



用心成就你我!

申通快递社会责任报告

2019

2019 申通快递 社会责任报告

SOCIAL RESPONSIBILITY REPORT



报告导读

时间范围：

2019年1月1日至2019年12月31日（部分内容超出上述范围）。

发布周期：

申通快递社会责任报告为年度报告。本报告是申通快递股份有限公司公开发布的第三份社会责任报告，上年度报告已于2019年4月正式对外发布。

组织范围：

报告组织范围覆盖申通快递股份有限公司及其所属机构。为了便于表达，报告中也使用“申通快递”“申通”“STO”“我们”“公司”等表示一个整体的“申通快递股份有限公司”。

参考依据：

- 全球报告倡议组织《可持续发展报告标准（GRI Standards）》
- 国际标准化组织《ISO 26000：社会责任指南（2010）》
- 中国标准化研究院《GB/T 36001—2015社会责任报告编写指南》
- 中国社会科学院《中国企业社会责任报告指南（CASS—CSR4.0）》
- 深圳证券交易所《上市公司社会责任指引》

数据说明：

报告使用的数据来源包括政府部门公开数据、申通快递正式文件及统计报告，报告中的财务数据以人民币为单位，特别说明之处除外。申通快递承诺本报告不存在任何虚假记载、误导性陈述或重大遗漏。

语言版本：

中文版本

编制流程：

前期准备→报告编写→内容审核→设计发布→读者反馈

信息披露：

公司官网：www.sto.cn

总部地址：上海市青浦区北青公路6598弄25号意邦国际写字楼

邮政编码：201706

联系电话：021-60376666

企业邮箱：stozcb@sto.cn



PART A

报告导读	01
董事长致辞：聚智·聚力·聚焦	04
走进申通	06
公司概况	06
组织架构	07
企业文化	08
历史发展	08
公司治理	10

PART B

责任专题：全力抗击疫情，齐心共克时艰	14
免费承运，驰援一线	14
捐资捐物，守望相助	15
服务民生，保障供应	16
科学防疫，关爱员工	16
迎难而上，申通不退	17
责任专题：支持一带一路，服务跨境贸易	18
责任专题：深耕农村市场，助力农户增收	20
快递助农	20
电商助农	21
责任专题：坚持绿色寄递，建设美丽中国	22
绿色包装	22
绿色运输	25
绿色宣教	25

PART C

聚焦·展雄心共绘产业生态	26
守正出新，提质增效	28
砺剑求索，创新赋能	32
精业笃行，安全寄递	34
聚力·持匠心共创和谐生活	38
砥砺奋进，军民融合	40
脱贫攻坚，申通有为	41
上善若水，情暖万家	45
聚智·守恒心共筑美好未来	48
海纳百川，同心致远	50
携手伙伴，互惠共赢	55

PART D

责任·融入管理	59
责任战略	59
责任治理	59
责任参与	60
责任文化	61
议题分析	61
责任荣誉	62

PART E

未来展望： “五好”申通，打造中国快递业标杆企业	64
-----------------------------	----

PART F

附录	66
关键绩效	66
指标索引	67
意见反馈	68

董事长致辞

聚智·聚力·聚焦



2019年是新中国成立70周年，70年风雨历程，70载披荆斩棘，我们伟大的新中国取得了许多辉煌成就。2019年也是申通快递上市第三年的关键时期，是实现三年奋斗目标的重要一年。回首这一年，在宏观经济波动的背景下，申通快递不忘初心，笃定前行，秉承“让客户享受快递新生活，让员工实现个人价值，让企业担当社会责任”的使命，在变革中求突破、在创新中求发展，力求将申通快递品牌塑造成为全社会认可的中国民族快递品牌。

我们树立大局意识，牢牢把握发展态势。2019年是整个快递行业转型升级的阶段，发展与压力并存。申通快递积极融入经济社会发展全局，立足新形势、着眼新目标、把握新要求，以“聚焦业务、强势发展”为主题，讲好申通故事，做实申通事情，让自身变得更优秀，在大浪淘沙中不断发展壮大。从公司发展整体情况看，通过全员工的不懈努力，申通快递在业务发展、质量提升、能力建设、网络运营、基础管理等方面都取得了不俗的成绩，2019年业务量增速持续超过行业平均水平。申通快递迎难而上、奋力拼搏，发展势头良好。

我们聚力创新发展，谱写绿色快递新篇。智能化、自动化、信息化、绿色化是未来快递的主战场。申通快递顺应行业潮流，加速推进智能化、自动化、信息化、绿色化发展，致力于成为科技申通、智能申通、绿色申通。公司加强数字化与产业的结合，赋能产业、成就产业，以实际行动推动快递业数字化发展；积极营造创新型企业环境，在平台建设、寄递系统、分拣设备、配送流程等方面深入探索智能技术的转化运用；将绿色低碳视为发展的内在需求，在全网推广绿色包装、绿色运输，为我国节能减排、应对气候变化、改善环境质量作出贡献。

我们担当社会责任，共创和谐幸福生活。申通快递在实现自身发展壮大的同时不忘回馈社会，将“做一家受人尊重的企业，做一家有责任感的企业”作为自身的崇高使命。公司响应“军民融合发展”战略，推进“快递参军”，开展双拥工作，共话军民鱼水情；推动快递“向下”发展，打通“农产品进城”和“工业品下乡”双向流通渠道，更好地发挥产业兴农作用，增强广大农民的获得感和幸福感；在安老、扶幼、助学、济困等方面主动作为，开展一对一帮扶、关爱留守儿童、为贫困山区儿童运送爱心物资等多项公益活动，积极传播行业正能量。

我们盘活人力资源，赋能合作伙伴成长。企业的发展离不开每一位员工的努力奋斗，离不开合作伙伴的包容支持。秉承“尊重并相信员工”的价值观，申通快递从人才管理基础体系、人才梯队建设、人才管理系统等方向进一步优化人才职业发展通道，构建人人渴望成才、人人努力成才、人人皆可成才、人人尽展其才的良好局面。此外，公司注重与其他行业企业的协同发展，将与伙伴的合作延伸至供应链全流程，提供云仓、冷链等系列创新服务，带动快递服务与电商企业、农业企业、生产制造企业等加速融合；建设供应商赋能平台，采用全生命周期管理方法规范供应商管理，并为网点提供专业培训，帮助更多人实现自身价值。

时间砥砺信仰，岁月见证初心。2020年我国将全面建成小康社会，实现第一个百年奋斗目标。申通快递将牢记党和国家的重托，以谱写史诗的雄心，至真至诚的匠心，负重前行的恒心，牢牢把握时代脉搏，勇担历史使命，只争朝夕，不负韶华，努力打造中国的申通、世界的申通，为中国快递新的辉煌奋力前行！

申通快递董事长 陈德军

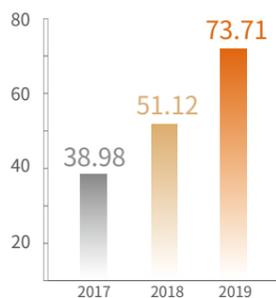
走进申通

公司概况

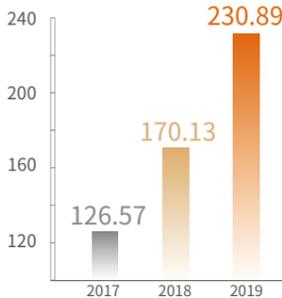
申通快递品牌初创于1993年，公司致力于民族品牌的建设和发展，不断完善终端网络、中转运输网络和信息网络“三网一体”的立体运行体系，立足传统快递业务，全面进入电子商务领域，以专业的服务和严格的质量管理推动中国快递行业发展。截至2019年底，公司拥有独立网点3525个；服务网点及门店25500个；转运中心68个，其中直属转运中心61个。2019年，公司完成业务量约为73.71亿件，同比增长44.19%，包裹完成量占全国总量的11.6%；营业收入为230.89亿元，同比增长35.71%；净利润为14.19亿元；归属于上市公司股东的净利润为14.08亿元。



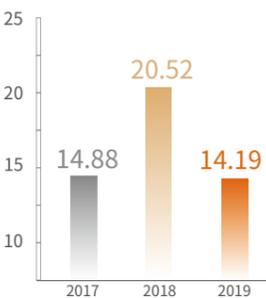
业务总量 (亿件)



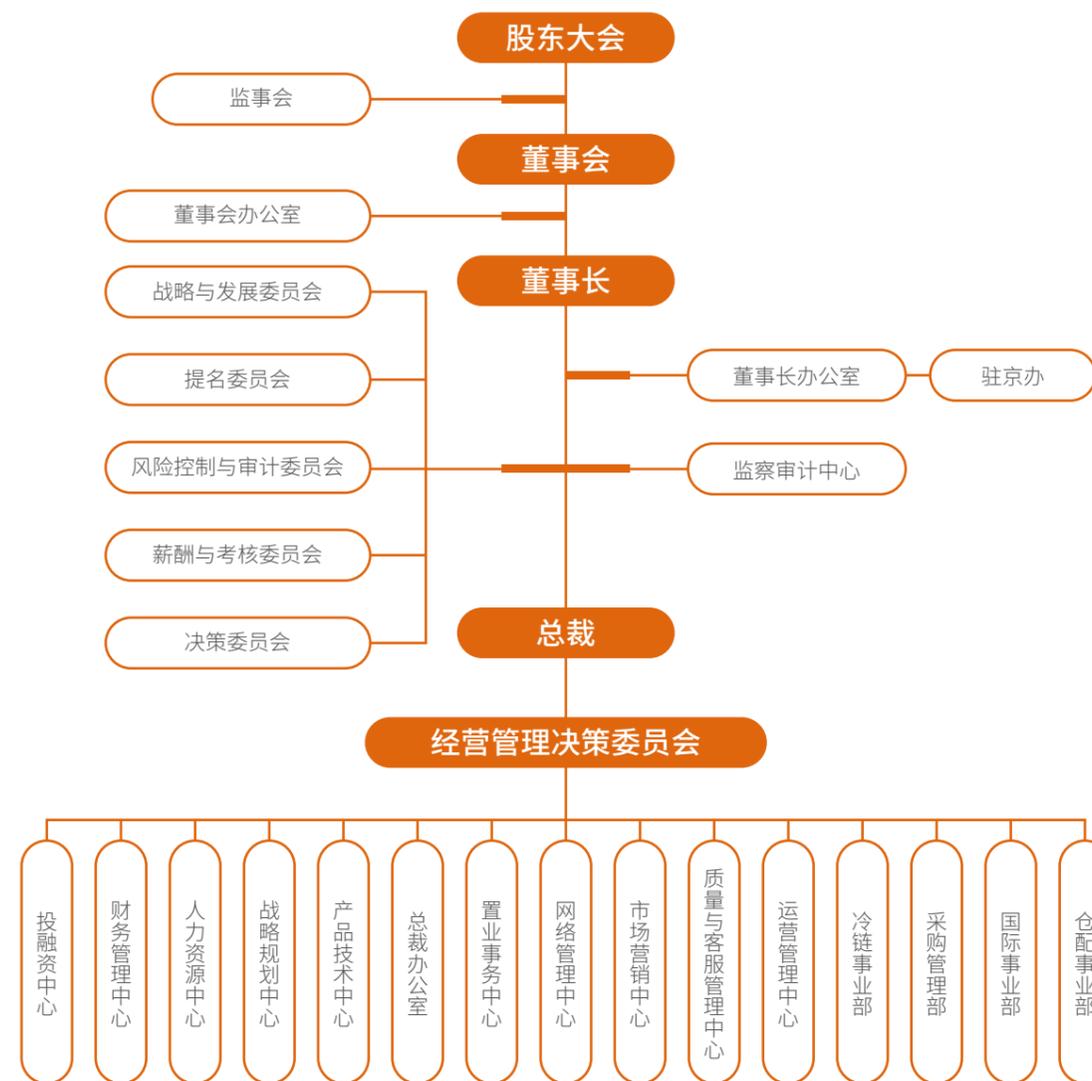
营业收入 (亿元)



净利润 (亿元)



组织架构



企业文化

核心价值观

我们相信并尊重员工；我们诚信经营，正直为人；我们追求卓越的成就和贡献；我们鼓励并坚持创新。

企业使命

让客户享受快递新生活，让员工实现个人价值，让企业担当社会责任。

企业愿景

以科技和人才为推动力，将申通快递打造成中国快递业标杆企业，将申通快递品牌塑造成让全社会认可的中华民族快递品牌。

质量方针

快速、安全、准确、周到，客户的满意，申通的追求。

服务理念

申通快递，一如亲至，用心成就你我。



历史发展

1995年

申通快递在上海、宁波、金华和东阳设点，开始扩大业务。

1993年

申通快递开始起步，凭借几个人和几辆自行车开始运营，专营上海和杭州之间的报关急件直送业务。

1997年

申通快递在北京、广州等大城市设点，吹响进军全国的战略号角。

1996年

申通快递在南京、苏州设点，快递运营网络渐显雏形。

2003年

申通快递成立10周年，确立了“客户与申通双赢，网点与总部双赢，公司与员工双赢”的企业宗旨。

2002年

申通快递率先使用电脑查询等新技术，带动快递时效提速，促进服务品质升级。

2009年

新《邮政法》正式实施，申通快递转变成中国邮政业的重要组成部分。

2007年

申通快递有限公司在上海正式成立。

2004年

申通人的第一份报纸——《申通人报》创刊，开启企业文化建设之路。

2015年

申通快递东三省区域快件全面提速，全国各区域陆续跟进，进一步优化客户服务体验；申通快递召开首届国际业务发展大会，以“众筹”的方式加快国际业务发展；申通快递筹备上市，冲击“A股快递第一股”。

