司将在治理方面继续加大力度，

不断完善公司法人治理结构，继续做好信息披露工作，以增强公司透明度，加强投资者关系管理，保护中小投资者利益。



# 07 社区

COMMUNITY

社区责任

公益活动

顺应国家一带一路战略，  
助中国企业走出去，  
将海外商品引进来

环境保护和可持续发展



# 社区责任

顺丰控股在向社会提供高质量服务的同时，倡导企业及员工同国家、社会、社区的创造协同发展。

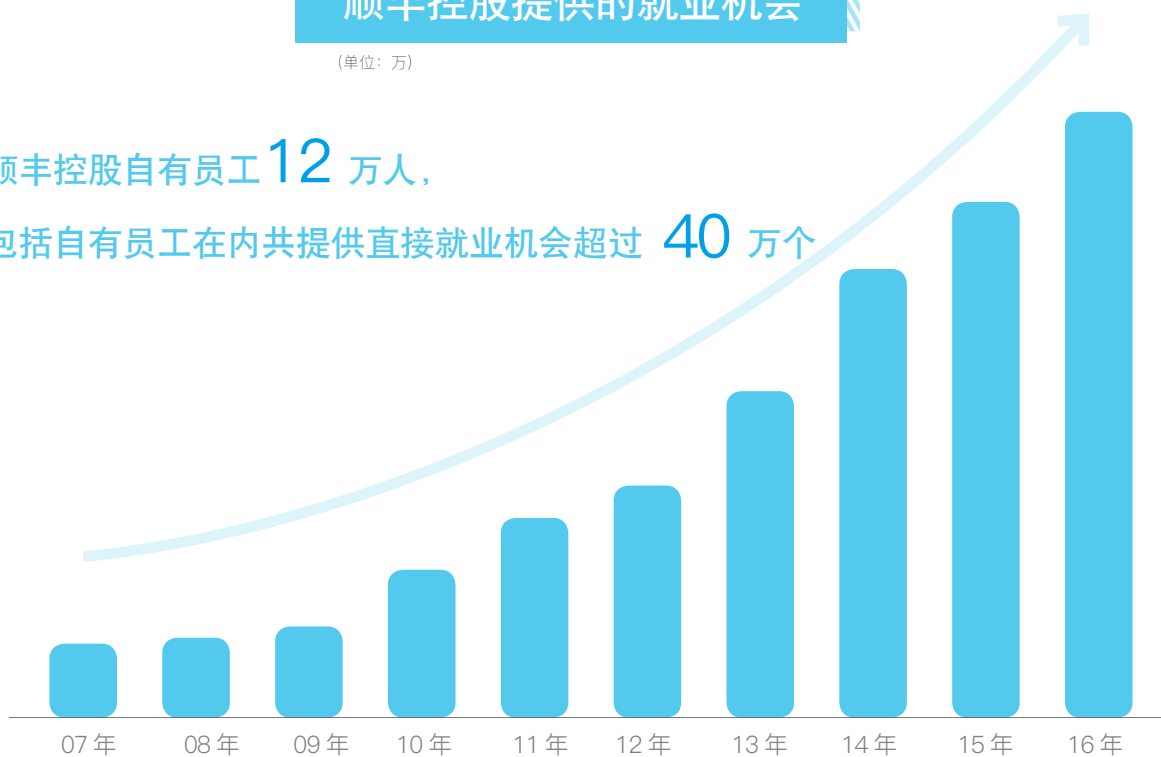
## 就业岗位

### 顺丰控股提供的就业机会

(单位：万)

