

证券代码：002120

证券简称：韵达股份

公告编号：2019-012

韵达控股股份有限公司 2018 年年度报告摘要

一、重要提示

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，投资者应当到证监会指定媒体仔细阅读年度报告全文。

董事、监事、高级管理人员异议声明

姓名	职务	内容和原因
----	----	-------

声明

除下列董事外，其他董事亲自出席了审议本次年报的董事会会议

未亲自出席董事姓名	未亲自出席董事职务	未亲自出席会议原因	被委托人姓名
-----------	-----------	-----------	--------

非标准审计意见提示

适用 不适用

董事会审议的报告期普通股利润分配预案或公积金转增股本预案

适用 不适用

是否以公积金转增股本

是 否

公司经本次董事会审议通过的普通股利润分配预案为：以利润分配实施时股权登记日的公司总股本为基数，向全体股东每 10 股派发现金红利 4.76 元（含税），送红股 0 股（含税），以资本公积金向全体股东每 10 股转增 3 股。

董事会决议通过的本报告期优先股利润分配预案

适用 不适用

二、公司基本情况

1、公司简介

股票简称	韵达股份	股票代码	002120
股票上市交易所	深圳证券交易所		
联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表	
姓名	符勤	杨红波	
办公地址	上海市青浦区盈港东路 6679 号	上海市青浦区盈港东路 6679 号	
电话	021-39296789	021-39296789	
电子信箱	ir@yundaex.com	ir@yundaex.com	

2、报告期主要业务或产品简介

（一）报告期内公司从事的主要业务、产品及其用途，经营模式等

1、韵达股份是国内领先的快递综合服务提供商

公司以“韵达+”理念为引领，以信息管理、科技创新和绿色发展为驱动，实施“守正开放、多元协同、一超多强”的发展战略，用快递流量嫁接周边市场、周边需求、周边产品，努力构建“以快递为核心，融合周边产业、新业务、新业态协同发展”的多层次综合物流生态圈，追求“向客户提供极致的服务体验和无与伦比的快递时效”的伟大愿景。



2、继续推进“服务引流、产品分层”竞争策略

多年来，公司以服务实体经济为宗旨，以满足客户需求为导向，以快递核心业务为主体，积极嫁接周边产业、市场和资源，陆续布局了韵达快递、韵达快运、韵达供应链、韵达国际、末端服务以及商业、广告宣传等周边产业链和新业务，为提升国民经济运行效率、推动新经济发展、提高居民消费水平等提供基础性支撑。

同时，基于优质的服务水平和良好的全程时效，公司实施“客户分群、产品分层”的竞争策略，探索“用优质服务创造新的价值”，不断丰富产品线，向上下游不同客户提供多元化、个性化服务，产品组合主要包括：

■ **快递产品**：标准快递、时效产品（橙诺达、准时达、当日达、次日达、裹裹派单、优递达），推出特色项目“韵来散单”、“韵鲜达”等

■ **快运产品**：标准快运、重量产品（168大件、小票零担、惠至达）、时效产品（韵准达）

■ **同城即配**：同城派送

■ **增值服务**：代收货款、新保价、OTO业务、门店调拨、签单返还、开放平台、隐私面单、送前电联、预约配送等

■**仓配一体化供应链服务**：仓配一体、仓店调拨、数据和软件服务、整体解决方案等，通过云技术形成“万仓联盟”，为上下游客户提供全方位的仓配一体化解决方案

■**跨境国际**：标准进出口服务（国际专线、国际特惠、国际小包、国际重货、FBA等）、仓储（保税仓储、海外仓储）、转运等相关业务

3、公司采用“枢纽分拨自营与末端网络加盟”的经营模式

公司采用“自营与加盟有益结合”的快递经营模式。自营方面，所有枢纽转运中心的设立、投资、运营、管理均由公司总部负责，有效实现对核心资源与干线网络的控制力；加盟方面，全网的收派两端由具备快递经营许可、资质优良的加盟商提供服务，最终形成“枢纽转运中心和干线网络自营、终端揽派加盟相结合”的平台化、扁平化运营模式。

该模式，既能保障对信息化、自动化、产能运能等核心资源的持续投入，又能有效保障对票件分拣、中转、运输等核心环节服务质量和全程时效的管理管控；既有利于海量包裹环境下服务网络的快速扩张和终端资源的灵活配置，也有利于保持较高的资产周转效率和健康的投资回报率，是平台化、科技化、数据化之新服务业的典型代表。

（二）行业发展阶段、周期性特点以及公司所处行业地位

1、我国快递物流产业发展状况

（1）快递行业持续获享暖风频吹的政策红利

现代快递物流产业以信息化、智能化、大数据为驱动，在提升经济资源配置效率、推动电子商务经济发展、提高国民生活水平等方面发挥着强有力的支撑作用，也是实践“大众创业、万众创新”的重要载体。报告期，快递产业持续获享暖风频吹的国家政策红利。

2018年1月23日，国务院办公厅发布了《关于推进电子商务与快递物流协同发展的意见》，提出了“强化规划引领，完善电子商务快递物流基础设施”、“强化规范运营，优化电子商务配送通行管理”、“强化服务创新，提升快递末端服务能力”、“强化标准化智能化，提高协同运行效率”等六方面指导意见。

2018年2月4日，中央发布了题为《中共中央国务院关于实施乡村振兴战略的意见》的一号文件，指出：要建设现代化农产品冷链仓储物流体系，打造农产品销售公共服务平台，支持供销、邮政及各类企业把服务网点延伸到乡村；大力建设具有广泛性的促进农村电子商务发展的基础设施，鼓励支持各类市场主体创新发展基于互联网的新型农业产业模式，深入实施电子商务进农村综合示范，加快推进农村流通现代化。

2018年2月7日，国务院常务会议通过快递业的首部行政法规《快递暂行条例》。快递行业的首部行政法规出台，为快递业的健康发展指明了方向、创造了机遇、提供了支撑，理顺了关系、解决了难题。

2018年5月16日，商务部、财政部联合发布《关于开展2018年流通领域现代供应链体系建设的通知》。通知要求有关城市结合自身实际情况，重点围绕农产品、快消品、药品、日用电子产品、汽车零部件、家电家具、纺织服装，以及餐饮、冷链、物流快递、电子商务等行业领域，加快推进现代供应链体系建设。中央财政会以中央财政服务业发展专项资金支持现代供应链体系建设，从而弥补市场失灵，做好基础性、公共性工作，发挥中央财政资金对社会资本引导作用，支持供应链体系中薄弱环节和关键领域建设。

2018年5月28日，国家邮政局关于发布《快递末端网点备案暂行规定》的通告，以规范快递末端网点管理，促进快递服务便捷惠民，推动快递市场健康发展。

2018年6月1日，财政部、税务总局发布《关于物流企业承租用于大宗商品仓储设施的土地城镇土地使用税优惠政策的通知》，对物流企业承租用于大宗商品仓储设施的土地，减按所属土地等级适用税额标准的50%计征城镇土地使用税。

2018年10月31日，国务院办公厅印发《国务院办公厅关于保持基础设施领域补短板力度的指导意见》，在九个领域下达了重点任务，并同时提出了10项配套政策措施。其中在铁路领域要求拓展区域铁路连接线，进一步完善铁路骨干网络。在公

路领域要求加快启动一批对国家重大战略有重要支撑作用的地方高速公路项目，加快推进重点省区沿边公路建设。在机场领域要求提升国际枢纽机场竞争力，扩大中西部地区航空运输覆盖范围。

2018年12月21日，国家发展改革委和交通运输部联合印发《国家物流枢纽布局和建设规划》，明确了国家物流枢纽的功能定位，规划建设 212 个国家物流枢纽的基本布局，以及规划建设的总体要求。国家物流枢纽的建设，利于实现物流资源优化配置和物流活动系统化组织，提升服务质量，降低社会物流和交易成本。

（2）快递行业正顺势应时地迎来新一轮蜕变

近年来，在电子商务经济持续繁荣、包裹流量持续释放的背景下，受前瞻判断、管理水平、科技实力、融资能力等诸多因素影响，我国快递市场竞争态势、市场集中度等正持续发生深度变化。

■**差异化发展正在形成**：发展战略上，基于对快递及大物流产业发展前景的不同认识、前瞻和考量，各企业分别制定了不同的发展战略，并有针对性地进行核心资源投入、业务布局和产品开发，并相继呈现了不同的发展状态和竞争能力；**货品结构上**，快递产品进一步细分，由传统的“标准快递”逐渐向附加值更高的时效产品、特色产品、定制化产品细分，由过去大小包裹混合的“粗放型产品”逐渐向小件包裹、大包裹和快运产品细分；**服务能力上**，基于管理方式信息化、智慧化、精细化的差异，快递企业在全程时效管理水平和服务能力上逐渐显现梯度，头部企业的快递服务水平持续提升，全程时效持续提高，品牌效应持续补强；**获客方式上**，价格与服务是市场竞争的“硬币两面”，头部企业基于科技强、服务好、时效快等优势，更有能力实施“提质增量”、“产品分层”等差异化竞争策略，将优秀的时间管理转化为时效产品和特色产品，将优质的服务体验转化为新的增量价值。

■**行业“马太效应”加剧**：伴随着主动或被动式的差异化发展及越来越高的行业壁垒，二三线快递公司在管理管控、网络均衡性、科技实力、融资能力等方面遭遇困境，获取包裹能力下降，成本管控成效不佳，持续投入实力不强，经营发展压力加大。在头部快递企业的规模化、集约化、智能化发展下，二三线快递企业的竞争压力加大，也很难与一线快递企业竞争，包裹正加速向强品牌的头部快递企业流进。特别是“11.11”、“12.12”、“年货节”等业务旺季，既严峻考验快递企业的峰值产能、服务水平、时效管理等核心能力，又密切关系电商平台和B端商家的服务质量、声誉、口碑与成本，基于理性与信赖预期，导致货品向头部快递企业加速集中，呈现“包裹虹吸”现象。根据国家邮政局公布的数据，2018年全国快递业务量共完成507.1亿件，同比增长26.6%，其中快递与包裹服务品牌集中度指数CR8为81.2，同比提升2.5，“马太效应”越来越明显。