2014年

申通快递东北、西北大区完成授牌，快递片区管理由五大区转变为七大区，区域划分更加细化、管理更加深入一线；申通快递日本专线正式开通，快递国际网络迈出关键一步。

2011年

申通快递全国网络布局形成，网点覆盖各大省市县级区域，成为国内快递网络较完整、规模较庞大的民营快递体系之一。

2019年

阿里巴巴投资46.65亿元入股申通快递第一大股东公司；申通快递与菜鸟签订业务合作协议，围绕信息系统进一步深化和对接、全链路数字化升级、国内国际供应链业务、末端网络优化等方面开展业务合作；申通快递小哥代表参加国庆群众游行方阵；2019年“双十一”龙虎榜，申通快递签收率超99%，位居行业第一。

2018年

申通快递成立25周年，进一步推进重点城市转运中心直营化，加强对中转节点的建设与控制，加速网络布局并优化快递系统承载能力。

2017年

申通快递成立申雪供应链管理有限公司，拟建设10000吨级恒温及-18℃冷冻冷藏库；申通快递与布达佩斯机场集团以及欧洲领先物流企业E K O L LOGISTICS签署战略合作谅解备忘录，共同打造“一带一路”中欧国际转运中心。

2016年

申通快递在深圳证券交易所上市；申通快递时任副董事长陈小英向浙江大学捐赠4000万元，设立“浙江大学教育基金会陈小英医学教育教学奖励基金”，吸引优秀学生到浙江大学医学院学医，助力培养优秀医学人才。

公司治理

企业作为市场主体和社会中坚力量，只有坚定地走科学治理之路，才能规避市场风险和顺应时代发展要求，实现高质量发展。作为中国第一家民营特许加盟的快递企业，申通快递积极规范公司治理结构，建立健全诚信合规体系，持续推进标准化管理体系建设，促进公司决策和执行规范高效运作。



保障股东权益

申通快递按照现代企业制度要求，以务实进取的实际行动，建立健全法人治理结构，不断提高信息披露的针对性、有效性和透明度，充分保障投资者的合法权益。基于在公司治理、信息披露等方面取得的成绩，公司获得“中小板上市公司十佳管理团队”“中小板上市公司价值五十强（前十强）”等称号。

完善治理结构

申通快递严格按照《公司法》《证券法》《深圳证券交易所股票上市规则》《深圳证券交易所中小企业板上市公司规范运作指引》等相关法律、法规、规范性文件的要求和《公司章程》的规定，不断建立健全公司法人治理结构和内部管理及控制制度，进一步提高公司治理水平，确保股东大会、董事会、监事会运作规范，公司各项经营管理决策程序合规有效。2019年，公司股东大会、董事会、监事会共计召开会议17次。

及时披露信息

自2016年上市以来，申通快递不断加强信息披露管理，提高公司运营的透明度。公司严格遵守国家法律法规及证券监管部门的规定，在《证券时报》《证券日报》《中国证券报》《上海证券报》和巨潮资讯网等媒体上披露公司经营管理相关信息，并确保信息披露真实、准确、完整、及时；制定《信息披露管理制度》《重大信息内部报告制度》《内幕信息知情人管理制度》等制度，明确内部控制相关信息的收集、处理和传递程序、传递范围。2019年，公司共发布公告134份，未发生信息披露不规范而受到监管部门批评的情形。

深化股东参与

申通快递坚持做好投资者关系管理工作，高度重视公司与资本市场投资者的良性互动，不断增强投资者信心，切实维护全体股东的共同利益。公司在官网设置投资者关系专栏，公告并不断更新企业经营动态、业绩状况、财务数据等，便于投资者了解公司情况；在深圳证券交易所互动易平台及时回复投资者问题和意见，有效保障投资者知情权；设立专门的投资者联络电话、传真和邮箱，并确保工作时间电话通畅，让投资者近距离了解公司。2019年，公司通过举行网上业绩说明会、举办股东大会、参加机构策略会、开展路演活动等多种方式与投资者积极沟通交流，树立了良好的资本市场形象。



诚信合规经营

申通快递坚持将规范文化和公司治理相结合，将诚信文化所蕴含的“民主、诚信、守法、清廉”等内容有机融入企业文化，营造良好的廉洁文化氛围，为企业持续健康发展提供坚实的保障。



重视诚信建设

申通快递将“诚信经营”作为企业成长发展之根本，建立较为完善的诚信经营体系。公司设立企业文化宣传栏，宣传诚信文化和核心价值观；不定期举办诚信知识竞赛，全面提升员工职业道德水平；对诚信员工、诚信网点的先进事迹进行宣传，营造讲诚信、守信用的良好氛围；从客户感知的角度，建立申通快递服务质量评价体系，依据评价结果，对服务质量佳、客户口碑好的网点公司给予表彰奖励，对服务质量劣、客户口碑差的网点公司给予处罚通报。2019年，公司获得“全国产品和服务质量诚信示范企业”等称号。

筑牢反腐防线

秉持“诚信经营，正直为人”的核心价值观，申通快递不断加强内部监察管理及反腐倡廉工作力度，严防严惩舞弊、贿赂、侵占和欺诈等行为。公司成立监察审计中心，先后发布《申通快递员工行为准则》等系列制度，作为监督机制的参考依据；加强廉政宣传，创建违规违纪举报平台，通过微信、电话、邮箱等渠道接收各单位违规违纪相关行为的举报；通过商学院平台，面向员工开设监察廉政课时，提高员工的廉洁意识；开通“廉洁申通”公众号，不定期发布廉洁经营相关资讯；加入企业反舞弊联盟，成为会员单位，与多家标杆企业携手构建廉洁的商业环境。

管理体系建设

申通快递结合公司战略方针，积极推行降本增效，做优公司标准化工作设计，制定科学的工作计划及相关流程制度，保障管理优化升级工作有序推进落实。

梳理出标准体系文件

983 项

建立审批流程

483 条

标准体系建设

申通快递逐步完善标准体系建设，推动传统管理向现代化管理模式递进。公司成立由董事长、总裁、副总裁等组成的标准化工作领导小组和29个职能部门组成的执行团队，其中流程标准部为公司标准化工作的常设部门，全面负责标准化试点的具体创建、推进和组织落实，按照“计划—实施—检查—改进”管理循环推进落实标准化工作任务，并定期向领导小组汇报。2019年，公司共梳理出标准体系文件983项，有效推动了标准化建设再上新台阶。

规范内部治理

申通快递于2019年5月至9月开展流程优化与内部规范治理项目工作，通过优化审批流程、固定审批节点及顺序、理顺横向协同流程、构建财务控制循环、在合同审批流程中增加风险控制、完善审批授权管理等方式，有效解决部门间责任不清晰、关系难理顺等问题，为企业持续发展营造了良好的氛围。截至2019年底，公司已建立审批流程共计483条，基本覆盖所有需求。



申通快递申报的上海市市级“快递网络全连通标准化试点”项目以94.7分的高分顺利通过专家评审验收

责任专题 全力抗击疫情，齐心共克时艰

2020年初，新型冠状病毒肺炎疫情蔓延，牵动着国民的心。疫情无情，人间有爱。在这场没有硝烟的战争中，申通快递迅速反应，于2020年1月20日召开专项会议，紧急部署全网寄递环节保障工作。公司成立了董事长陈德军牵头、总裁陈向阳任执行总指挥的疫情防控应急指挥部，全程跟进、协调网点做好疫情应对和防控工作，以高标准、严要求确保各项工作部署落实到位。

免费承运，驰援一线

申通快递结合自身业务优势，紧急调动全球网络，确保防疫物资安全运输，解前线燃眉之急。公司于2020年1月25日开通寄递运输绿色通道，开设95543疫情寄递服务专线，组建客服专项小组，集全网之力为武汉等地区抗疫物资提供公益运输服务；于2020年1月26日开通海外寄递绿色通道，并紧急成立动员小组，迅速对接清关口岸及相应物资接收点，申通国际西班牙、英国、泰国、俄罗斯、芬兰、瑞典、韩国等海外网点也纷纷响应，承接防护物资寄递需求，支持打好疫情阻击战。

案例：咸宁申通支援“火神山”建设

在“火神山”这场与时间赛跑的建设中，咸宁申通贡献了一份自己的力量。2020年1月31日，接到“运送5吨消毒液前往‘火神山’医院建设指挥部”的任务后，咸宁申通快速反应落实，为医院建设期间工地及办公空间的消杀工作提供了保障；2020年2月4日，咸宁申通协助相关部门，将50套医疗床免费送达“火神山”，助力医院及时顺利完成建设并投入使用。



经历1700公里、11小时40分钟的奔波，申通快递将免费承运的10.4万支医用肌肉科技蛋白棒、300包食品干货等及时送达武汉。



申通国际与申通快递四川公司跨国接力，免费承运中国建设银行巴塞罗那分行捐赠的2862件防护服、6000件医用防护鞋等，并顺利完成任务。

承运寄递情况	车次	航班次	重量（单位：吨）	件数（单位：个）
全网承运寄递累计	16	8	110.3	1427172
发往湖北累计	6	/	48	23880
发往武汉累计	3	/	40	21900

注：上述统计时间范围为2020年1月21日至2月28日。

捐资捐物，守望相助

危急关头显真情，危难时刻见大爱。在此次疫情期间，申通快递充分发扬“一方有难、八方支援”的精神，发起抗疫捐赠倡议，各网点积极回应，纷纷发挥自身力量为受疫情影响严重的地区及各地抗疫一线捐资捐物，为抗疫事业助力。此外，公司还开展“关爱抗疫一线人员”活动，为战斗在一线的“逆行者”送去防疫物资及慰问品，以此表达对“逆行者”的敬意。自2020年1月21日至2月28日，全网疫情防控捐赠款物总价值为115.065万元。

案例：申通快递董事长亲赴一线交接7吨抗疫捐赠物资

2020年2月17日，申通快递向桐庐抗疫一线捐赠了一批7吨的医疗防护物资，包括FFP2口罩10000只、医用酒精2升装3500瓶、医用手套20000个、医用防护服300套，申通快递董事长陈德军亲赴一线参与物资交接。该批防疫物资是通过申通快递国际网络协调各方资源，从南非、意大利等地筹集到的，是一次由董事长陈德军牵头，申通快递国内外网络接力完成的捐赠行动。



涿州申通慰问疫情防控一线工作人员

服务民生，保障供应

为了加快畅通经济循环，满足民生需要，申通快递联合旗下“申鲜生活”电商平台及各网点资源，为疫情期间居家隔离人员提供基本生活物资派送服务，满足居民的日常生活需要；积极承运教学课本，在满足学生居家学习需求的同时，支持教育教学顺利恢复运转。此外，公司还通过实施全面消毒运输车辆、推出无接触寄递服务等措施，全方位保障大众安全与健康。



永康申通员工协助倪宅小学老师进行教材分装、打包、贴标签，并免费为学校提供包装快递袋，免费完成教材运输。



红安申通每天从指定地点将生活物资运回红安，保障红安疫情期间居民每日生活物资不断供。

科学防疫，关爱员工

为了保障员工的健康与安全，申通快递积极做好全网上下内部防疫工作。公司为员工提供全套防疫物资，要求所有岗位员工必须佩戴口罩，并为特殊岗位员工配备手套、防护服等；每日对工作环境进行消毒杀菌，对员工进行体温测量；每日集中消毒食堂餐具，并要求员工分批次就餐；制定错峰上下班措施，避免人流密集；加强对疫情的风险提示和疫情防控相关知识宣传，提升全网对疫情的重视度。此外，公司还根据疫情期间的市场情况，做好网点激励，调整、减免或取消部分员工、网点考核，与员工、网点共克时艰。



员工排队测温



食堂分批次就餐

迎难而上，申通不退

新冠肺炎爆发以来，申通快递的迅速回应、勇于承担，离不开这样一群申通人，他们默默无闻、恪尽职守，始终冲在抗击疫情的前线，在平凡的岗位上彰显着不平凡的力量，成为申通快递抗疫路上最美的“逆行者”。



国际驰援，联合抗疫

“在抗疫这样的特殊时期，能够在很多报名的驾驶员兄弟中选择我来运输，感觉特别开心，这是公司对我的信任，我必须得高效优质地完成任务。”
——四川申通驾驶员 聂志祥、周保兴



我是党员，请选择我

“我是一名党员，也是一名退伍老兵，在这样的危急时刻，就应该冲在第一线，请公司将任务交给我。”
——辽宁申通车队驾驶员 郭磊



迎难而上，赢得信任

“我们本身就是干快递的，如果在这风险关头，我们都不在第一线的话，老百姓还怎么过日子，以后客户还怎么信任我们。”
——德州申通安全员 刘艳秋



有召必回，绝不退缩

“我不是医学专家、医护人员，作为一名驾驶员，这是我唯一能为武汉抗疫做的，我必须去。”
——重庆申通驾驶员 肖建波、赵川



刻不容缓，时刻待命

“1000多公里，近15个小时，不是最远的距离，却最有意义。”
——广东申通驾驶员 贺川川



有序调度，全力保障

“越是特殊时刻，作为民生行业越是不能退缩，我们要对有限的资源进行整合协调，让客户看到我们的行动力。”
——广东申通医疗物资运输小组负责人 陈智和



疫情在岗，坚守不退

“我多跑跑，大家就可以安心在家呆着了。武汉加油，我们申通人永远与你们在一起！”
——滕州申通快递员 刘伟



抗疫接力，争分夺秒

“38个小时跑了1810公里，泡面就是晚餐，我们的争分夺秒能为前方抗疫争取更多时间。”
——申通快递车队驾驶员 沈继顺、杜巍、赵小飞

责任专题 支持一带一路，服务跨境贸易

快递业是推动流通方式转型、促进消费升级的现代化先导性产业，是“一带一路”互联互通的桥梁和纽带，在促进国际交流、服务经贸发展中发挥着重要作用。推进快递业服务“一带一路”建设，全面加强沿线国家快递领域务实合作，有利于进一步扩大我国对外开放，构建面向全球的寄递服务网络，促进国际产能合作和贸易自由化、便利化，推动全球产业链延伸、价值链发展和供应链衔接，增进沿线国家人民福祉，实现共同繁荣。