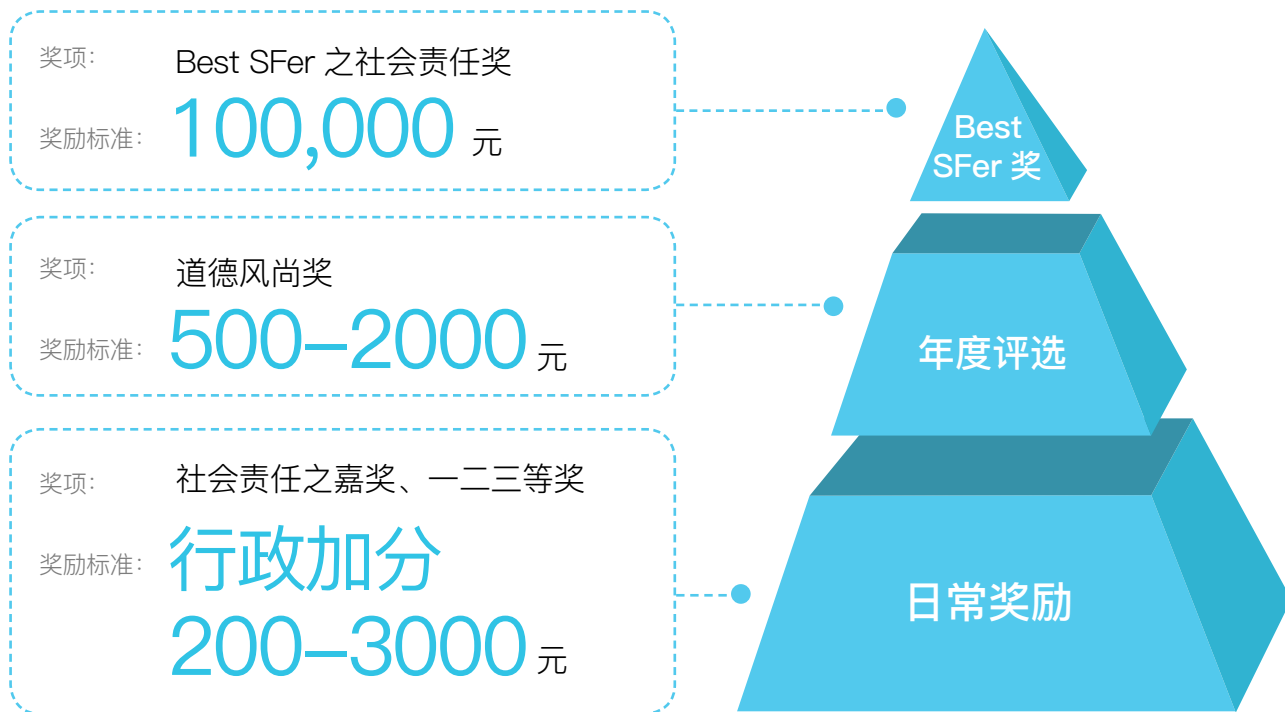
顺丰控股自有员工 **12** 万人，

包括自有员工在内共提供直接就业机会超过 **40** 万个



## 通过各种激励机制，加强引导员工的社会责任感

### 顺丰社会责任奖励体系



## 顺丰人的正能量事件

2012 年顺丰第一次设置最高荣誉奖项——“Best SFer”奖，并设子奖项“Best SFer 之社会责任奖”，旨在奖励在诚信、正直、社会责任等方面有突出事迹并产生重大正面社会影响的员工。截至 2016 年，顺丰共进行了五届“Best SFer”奖评选，其中社会责任奖共计 14 个。

2016 年，发生在顺丰人身上体现社会责任的正能量事件达 235 起，涉及拾金不昧、助人为乐、救人救火、见义勇为、社会公益等方面，共计 252 名员工（其中快递小哥 175 人）及 9 个基层网点团队参与其中；注：全网约 20 名员工因见义勇为、好人好事等事迹被主流媒体报道。

2016 年顺丰年度评优，全网共评选出 52 个道德风尚奖，其中金奖 4 个、银奖 8 个、铜奖 40 个，共计 51 名员工、5 个集体被授予年度“道德风尚奖”荣誉称号；注：自 2009 年以来，顺丰总计评选出 297 个年度“道德风尚奖”。