在政策暖风频吹以及对行业前瞻判断等各种主客观变量的影响下，快递企业在制定发展战略、竞争策略、业务布局、核心资源投入等方面正走出明显的差异化发展路径，快递行业正顺势迎来新一轮蜕变，新格局下行业领跑者将有机会迎来更加广阔、致远的发展。

2、快递市场前景将是广阔的蓝海

（1）未来包裹应用场景将呈“泛在化”

近年来，我国经济稳定增长，居民收入水平持续提高，供给侧结构性改革持续推进，以“稳出口+扩内需”为目的的一系列经济政策，强劲驱动了我国电商经济的繁荣和快递产业的高速发展，电商与快递正携手拉开“随时随地为人民服务”的消费新时代。

在电商经济持续繁荣的同时，党中央、国务院及有关政府和主管部门也正自上而下出台一系列好政策进行支撑鼓励快递物流产业发展。2019年新年伊始，中共中央、国务院发布了《关于坚持农业农村优先发展做好“三农”工作的若干意见》的一号文件，对完善县乡村物流基础设施网络、鼓励企业建立物流配送网点、加强农产品物流骨干网络等方面提出若干指导意见；2019年3月1日，国家发改委等24部委联合发布《关于推动物流高质量发展，促进形成强大国内市场的意见》，要求推动国家物流枢纽网络建设，加强联运转衔接设施短板建设，完善城乡消费物流体系，建立资源共享的物流公共信息平台；要求协同推进现代物流业与制造业深度融合，提升制造业供应链智慧化水平，发挥物流对“乡村振兴战略”和现代农业的支撑带动作用。

可以预计，新的需求将加快培育，新的供给正同步跟进，快递的应用场景将广泛延伸至通商业、通消费、通贸易、通生产、通生活、通办公等，全天候、全覆盖的“包裹泛在化”正在到来。

（2）消费分级下多形态电商包裹持续释放

■结构端——消费分级促电商渗透率持续提升：根据国家统计局《2018年国民经济和社会发展统计公报》，2018年全社会消费品零售总额为380987亿元，同比增长9.0%，其中实物商品网上零售总额为70198亿元，同比增长25.4%，电商零售额占社零销售额的比例为18.43%，比上年提高3.4个百分点，电商渗透率连续四年稳步提升。另据中国电子商务协会发布的《中国电子商务发展报告2017-2018》，**从区域结构看**，2018年上半年我国东部地区网络零售额占全国网络零售总额的比重为83.3%，同比增长30.2%，中部地区占比8.6%，同比增长35.1%，西部地区占比6.7%，同比增长38.9%，西部、中部、乡镇等地区网络购物增长率明显高于一二线城市；**从品类结构看**，服装、家电、日用品网络零售额位居前三，占比分别为28.3%、14%和9%。报告期，主要快递企业继续向下延伸服务网络，全国乡镇快递网点覆盖率已达92.4%，已经成为释放乡镇、农村消费潜力的重要助力。

东中西、一二三线区域对电商经济的接力发展，以及电商销售品类结构占比，充分体现了我国电子商务经济的刚需消费效应、消费分级效应、电商渗透效应，系稳定国家经济平稳增长的重要力量，有力促进了快递包裹的持续释放。

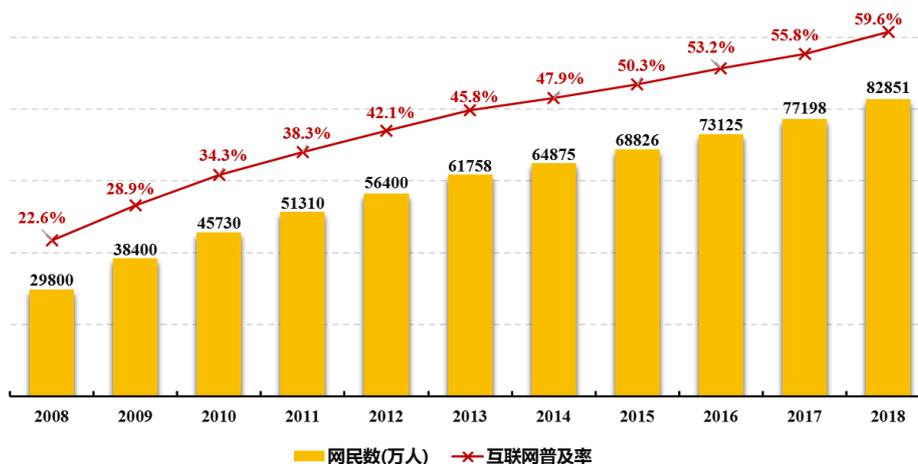
■供给端——多样电商百花齐放蓬勃发展：在大型综合电商平台稳健发展的同时，线上线下资源加速整合，新的电商模式也不断涌现，消费场景不断丰富，如：基于社交裂变的拼团电商、基于消费体验的社区电商、基于线上线下融合的O2O、基于买手精选的海淘、基于自媒体的分销模式等新型电商经济正蓬勃发展，带动零售业转型升级。同时，电商企业还在积极拓展新市场、新空间，纷纷布局跨境购、农村电商，加快“向西、向下、向外”步伐，积极支持“乡村振兴战略”的发展。

根据互联网络信息中心(CNNIC)发布的第43次《中国互联网络发展状况统计报告》和《中国电子商务发展报告2017-2018》、艾瑞咨询《2017中国微商行业研究报告》披露的数据：2018年全国农村网络零售额达到1.37万亿元，同比增长30.4%，通过海关跨境电子商务管理平台的零售进出口商品总额1347亿元，同比增长50%，渗透率大幅提高；截至2018年初，我国拼购电商用户规模增至2.11亿人，同比增长为117.5%；2016年中国微商行业市场交易规模为3287.7亿元，预计2019年微商规模将近1万亿元，3年复合增长率达44.89%。

综合电商、拼团电商、社交电商等多形态电商的百花齐放、蓬勃发展，将为快递产业的持续、健康、稳定发展奠定坚实基础。

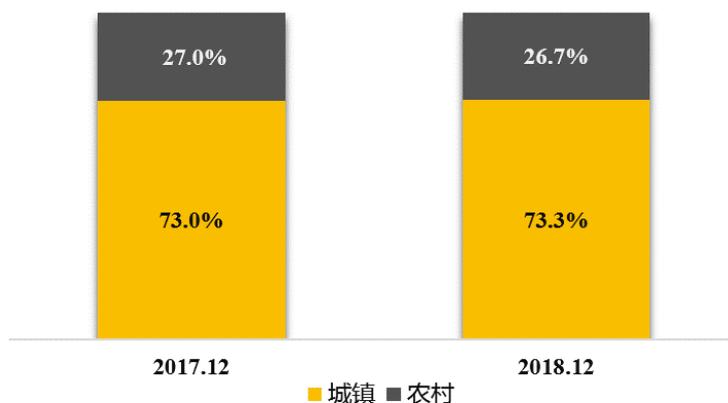
■需求端——快递增量仍将是广阔的蓝海：报告期，我国互联网及移动支付普及率继续提升，网络购物用户规模显著增加，消费分层特征日渐凸显，进一步推动电商市场多元化。根据第43次《中国互联网络发展状况统计报告》，截至2018年12月，我国网民规模为8.29亿，全年新增网民5653万，互联网普及率达59.6%，较2017年底提升3.8%，其中：我国农村网民规模为2.22亿，占整体网民的26.7%，较2017年底增加1291万，年增长率为6.2%；城镇网民规模为6.07亿，占比达73.3%，较2017年底增加4362万，年增长率为7.7%；网络购物用户规模达6.10亿，较2017年底增长14.4%，占我国总人口的比例约为43.6%。

网民规模和互联网普及率



数据来源：CNNIC 中国互联网络发展状况统计调查（2018.12）

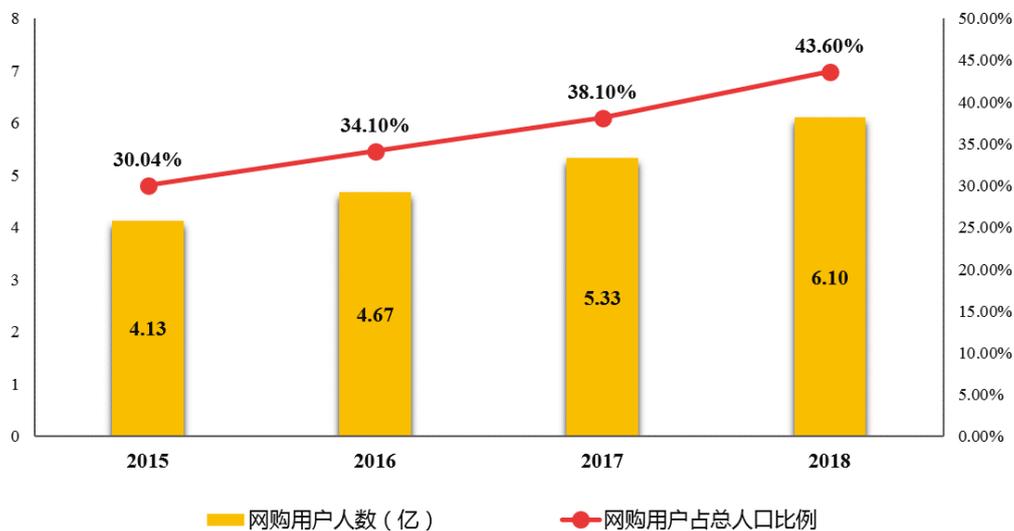
网民城乡结构



数据来源：CNNIC 中国互联网络发展状况统计调查（2018.12）

截至2018年12月，我国快递业务量507.1亿件，快递业务收入6038.4亿元，人均快递业务量约36件。尽管互联网普及率和网络购物用户比例两项数据虽持续的稳步提升，但与美欧日本等主要发达国家和地区还存在较大差距，特别是农村网民规模还较小；尽管我国网络零售额连续六年稳居世界第一，但人均网购金额、网购用户占总人口比例还有较大增长空间，特别是农村网络购物用户还有较大的渗透空间。