申通快递自“一带一路”倡议提出以来就以国家战略导向为“行动指南”，以国际业务发展为突破口，不断开展沿线的深化合作，布局沿线网点设施建设，拓展沿线业务产品模式，提高沿线快递服务时效。公司牢固树立“创新、协调、绿色、开放、共享”的发展理念，弘扬“和平合作、开放包容、互学互鉴、互利共赢”的丝路精神，以实际行动和“用心成就你我”的服务理念支持“一带一路”建设和发展。截至2019年底，申通国际已连续四年获得中国邮政快递报社颁发的“中国快递国际发展奖”。



2019年4月3日，匈牙利国家金融服务和公共事业国务秘书 Edit Juhász 女士、匈牙利驻上海总领事馆总领事 Szilárd Bolla 先生率领匈牙利物流代表团到访申通总部，就匈牙利邮政、布达佩斯机场与申通国际的战略合作意向进行广泛交流和深入探讨。



2019年8月8日，申通国际董事长朱群和新西兰邮政首席执行官 David Walsh 在新西兰邮政总部，共同签署申通国际—新西兰邮政战略合作协议，双方围绕服务两国跨境贸易和制造商，支持跨境电商平台发展，为电商卖家提供透明、稳定的物流服务等内容展开合作。



2019年8月22日，申通国际与北欧邮政集团在上海举行战略合作协议签约仪式，双方在开发共有品牌商邮产品、中国与北欧间双向跨境电商物流线路等方面开展深入合作。



· **深化沿线合作：**与 eBay、菜鸟、考拉、Wish 等大型平台以及比利时邮政、瑞典邮政、波兰邮政、法国邮政、布达佩斯机场集团、EKOL LOGISTICS 等国际公司合作，打通海外公司线上业务渠道，提升跨境包裹转运效率，为多家跨境电商提供保税、直邮等寄递服务。

· **夯实基础设施建设：**成立口岸联盟，新增7家合作口岸公司，截至2019年底，申通快递共有合作口岸公司11家；在波兰建立东欧地区物流转运中心和多个海外仓，全面拓展中欧小包、国际专线等快递业务；建设并启用英国伯明翰仓配转运中心、美国纽约仓配分拨中心、美国洛杉矶仓配分拨中心等，推动申通快递走向世界。

· **布局国际网点：**以海外区域转运中心为纽带，以国际干线为链接，发展国际业务全球加盟体系，致力于实现“买全球、卖全球”的战略目标。截至2019年底，公司国际业务覆盖美国、澳大利亚、俄罗斯、英国、日本、韩国等30个国家和地区的70个城市（不含港澳台），累计开拓海外网点超过73个。

· **拓展业务模式：**提升在美国、澳洲、德国、英国、日本、韩国等国家的海外仓配服务能力，开通中东专线、日本专线、韩国专线、台湾专线、香港专线及澳门专线，力求打造价格优惠、时效稳定的专线产品；开发全球网络管理系统和全球网络财务结算系统，为未来海外业务拓展奠定了基础；开发国际下单小程序——“申通国际快递”，支持已开通海外网络国家网点区域客户在线下单。



申通快递英国仓配分拨中心启用

责任专题 深耕农村市场，助力农户增收

党的十九大报告指出，农业农村农民问题是关系国计民生的根本性问题，必须始终把解决好“三农”问题作为全党工作的重中之重。近年来，国家邮政局着眼农村地区生产生活发展需要，引导邮政、快递企业服务末端下沉，丰富服务品种，帮助拓宽农产品销售渠道，将优质的农产品及经济作物推销至全国各地，为农民增收、农村繁荣作出了积极贡献。

秉持创业的初心，申通快递积极响应国家邮政局“快递下乡”政策号召，以助农惠农为己任，依托自身优势，深耕农村市场，开展助农行动。公司在农村地区建设小型仓配中心、综合服务站、小型分拨站、自提服务点，建造电商物流中心，打造电子商务平台，以多元化方式拓宽农产品销售渠道，带动农民增收，促进农村经济发展。截至2019年底，公司乡镇网点覆盖率达73.00%。

快递助农

为了更好地服务农产品上行，申通快递持续加强生鲜快件服务保障工作，推出生鲜专用绿色面单纸，明确生鲜件拥有“优先派送”“派前电联”“专项客服”“优先转运”等服务，避免因积压、延误导致生鲜快件缩短保鲜期，更好地保障生鲜产品运送时效。2019年，公司成立四川蒲江水果仓储物流中心、山西运城晋南生鲜直发中心，进一步提升了中心辐射范围内生鲜产品的运转时效。

案例：蒲江水果仓储物流中心——24小时发货，保障新鲜直达

蒲江交通便利，是“进藏入滇”的咽喉要道，也是世界公认的猕猴桃最佳种植区之一，其品种资源丰富，有较好的市场基础。为了进一步助力西南地区生鲜产业做强做大，申通快递于2019年7月在蒲江成立全国第一个水果电商物流中心——蒲江水果仓储物流中心，打造行业首家集仓储、包装、物流为一体的水果专用仓储物流中心。中心占地28亩，内建气调保鲜库20间，储容量为16万斤/间；采用全自动分选生产流水线，日均生产出货8—10万单；1500平方米的纸箱包装厂，可满足物流中心包装需求；分拨中心进港12条伸缩机，出港23条伸缩机，全天24小时发货，日均可处理包裹40—50万单。

与传统的集散分拨中心不同，整个水果仓储物流中心针对水果产品的特殊性，在规划筹备时就优化了线体设计，采用随到随发的滚动式干线直发，货物运输全部使用高栏车，车厢里每三层货物铺盖一层隔板，让产品时效大幅提升，破损率也得到有效控制。此外，中心实现了上下游供应商、企业、经销商、客户的全面协同管理，达成了高效的行业整合和有效运作，为当地创造了更多就业机会，带动了机器设备、纸箱厂等周边关联产业发展，为未来生鲜业务发展探索出了新模式，是申通快递发展过程中的里程碑事件之一。



案例：晋南生鲜直发中心——21条直达干线，用速度保证鲜度

万荣县位于晋陕豫三省交界处，具有先天的地域优势，同时也是“中国优质果品基地县”，拥有果桃、中药材、粮食等多个农业产业基地，市场基础良好。为了打通农产品上行渠道，申通快递在晋南地区投资1500万元，建设占地60亩的生鲜直发中心，并于2019年10月24日正式在万荣县投入使用。该直发中心配备装卸货口伸缩机30条，日均可处理快件超过30万单；增开21条直达干线，直达区域包含广州、深圳、杭州、上海、北京、郑州、武汉、长沙、沈阳、南京、泉州等地，保证了生鲜产品的运送时效。

晋南生鲜直发中心是申通快递生鲜运营模式一次全新的尝试，打破传统思维模式，用“供应链”思维反向思考，针对产品特性规划设计分拣设备、运送线路；由省公司牵头，区域网点公司参与投资，借助申通快递网络优势，打造农产品销路新平台。未来，晋南生鲜直发中心将作为晋南水果产业链中的重要一环，提升晋南及周边区域生鲜产品运转时效，助力更多优质生鲜产品走出去。



电商助农

申通快递抓住农村电商发展新机遇，以“互联网+”为基底，打造电子商务平台——“申鲜生活”，寻求与农民、农业基地、农村电商、果园场更深度的合作，为农产品上行提供有力的快递支撑，将绿色优质的农产品快速送达消费者手中，减少农田到餐桌的障碍，实现从“田间到舌尖”的新鲜直达。



“申鲜生活”项目组帮助河北平泉农户销售滞销的杨杈子红薯



“申鲜生活”项目组帮助打通新疆吐鲁番鄯善哈密瓜电商销售渠道

责任专题 坚持绿色寄递，建设美丽中国

建设“美丽中国”是我国中长期的一项重要国策，对未来经济增长模式影响深远，将带来新一轮中国绿色经济的长足发展。国家邮政局高度重视全行业绿色环保工作进程，置身于生态文明建设的工作大局中去谋划，站在行业高质量发展的高度去推动，增强企业开展生态环保工作的紧迫感和责任感，促进企业自觉、主动地开展生态环保工作，助力行业绿色转型升级。

作为绿色快递的先行者和倡导者，申通快递在行业内率先成立环保技术部，并将环保技术部纳入战略规划中心组织架构，负责全网生态环保日常工作。此外，公司先后任命执行总裁以及副总裁为环保技术部分管领导，指导推进生态环保工作，助力打好行业污染防治攻坚战。

绿色包装

快递包装废弃物带来的环境污染问题一直以来都备受关注。2019年5月，国家市场监督管理总局、国家标准化管理委员会联合发布《绿色包装评价方法与准则》，提出可操作的绿色包装评价标准体系，指导我国包装行业转变产业结构，实现可持续发展。申通快递严格根据国家生态环保相关工作要求，在全网开展多方面、多领域的绿色化建设，并将绿色包装的采购应用作为重点，进行系列试点、推广，推动包材管理及使用减量化、绿色化、循环化。截至2019年底，公司超额完成国家邮政局发起的“9571”工程指标。

小知识

“9571”工程：指的是截至2019年底，电子面单使用率达到95%；50%以上的电商件不再二次包装；循环中转袋使用率达到70%；在1万个邮政快递营业网点设置包装废弃物回收装置。



电子面单



随着“绿色快递”理念的普及，电子面单被快递行业广泛使用。2019年6月17日，申通快递推出新版一联电子面单，并逐步停止采购二、三联电子面单。一联面单面积较二、三联面单缩小了近50%，可有效减少纸张消耗。截至2019年底，全网电子面单使用率达99.55%，其中一联电子面单使用量超过39%，按照一张一联电子面单节省1克纸计算，2019年共计节约用纸2134吨，相当于少砍36000棵树。

环保文件封套



申通快递于2019年开始和合作厂商沟通联合开展环保文件封套研发工作相关事宜，并计划在后期开展试点工作。环保文件封套分别使用涤棉布、灰纸板制作表面和内衬，相较于传统文件封套，平均可循环使用约20次，并在报废后回收再生，有效提高了资源利用程度。

植物基胶带



申通快递积极与环保单位合作，吸取国外先进经验，结合国内实际使用情况，经过多次试验及测试，成功研发植物基胶带。植物基胶带降解时间为77天，且稳固、持久，可适合于不同温度环境，无刺激性气味。植物基胶带已于2019年开展试用，预计2020年可在全网推广使用。

回收箱投放计划



申通快递积极在全网范围内推广回收箱投放计划，促进快递包装分类回收、循环利用。截至2019年底，公司在全网范围内5000个网点部署了8000个快递包装回收箱，其中上海地区的151个网点共计部署了216个，为快递业绿色可持续发展作出了积极贡献。



环保包装袋



申通快递与清华大学化学工程系合作研发可降解环保材料包装袋。环保包装袋废弃后，在生物环境的作用下可自行分解，有利于推动快递包装朝着低污染、低消耗、低排放、高效能、高效率、高效益的绿色方向发展。截至2019年底，全网累计使用环保包装袋2亿件，按照1个环保快递包装袋约减少二氧化碳排放14.6克计算，累计减少二氧化碳排放约2920吨。

“胶带瘦身”计划



申通快递积极响应“胶带瘦身”计划，于2019年5月开始停止采购旧版48毫米及以上的封箱胶带，统一采购45毫米且符合国家要求的瘦身封箱胶带，并在全网范围内推广使用，以减少在生产经营过程中胶带的使用量。自2019年5月更换使用“瘦身胶带”至2019年底，全网已累计使用瘦身封箱胶带5500万米。

循环快递箱



申通快递以“共享”包装为切入点，与环保材料公司合作生产循环快递箱，同时探索适合申通快递的循环箱使用模式，如以租代买、按次收费、统一回收等。截至2019年底，循环快递箱已试点应用于运送贵重物品、生鲜等。

RFID循环中转袋



自2016年9月至2019年底，申通快递已累计投入9900余万元，在全网范围内推广RFID循环中转袋，并结合实践经验不断升级换代中转袋。单个RFID循环中转袋平均使用寿命为50—70次，并有10%左右的循环袋使用次数超过百次，一些无法修补使用的循环袋可由厂商统一回收后制作塑料杯垫、垃圾桶等。截至2019年底，循环袋使用率达98%，总投入量达580万条，每条循环袋平均使用寿命超过50次。2019年，全网共使用循环袋约1.6亿次，相当于减少塑料垃圾排放约16000吨，直接节省成本约6400万元。



绿色运输

申通快递以轻量化、节能减排为目标，在有序淘汰排放不达标、老旧、车龄较长的机动车的同时，强制推行使用国五京六排放标准车型，以降低二氧化碳排放对环境造成的影响；与一汽解放、中车、金龙等展开合作，在末端派送环节采用以租代买等多种灵活方式，推广使用新能源汽车；规范末端派送管理，使用符合国家要求且纳入规范通行管理的电动三轮车，减少“最后一公里”碳排放。截至2019年底，全网新能源车辆共有2995辆（含租赁），符合国家要求且纳入规范通行管理的电动三轮车共有63949辆。