## ■ 以下为员工救火、救人等先进事迹的部分剪影：

2016 年 1 月 21 日，北京顺丰速运有限公司五棵松营业点与翠微营业点 7 名员工扑灭海淀沙窝苗圃宿舍火灾；



2016 年 4 月 18 日晚，顺丰河北员工青县救助车祸受伤人员。

2016 年 6 月，泉州顺丰港塘分部收派员捡到其他公司快递员五六十件快件，制止村民哄抢行为。



1月

4月

5月

6月

7月

2

2016 年 5 月 3 日，新疆顺丰快运有限公司哈密迎宾路分公司附近一烧烤摊突然起火，顺丰员工扑救灭火；

2016 年 7 月 26 日下午，顺丰速运员工在长沙县楚天世纪城勇救落水儿童。



2016年8月9日傍晚，顺丰湘南区华新分部竹苑路营业点，收派员邓海元到新天地路派件，客户被歹徒抢劫，员工见义勇为击退歹徒，使客户财产不受损失；



2016年10月29日中午，顺丰东莞大岭山分部扑救居民楼火灾

2016年11月18日，顺丰成都市环城路分部文艺路速运营业点，顺丰员工扑灭对面居民楼火灾；

8月

9月

10月

11月

12月

2016年9月1日，安徽省顺丰速运速运有限公司亳州分公司附近亳州市经开区亿元二楼外侧空调着火，顺丰员工扑救灭火；

2016年8月29日下午，顺丰天津蓟县分部员工车祸现场连救三人。



2016年12月，徐州电视台播出了一则快递小哥主动帮助关爱孤寡老人吕传保的新闻。新闻中提到的小哥便是顺丰速运苏北区的王肖和薛柱。



大量员工通过类似的点点滴滴的行为，赢得所在社区对公司和员工个人的良好评价和赞许。

## 社会安全

公司利用公司强大的信息网络，加强快件各环节查验，并持续加大安全投入、强化科技攻关，协助警方破获多起重大案件，有效打击了犯罪分子企图通过快递渠道进行违法犯罪活动，为平安中国贡献力量。在硬件方面，公司在全国主要城市及各中转场地共投入安检机设备 600 多台，在软件方面，公司建立自主研发的高风险快件管控系统（天犬系统），通过大数据决策树模型，对快件进行安全分析拦截；在日常工作中，公司与公安、国安等部门建立了良好的信息共享及问题沟通机制，2016 年共配合警方截留违法禁寄品 300 多件。

G20 峰会寄递渠道安全保障：公司应用自主研发寄递实名制云解决方案，通过 NFC 技术与公安数据联网进行身份证扫描，在保障实名寄递工作的同时保证个人信息安全。

性。公司因此荣获 G20 杭州峰会寄递安全服务保障工作先进集体。



◎ 顺丰速运 G20 安保工作誓师大会现场

## 公益活动

2012 年，经国家民政部批准，公司的控股股东和公司下属子公司共同发起成立了非公募性质的顺丰公益基金会。顺丰公益基金会致力资助边远贫困地区教育发展、儿童医疗救助等公益活动，同时依靠顺丰物流优势，积极参与灾

害救助，并在扶贫济困、生态环保等公益领域进行了积极的尝试与探索。先后为汶川 / 雅安地震、各类扶贫助学项目共计投入资金约 2 亿元、志愿者约 1.2 万人次。

### 1. 顺丰莲花助学 --- 顺丰莲花小学

莲花助学目前已在全国 12 个省落地。莲花小学已完成 7 所校园援建，致力于为乡村学生提供公平有质量的受教育环境。2016 年，顺丰公益基金会援建的云南省双江县沙河乡邦木村、贵州省天柱县江东乡金鸡村两所顺丰莲花小学竣工。