网购用户规模及其占全国总人口比例



数据来源：CNNIC 中国互联网络发展状况统计调查（2018.12）

因此，在移动终端和互联网普及率的持续提高及人均可支配收入持续增长等因素带动下，网络购物需求还将持续增加，我国快递增量及人均快递票件量仍有广阔的增长潜力。

3、行业的区域性和季节性特点

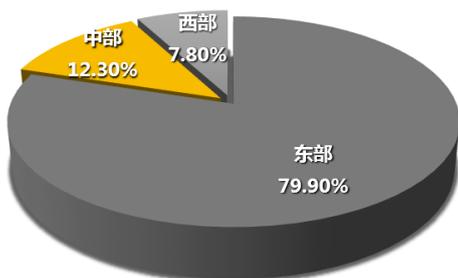
(1) 区域性

我国快递行业区域性明显，快递需求和快递企业集中于东部，市场地域区分占比较为稳定。长三角、珠三角和京津冀地区是我国产业集中、经济发展迅速的地区，产业经营水平和居民消费水平都相对较高，快递流出流入持续保持较大的需求；

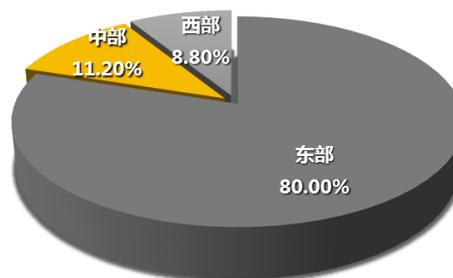
中西部地区经济发展水平相对较低，对于快递流入的需求大于流出需求，造成中西部地区快递业务量和业务收入占比远小于东部地区，但中西部地区快递业务潜力巨大。

根据国家邮政局统计，2018年东、中、西部地区快递业务量比重分别为79.9%、12.3%和7.8%，业务收入比重分别为80%、11.2%和8.8%。与去年同期相比，东部地区快递业务量比重下降1.2个百分点，快递业务收入比重下降0.9个百分点；中部地区快递业务量比重上升0.7个百分点，快递业务收入比重上升0.4个百分点；西部地区快递业务量比重和快递业务收入比重均上升0.5个百分点。

地区快递业务量结构



地区快递业务收入结构



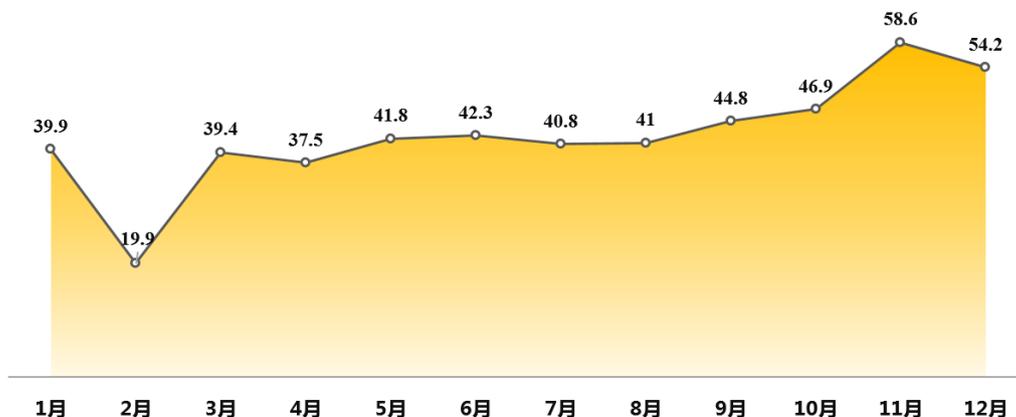
数据来源：中华人民共和国国家邮政局官网

(2) 季节性

我国快递行业受益电商“6.18购物节”、“双十一”、“双十二”、“年货节”等促销活动和公众年末采购需求的影响，具有季节性特征，景气度基本呈逐月高企趋势，其中：第一季度由于春节假期等原因成为行业淡季，第四季度受购物节促销等带动是快递行业的旺季，但快递行业的季节性相对稳定，未因业务规模的增加发生明显变化。

根据国家邮政局的相关统计数据，2018年第一季度的快递业务量为99.2亿票，约占全年包裹量的19.56%，第四季度的快递业务量为159.7亿票，约占全年包裹量的31.49%。

2018年我国快递业务量情况



4、公司行业地位

韵达股份作为国内快递行业第一梯队的领军企业之一，将网络信息平台、自动化智能化设备与业务深度融合，通过自营转运枢纽、改善货品结构、实施加盟商自跑等措施，实现了快件时效、人均效能、运营效率和服务质量等管理指标的持续提升，运营成本和全程时效有效降低。

业务增长上，公司快递增速可比公司第一。2018年，在行业平均增速放缓的环境下，公司业务量同比增长48%，高出行业平均增速近22个百分点，**增速可比公司最快。**

票件规模上，公司市场份额位居行业第二。2018年，公司业务量达到69.85亿件，日均票件量已达1900万件以上，市场占有率达13.77%，票件保有量和市场份额位居行业第二。

服务水平上，主要服务指标可比公司最佳。根据国家邮政局相关统计，2018年公司有效申诉率指标月均值为0.77，连续两年**可比公司最优**；时效方面，根据国家邮政局《关于2018年快递服务时限准时率测试结果的通告》，公司2018年快递服务全程时效指标紧随顺丰、EMS，连续两年**可比公司最快**；客服方面，根据中国消费者协会发布的《2018重点服务领域部分企业服务热线体验式调查报告》，在针对快递行业所设计的体验任务——“下单及取消已下单”调查中，韵达服务热线体验任务完成率仅次于顺丰、EMS，**可比公司最好。**

品牌价值上，“韵达”美誉度处行业前茅。全球领先的调研机构Millward Brown 2018年5月发布的“BrandZ 2018最具价值中国品牌100强”榜单中，韵达以26.03亿美元的品牌价值在全国排名第三十六位，在行业可比公司中位列第三。

另外，公司现为中国快递协会副会长单位、上海市快递行业协会副会长单位，历年来多次荣获奖项荣誉，包括：荣获中国邮政快递报社授予的“2018中国快递科技创新奖”、“2018中国快递年度发展奖”、“2018中国快递社会责任大奖”，中国交通运输协会授予的“2018中国十佳物流企业”，中国交通运输协会授予的“2018中国物流企业品牌价值百强”，上海市邮政管理局授予的2016-2017年度上海市快递行业“文明单位”，多次荣获国家邮政局授予的“邮政行业统计工作先进企业”、“全国快递旺季服务保障先进企业”称号，2017年荣获中国邮政快递报社授予的中国快递“最佳末端创新”等荣誉。

3、主要会计数据和财务指标

(1) 近三年主要会计数据和财务指标

公司是否需追溯调整或重述以前年度会计数据

是 否

单位：人民币元

	2018 年	2017 年	本年比上年增减	2016 年
营业收入	13,855,989,746.71	9,985,573,869.96	38.76%	7,349,715,442.00
归属于上市公司股东的净利润	2,697,993,712.88	1,589,319,615.83	69.76%	1,177,224,336.36
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	2,135,008,077.06	1,539,722,161.60	38.66%	1,151,570,936.85
经营活动产生的现金流量净额	3,714,468,466.28	2,987,770,402.64	24.32%	1,968,485,540.56
基本每股收益（元/股）	1.60	1.00	60.00%	0.84
稀释每股收益（元/股）	1.60	1.00	60.00%	0.84
加权平均净资产收益率	28.84%	35.45%	下降 6.61 个百分点	37.80%
	2018 年末	2017 年末	本年末比上年末增减	2016 年末
资产总额	18,080,928,087.75	9,399,558,367.26	92.36%	6,709,340,074.93
归属于上市公司股东的净资产	11,460,426,396.95	5,211,516,858.66	119.91%	3,733,088,999.86

(2) 分季度主要会计数据

单位：人民币元

	第一季度	第二季度	第三季度	第四季度
营业收入	2,656,857,763.90	3,245,866,132.98	3,345,301,839.23	4,607,964,010.60
归属于上市公司股东的净利润	403,637,892.90	596,675,390.03	980,489,497.20	717,190,932.75
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	362,012,688.33	569,345,707.11	478,640,275.71	725,009,405.91
经营活动产生的现金流量净额	146,265,386.83	732,813,842.25	656,523,185.35	2,178,866,051.85