新能源运输车



电动三轮车

绿色宣教

申通快递将绿色发展理念融入公司日常经营过程中，面向全网开展环保理念宣贯活动。公司及时将国家邮政局下发的寄递企业环保工作任务清单等重要文件以及环保工作会议精神、工作要求下发至全网贯宣学习，2019年，公司面向全网发文8次；在“淘宝99大促”“双十一”“双十二”等重要工作节点加强环保工作宣传指导；要求各省区及网点负责人按照《快递绿色封装操作指南》开展减量化、标准化包装实操培训；在上海转运中心建立首批垃圾分类回收站试点，区分转运中心建筑垃圾、生活垃圾、快递垃圾等，并通过对实际情况的跟踪不断优化使用方式、总结使用经验；开展“申通环保周”“邮来已久、绿动未来”等主题宣传活动，增强全网环保意识。



2019年5月27日，在菜鸟主办的“2019全球智慧物流峰会”上，申通快递携手同行企业联合发布“绿色快递日”，呼吁消费者参与“绿色物流”行动，并宣布在快递点陆续设置5万个绿色回收箱，为消费者提供便捷的回收渠道。



2019年7月9日，福建申通在泉州轻工学院开展“回收快递包装，共创绿色生活”的绿色主题宣传活动，并与学生签署“绿色快递共创共享”倡议书，鼓励学生积极循环使用快递盒，培养低碳环保的绿色生活习惯。

聚焦·展雄心 共绘产业生态

推进快递服务高质量发展，有利于倒逼传统企业加快变革步伐，加快速递业从依赖生产要素、大规模且高强度投入转为更多依靠创新驱动，推动实现在较少投入基础上的更多产出，实现行业的供给侧结构性改革。在高质量发展思路的指引下，申通快递按照“做大件量、做强主业、做优产品、做响品牌、做出效益”的思路，早部署、早行动、早开局，致力于在服务质量、企业管理、能力建设、产品拓展、经营效益、品牌形象等方面实现重大突破和全面提升。

守正出新，提质增效 | 28

砺剑求索，创新赋能 | 32

精业笃行，安全寄递 | 34



守正出新 提质增效

随着我国社会主要矛盾转化为人民日益增长的美好生活需要和不平衡、不充分发展之间的矛盾，快递业也逐步从外延扩张型的高速增长阶段转向高质量发展阶段。在长期发展过程中，申通快递秉持“让客户享受快递新生活”的企业使命，积极拓展服务网络与边界，优化升级服务质量，以优质的产品和服务赢得消费者的信赖和认可，用心成就和谐的客户关系。



聚焦寄递主业

快递业务是申通快递的重要业务类型。立足主业，依托覆盖广泛、体系完善的寄递网络，申通快递为客户提供高效满意的寄递服务，根据客户需求的不同，提供标准快递业务产品、增值服务产品、快递辅料产品。

标准快递业务产品

包括汽运时效产品和航空时效产品两类，其中汽运时效产品包含限时递、当日递、次晨递、24小时件、48小时件；航空时效产品包含重点城市间24小时件。

增值服务产品

包括承诺达、代收货款、上门取/送件、代取件、到付件、保价、签单返款等。

快递辅料产品

包括提供信封、文件袋、纸箱等快递包装物。

升级服务管理

秉持“用心成就你我”的服务理念，申通快递不断深化推进全网客服一体化系统建设，落实标准化统一服务模式，通过多维度数智化系统开发与优化，推进总部与省公司、网点公司、客户之间的互联互通。2019年，依托服务质量平台，申通快递实现了总部—省区—网点—承包区之间的业务流转，各层级共享操作信息，集中信息渠道，有效提升了客诉服务沟通效率和全网的服务水平，切实优化了客户服务管理体系。

增强服务能力

申通快递将服务能力视为企业发展壮大的重要支撑，不断加速直营化步伐，升级干线路由，提升整体运力，以期为客户带来更高效、便捷的服务。

加速直营步伐

申通快递自2018年起，就不断加大核心城市非直属转运中心的收购力度，以提高全网的反应速度。2019年，公司持续落实中转布局“一盘棋”战略，收购天津等转运中心，进一步提升平台服务能力。截至2019年底，全网共有转运中心68个，其中直属转运中心61个，直营率约为89.71%。

升级干线路由

申通快递持续优化进港、出港路由标准体系，其中干线运输全部采用集约化模式，最大化降低运输成本，让利给末端网点。截至2019年底，公司共开通干线运输线路3226条。

提升整体运力

申通快递加大干线运输车辆投入，提高自有车辆使用率。截至2019年底，公司全网干线运输车辆达5200余辆，其中自营的申瑞车队共有车辆3650余辆，自营车辆占比70.26%；在车型方面，公司共有13.5米以上的干线运输车辆2500余辆，其中自营的申瑞车队共有车辆1980辆，自营大车占比79.07%。

全网共有转运中心

68 个

转运中心直营率约为

89.71 %

全网共开通干线运输线路

3226 条

全网干线运输车辆达

5200 余辆

干线运输车辆自营率为

70.26 %





申通快递召开第一季度服务质量工作会议

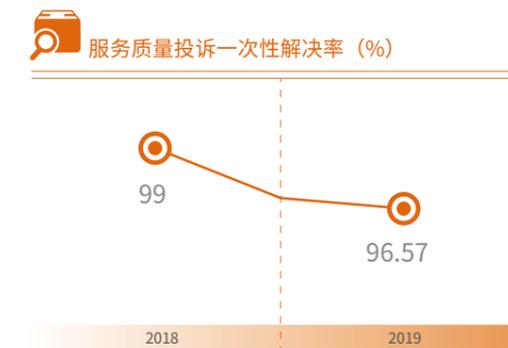
提升服务质量

为了多维度提升服务质量，申通快递定期召开省区月度质量视频会议、总部职能部门周会议，不定期召开质量落后单位专项会，总结质量工作具体进展及成效，分析不足并制定改进计划；修订《快递服务管理条例》，制定《服务质量作业指导书》《订单调试操作》等客户服务标准规则，促使全网有意识地将工作重心调整到品质服务打造方面；将3月12日设定为公司的质量日，并在质量日期间组织包括发布质量报告、质量表彰、宣布重大事件等活动；推进质量福利计划，统一采购质量管理类书籍，聘请质量管理资深专家、优秀学者到公司授课；结合公司现状研究制定质量红线考核管理办法，严格落实“奖必赏，过必惩”的红线考核制度，确保一级抓一级，层层抓落实，重点问题切片到岗、责任到人。



售后服务管理

围绕“你敢用，我敢赔”的服务宗旨，申通快递进一步完善售后服务管理，简化售后理赔流程，缩短理赔时间，实现快速、精准服务。公司新增全网电话分流管控系统，实现秒级时间调度；上线呼损管理系统，形成100%服务率；简化流程、分类投诉、控制时效、专人回访，以提升售后服务时效；延长全网客服对外服务时长，及时有效地解决客户售后问题；上线智能语音外呼系统，在客户问题得到有效解决后，系统自动向客户拨出电话邀评，及时了解客户对服务结果及服务人员的评价，确保投诉一次性解决；持续推行“先行理赔”机制，部分投诉理赔案件最快30分钟即可赔付到位，大幅提升了客户满意度。



注：ppm是比率的表示，意为每百万分之几。



砺剑求索 创新赋能

当前，我国快递行业正在进入“提质与增量并存，降本与增效并举”的新周期，快递企业纷纷加大科技研发及投入力度，并以此助力服务与效率的全面提升，强化核心竞争力，促进我国由快递大国向快递强国迈进。申通快递积极营造创新型企业环境，不断加大在信息系统、转运中心、干线运输网络等方面的科技投入，探索智能机器人、人工智能、大数据、云计算等技术在快递行业的深化运用，助力公司从数字化运营再升级到数智化运营。2019年，在国家公布的邮政行业科技英才和技术能手候选对象名单中，申通快递入选数量位居通达系第一。



基础数据上云

为了提升公司的数字化运营水平，申通快递于2019年6月启动向数字化平台型科技企业转型的第一个项目——新纪元项目，将公司的传统数据架构升级为全新的云架构，形成一套流批一体的大数据实时离线处理引擎，可将系统的复杂度降低70%，将实时处理能力提升至毫秒级，日均可处理订单和轨迹数据十亿级，并实时计算出各项业务数据，帮助全网优化路线和提升时效。

打造智慧平台

在高层领导与产品中心总体规划下，申通快递建设覆盖快递干支线全局网络的快递运营管理核心平台——申通智慧运营平台，通过整合利用现有先进的企业信息化成果，以数字辅助决策、以数字驱动变革，实现运输业务及操作标准化、运输路由智能化、运输结算精细化、运输过程监控智能化、运输质量及成本考核透明化。申通智慧运营平台于2019年5月正式上线，截至2019年底，已新增线上操作节点20余个，实现干线运输节点操作规范性提升至98%以上、发车准点率提升8%、在途延误车辆数减少30%、车辆在途时效提升6%。

推出智能服务

为了更好地满足客户需求，申通快递于2019年推出AI智能客服机器人服务项目，用于催件、下单、咨询、查件等多场景服务。AI智能客服机器人具备多方言重口音语音识别、多领域场景对话交互、场景化多风格人声合成、复杂场景上下文语意识别等能力，可实现7*24小时在线服务，可解决超过70%的客户维度问题。此外，为了使AI智能客服机器人可以给客户带来更“智能”的体验和满足各场景应用需求，申通快递还建立了专门的后台地址信息库和快递领域知识库，并持续优化服务场景，努力提升服务成功率。2019年，AI智能客服机器人已在部分网点试用，预计2020年可推广至全网。

建设智慧场站

基于科技化转型战略要求，申通快递联动多个部门启动数字化场站项目，通过前沿技术有机整合快递转运分拨中心人、机、车、货、场五大关键要素，实现转运分拨中心各元素数字化、信息可视化，为数据赋能决策、精细化管理奠定了坚实的基础，大幅缩短了部署时间和降低了部署成本，有效提高了人员作业效率，改善了人员精细化管理缺失导致的人工不可控现象。数字化场站项目已于2019年在淮安转运中心落地试点，未来将在全国范围内推广实施。

实施智能寄递

为了满足日益增长的业务量需求，申通快递不断变革传统作业方式，持续加大对新科技、新装备的投入，在快件收寄、分单、分拣、运输、投递等业务全流程中相继推广智能寄件、自动分单、智能分拣等，推进“自动分拣小黄人”“伸缩式皮带输送机”“喵柜”等的研发和应用，充分利用现代科技全方位满足收、转、运、派等主要业务环节的需求，不断提升快件的时效性、安全性。2019年，公司在新建及改扩建场地共投入自动化交叉带、装卸货伸缩机、三合一设备、安检机、小件快手约百余套，设备总投入达数亿元。



自动分拣小黄人



超高速交叉带分拣流水线



精业笃行 安全寄递

国家邮政局坚持以人民为中心的发展思路，强化底线思维和红线意识，印发《关于打好防范化解重大风险攻坚战实施意见》《强化落实企业安全生产主体责任的指导意见》，推动修订《邮政行业安全监督管理办法》，试点安全风险分级分类监管，推进企业安全生产标准化建设，确保行业安全平稳运行。作为上市快递公司，申通快递以更高的要求、更严的标准、更强烈的责任感全方位做好安全管控工作，严格落实安全寄递“三项制度”，确保隐患可发现、事件可预警、风险可管控、责任可追溯，有效遏制重特大事故发生。2019年，全网安全生产工作整体平稳，无重大安全事故发生。

安全管理体系

为了更好地做好安全工作，申通快递进一步完善各项安全管理制度，让制度更合理，更具备可操作性。

1 修订和完善《安全管理考核细则》《安全事故处罚细则》《生产安全事故责任追究》《重大事件报告与处理制度》《申通快递公司应急预案》，并成立突发事件应急小组。

2 根据《上海市邮政行业企业安全生产标准化考评细则》，督促各职能部门建立全面的安全生产台账和安全生产管理制度，促进公司安全生产管理台账向着标准化、规范化方向升级。

3 要求安全监察处（安全管理部）与总公司各管理中心，以及各省（片区）公司分别签订安全责任书和承诺书，进一步明确属地管理和安全职责，完善落实安全主体责任。

4 贯彻落实安全管理工作，开展对全网的安全工作督导检查。2019年，公司安全工作督导检查共涉及223个网点、转运中心，下达整改通知书12份。



守护信息安全

随着时代的发展，信息安全越来越受到人们的重视，如何保障信息安全已经成为当前社会关注的焦点。申通快递高度重视信息安全保护，严格管理客户档案资料，设立客户信息访问权限，在全网范围内推广使用隐私面单，从源头管理、寄递过程管控等方面多管齐下，保护客户信息不外泄。2019年，公司进一步加强信息安全管控，打造全链路轨迹溯源系统，采用加密脱敏、授权认证、数据流动记录等方式，全方位防范数据泄露风险。截至2019年底，全链路轨迹溯源系统已主动拦截和预警数起可疑行为。

案例：上线安全号码，客户信息更安全

2019年3月8日，申通快递上线安全号码。安全号码是申通快递联合国家邮政局邮政业安全中心共同推出的隐私面单业务，用95013开头的安全号码代替收件人和寄件人的真实号码，并将安全号码作为快递配送过程中的唯一联系方式，实现隐号通话，不仅可以保护用户隐私，杜绝信息泄露，还可以进行通话录音，让信息可追溯。截至2019年底，公司已逐步在全国范围内上线安全号码，进一步加强客户信息保护，让客户更深层次体验到申通快递带来的安全体验。