2016 年，顺丰莲花助学截止 2016 年 12 月在全国

|         |        |        |
|---------|--------|--------|
| 莲花助学站   | 走访学生   | 资助审核学生 |
| 18 个县   | 1315 人 | 1294 人 |
| 累计资助总人数 | 助学高考学生 | 本科上线   |
| 4465 人  | 790 人  | 617 人  |



## 2. 儿童医疗救助—顺丰爱佑专项基金

为使更多中国贫困地区儿童有机会享受优质的医疗检查及手术治疗，顺丰公益会与爱佑慈善基金会合作开展 0—14 周岁先天性心脏病和先天性白血病患儿救助项目。自 2014 年起，截止 2016 年 12 月 31 日：

救助先天性心脏病患儿

972 人

救助先天性白血病患儿

179 人



2016 年 12 月 25 日—12 月 31 日，60 顺丰名志愿者分别前往广州市妇女儿童医院、深圳市儿童医院和广东省肇庆市怀集县进行探访，与顺丰公益基金会“爱佑童心”项目资助的先心病康复患儿一起欢度圣诞迎接新年。



## 3. 互联网倡导关注先心病患儿—顺丰微爱行走

2016 年，顺丰控股组建志愿者队伍：

参与人数

21550 人

志愿者队伍

100 支

历时

23 天

捐赠步数

64,667,288,825 步



步数可绕地球 10 圈

## 4. 志愿者文化传播和建设

2016 年成立 13 个地区志愿者协会，分布于：

北京市

上海市

深圳市

广州市

甘肃省

陕西省

安徽省

广西壮族  
自治区

吉林省

2016 年度组织志愿服务：

组织志愿服务

116 次

参与人次

12721 人

服务时长

82789 小时

2016 年与立邦集团、普洛斯（中国）、腾讯达成志愿服务合作。



◎ 顺丰公益手机 app 端



立即注册

让公益成为一种生活习惯



顺丰公益志愿者平台

账号

用户名/邮箱/手机

密码

验证码

EF3W

登录

找回密码 注册账号

联系地址：深圳市南山区科技园科兴软件产业基地1栋8座10楼  
电子邮箱：sfpublicwelfare@sf-express.com  
顺丰公益版权所有 粤ICP备08034243号-20  
Copyright © 2015 sf-express.com Inc. All rights reserved



◎ 顺丰公益志愿者 web 端

## 5. 顺丰城市酷跑活动

2016 年，里约奥运会来临之际，顺丰公益基金会组织了城市酷跑系列活动，影响了超过 6000 位热爱运动支持顺丰的民众参与，有效地传递健康和奥运精神。

6 月 19 日北京朝阳公园的

### 挑战“更强”



7 月 9 日上海环球金融中心的

### 挑战“更高”



7 月 30 日深圳湾体育中心的

### 挑战“更快”



# 顺应国家一带一路战略，助中国企业走出去，将海外商品引进来

顺丰积极联合政府、行业协会，以及跨境电商平台、跨境支付平台、培训机构等合作伙伴的力量，共建跨境电商生态圈，助力中国企业成功借电出海“走出去”；与此同时，

顺丰国际通过安全便捷的跨境物流服务，将海外优质商品引进来”，助力中国供给侧改革。



跟随一带一路倡议，顺丰国际积极开拓中国与东南亚、中东欧的国际线路，助力于打通中国与欧洲的空中丝绸之路，促进全球贸易。

而基于顺丰在华人心中不断扩大的影响力，顺丰国际致力于为全球华人提供更便捷、更安全、更优质的国际物流服务，满足海外华人社群的寄递需求，目标“有华人的地方就有顺丰国际”。