上述财务指标或其加总数是否与公司已披露季度报告、半年度报告相关财务指标存在重大差异

□ 是 √ 否

4、股本及股东情况

(1) 普通股股东和表决权恢复的优先股股东数量及前 10 名股东持股情况表

单位：股

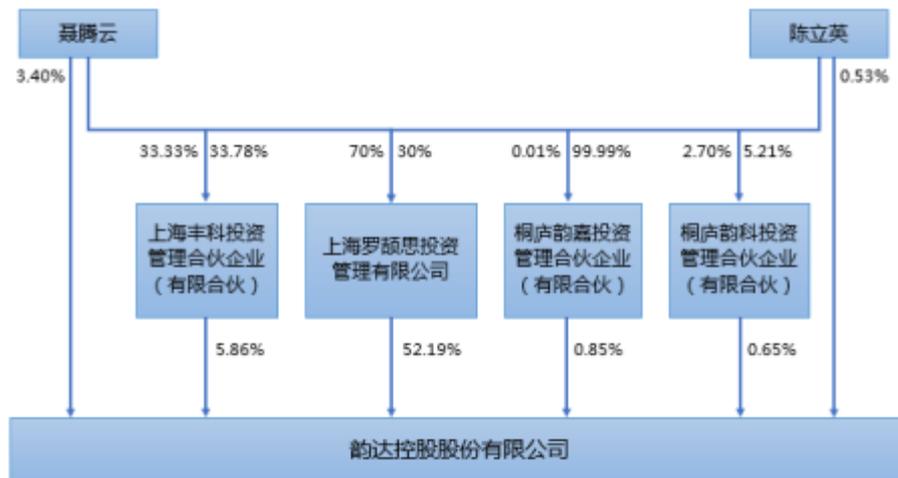
报告期末普通股股东总数	10,324	年度报告披露日前一个月末普通股股东总数	10,015	报告期末表决权恢复的优先股股东总数	0	年度报告披露日前一个月末表决权恢复的优先股股东总数	0
前 10 名股东持股情况							
股东名称	股东性质	持股比例	持股数量	持有有限售条件的股份数量	质押或冻结情况		
					股份状态	数量	
上海罗颀思投资管理有限公司	境内非国有法人	52.19%	893,818,218	893,818,218	质押	174,254,481	
上海丰科投资管理合伙企业（有限合伙）	境内非国有法人	5.86%	100,379,686	100,379,686	质押	3,900,000	
黄新华	境内自然人	5.09%	87,192,059	0	质押	30,626,579	
上海复星创富股权投资基金合伙企业（有限合伙）	境内非国有法人	4.51%	77,319,560				
宁波招银成长拾号投资合伙企业（有限合伙）	境内非国有法人	3.81%	65,238,715	65,238,715			
上海太富祥川股权投资基金合伙企业（有限合伙）	其他	3.81%	65,238,715	65,238,715			
聂腾云	境内自然人	3.40%	58,198,401	58,198,401			
中国人寿保险股份有限公司一分红一个人分红-005L-FH002 深	其他	1.53%	26,163,522	26,163,522			
平安资产-工商银行-鑫享 3 号资产管理产品	其他	1.13%	19,359,898	16,352,201			
深圳富海臻界物流二号投资企业（有限合伙）	境内非国有法人	1.07%	18,410,124	18,410,124			
上述股东关联关系或一致行动的说明	聂腾云为聂樟清之子，上海罗颀思系聂腾云、陈立英夫妇所控制的企业，上海丰科由聂樟清担任执行事务合伙人。因此，前述十大股东中上海罗颀思、聂腾云、上海丰科系一致行动人，存在关联关系，其他上述股东未知是否存在关联关系或一致行动关系。						
参与融资融券业务股东情况说明（如有）	不适用						

(2) 公司优先股股东总数及前 10 名优先股股东持股情况表

□ 适用 √ 不适用

公司报告期无优先股股东持股情况。

(3) 以方框图形式披露公司与实际控制人之间的产权及控制关系



5、公司债券情况

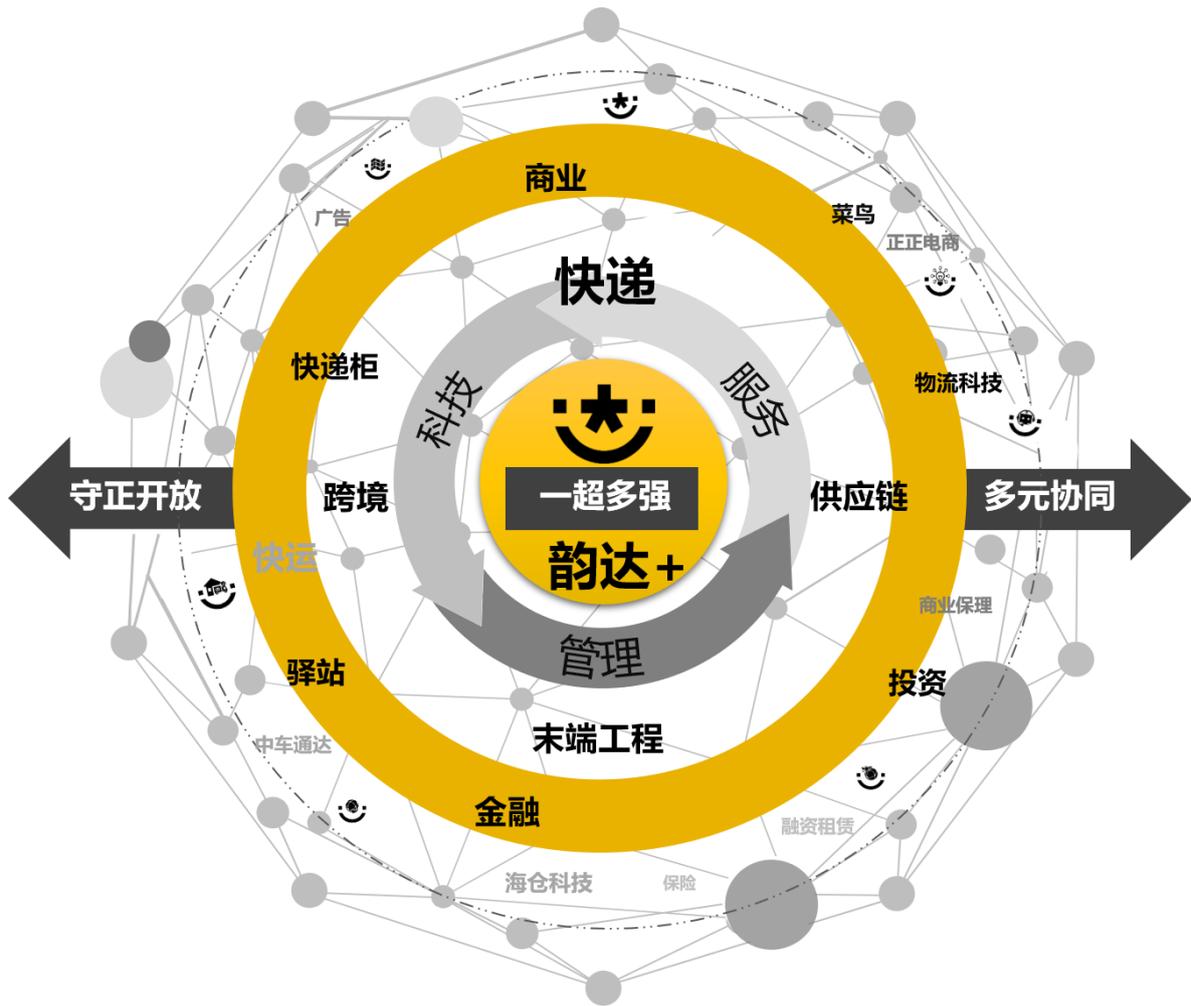
公司是否存在公开发行并在证券交易所上市，且在年度报告批准报出日未到期或到期未能全额兑付的公司债券
否

三、经营情况讨论与分析

1、报告期经营情况简介

公司是否需要遵守特殊行业的披露要求
参照披露
快递服务业

当前，我国经济正新旧换档，国家政策暖风频吹，移动互联技术持续普及，消费分级方兴正艾，电商经济百花齐放。报告期，公司以“向客户提供极致的服务体验和无与伦比的快递时效”为伟大愿景，实施“守正开放、多元协同、一超多强”的发展战略，奋力开展“服务引流”、“产品分层”、“成本领先”等多层次竞争策略，保持核心资源投入定力，深耕快递主业，培育周边新动能；特别是在行业分化、市场竞争不减的环境下，公司业务量持续快速发展，主营业务收入、成本管控、经营利润、全程时效、服务指标等重要方面也同步都取得了卓越成效，持续为市场、客户及股东呈现“时间的玫瑰”。



（一）借力资本市场，丰富融资工具，夯实战略竞争力

为优化公司资本结构，满足投资发展与资金期限的合理配置需要，扩大在核心资源投入与科技创新方面的竞争优势，报告期公司不断丰富融资“工具箱”，实施了股债结合的多元筹融资安排，为中长期发展提供战略保障。

1、顺利完成非公开发行股票的发行上市工作

2018年4月20日，公司发布了《非公开发行A股股票发行情况报告书暨上市公告书》，公司向中国人寿保险股份有限公司等7名投资者非公开发行股票98,495,438股，募集资金总额人民币3,915,193,660.50元。本次募投项目，公司投向转运中心自动化升级项目和供应链智能信息化系统建设项目的合计金额达27.5亿元，占本次募集资金总额的70.19%，体现了管理层对科技驱动发展的高度重视。

序号	项目名称	募集资金拟投入金额（万元）
1	智能仓配一体化转运中心建设项目	13,601.69
2	转运中心自动化升级项目	205,243.08
3	快递网络运能提升项目	103,104.00
4	供应链智能信息化系统建设项目	69,570.60
合计		391,519.37

本次募投项目实施后，公司在信息化、智能化、智慧管理与决策等方面的核心竞争力将进一步扩大，有利于优化公司资本结构、增强网络稳定性、强化竞争优势、完善产品结构，有利于持续优化快递产品全程时效、提升客户服务体验度、集中优势资源扩大市场份额，从而打造具备国际竞争力的“快递航母”。

目前，相关募投项目正顺利实施。

2、启动注册和发行中期票据及超短期融资券项目

为拓宽公司融资渠道，优化公司债务结构，报告期公司向中国银行间市场交易商协会申请注册发行不超过20亿元的中期票据和不超过20亿元的超短期融资券，债务融资工具募集的资金将主要用于偿还有息债务、补充流动资金、项目建设等符合国家法律法规及政策要求的企业经营活动。具体要素如下：