确保寄递安全

保障寄递安全是促进快递业健康发展的关键，事关维护国家安全和公共安全大局，以及消费者、行业从业人员的生命财产安全。申通快递认真贯彻执行《邮政行业安全监督管理办法》等法律法规，积极推动快件寄递标准化流程建设，严格落实安全寄递“三项制度”，确保收寄快件无违禁品和违寄品。2019年，公司共完成24次国家级大小会议活动期间的安全保障工作任务。



收寄验视

实名收寄

成立实名收寄安全工作小组，定期检查网点实名收寄工作，并将实名收寄作为业务培训的重要内容之一。

修订和完善《禁止寄递物品管理规定》，强调“禁寄品不予收寄，限寄物控制范围”原则，从源头堵截危险品进入寄递环节。

过机安检

及时替换老旧安检机，积极引入画质更清晰、效率更高的安检机，确保过机安检的整体效果。



2019年8月28日，申通快递召开建国70周年安保工作部署会议暨全网安全督导检查动员会，强调要强化底线思维和风险意识，按照“外围保北京、北京保核心”和“从严从紧、重点管控”的原则，落实寄递安全保障工作要求，严防发生重大安全事故和群体性事件。



2019年10月15日，申通快递召开第二届中国国际进口博览会安保工作部署会议，强调在“进博会”期间，全网所有寄往上海地区的快件在前端揽收环节，必须严格执行落实收寄验视、实名收寄、过机安检“三项制度”，从源头杜绝违禁品流入寄递网络。



落实安全宣教

申通快递始终坚持“安全为基”的发展理念，不断提升员工安全防范意识。公司联动商学院、总部机关、全国转运中心、监察部门、运营管理部等，设置完善的安全培训机制，开展全方位的安全培训；在“两会”“双十一”“进博会”等重大活动前夕组织召开安全电话视频会议，要求各部门、各片区、各分公司、各层级及各岗位员工层层签订责任状，确保安全责任落到个人；组织开展消防逃生等安全应急演练，全方位提升员工安全应急能力。2019年，全网开展安全培训50次，共计20000人次参与；开展应急演练265次，共计50000人次参与。



申通快递召开2019年年中安全工作暨首届安全宣传月启动仪式视频会议

开展安全培训

50 次

安全培训参与人数共计

20000 人次

开展应急演练

265 次

应急演练参与人数共计

50000 人次



来自申通快递总部的近200名员工参加在员工宿舍区举办的消防演练活动

聚力·持匠心 共创和谐生活

只有富有爱心的财富才是真正有意义的财富，只有积极承担社会责任的企业才是最有竞争力和生命力的企业。随着中国经济和社会的发展进步，越来越多的企业认识到自身是社会财富的重要创造者，更是推动经济社会发展的中坚力量。申通快递在长期的发展过程中，不忘初心、饮水思源，积极强化责任意识、规则意识、奉献意识，主动承担社会责任、服务民生，以感恩之心回报社会，树立了有爱、和谐、友善、负责任的企业形象。

砥砺前行，军民融合 | 40

脱贫攻坚，申通有为 | 41

上善若水，情暖万家 | 45



砥砺前行 军民融合

实施军民融合发展战略是构建一体化国家战略体系和能力的必然选择，也是实现党在新时代强军目标的必然选择。快递业和国家经济安全、信息安全及国防安全息息相关，推动“快递参军”是贯彻落实军民融合发展战略的需要。作为快递行业的领军企业之一，申通快递广泛开展“爱国拥军、军民共建”活动，唱响军民融合深度发展“主旋律”，为实现中国梦强军梦贡献力量。



申通快递在首届“物流军民融合发展论坛”上分享公司在退役军人招聘方面的成功经验



浙江申通与中国物流与采购联合会应急专业委员会等共同举办浙江申通第二届应急技能比武



根据“平时服务、急时应急、战时应战”的要求，公司在国家邮政管理局及相关行业协会的指导下，依托自身运力，以退役军人员工为主体，建立了一支“平时服务公司业务、急时突击运输支援”的核心力量。



本着“服务部队、方便官兵”的宗旨，公司对涉军快递实施最低优惠，创建“网点进军营”“快递柜进军营”两种服务模式，并通过“进出营区快件关键信息加密、逐件安检”“操作人员以营区院内人员优先、退伍军人优先”等方式满足部队的保密要求。



基于自身发展、社会责任及军队改革需要，公司多途径招收优秀复转军人，提供贴合复转军人实际需求的培训计划，助其迅速融入公司并担任管理岗位。在2019年度公司储备转运中心经理培训中，复转军人在整体淘汰率大于40%的情况下全部通过培训，占总体通过人数的25%。



公司通过慰问官兵、开展共建活动、开展军营日活动及悬挂双拥标语等多种形式与部队交流，加深彼此间了解；在新兵季、退伍季等时节，以优惠的价格为官兵提供优质的上门服务，体现军人作为全社会尊崇职业的特殊性，彰显公司对国防事业的责任感。

脱贫攻坚 申通有为

打赢脱贫攻坚战是以习近平同志为核心的党中央作出的重大决策部署，是全面建成小康社会必须打赢打好的硬仗。人民企业为人民，快递企业必须肩负起脱贫攻坚这一重大政治责任，全面落实习近平总书记关于脱贫攻坚工作的重要指示精神，精准对接扶贫地区需求，进一步加大帮扶力度，以“不忘初心、牢记使命”的奋斗精神和“攻坚克难、攻城拔寨”的超凡勇气，为贫困地区如期全面打赢脱贫攻坚战、全面建成小康社会贡献力量。作为一家有责任感的企业，申通快递认真总结农业农村发展历史性变革，积极投身脱贫攻坚这场伟大的战役中，将脱贫攻坚与自身优势相结合，切实做到扶真贫、真扶贫。

扶贫总体规划

在时代命题前，申通快递深刻认识到自身肩负的使命，深入贯彻落实习近平总书记扶贫开发重要战略思想，积极发挥自身优势，主动融入国家大扶贫格局。申通快递以“做一家受人尊重的企业，做一家有责任感的企业”为崇高使命，围绕安老、扶幼、助学、济困四大方向全面部署，明确责任、尽锐出战、补齐短板、持续用力、做活做实，以攻坚拔寨的决战势头、百米冲刺的拼搏劲头，全力打好年度扶贫战役，带动更多农户实现脱贫致富。

年度扶贫概况

2019年是全面建成小康社会和打赢脱贫攻坚战的关键一年。申通快递牢记重托、不辱使命，以最大的决心、最实的措施、最严的标准、最有力的行动，全力以赴抓好精准施策综合帮扶脱贫攻坚各项工作，助力全面建成小康社会。

安老

将安老工作摆在突出位置，开展系列尊老、爱老、敬老主题活动，走访慰问敬老院老人，为孤寡老人送上暖心慰问。

扶幼

积极帮扶贫困家庭及其子女，关爱留守儿童，将“扶贫”“扶心”相结合，既在物质上捐助贫困儿童，又关注贫困儿童心理健康。

助学

在贫困地区建设公益图书馆并捐赠教学物资，面向贫困学生发放助学金，切实解决贫困地区上学难问题，促进教育平权。

济困

积极推广“寄递+电商+农产品+农户”的产业扶贫模式，利用自身平台优势，有效解决贫困地区农产品“推广难”问题。

案例：捐赠教学设备，改善曹眼小学教学环境

曹眼小学位于甘肃省定西市岷县马坞乡曹眼镇，距离县城120公里，学校条件艰苦，教学设备落后，难以满足师生日常教学与学习需求。2019年，曹眼小学被列为申通快递的定点帮扶单位，在随后的帮扶工作中，申通快递立足于为孩子们营造良好的教学环境，主动开展系列帮扶行动，为曹眼镇教育事业贡献力量。2019年9月24日，申通快递向曹眼小学捐赠了价值8万多元的教学物资，极大改善了师生教学条件。未来，申通快递将持续关注曹眼小学教学环境改善情况，勉励孩子们奋发图强，用知识改变命运。



案例：申通快递与吾行农业签订农产品购销协议

2019年9月28日，平泉市召开“第一届美食节暨2019年质量月宣传启动大会”，此次大会旨在强化东西部扶贫协作，深入推进消费扶贫、电商扶贫，持续提升平泉美食、名品的知名度。国家邮政局、河北省邮政管理局，天津市西青区、河北承德市、平泉市相关领导及邮政、电商、快递、食品加工等行业的相关企业负责人出席大会启动仪式。

大会启动仪式现场，申通快递与吾行农业签订农产品购销协议。申通快递将依托自身资源优势，助力平泉市农产品上行，为平泉市农特产品打开销路，带动农户增收，助力平泉市打赢脱贫攻坚战。



申通快递精准扶贫办公室副主任李禾率总部相关部门参加平泉市第一届美食节活动

申通快递与吾行农业在平泉市第一届美食节大会启动仪式现场签订农产品购销协议



年度扶贫成效

指标	计量单位	数量/开展情况
一、总体情况	—	—
其中： 1.资金	万元	2814
2.物资折款	万元	/
3.帮助建档立卡贫困人口脱贫数	人	1500
二、分项投入	—	—
1.产业发展脱贫	—	—
其中： 1.1产业发展脱贫项目类型	—	电商扶贫
1.2产业发展脱贫项目个数	个	300
1.3产业发展脱贫项目投入金额	万元	1500
1.4帮助建档立卡贫困人口脱贫数	人	/
2.转移就业脱贫	—	—
其中： 2.1职业技能培训投入金额	万元	200
2.2职业技能培训人数	人次	2000
2.3帮助建档立卡贫困户实现就业人数	人	1500
3.易地搬迁脱贫	—	—
其中： 3.1帮助搬迁户就业人数	人	/
4.教育脱贫	—	—
其中： 4.1资助贫困学生投入金额	万元	50
4.2资助贫困学生人数	人	100
4.3改善贫困地区教育资源投入金额	万元	/
5.健康扶贫	—	—
其中： 5.1贫困地区医疗卫生资源投入金额	万元	/
6.生态保护扶贫	—	—
其中： 6.1项目类型	—	/
6.2投入金额	万元	/

指标	计量单位	数量/开展情况
7.兜底保障	—	—
其中：7.1帮助“三留守”人员投入金额	万元	/
7.2帮助“三留守”人员数	人	/
7.3帮助贫困残疾人投入金额	万元	64
7.4帮助贫困残疾人数	人	40
8.社会扶贫	—	—
其中：8.1东西部扶贫协作投入金额	万元	/
8.2定点扶贫工作投入金额	万元	/
8.3扶贫公益基金投入金额	万元	1000
9.其他项目	—	—
其中：9.1.项目个数	个	6
9.2.投入金额	万元	/
9.3.帮助建档立卡贫困人口脱贫数	人	/
9.4.其他项目说明	暖冬计划、无偿献血、关爱困境少年、抗震救灾、捡拾垃圾节能环保、贫困员工及网点帮扶	
三、所获奖项（内容、级别）	精准扶贫会员单位（国家级）、2019中国企业慈善公益500强（国家级）、2019中国企业扶贫100强（国家级）、2019中国脱贫攻坚贡献奖（国家级）、2019年荣誉一星企业（社会类）、桐庐县人民政府颁发的公益捐赠证书	

后续扶贫计划

当前正值我国脱贫攻坚和乡村振兴战略实施并存与交汇的特殊时期，申通快递将继续发挥自身独特优势，聚焦贫困对象，迎难而上、奋发有为，深入开展安老、扶幼、助学、济困等工作，下足“绣花”功夫，加快乡镇、农村地区网络布局与基础设施建设，将农村地区网点建设、农村电商服务平台建设与快递业脱贫攻坚及乡村振兴工作相结合，增强责任感、使命感、紧迫感，确保圆满完成任务。

上善若水 情暖万家

热心参与社会公益事业既是企业义不容辞的社会责任，也是企业长期发展的需要。作为与人民生活息息相关的服务型企业，中国快递企业立足于社会、服务于社会，在实现自身高速发展的同时，不忘回馈社会，践行“诚信、服务、规范、共享”的行业核心价值理念。申通快递在长期发展过程中积极承担社会责任，自觉投身于各项社会公益和慈善事业中，以实际行动支援灾区，热心公益助学活动，主动融入社区开展志愿行动，为促进社会和谐稳定作出积极贡献。截至2019年底，公司在公益慈善方面的累计投入逾亿元。

支援救灾一线

随着我国经济社会的快速发展，社会力量参与救灾逐渐成为救灾工作的一支重要力量。申通快递在为区域经济作出重要贡献的同时，依托自身在物流快递方面的优势，持续开展救灾活动。公司在灾情发生后迅速启动应急预案，第一时间联动地方网点公司深入救灾一线开展救援行动；为灾区免费承运救援物资，保障灾区物资供给；动员全网力量为灾区捐资捐物，帮助受灾群众重建家园。



2019年6月17日22时，四川省宜宾市长宁县发生6.0级地震，部分家庭受灾严重。得知情况后，申通快递第一时间派专人赶赴灾区了解情况，并购买补给物、免费承运社会救援物资、自发组织捐款，助力灾区早日完成重建。



2019年7月5日至7日，福建顺昌县境内普降暴雨，12个乡镇遭受洪灾影响。洪灾过后，顺昌申通自愿加入物资运送行列，跨越200多公里，为灾区免费承运衣服近2000件、矿泉水约500箱、泡面约500箱。

致力助学兴教

教育是民族振兴、社会进步的重要基石，是国之大计。申通快递关注未来人才教育与发展，通过捐赠文具、书本、教学设备，改善贫困地区教学环境，设立教育教学奖励基金、爱心救助基金，开展“小红心暖阳助学”等形式多样的助学公益活动，协助创造良好的生活和学习环境，为更多需要帮助的学子提供力所能及的帮助，让更多孩子获得优质的教学资源。