WeJapan 联合推广

美国龙舟比赛

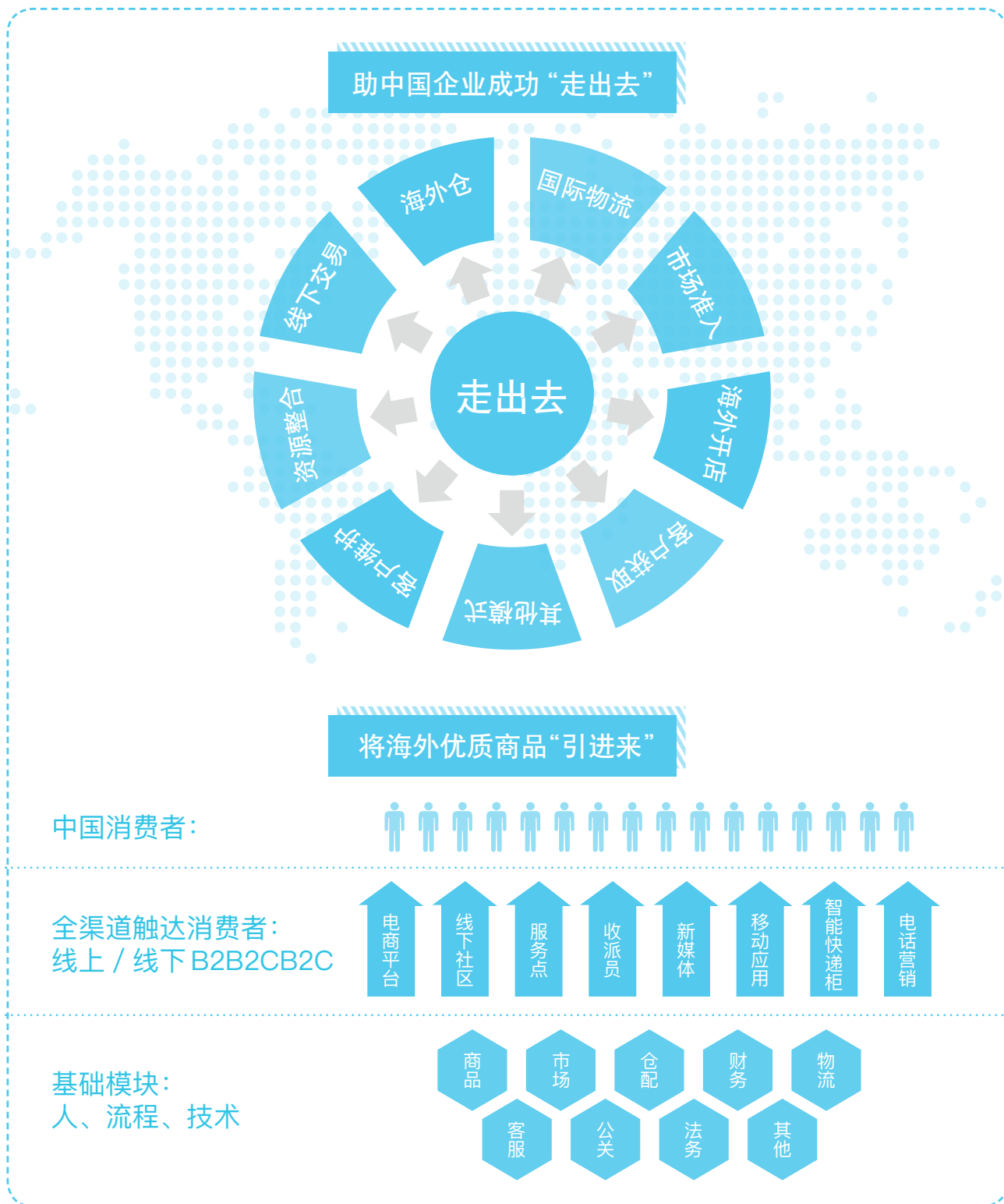


## 服务及产品

目前顺丰国际提供包括国际标快、国际特惠、国际小包、国际电商专递、保税仓储、海外仓储、转运等不同类型及时效标准的进出口业务，并可根据客户需求量身定制包括

市场准入、运输、清关、派送在内的一体化的进出口解决方案。

### 进出口综合解决方案



## 顺丰国际学堂

2016 年，顺丰国际举办由顺丰国际联合政府、电商平台、企业、第三方行业协会等共同打造的一个开放式的公益性学习平台——顺丰国际学堂。2016 年已在义乌、金

华、深圳、广州、福州、莆田、东莞、北京、合肥、南昌举办 11 场活动，影响 2000 多人，为社会提供一个相互学习、增进沟通、共创共赢的平台。



深度的市场解读



丰富的实操干货



打造跨境电商生态圈

# 环境保护和可持续发展

顺丰控股多年来一直对生态环境和可持续发展进行高度关注。自 2014 年起，顺丰紧紧围绕“绿色物流 低碳生活”的环保主题，顺丰控股即从运营、业务和公益三个维度践行环保社会责任。对内方面，通过优化包装材料、场地节能改造、推行节电办公等措施，不断提升自身的资源利用

率，降低碳排放和能源消耗；对外方面，持续推广自助工具、推广电子运单、开发环保产品、投身环保公益等行动，与利益相关方紧密合作，合力构建和谐、可持续发展的商业环境。2016 年度，公司在如下方面的降低碳排放和绿色物流方面取得了较好成效：

## 包装材料

通过对物料的标准优化及业务模式的调整，不断降低原材料的使用量，2016 年：

PE 类原料减少消耗

2793 吨

PP 类原料减少消耗

843 吨

原纸减少消耗

2539 吨

引入可重复利用泡沫箱（EPP 材质），减少对传统泡沫箱的消耗，目前已累计投入约

15 万个