序号	要素	中期票据	超短期融资券
1	发行人	韵达控股股份有限公司	
2	发行市场	中国银行间市场	
3	发行规模	拟注册规模不超过人民币 20 亿元（含 20 亿元）	拟注册规模不超过人民币 20 亿元（含 20 亿元）
4	发行利率	发行利率根据各期发行时银行间债券市场状况，以簿记建档的最终结果确定	
5	发行期限	单期发行期限不超过 7 年（含 7 年）	单期发行期限不超过 270 天（含 270 天）
6	发行方式	在注册额度及注册有效期内一次性或分期发行，具体发行方式根据市场情况和公司资金需求情况确定	
7	发行对象	中国银行间债券市场的合格机构投资者	
8	还款方式	按年付息，期末还本	到期还本付息
9	募集资金用途	包括但不限于偿还有息债务、补充流动资金、项目建设等符合国家法律法规及政策要求的企业经营活动	包括但不限于偿还有息债务、补充流动资金等符合国家法律法规及政策要求的企业经营活动

本次申请注册发行中期票据、超短期融资券，是深入推进公司发展战略、平衡中长期投资发展与资金期限合理错配的重要举措，有助于公司充分发挥财务杠杆作用，有利于促进公司的良性发展，不存在损害中小股东利益的情况。

目前，申请工作正在推进中，最终方案以在中国银行间市场交易商协会注册的为准。

3、探索启动资产证券化（应收账款 ABS）融资项目

为拓宽公司融资渠道，优化公司资产及债务结构，报告期公司探索性启动了以公司全资子公司——上海韵达货运有限公司应收账款为基础资产的资产证券化融资项目“德邦-韵达货运应收账款资产支持专项计划”。具体要素如下：

基准日	2018 年 9 月 30 日
预期发行规模	不超过 2 亿元人民币
现金流类型	动态现金流
主要增信措施	优先/次级偿付结构；韵达货运差额支付承诺

原始权益人/资产服务机构/ 差额支付承诺人	上海韵达货运有限公司
计划管理人	德邦证券股份有限公司
托管银行	中国银行股份有限公司上海市分行
登记托管机构	中国证券登记结算有限责任公司深圳分公司

目前，本专项计划已获得深圳证券交易所挂牌条件的无异议函，相关工作正在推进中。

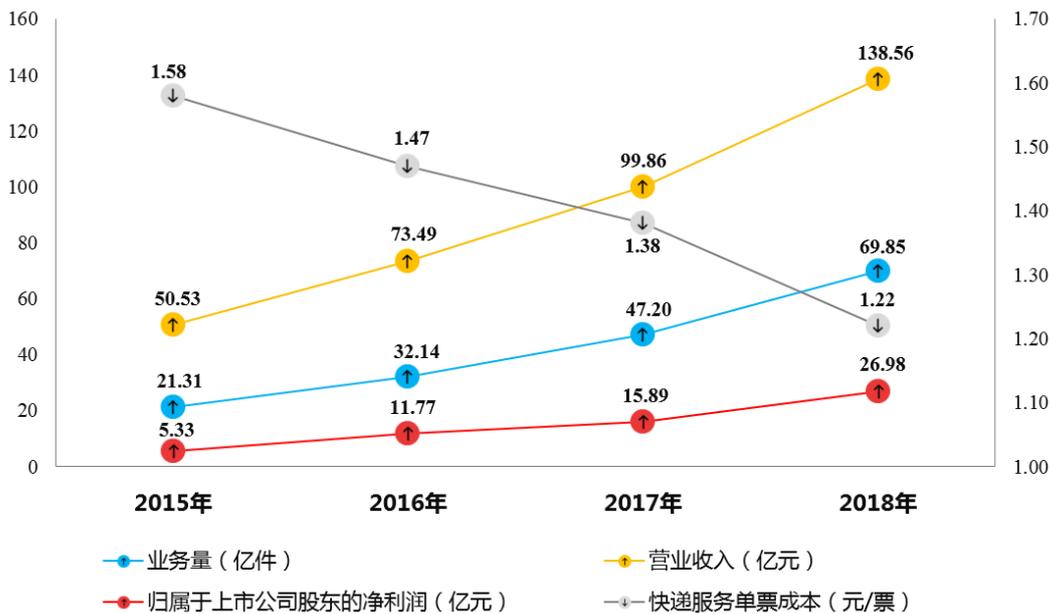
（二）2018 年度公司经营发展情况

1、快递主业行稳致远，核心指标健康卓越

■**主要财务指标：**截至报告期末，公司总资产180.81亿元，同比增长92.36%；归属于上市公司股东的净资产114.60亿元，同比增长119.91%；负债率36.17%，同比下降近8个百分点；加权平均净资产收益率（ROE）28.84%，同比下降6.61个百分点（主要系定向增发募资完成后，公司净资产有较大幅度的增长所致）；经营活动产生的现金流量净额37.14亿元，同比增长24.32%；公司现金及现金等价物及短期理财余额总计为84.26亿元，同比增长124.16%，其中短期理财余额为65.70亿元。

■**快递经营方面：**公司深入实施“服务引流”、“产品分层”的竞争策略，持续提供高效、便捷、优质的快递服务体验，持续扩大获客源、提升客户粘性，保障业务量快速增长。报告期，公司累计完成快递业务量69.85亿票，同比增长48%，增速高出行业平均增速22个百分点；公司快递市场份额已达13.77%，较去年同期提高2个百分点。

公司业务量、收入及净利润变化趋势图



■**营业收入方面：**报告期，在快递业务量的快速增长带动下，公司实现营业收入138.56亿元，同比增长38.76%，其中：快递服务业务收入120.21亿元，同比增长31.51%。

■**实现利润方面：**报告期，在快递服务收入快速增长及持续的成本管控作用下，公司实现利润总额35.50亿元，同比增长65.46%；实现归属于上市公司股东的净利润26.98亿元，同比增长69.76%，其中实现归属于上市公司股东的扣除非经常性损益净利润21.35亿元，同比增长38.66%。本报告期，公司快递服务毛利率29.23%，同比提高0.24个百分点。

■**成本管控方面：**公司实施基于科技创新和精细化管理的“成本领先型”竞争策略，设定目标、分解动作、狠抓落实，在生产全流程出实招、见实效——通过动态智能路由规划、智能车辆监控、干线运输轨迹可视化、实施灵活化包仓、优化车

型、提高核心线路装载率、深入优化货品结构等更加精细化、柔性化的管理，充分发挥集约效应和规模效应，持续降低单票运输成本；通过持续的信息化、自动化、智能化等核心资源投入，向科技创新要人效、要效率、要效益，持续降低单票人力成本、操作成本；通过构建“财务共享中心”，提高成本管控一致性和规范性，持续降低全网、全链路的交易成本和管理成本。

报告期，公司甩挂车占比提高6.1个百分点，加盟商直跑比例提高2.41个百分点，单票重量下降12.94%，整体分拣处理能力提升51%，操作准确性显著提高，职工数量下降6.67%，人均综合效能提升18.84%。在综合用力下，2018年公司快递服务单票成本为1.22元，同比下降11.60%，连续四年呈下降趋势。

2、守正创新、精耕细作，核心优势历久弥坚

(1) 持续锻造稳定、健康、平衡的服务网络

■网络建设方面：报告期末，公司在全国设立55个自营枢纽转运中心，枢纽转运中心的自营比例为100%；公司在全国拥有3,464个加盟商及26,149个网点/门店/服务部（含加盟商），加盟比例为100%；服务网络已覆盖全国31个省、自治区和直辖市，地级以上城市除青海的玉树、果洛州和海南的三沙市外已实现100%全覆盖。报告期末，公司全网快递员数量为15.4万人。

2018年公司加盟商及服务网络分布情况

节点类型	广东大区	上海大区	北京大区	江苏大区	浙江大区	华中西南大区
加盟商	302	411	765	637	437	912
网点、门店及服务部	4308	2536	5142	4336	3233	6594
转运中心	6	5	10	15	11	8

2018年，公司积极推动“向西向下向外”工程，实现了突破性进展——“向西”增加开通了四川雷波县、四川金阳县、青海兴海县、四川色达县等中西部县级城市，县级以上城市覆盖率已达到近95.45%；“向下”增加开通了750余个乡镇，累计已达23,465个，网络覆盖面特别是在乡镇农村地区的服务范围得到了极大拓展，进一步夯实了国内业务发展的根基；“向外”相继开拓了包括德国、法国、荷兰、加拿大、新西兰、新加坡、韩国、日本、香港等25个国家和地区在内的国际快件物流网络。

2018年公司销售金额前十名加盟商

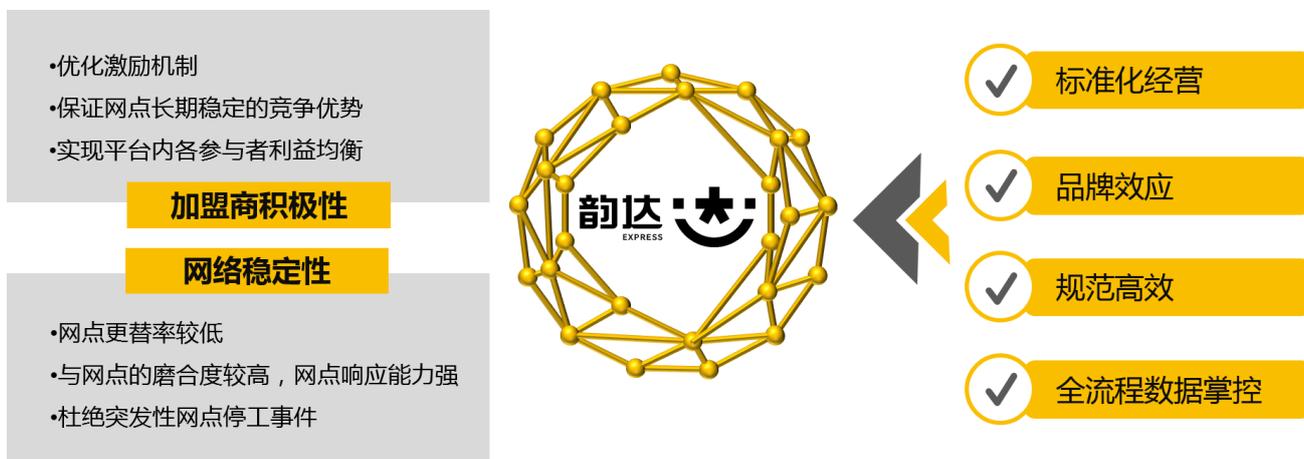
序号	名称	城市	揽件量 (万票)	快件服务量 (万票)	员工数量 (人)
1	深圳市韵达速递有限公司	深圳	37,201.12	58,245.25	4164
2	中山市韵达速递有限公司	中山	8,711.84	12,812.20	893
3	河南韵达快递服务有限公司	郑州	8,529.76	16,584.19	1594
4	石家庄韵达快递有限公司	石家庄	4,275.81	8,701.26	985
5	汕头市朋韵快递有限公司	汕头	6,394.14	7,846.14	220
6	常熟市韵达快运有限公司	苏州	5,757.56	7,948.10	125
7	北京捷韵达货物运输有限公司	北京	4,509.15	4,747.78	156