案例：“申帮”凝聚爱心，助学播种希望

“申帮”成立于2016年，是由十余家申通网点联合成立的爱心帮扶组织，采用捐款捐物、送课上门等方式，为贫困学子带来温暖和快乐。2019年，“申帮”队伍再度扩大，帮扶模式也进行了升级。“申帮”成员带着爱心物资和志愿老师前往贵州山区为孩子们授课，希望以陪伴为孩子们带来更多欢乐。同时，通过家访调查确定“点对点”帮扶7名贫困学生，资助并保障孩子们的学习和生活。



“为贫困儿童奉献一份心意，我们做得还微不足道，但只要能多帮一个孩子，我们就会将努力做到最大化，让更多孩子不因贫困而迷失未来。”

——广西灵川申通负责人 欧武强

关爱特殊群体

尊重、关心、爱护和帮助社会弱势群体是中华民族的传统美德，也是党和政府践行以人为本理念的具体实践。申通快递重视对贫困群体、残障人士、留守儿童、孤寡老人等特殊群体的关爱，开展特殊群体救助、慰问、帮扶等活动，坚持走访慰问孤寡老人及有困难的群众，让点滴爱心惠及更多需要帮助的人。

案例：助力残疾人实现就业梦想

2019年，申通快递与中国残疾人福利基金会在上海签约“集善扶贫健康行·互联乐业”项目，依托双方资源平台，结合残疾人在就业方面存在的特殊困难和障碍，量身定制就业岗位。同时，组织专业师资力量为入选人员提供免费现场客服业务技能培训，帮助其成为合格的客服人，让其通过自身劳动改善生活，进而获得更多认同感和成就感。未来，申通快递将继续与中国残疾人福利基金会密切合作，为更多残疾人提供就业技能培训，让更多残疾人实现就业。



“申通快递参与‘集善扶贫健康行·互联乐业’项目，关爱残疾群体，彰显了责任担当，非常值得肯定。希望未来有更多爱心企业和爱心人士加入扶残助残队伍，帮助更多人拥抱健康与快乐。”

——集善乐业常务副总经理 金太兰



参与志愿行动

志愿服务是现代文明进步的重要标志，是加强精神文明建设、培育和践行社会主义核心价值观的重要内容。申通快递积极融入社区，组织开展多元化志愿活动。公司组建志愿服务队，不定期开展便民志愿服务活动；组织员工参与无偿献血，彰显积极向上的企业精神；发起“暖冬行动”等送温暖活动，动员全体员工积极回报社会。2019年，公司为桐庐捐资1000万元，支持桐庐文化教育事业发展，助力桐庐从“快递之乡”向“快递产业之乡”转变。



江苏申通组织员工参加无偿献血活动



申通快递联合重固镇团委开展“捡拾垃圾 净化家园”活动





聚智·守恒心 共筑美好未来

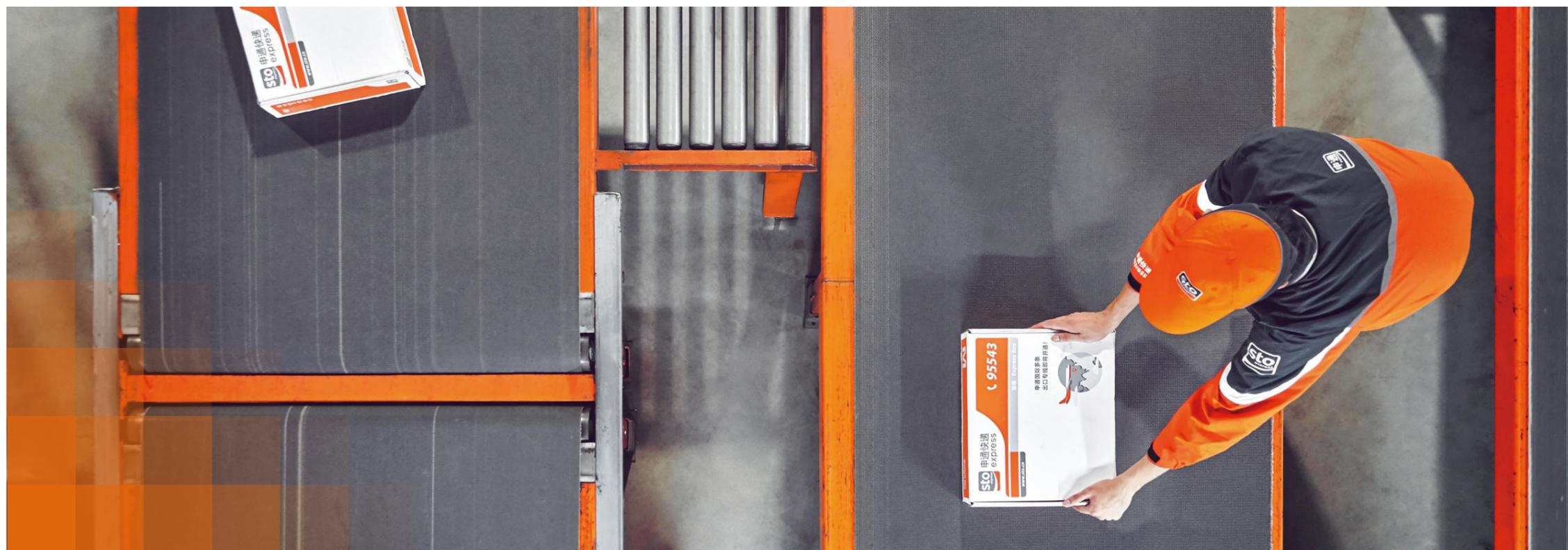
在实现可持续发展的过程中，企业和员工、合作伙伴之间构建了相互依存、共同发展的命运共同体关系。企业的发展离不开员工和合作伙伴的参与及支持，员工和合作伙伴的成长也同样需要企业的支持和贡献。申通快递坚持开放合作的态度，积极探索与员工、加盟商、产业链上下游合作伙伴的共赢相处模式，通过有效把握多方共同需求，从中发掘机遇、发挥影响，携手创建可持续发展的产业链，维护良好商业生态，努力实现共创共赢。

海纳百川，同心致远 | 50

携手伙伴，互惠共赢 | 55

海纳百川 同心致远

保障员工权益是企业的重要职责。中国快递企业在实现自身稳健发展的同时，主动担当行业责任与社会责任，通过强化落实基层员工权益保障，构建多层次行业人才培养体系，全力打造一支德才兼备的劳动者大军，助力建设现代化邮政强国。申通快递坚持“以人为本”，建立健全职业发展通道，关爱员工生活，构建了和谐的劳动关系，增强了员工的获得感和参与感。



保障员工权益

申通快递将“相信并尊重员工”作为核心价值观之一，严格遵守《中华人民共和国劳动法》《中华人民共和国劳动合同法》等法律法规，积极维护员工的合法权益。公司坚持公正、公平、公开的雇佣原则，反对一切以性别、民族、宗教信仰等为由的歧视行为；合理确定不同层级员工的薪酬结构，并建立薪酬动态调整的长效机制；持续优化和落实员工各项福利待遇，为员工提供食宿补贴、健康体检、劳保福利、年节礼物、团队建设、年终奖金等多项福利；加强民主管理，定期组织召开职工代表大会，充分听取员工建议并及时反馈解决。

助力员工成长

申通快递紧扣战略与业务需求，明晰人才标准，致力于为员工提供释放能量的舞台，通过完善的培训体系，创新的培训内容与方式，提升各级员工专业能力与领导力，激发员工成长活力，帮助更多员工实现自身价值。

加强员工培训

本着“组织能力助力商业成功”的策略，申通快递依托自身强大的专职讲师和内训师团队力量，持续完善人才培养实施体系，不断夯实提升“战略人才升级项目”“关键人才梯队建设”“大学生人才底盘建设”“线上学习平台”四大培训内容，保障培养项目具体落实。

战略人才升级项目

为了解公司现有组织能力需要，申通快递联合安永启动战略人才升级项目，围绕人才画像构建、中高层人才盘点、最终提升赋能三个环节，明确目标人才画像，为组织及人员提升提供方向。

大学生人才底盘建设

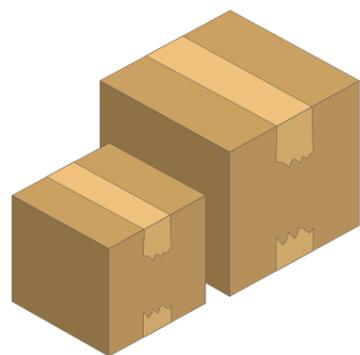
申通快递制定完备的大学生培养方案，聚焦“干中学”，构建“一个品牌、两种类型、三个阶段、四大模式”管理培训生体系，加速大学生成长为具有申通优秀基因的经营管理干部及专业骨干。

关键人才梯队建设

申通快递组织开展省公司储备经理培养、省公司职能经理培养、转运中心经理培养、省公司财务“种子选手”培养等项目，并根据培养对象的目标、能力、经验及短板制定系统化培养方案，提升储备人员的岗位准备度和胜任力。

线上学习平台

申通快递不断升级线上学习平台，并将平台管理权限分配至省公司，利用线上课程中心、知识库、考试管理、线上培训等模块促进学习信息化、智能化、移动化，构建随时随地人人参与、便捷高效、扁平化的互联网学习环境。



小知识

- 一个品牌**
为申通快递校园雇主品牌
- 两种类型**
指按照职能专业岗和经营业务岗两种目标岗位开展因材施教
- 三个阶段**
分别为第一阶段的获取、第二阶段的培养和第三阶段的发展
- 四大模式**
为“初窥门径、拜师学艺、力学笃行、大显身手”四大培养模式



转运中心储备经理培训



省区总“创新工作坊”培训

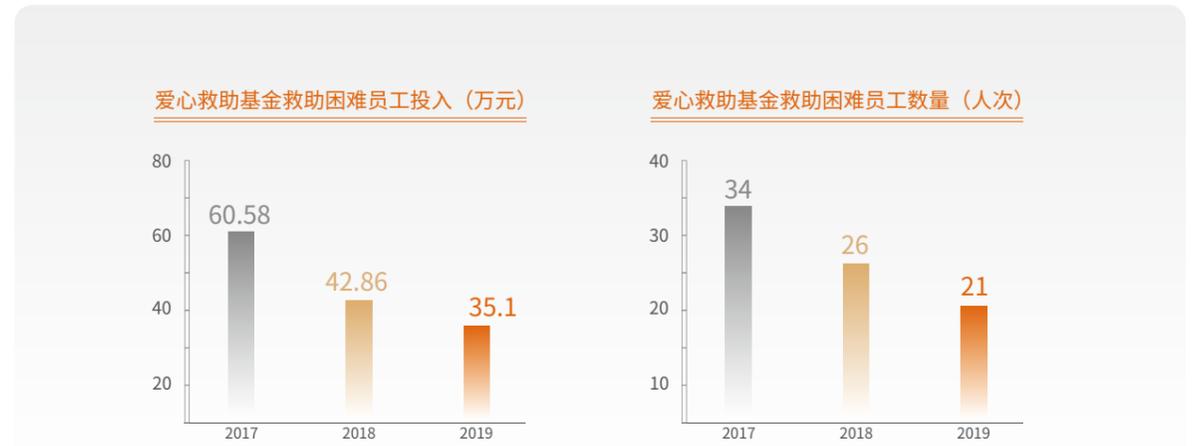
畅通晋升路径

为了打破员工职业发展瓶颈，申通快递不断升级员工职业发展通道，进一步匹配员工在公司内部的成长和发展。2019年，公司再度优化员工晋升发展体系，以能力、绩效为导向，充分保障所有员工职业发展的公平性、客观性，有效激励员工成长的积极性，实现企业与员工共同成长。



悉心关怀员工

作为一家有温度的企业，申通快递积极为员工营造舒心的工作环境和氛围，处处体现对员工的人文关怀。公司设立员工活动中心，组织开展丰富多彩的文体活动；定期组织在职员工体检，并建立健康档案；不断升级宿舍、办公区域整体环境，并在员工食堂设置标准餐和选餐供员工自主挑选；设立“申通爱心救助基金”，帮助困难员工及其家庭及时度过难关。



申通国际重庆快递创业路团建活动



湖南申通开展夏季送清凉活动



申通快递小哥代表参加国庆群众游行方阵



申通快递员工参加新中国成立70周年歌咏比赛

落实党建工作

民营企业党建作为基层党建的重要内容，既是全面推进新时代党建伟大工程的题中之义，也是新时代推动思想再解放、改革再深入、工作再抓实的内在要求，具有开创党建新局面的时代意义。

申通快递始终把党建工作摆在突出位置，围绕“打造快递业航空母舰、百年老店”的目标，在找准党建工作与企业发展最佳结合点上大胆尝试，通过开展集中专题学习、专项培训、专题教育工作调研、交流座谈会和思想政治工作例会等形式多样的党建活动，不断提高员工思想觉悟，增强企业凝聚力。

2019年，在上级党委的正确领导和公司领导的大力支持下，公司紧紧围绕自身经营发展目标和桐庐县委两新工委下发的年度党建责任清单，有序开展学习支部工作条例、党员春训冬训、双月主题党日、属地党建联谊、“不忘初心、牢记使命”主题教育等各项活动。