## 航空器材

顺丰航空有限公司通过飞行计划、电子飞行包、航路规划等优化项目和飞机刹车系统改进等手段年节约航油：

2000 吨



## 运营车辆

在行业内率先投入使用新能源运营车辆，并逐年加大投入力度，减少碳排放截止 2016 年，已投入新能源运营车辆：

588 辆

使用电动叉车替代传统柴油叉车，目前已投入各型号电动叉车

380 辆



# “088”展望

顺丰控股成立 24 年以来，一贯重视社会责任的承担，并将其视作一项应尽的义务和职责。2016 年是顺丰控股完成重组上市的元年，上市之后，公司不改初心，继续遵循回报社会、关爱员工、履行义务的准则，更多履行社会责任，为推动经济、社会和环境和谐发展做出更多新的贡献。

1

继续支持社会公益，增加就业岗位，增加税收、扶助弱势群体，倡导环保、节能减排，争做环境保护企业，促进公司与区域经济的和谐发展，合力创造更大可持续发展空间，为中国物流行业的发展、为地区经济的振兴作出更加积极、重要的贡献。

2

将一如既往地坚持以人为本理念，重视和关爱员工，尤其是基层员工。不断提升员工尊严感和价值感，保障维护职工的合法权益，提高员工福祉，积极构建和谐劳动关系，打造和谐企业。

3

将持续坚守公司安全红线，坚守企业安全责任，对员工、股东、社会以及全体利益相关者负责。

4

顺应行业整体快速发展机遇，紧抓产品质量和时效，始终以客户需求为中心，注重客户全流程客户体验，不断创新优化并提高智能化水平，提高效率降低成本，从而进一步提高公司业绩水平，促进企业做大做强，走出国门、迈向国际，从而更好地回报国家和社会。

5

进一步健全法人治理结构，不断完善公司社会责任管理体系建设，提升公司治理水平，促进公司持续、健康、稳步发展。



## 顺丰控股股份有限公司

广东省深圳市南山区学府路深圳软件产业基地

邮编：518048

客服热线：95338

邮箱：sfr@sf-express.com

网址：<http://www.sf-express.com>