8	桐乡市丰韵快递有限责任公司	嘉兴	4,256.96	5,270.23	229
9	湖州韵达快递有限公司	湖州	3,895.40	5,089.99	275
10	普宁市潮韵快递有限公司	揭阳	7,893.89	8,587.26	82

报告期，公司销售金额前十名的部分加盟商发生了变化，其中：汕头市朋韵快递有限公司、北京捷韵达货物运输有限公司、桐乡市丰韵快递有限责任公司、普宁市潮韵快递有限公司为新晋前十名的加盟商，上述变化主要系市场竞争及网络颗粒度细化原因。

■运输管理方面：公司以陆路运输为主，并采取多种车辆运输模式相结合。截至报告期末，承包车日均发车1806余趟次，合同车日均发车130余趟次，卡班车日均发车457余趟次，网点自跑车日均发车308余趟次。

同时，为满足高端快递产品的时效需求，以及把业务延伸到陆运运输较难覆盖的部分偏远地区，公司以航空运输作为陆运运输的有效补充。报告期，公司已与全国33家航空货运代理公司开展合作，合作航线500余条，采用航空运输方式的发货量为平均每天14.8万票左右，同比增加23.33%，发货重量为平均每天121吨左右。



类直营化管理效果

采用扁平化的终端加盟模式，但具有较高的网络管控能力，服务效率与服务质量达到直营化水平。

■加盟商管理方面：公司充分发挥平台化、扁平化优势，积极采取多种措施加强对加盟商及网点的管理管控：①以服务能力、客户需求和市场竞争为依据，稳步做好快递服务网络的颗粒度完善、细化工作；②尊重市场规律，完善区域之间、网点之间、两端之间的利益分配；③借助信息化和科技能力，在具备条件的地区、加盟商和网点，公司将探索把生产运营监控体系、质控体系逐步覆盖到末端，在揽件、操作、装卸、运输等环节进行技术性监督监控；④以问题为导向，建立“早排查、早解决、勤总结”工作机制，规避因个别加盟网点经营不善、管理不当、资金结算等因素导致的不必要的流失等。通过以上举措，有效保障了公司服务网络更平衡、更稳定、更健康，深入落实“规范操作”、“优质服务”的基本要求。

■精准赋能方面：加盟商是快递服务网络的核心资源，其市场开发能力、经营管理水平、融资投资实力以及长期的盈亏状况等直接关系公司的业务量、市场份额和服务品质。为此，公司深入实施对加盟商的精准赋能计划。

人才赋能：为持续提升公司全国网络服务质量，提升加盟商运营质量、效率和盈利能力，公司搭建总部与加盟伙伴的沟通平台，在全国范围定期举办加盟商“战略研修班”活动，报告期累计培训3545余人次，提升加盟商的运营质量、效率和盈利能力；客服中心通过“星火计划”，助力加盟商育才方案，不断提升公司服务水平、推进服务标准化。

科技赋能：报告期持续推进“科技下乡”，基于业务量的快速增长，运营规划中心为加盟商及大型网点定制化设计自动

化分拣设备，“指环王”扫描枪、“快手”设备等高科技工具，帮助网点提高产能容量、提升操作效率、降低经营成本；同时，持续推进“IT下乡”，为加盟商及网点量身定制的移动端办公产品韵掌柜APP上线，“韵镖侠”系统不断强化，协助网点信息化管理，助力快递员最后一公里，为网点弹性补充末端配送人员。

品牌赋能：报告期，公司开展转运中心、网点标准化推广建设，主要包括全网转运中心三区分离、目视化看板、定制定位、场地6S等静态标准化全面落地，对加盟商网点的门店门头、车身、工服等统一更新推广。2018年，公司完成标准化门店建设8504个，完成标准化车辆7637辆，持续提升公司品牌形象。

（2）核心资源匀速投入，科技研发鼎故革新

公司深刻理解信息化、智能化对于现代物流产业发展的极端重要性，在自动化分拣设备、智慧管理系统开发、科技创新设备研发、高效运能提升等核心资源始终保持匀速的投资定力。报告期，公司科技创新保持着蓬勃的创造力，科技属性愈加闪耀。

■自动化分拣设备赋能全网：公司持续保持对自动化设备的投入和改造，致力于持续掌握核心技术、提高设备自动化程度，逐步在全网改造投入全自动、智能化分拣设备，包括高速矩阵、自动交叉带、末端自动化设备等，其中：高速矩阵的分拣效率达到2700件/h，升级后的效率达到3700件/h；自动交叉带在分拣、中转、运输过程，全程仅需扫码一次、过程不落地，分拣效率高达20000件/h，分拣差错率1/10000，同等货量下可大幅度降低分拣人力。2018年，公司又创新研发双层交叉带自动分拣线，效率较以往提升一倍，可达40000票/小时。

新技术、新设备方面，公司研发了“指环王”扫描枪、“快手”设备、新型摆臂等高科技工具产品；基于大数据建设和人工智能、视觉技术积淀，公司已率先应用了区块链技术；基于“天眼计划”，研究“边缘计算技术”在大型转运中心监管和仓储智能化应用的应用前景；深入测试韵达无人机、无人车、无人仓等黑科技项目的研发、加快推进前沿科技的开发。

2018年，各转运中心依托服务网络强大的信息系统支持，实现互联互通的操作、运输、分拣、信息识别管理工作，并通过超强的信息前置和智能分拣设备，产能大幅度得到提升，分拣速度、准确性、安全性和人均效能等指标持续提升，其中：操作分拣错分率同比下降了23%，错发率同比下降了15%，错集包率同比下降了45%。

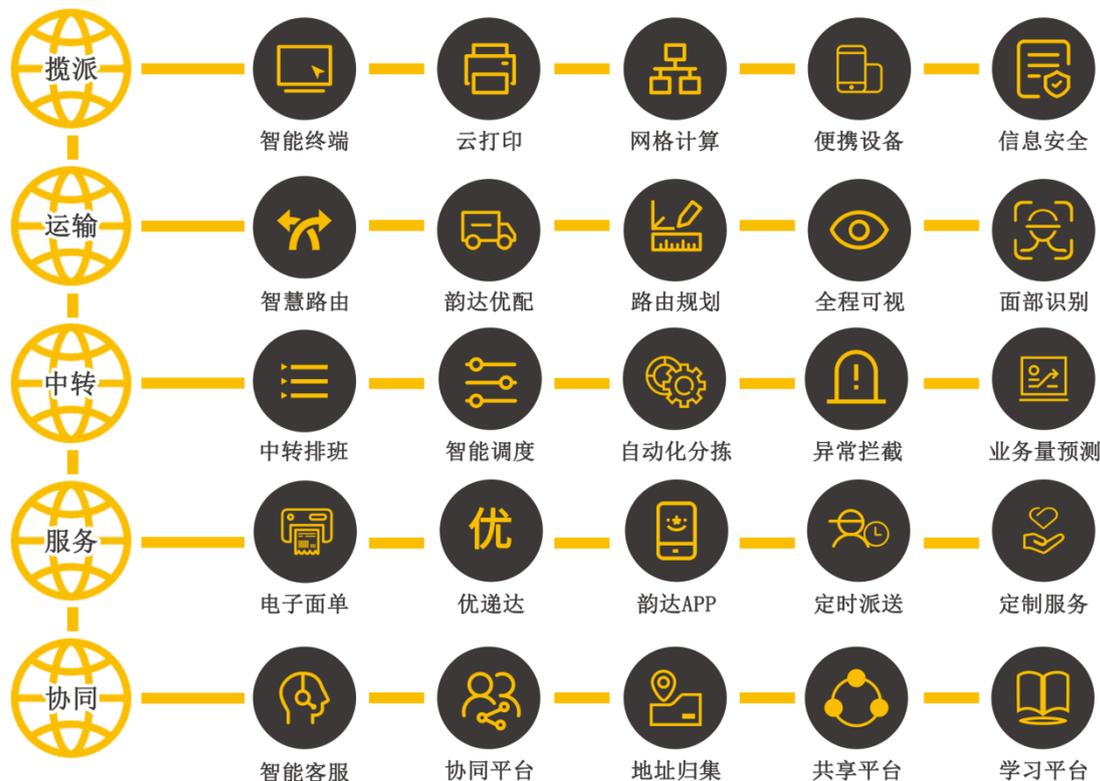
■智慧管理系统正遍地开花：除成功研制智能运力管控平台、智能车辆监管系统、韵达司机APP等智慧管理系统外，报告期，基于快递、快运、供应链、跨境服务等业务场景需求，公司还新开发、新投入信息化系统近30套，如：**寄件环节**，新开发“快递优+系统”，为顾客提供更加优质的服务体验；**揽派环节**，开发了“站点协同系统”、“统一对账系统”、“网点ERP系统”等系统，提升网点揽派效率、运营管理水平和服务质量；**中转环节**，开发了“月台智能调度系统”，以“银行排号”为参照，实现对车辆“排队、进门、过磅、靠位”智能化管理，实现车辆快进快出，缩短场内衔接时效；**运输环节**，开发了“韵达优配系统”，加强对运输车辆管控，提升快递时效；**客服环节**，开发了智能网点协同系统“韵呼宝”，根据客户来电输入的咨询单号智能匹配对应处理的网点客服，做到客服工作精准下沉，将用户诉求一键直达至当前责任单位进行处理，并限时反馈用户。