参加“家乡书记送党课”活动



申通快递党委慰问部队



携手伙伴 互惠共赢

企业的发展离不开合作伙伴的大力支持。中国快递业是国民经济的一匹黑马，是地方经济不可或缺的有机组成细胞。随着快递业加速融入生产、流通、消费环节，快递业与综合交通运输业、信息产业、装备业、包装材料的协同发展效益日渐明显，对终端网点布局及规范管理提出了更高的要求。一直以来，申通快递都致力于与业务关联合作伙伴建立战略共享、互利共赢的合作机制，并积极开展对外交流，寻求关联业务合作伙伴与生态快递新的业务结合点，谋划、推动多领域开展新的合作。



加强采购管理

申通快递建立了包含“供应商准入、供应商分类管理、供应商绩效评价、供应商淘汰”等环节在内的全生命周期供应商管理制度，通过标准化流程和管理方法，依托线上管理平台，有效地分类分层供应商，促使有限的资源集中于关键核心供应商。2019年，公司共引入供应商399家，包括生产型供应商286家，非生产型供应商113家。

供应商准入

建立和使用全面的供应商准入综合评价指标体系，遵循系统全面性、简明科学性、稳定可比性、学习更新四大原则，从业绩、设备管理、人力资源、质量把控、成本控制、技术开发、用户满意度、交货协议等方面对供应商做出全面、具体、客观的评价，并对入选供应商实行分类分层管理。

供应商评价

建立供应商年度评级机制，从综合实力、商务能力、质量管理能力、财务能力四个方面对供应商进行综合考评，并逐步建立“优胜劣汰”机制，推进公司供应链建设水平不断提高。

供应商沟通

建立稳定的供应商沟通机制，利用业务交流会、供应商约谈等方式对供应商展开培训，贯宣供应商管理体系，宣导阳光、绿色采购原则，带动供应商与公司共同成长。



开展基层网点培训

3272 场次

基层网点培训参训人数共

62689 人次

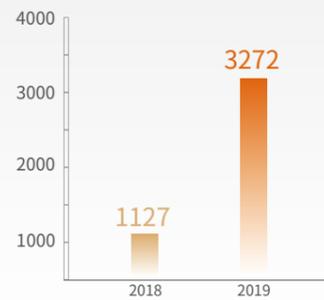
基层网点培训满意度为

97.7 分

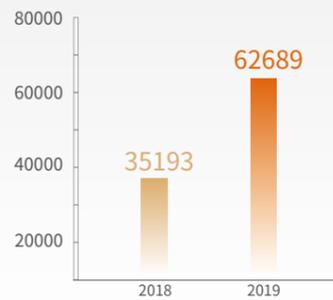
赋能加盟网点

申通快递建立了科学的加盟商准入标准，制定了包括“咨询、申请、考核、签约、开业”等环节在内的加盟商准入流程，以规范网点管理；根据总部硬软件管理标准，强化对网点日常运营的监督，推动网点标准化运营；建立严格的考核和淘汰标准，以高要求、严管理促进网点加强自身管理；开展“快递员关爱日”“快递员慰问帮扶”“星级快递员评选”“优秀网点评选”等活动，在表彰优秀的同时，肯定快递员对公司、对行业的积极贡献；开展优秀网点研讨交流会，帮助优秀网点互相交流学习先进经营管理理念和经验；坚持“从培训中来，到培训中去”的原则，加强对网点的培训，致力于用高品质、系统化的培训打造一支标准化、高素质、高水平的团队，2019年，基层网点培训共开展3272场次，参训人员62689人次，培训满意度97.7分。

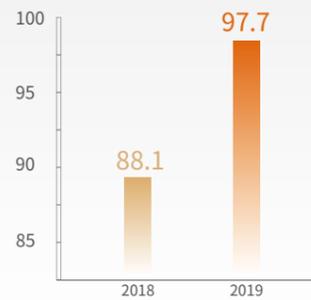
基层网点培训次数（场次）



基层网点培训参与人数（人次）



基层网点培训满意度（分）



联动关联产业

快递业与相关产业具有明显的关联性。从纵向链条看，交通运输条件、现代科学技术的应用以及自动化、智能化装备对快递业的发展产生着越来越重要的影响。从横向链条看，快递企业通过网络配送、信息交换、交易结算等关联关系将快递业务源和终端消费者联系起来；伴随着新商务模式的出现以及先进制造业、现代农业等产业的兴起，电子商务、制造业、农业与快递业的协同联动发展趋势越来越明显。从几个人和几辆车开始，到发展成为中国快递业的品牌企业，申通快递不断打通上下游、拓展产业链、画大同心圆、构建生态圈，在实现自身发展的同时，带动关联产业转型升级发展。

电商合作伙伴超过

11 家

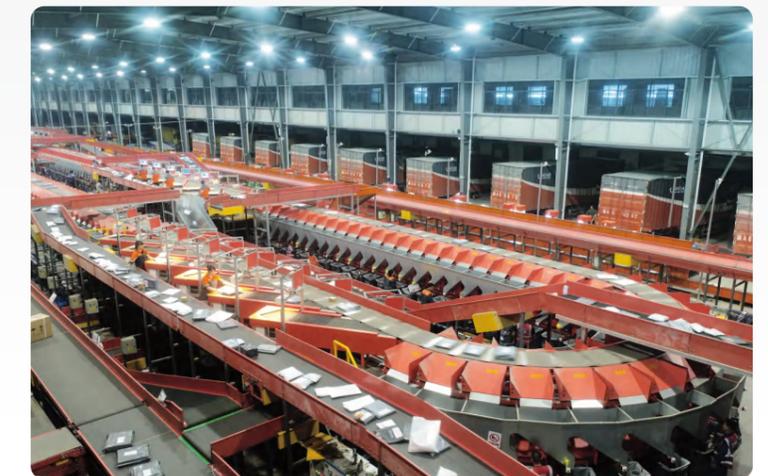
协同电子商务

现代贸易服务业的发展使得传统的进、销、存管理等物流服务已不能满足行业需求，大多数电商企业不具备仓储配送能力，对仓配一体化更是需求迫切。申通快递在传统“收、分、运、投”四大环节基础上，依托“互联网+快递”实现线上线下融合发展，并加速整合全网资源，致力于成为专业的第三方仓储物流供应链服务商，专注于电子商务行业提供仓储、包装及配送管理一站式服务。

申通快递结合电商行业发展的难点痛点，不断创新服务方式与内容，依托申通云仓事业部推出仓储业务，搭建供应链平台生态圈；提升自有运输车辆占比，加大自营分拣中心投入，积极引入智能化设备与技术，多渠道降低全网运营成本，以优惠的单票物流成本，有效支撑中小电商平台及客户发展。截至2019年底，公司电商合作伙伴超过11家，包含天猫、淘宝网、京东、拼多多、蘑菇街、小红书、当当网、贝店、聚美优品、唯品会、贝贝网等知名电商平台和品牌。

申通云仓事业部

2018年，申通快递成立云仓事业部，以“数据驱动、产品驱动、管理驱动”为核心目标，为企业提供仓储、配送一体化服务。经过两年的沉淀，申通云仓事业部已发展成为标杆物流企业。截至2019年底，申通云仓事业部服务网络覆盖华东、华南、西南、华北等区域；服务客户主要跨美妆、食品、母婴、日用百货、家电、服装、文学书籍等行业，包括天猫、淘宝网、京东、聚美优品、唯品会、苏宁等大型电商平台。



2019年“双十一”单日服务超过

100 万单

2019年“双十一”期间仓配产品签收率位居行业第一，达

97.72 %

仓内配备自动化分拣流水线超过

10000 平方米

服务制造企业

制造业是国民经济的主体，是立国之本、兴国之器、强国之基。积极推进快递服务制造业，有利于快递企业功能整合和服务延伸，加快向综合型快递物流运营商转型；有利于深化产业链和服务链融合，推动跨产业的技术、产品和服务创新，增强产业竞争力和可持续发展能力，促进实体经济健康发展。申通快递积极响应国家邮政局“包裹进厂”工程，促进快递行业与先进生产制造企业紧密联合，凭借末端积累的客户资源和大数据，加强与政府部门的合作，购置土地建设智慧物流产业园区，吸引企业入驻孵化，打通“现代制造业+电子商务”复合增长链，推动入驻企业形成制造、销售、运营“一条龙”服务模式。



申通快递桐庐产业园

保障生鲜供给

近年来，随着农业结构调整和居民消费水平的提高，生鲜农产品的产量和流量逐年增加，全社会对生鲜农产品的安全和品质提出了更高的要求。加快发展生鲜产品冷链物流，对于带动农民增收和带动生鲜关联行业持续发展具有十分重要的意义。申通快递自2016就开始布局冷链物流服务网络，发展冷链生鲜供应链事业，致力于让大众第一时间享受到新鲜的生鲜产品。2019年，公司持续加强生鲜快件服务保障工作，推出生鲜专用绿色面单纸，建设电商物流中心，支持原果分级、分选，以及成品果建品、包装、加工，更好地保障生鲜产品运送时效。

申雪冷链

为了进一步满足客户需求，申通快递于2017年设立全资子公司——上海申雪供应链管理有限公司，打通农产品上行通道，为生鲜电商、商超、餐厅、食品工厂等客户群体，提供快速、安全、周到的仓储、运输、配送服务。



上海申雪供应链管理有限公司获“2019年度青浦区百强优秀企业”称号



上海申雪供应链管理有限公司获“2019年度青浦区创新创业优秀团队奖”

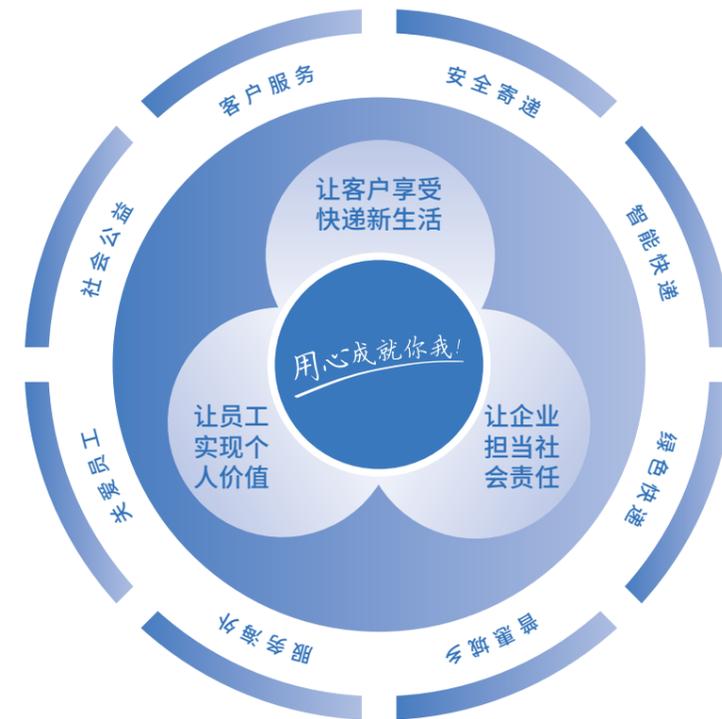


上海申雪供应链管理有限公司获《高新技术企业证书》
证书编号为：GR201931000201

责任·融入管理

责任战略

秉持“让客户享受快递新生活，让员工实现个人价值，让企业担当社会责任”的企业使命，申通快递将社会责任融入企业经营环节，从政府、股东、客户、伙伴、员工、社区等利益相关方角度出发，构建社会责任理念和战略体系，配套制定年度规划，指导公司持续开展社会责任工作，包括服务农村市场、保障寄递安全、推进智能寄递、推广绿色寄递、携手员工成长、赋能伙伴成长、积极融入社区等，以开拓创新、务实苦干的精神，为推进中国快递业高质量发展贡献智慧和力量，为“将申通快递打造成中国快递业标杆企业，将申通快递品牌塑造造成让全社会认可的中国民族快递品牌”的美好愿景不懈努力。



责任治理

申通快递历来重视社会责任工作，为系统推进社会责任工作，提高社会责任报告编写质量，公司结合快递行业特色，联动总部各职能部门，建立上下联动的社会责任工作机制，成立社会责任工作小组，由董事长陈德军担任组长，总裁办牵头协调，总部其他职能部门配合工作。

- **组长：**负责社会责任战略方向的领导、推进、决策等。
- **牵头部门：**负责审阅年度计划及其执行情况、组织开展报告编制工作等。
- **配合部门：**负责收集整理社会责任工作相关素材并协助报告编写。

责任参与

申通快递积极关注利益相关方的诉求与期望，持续探索与利益相关方有效的沟通方式，通过定期发布社会责任报告、年报、半年报、季度报告，在官网、官微平台以及主流媒体网站及时披露企业信息，积极参加行业论坛及会议，举办利益相关方交流会，发起或参与社会公益活动等方式，搭建多元化内外部沟通平台，传播公司社会责任理念及履责动态，在增进利益相关方对公司理解和支持的同时，吸收利益相关方的合理意见和建议，改善企业经营和管理方式，提升公司综合竞争力。

利益相关方	对申通快递的期待	申通快递的回应
 政府	依法合规经营 支持经济发展	主动缴纳税费 诚信合规管理 响应国家政策
 股东	完善公司治理 公司持续盈利	及时披露信息 召开股东大会 保障股东收益
 客户	创新优质服务 保障寄递安全	升级寄递服务 贯彻三项制度 保护客户隐私
 伙伴	带动行业发展 合作伙伴共赢	参加行业会议 签订合作协议 落实责任采购
 员工	助力员工成长 实现自身价值	提升福利水平 完善各类培训 组织文体活动
 社区	积极融入社区 帮扶困难群众	参与志愿活动 推进军民融合 带动农村发展
 媒体	及时互动交流 对外积极宣传	应对媒体监督 处理媒体关系 巩固品牌形象
 环境	降低环境影响 资源循环利用	发展智能快递 推广电子面单 包材循环利用