2018年，在多层次信息化建设和智慧管理系统的支持下，公司电子面单平均使用率达97.7%，较去年提高11.8个百分点，其中2018年12月份高达99.3%。

■实施运能转换和物业自持：在动态智能化路由支持下，为充分发挥集约效应和规模效应，公司在核心线路、核心区域实施高效运能提升、运能转换计划，进行针对性资源投入，优化车型比例、提高装载率、降低单票成本。同时，公司继续实施“物业自持”战略，通过对主要枢纽、省会城市等转运中心进行替代性新建、扩建、改造，优化规划设计，提高分拣容量、操作能力和操作效率，降低长期经营成本。

（3）品质提升惠人达己，创服务份额良性循环

公司追求“向客户提供极致的服务体验和无与伦比的快递时效”伟大愿景，紧紧围绕“主动服务，以客户为中心”的服务理念，通过开发“快件全生命周期”管理系统，将网络信息平台、大数据平台、自动化智能化设备与业务深度融合，在全网、全链路进行高水平的时间管理和品质管理。



■**揽收管理**：客户通过官网/终端APP/微信/支付宝小程序/95546服务呼叫系统等渠道下单后，公司将通过韵镖侠系统（业务员系统），直接分发给业务员，并对业务员进行订单响应考核，报告期揽件响应及时率同比提升了125.4%，揽收时长同比缩短0.59小时。

■**中转管理**：实施“天眼计划”，对大型转运中心进行物联网（IOT）“数据+视频”的可视化管理；通过对分拨各设备饱和度情况进行可视化展现，对隔口堆积、分拣线拥堵等异常情况进行实时预警处理，做到运营分拣可计算，实现“智能化排班”的强中心管理；通过对车辆从发车、排队、进门、装卸各环节全程透明化，实现车辆快进快出，缩短场内衔接时效。

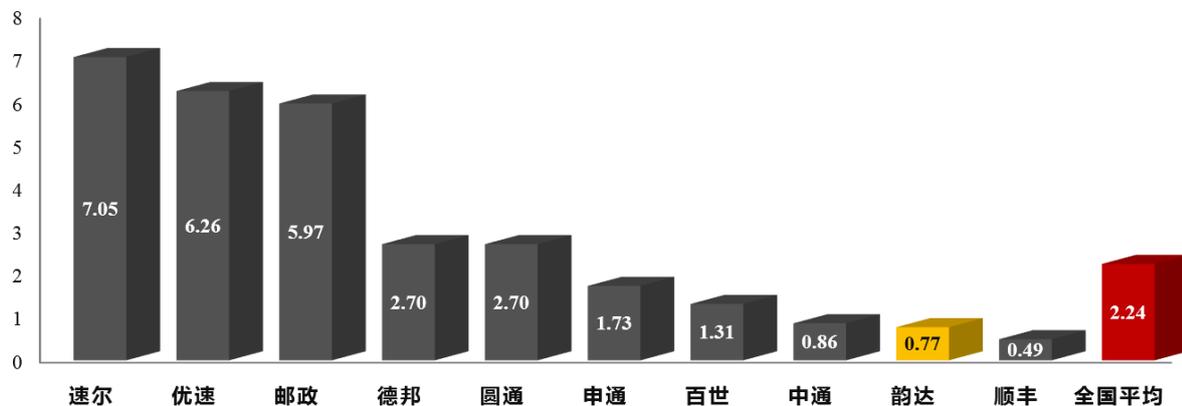
■**运输管理**：采用动态智能化路由规划，实时监控货量变化，根据网络内件量的变化对线路及时拆分或调整，并把调整方案放在智能路由系统中分析，找到时效和成本的“帕累托最优”；对在途车辆实时监控，对路径轨迹偏差、超速、瞌睡闭眼等能做到及时报警提醒，可以实时模拟、监测、预警车辆路径和时效，并对司机刹车次数、车速等数据进行分析。

■**派件管理**：根据市场及客户需求，公司在不同地区相继启动了降低派送时效的解决方案。2018年，公司末端平均派件时长较2017年缩减了1.54个小时。

报告期，公司全程时效和服务品质成绩斐然：

■**有效申诉率方面**：根据国家邮政局相关统计，2018年公司快递服务有效申诉率指标月平均值为0.77（每百万件有效申诉件数），仅次于顺丰，远低于行业2.24的平均水平，连续两年**可比公司最优**；

月均有效申诉率



注：上表月均有效申诉率为根据国家邮政局每月公布的《邮政业消费者申诉情况通告》计算的简单平均数。

■**全程时效方面：**根据国家邮政局《关于2018年快递服务时限准时率测试结果的通告》，2018年公司快递服务全程时效指标紧随顺丰、EMS，连续两年可比公司最快；



全程时效不断突破

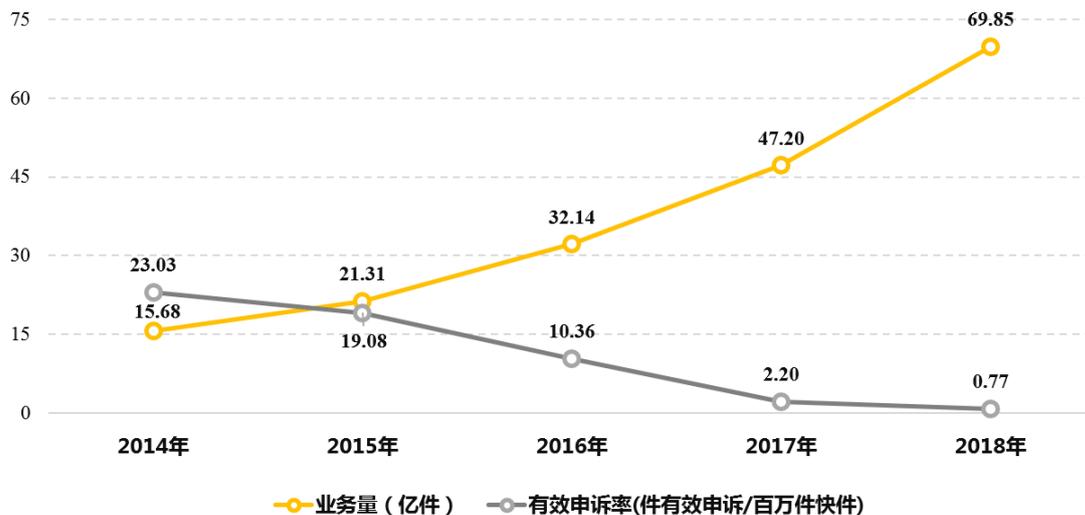
公司	2018 全程时效排名	2018 寄出地处理时限
顺丰	1	1
EMS	2	3
韵达	3	2

数据来源：国家邮政局9家快递服务品牌主要时限指标排名

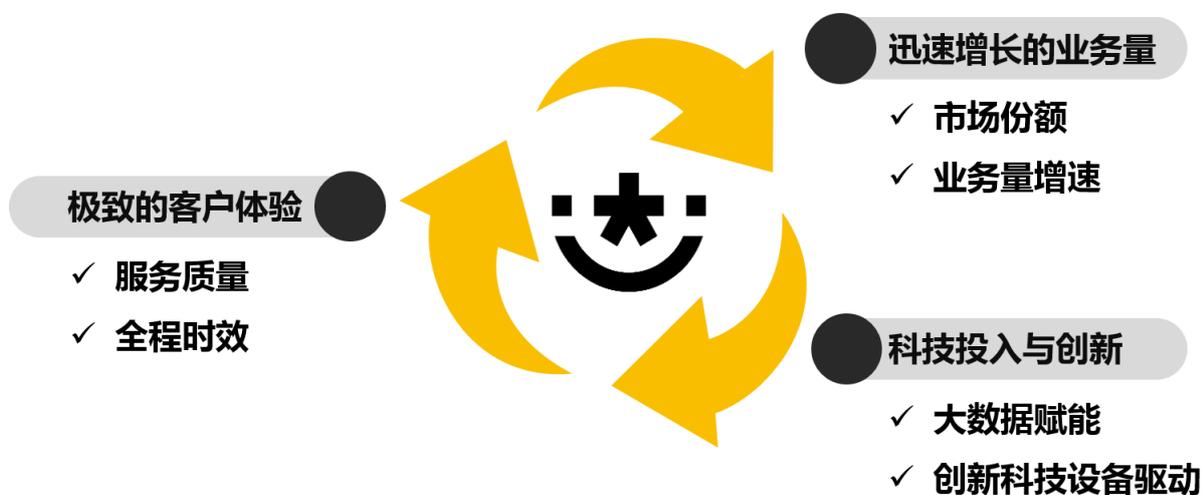
■**客服体验方面：**根据中国消费者协会发布的《2018重点服务领域部分企业服务热线体验式调查报告》，在针对快递行业所设计的体验任务——“下单及取消已下单”调查中，韵达服务热线体验任务完成率仅次于顺丰、EMS，可比公司最好。

■**公众满意度方面：**根据国家邮政局《关于2018年快递服务满意度调查结果的通告》，2018年公司快递服务公众满意度继续保持行业前列。

近五年（2014-2018）公司有效申诉率、业务量趋势



在科技、管理等多重有益因素共振支撑下，公司持续提供高效、便捷、优质的快递服务体验，极大提升了客户粘性，快递业务量获得了远高行业增速的快速增长，市场份额稳步提升，已经形成了“优质服务——业务量快速发展——科技投入与创新——优质服务”的良性循环。



（4）优质服务创造价值，产品分层渐入佳境

基于良好的全程时效和优质的服务品质，“韵达”品牌持续补强。以此为基础，公司深入推进“客户分群、产品分层”竞争策略，不断丰富产品线，向上下游不同客户提供多元化、个性化服务，将优秀的时间管理转化为时效产品和特色产品，将优质的服务体验转化为新的增量价值。

时效产品：公司进一步丰富产品体系，特别是发展高品质、高附加值的时效产品，公司把“当日达、次日达”作为重点进取方向进行专项提升，多个具体项目已落地，其中：

当日达：同城当日达已覆盖33个城市、跨城当日达已开通7条线路，后续将不断扩大覆盖城市和线路，以更好的时效吸引客户，提高市场占有率；

次日达：京津冀、江浙沪皖、广东省、800公里/1200公里（部分区域）今发明至，次日达线路已合计开通970余条，其中京津冀、江浙沪皖、广东省次日达考核计划达成率近80%；

橙诺达：在“橙诺达1.0”基础上，大力拓展“橙诺达2.0”市场规模，合计业务量同比提升65.47%；



特色产品：报告期，新开发“优递达”等时效新产品，为核心大客户及消费者提供更加优质的快递服务；以特色农产品为对象，开发了生鲜限时寄递产品“韵鲜达”，专人专项跟踪，参与烟台樱桃、奉化水蜜桃、阳澄湖大闸蟹等项目；研发设计了“隐私面单”，对收寄两端客户的重要信息进行脱敏处理，切实保护客户信息安全，提高客户对公司快递服务的粘性。

市场散单：公司推出了“韵来”散单产品，客户可通过公司官网、终端APP、微信/支付宝小程序、95546服务呼叫系统、交接码、二维码等方式实现扫码寄件、线上下单，极大拓宽了寄递渠道，2018年日订单量同比提升154.6%；同时，公司与菜鸟合作推出了高标准上门揽件服务“菜鸟裹裹”，以快速响应、限时揽收给顾客带来极致寄递体验。

3、稳步推进周边发展，促进战略落地生花

公司持续以快递流量嫁接周边市场、周边资源、周边产品，深入推进发展战略和“生态圈”建设落地。

■ **快运业务：**韵达快运致力于构建领先、规范、高效、协同的国内一流快运网络，为客户提供个性化、多样化的快运服务。2018年，韵达快运在服务网络、设备、场地等方面进行持续投入。报告期，快运服务收入为5.38亿元，快运服务成本为6.02亿元；截至报告期末，累计归属于上市公司股东的净利润为-0.67亿元。

■ **供应链服务：**韵达仓配一体化供应链服务依托公司通达国内外的庞大物流服务网络，致力于构建以科技驱动、资源共享、对外开放的服务平台，将仓储、运输、配送、数据服务等业务互联互通，打造“万仓联盟”。目前，公司已建立起OMS、WMS、TMS、CRM、ERP等信息处理平台和信息系统，持续投入了智能化仓储设备；整合仓储、运输、快递、快运、城配等资源，为客户提供了B2C仓配一体、B2B仓配一体、跨境电商、联合仓、传统运输、仓店调拨、O2O、SAAS、行业供应链等产品和服务。截止报告期末，可利用仓库资源（联合仓）达630个，面积超过253.58多万平米。

■ **国际业务：**韵达国际致力于为国内外制造企业、贸易企业、跨境电商、以及消费者，提供便捷可靠的国际快递、物流及供应链解决方案。韵达国际可以提供国际专线、国际特惠、国际小包、国际重货、FBA、保税仓储、海外仓储、转运等不同类型及时效标准的进出口服务，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。截止报告期末，韵达国际已开通全球25个国家和地区，全年进口业务量同比增长71%，出口业务量同比增长667%。

■末端工程：基于对未来海量包裹的前瞻及对快递包裹时效性、专业性、标准化服务的极致追求，末端服务未来有望成为像水电煤铁路一样的基础设施。公司探索构筑网点、智能柜、共同配送、合作便利店、物业等多元化末端服务网络，启动“末端服务工程”建设：

多元服务：通过网点（固定时间上门）、快递柜（24小时服务）、驿站（合作的便利店、代收代寄点、物业、学校等，12小时服务）相结合，向客户提供分层的多元化、商业化服务。

末端直投：在分拨分拣环节或网点分拣环节直接进行驿站端分拣（4段码），并直送驿站或校园，减少网点/承包区/业务员重复操作，目前无锡地区5个网点涉及23个驿站试点中，菜鸟面单准确率98%。

菜鸟驿站：公司战略投资菜鸟驿站，进一步加强末端建设与菜鸟驿站的合作，通过利用菜鸟驿站的网点，进一步提升公司最初一公里的揽件和最后一公里的派件服务。

农村淘宝：与阿里巴巴农村淘宝、菜鸟等战略合作，对农村末端进行渗透，辅助工业品下乡、农产品进城，末端触角不断延伸，目前主要选取3000多个县城，每个县城成立村淘服务站，县域快递公司共配，为农村淘宝提供从县域到村的揽、分、派等服务。

4、接力实施激励计划，深化“共创、共赢、共享”

近年来，我国快递行业发展迅速，对行业人才的需求、引进和培养提出了更高的要求。公司深刻理解企业与员工、加盟商“共创、共赢、共享”的发展关系，构筑符合人性朴素需求的企业文化。为惠及更多核心人才共享公司发展成果、进一步增强员工主人翁精神和担当意识、持续保持核心人才梯队的稳定性。报告期，公司又接力实施了第二期限制性股票激励计划，首次授予激励对象288人，范围覆盖了公司董事、高级管理人员，公司及子公司部分经理级以上管理人员和业务骨干。

持续的、扩大化实施激励计划，是践行“以奋斗者为本”发展理念的根本体现，将有效实现股东利益、公司利益、授予激励团队和个人利益的紧密结合；激励对象通过持有限制性股票，将更密切关注公司的经营管理、业务发展、业绩实现等情况，有利于增强主人翁精神和担当意识，有助于进一步调动工作积极性和工作热情，不断推动公司未来发展战略和经营目标的实现，促进公司健康、稳定和可持续发展。

2、报告期内主营业务是否存在重大变化

是 否

3、占公司主营业务收入或主营业务利润 10%以上的产品情况

适用 不适用

单位：元

产品名称	营业收入	营业利润	毛利率	营业收入比上年同期增减	营业利润比上年同期增减	毛利率比上年同期增减
快递服务收入	12,020,651,695.66	3,514,027,043.94	29.23%	31.51%	32.59%	0.24%

4、是否存在需要特别关注的经营季节性或周期性特征

是 否

按业务年度口径汇总的主营业务数据

适用 不适用

5、报告期内营业收入、营业成本、归属于上市公司普通股股东的净利润总额或者构成较前一报告期发生重大变化的说明

适用 不适用

归属于上市公司普通股股东的净利润总额较前一报告期增长 69.76 个百分点。

说明：主要系一方面报告期业务量大幅增长使营业收入规模大幅增长，另一方面转让持有的深圳市丰巢科技有限公司股权和购买银行理财产品理财收益致投资收益增加所致。

6、面临暂停上市和终止上市情况

适用 不适用

7、涉及财务报告的相关事项

(1) 与上年度财务报告相比，会计政策、会计估计和核算方法发生变化的情况说明

适用 不适用

(a) 对资产负债表及利润表的影响列示如下：

会计政策变更的内容和原因	受影响的报表项目名称	影响金额（单位：元）			
		2017年12月31日 合并	2017年1月1日 合并	2017年12月31日 公司	2017年1月1日 公司
本集团将应收票据和应收账款合并计入应收票据及应收账款科目	应收账款 应收票据 应收票据及应收账款	-326,867,780.72	-261,180,137.25	-3,263.34	-
本集团将应收利息和收股利并入其他应收款项目	应收利息 应收股利 其他应收款	-1,868,681.75	-759,632.77	-	-
本集团将应付票据和应付账款合并计入应付票据及应付账款	应付票据 应付账款 应付票据及应付账款	-52,860,340.00	-91,800,000.00	-	-
		-1,804,547,191.91	-1,471,940,982.65	-7,142,350.90	-42,600,000.00
		1,857,407,531.91	1,563,740,982.65	7,142,350.90	42,600,000.00

会计政策变更的内容和原因	受影响的报表项目名称	影响金额（增加/（减少））	
		2017年度合并	
本集团将原计入管理费用项目的研发费用单独列示为研发费用项目	研发费用 管理费用	47,302,367.39	-47,302,367.39
本集团在财务费用下分别列示利息费用和利息收入	利息费用 利息收入	0.00	6,527,732.61

(b) 对合并现金流量表的影响列示如下：

本集团实际收到的政府补助，无论是与资产相关还是与收益相关，在编制现金流量表时均作为经营活动产生的现金流量列报，对可比期间的比较数据进行调整，调增2017年度收到其他与经营活动有关的现金流量19,385,475.00元，调减2017年度收到其他与投资活动有关的现金流量19,385,475.00元。

(2) 报告期内发生重大会计差错更正需追溯重述的情况说明

适用 不适用

公司报告期无重大会计差错更正需追溯重述的情况。

(3) 与上年度财务报告相比，合并报表范围发生变化的情况说明

适用 不适用

截至报告期末，本财务报表本期合并范围的变动情况及纳入合并范围的一级和二级子公司详见相关章节

(4) 对 2019 年 1-3 月经营业绩的预计

适用 不适用