案例：71对亲子走进申通快递上海转运中心

申通快递高度重视与社会公众的沟通交流，坚持“请进来”“走出去”相结合，邀请公众走进转运中心，实地感受快递操作全流程。2019年3月30日，在共青团青浦区委员会的组织下，上海毓华学校71对亲子及老师共计150余人走进申通快递上海转运中心，了解申通快递发展历程，参观自动化分拣线，学习申通快递企业文化。本次活动不仅向外展示了申通快递企业形象，更让青少年们感受到快递给大众生活带来的改变。

责任文化

申通快递坚持以谦和进取的态度，不断夯实自身履责能力，塑造了“小红心志愿者服务队”“申通爱心救助基金”等有影响力、可持续的责任品牌，在行业内塑造了良好的品牌形象和责任形象。

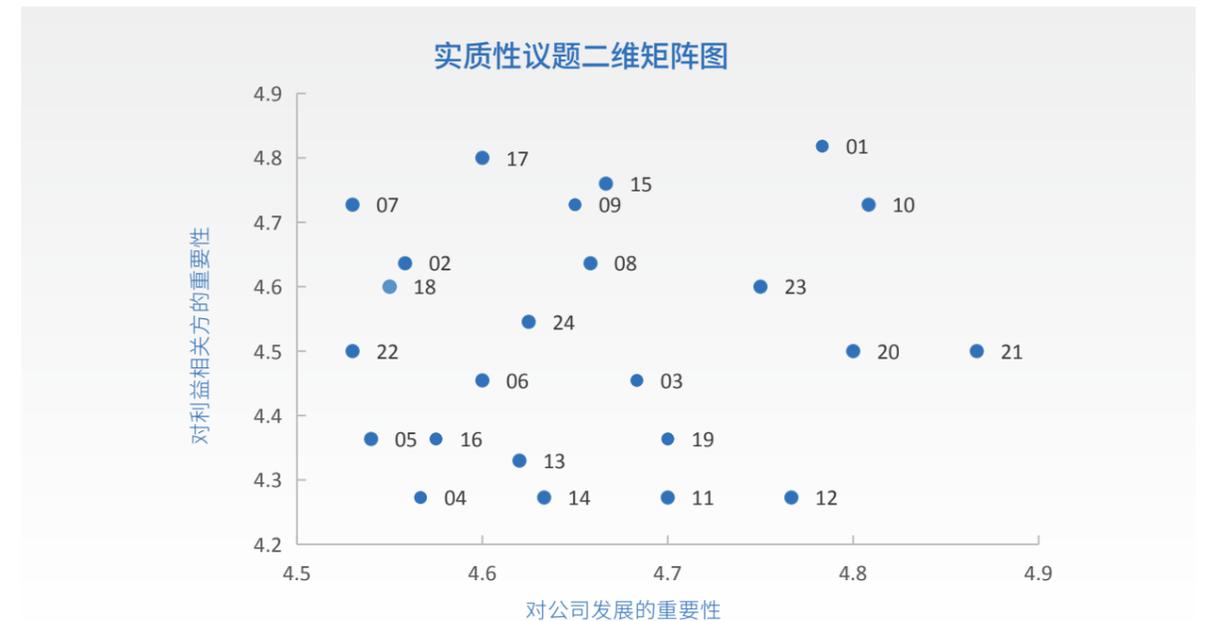
积极组织 and 参与内外部社会责任培训、研讨等，了解国内外社会责任最新进展和知识，提升社会责任管理能力和报告编制人员对社会责任感理论及报告编制标准、方法的理解与把握。

从报告前言、责任管理、经济责任、社会责任、环境责任、报告附录等维度，构建完善的社会责任指标体系，系统梳理和规范公司社会责任工作。

参与并支持中国快递协会《中国快递业社会贡献报告》编撰，为梳理行业社会责任实践建言献策。

议题分析

为增强报告的针对性和回应性，申通快递逐步完善公司社会责任重大议题管理方式，在社会责任报告发布前期通过行业政策研究、报告标准分析、优秀报告对标、利益相关方调研等方式，结合“对公司发展的重要性”“对利益相关方的重要性”两个维度，建立重大议题筛选模型，筛选出与公司可持续发展密切相关、利益相关方关注程度高的重大议题，作为2019年报告信息披露的重点。



01. 诚信合规经营	02. 反腐倡廉建设	03. 规范信息披露	04. 践行绿色寄递	05. 助力一带一路	06. 推进快递下乡
07. 提供多元产品	08. 优化售后服务	09. 快递申诉管理	10. 提升运输能力	11. 科技赋能发展	12. 安全寄递管理
13. 加强员工培训	14. 畅通职业发展	15. 关爱员工生活	16. 帮扶困难员工	17. 强化党建工作	18. 供应链管理
19. 加盟商管理	20. 带动行业发展	21. 深化军民融合	22. 聚力脱贫攻坚	23. 投身社会公益	24. 完善责任管理

责任荣誉

2019



2019中国企业慈善公益500强
国务院国资委新闻中心
《企业管理》杂志社
《企业观察报》社



2019中国企业扶贫100强
国务院国资委新闻中心
《企业管理》杂志社
《企业观察报》社



申通快递董事长荣获
“中国快递行业贡献奖”
中国邮政快递报社



中国快递金包裹10年贡献奖(2009—2019)
中国邮政快递报社



2019中国快递量质双升奖
2019中国快递国际发展奖
2019中国快递社会责任奖
中国邮政快递报社



最具智慧物流杰出企业 (2019年度)
中国交通运输协会



2019中国经济创新企业100强
中国商报社、《经济》杂志社



2019中国脱贫攻坚贡献奖
中国商报社、《经济》杂志社



申通快递董事长荣获“2019中国年度经济人物”称号
中国商报社、《经济》杂志社

- **全国产品和服务质量诚信示范企业**
中国质量检验协会
- **优秀物流与绿色配送企业奖**
中国电子节能技术协会
- **2019A股“漂亮100”潜力榜**
证券时报

- **金牛奖**
证券时报
- **中小板上市公司价值五十强 (前十强)**
证券时报、中国上市公司发展联盟
- **中小板上市公司十佳管理团队**
证券时报、中国上市公司发展联盟

- **2019年度中国上市公司杰出财务效率奖“金智奖”**
金融界
- **上海市文明单位**
上海市人民政府
- **上海市生产性服务业先进示范企业**
上海生产性服务业促进会

- **青浦区特别贡献奖**
上海市青浦区人民政府
- **青浦区百强优秀企业**
上海市青浦区人民政府
- **青浦区服务业十强企业**
上海市青浦区人民政府

- **菜鸟年度最佳服务奖**
菜鸟联盟
- **服装物流行业突出贡献企业**
- **2019年度青浦区创新创业优秀人才团队奖**

未来展望

“五好”申通，打造中国快递业标杆企业

新常态蕴藏新变化，新趋势蕴含新机遇，新形势需要新担当。未来，申通快递将保持勤奋拼搏的精神，围绕“生态好、科技好、服务好、体验好、平台好”的“五好”规划，通过做好快递网、国际网、末端网、云仓网、冷链网、快运网等大生态，做强中转、路由、末端等小生态让生态保持平衡，让申通、加盟商、供应商长期获益；以创新为手段，在产品创新、模式创新、技术创新、管理创新方面全面发力，不断增强申通竞争核心力；坚持客户第一，协同省公司服务好网点，以敬畏心、工匠心为消费者带来更加优质的服务体验；坚持质量至上，走品牌兴企之路；为员工提供更加公平、透明、高效、创新的工作环境和平台，优化机制，打造薪酬好、福利好、机会好的新申通。



附录

关键绩效

指标	单位	2017年	2018年	2019年
业务总量	亿件	38.98	51.12	73.71
业务总量同比增长	%	19.64	31.13	44.19
包裹完成量占全国比	%	9.73	10.1	11.6
海外业务覆盖国家和地区	个	23	25	30
营业收入	亿元	126.57	170.13	230.89
营业收入同比增长	%	28.1	34.41	35.71
净利润	亿元	14.88	20.52	14.19
归属于上市公司股东的净利润	亿元	14.88	20.49	14.08
总资产	亿元	88.09	118.66	138.55
纳税总额	亿元	13.12	7.24	10.72
现金分红总额	亿元	3.06	7.65	1.53
独立网点数量	个	1846	2233	3525
转运中心数量	个	86	68	68
直属转运中心数量	个	53	60	61
开通干线运输路线	条	1830	2627	3226
全网干线运输车辆量(车次)	趟	869402	1011868	1154335
干线运输车辆	辆	3485	4478	5205
13.5米以上干线运输车辆	辆	1541	2000	2504
直属干线运输车辆	辆	1618	2941	3657
使用加班车数量(外租加班车)	辆	48640	33388	24170
全网四级行政单位覆盖率	%	51	69.6	73.00
双“十一”当天快件揽收量	万件	3950.39	5035.52	6759.73
双“十一”当天快件派送量	万件	1086.73	1514.66	2104.32
全网快递员总数	人	10384	120526	124530
全网客服电话平均接听率	%	85	93.6	96
研发总投入	万元	14.51	4362.14	16156.20
研发人员数量	人	16	246	304
电子面单使用率	%	75.11	98.75	99.55
自动分拣系统数量	个	6	33	90
环保芯片袋使用率	%	50	75	98
女性员工占比	%	33.3	31.9	33.85
女性管理者占比	%	8.31	1.1	1.34
残疾员工占比	%	0	1	0.08
少数民族员工占比	%	4.08	5.6	5.66

指标索引

一级标题	二级标题	中国企业社会责任报告指南(CASS-CSR4.0)	报告位置
报告导读		P1.1—1.3	P01
董事长致辞		P2.1—2.2	P04
走进申通	公司概况	P4.1—4.3, M1.6—1.7	P06
	组织架构	P4.1	P07
	企业文化	G1.1	P08
	历史发展	P3.1, P4.3	P08
	公司治理	M1.1—1.5, M3.1, S1.1—1.2, S1.4	P10
责任专题: 全力抗击疫情, 齐心共克时艰		P3.1—3.2, M2.1, M2.18, S2.11, S4.1, S4.10	P14
责任专题: 支持一带一路, 服务跨境贸易		P3.1—3.2, P4.2, M2.1, M3.6	P18
责任专题: 深耕农村市场, 助力农户增收		P3.1—3.2, P4.2, M2.1, S4.1, S4.5	P20
责任专题: 坚持绿色寄递, 建设美丽中国		P3.1—3.2, M2.4, M2.7, M2.12, E1.1, E1.3, E1.5—1.7, E1.9, E2.1—2.4, E2.7, E2.12, E2.16, E2.18, E2.20, E2.22—2.23, E3.1, E3.6	P22
聚焦·展雄心共绘产业生态	守正出新, 提质增效	P4.2, M2.1—2.4, M2.14—2.18	P28
	砺剑求索, 创新赋能	M2.1, M2.4—2.5, M2.7, M3.6	P32
	精业笃行, 安全寄递	M2.13, S3.1—3.4	P34
聚力·持匠心共创和谐生活	砥砺前行, 军民融合	S1.5, S2.8, S4.1	P40
	脱贫攻坚, 申通有为	S4.1, S4.5—4.10, S4.12—4.14	P41
	上善若水, 情暖万家	S4.1, S4.5—4.10, E3.6	P45
聚智·守恒心共筑美好未来	海纳百川, 同心致远	S2.2, S2.4, S2.7—2.8, S2.10—2.14, S2.16—2.18	P50
	携手伙伴, 互惠共赢	P4.2, M2.1, M3.4, M3.6—3.8, M3.10—3.11, M3.15, S1.5, S2.15, S4.1	P55
责任·融入管理	责任战略	G1.1—1.2	P59
	责任治理	G3.1—3.3	P59
	责任参与	G6.1—6.2	P60
	责任文化	G4.2, G5.1—5.2, G6.2	P61
	议题分析	G2.1—2.3	P61
	责任荣誉	G6.3, A3	P62
未来展望		A1	P64
附录	关键绩效	A2	P66
	指标索引	A5	P67
	意见反馈	A6	P68

意见反馈

尊敬的读者：

您好，非常感谢您百忙之中阅读《申通快递2019年社会责任报告》！本报告是申通快递向社会公开发布的第三份社会责任报告，为了持续改进报告管理工作，提升公司综合履责能力，我们特别希望倾听您的意见和建议，请您协助完成意见反馈表中的相关问题，并选择以下方式反馈给我们：

联系地址：上海市青浦区北青公路6598弄25号意邦国际写字楼

邮政编码：201706

公司官网：www.sto.cn

▣ 您的信息

姓 名： _____ 联系电话： _____
工作单位： _____ 传真号码： _____
职 位： _____ 邮箱地址： _____

▣ 选择题

1.请您评价本报告反映申通快递对经济、社会、环境的重大影响程度：

很好 较好 一般 较差 很差

2.请您评价本报告对利益相关方所关心问题进行的回应和披露：

很好 较好 一般 较差 很差

3.请您评价本报告披露信息、指标、数据的清晰度、准确性、完整性：

很好 较好 一般 较差 很差

4.请您评价本报告的可读性：

很好 较好 一般 较差 很差

5.请您对《申通快递2019年社会责任报告》进行综合评价：

很好 较好 一般 较差 很差

▣ 开放题

1.您对申通快递社会责任工作有哪些建议？

2.您认为本报告存在哪些不足？

3.您认为本报告为您提供了哪些有价值的社会责任信息？

4.您认为本报告还需要增加披露哪些社会责任信息？
